Inducción a la Ciencia, la Tecnología y la Innovación en la Región Centro

Vol. II, Num. 5

Ciencias Socio Administrativas



18° Verano de la Ciencia
Región Centro 2016

Inducción a la Ciencia, la Tecnología y la Innovación en la Región Centro

Vol. II, Num. 5

Ciencias Socio Administrativas



18º Verano de la Ciencia

Región Centro 2016

Ciencias
Socio Administrativas



Índice

Ciencias Socio Administrativas

22 **SAN LUIS AMBIENTALMENTE GOBERNABLE**
Acevedo Polo Saúl Isaac | Universidad Autónoma de Querétaro
Mendezcarlo Silva Violeta | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

28 **LA INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL DE LAS PyMEs EN LA COMARCA LAGUNERA**
Adriano García Erendida | Universidad Autónoma de Coahuila
Mendoza Wong Lilibet | Universidad Autónoma de Coahuila

32 **DIAGNÓSTICO DE LA TRAYECTORIA ESCOLAR DE LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS DE LA UNIDAD ACADÉMICA MULTIDISCIPLINARIA ZONA MEDIA DE LA UASLP**
Aguilar Hernández Sandra Verenice | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
López Gama Héctor | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

39 **IMPACTO DE LOS COSTOS EN LAS FINANZAS, ANALISIS DE IMPUESTOS Y SU EFECTO FINANCIERO EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES EN IRAPUATO**
Aguilar Segura María Fernanda | Universidad Autónoma de Coahuila
Mendez Ramírez Emilia | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato

44 **IMPACTO DE LAS TICS EN LAS MIPYMES DE MONCLOVA COAHUILA DEL RAMO COMERCIAL**
Alanís Montellano Carolina | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Martínez Vela Verónica | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

49 **GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN COMO PRÁCTICA EMPRESARIAL EN LAS PYMES**
Alonso Carrillo Melisa | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Palos Cerda Gloria Cristina | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

53 **GESTIÓN DEL CONFLICTO INTERPERSONAL EN LAS ORGANIZACIONES DE LA CIUDAD DE RIOVERDE S.L.P.**
Alonso Hernández Macarena de Jesus | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Recio Reyes Ramón Gerardo | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

58 **CALIDAD DEL SERVICIO RESTAURANTERO EN LA CIUDAD DE GUANAJUATO**
Alonso Treviño Oscar Emanuel | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Morales Betzabeth Dafne | Universidad de Guanajuato

63 **IMPACTO DE LA REFORMA FINANCIERA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL**
Ávalos Morales Kenia | Universidad Autónoma de Coahuila
Martinez Flores Blanca Gisela | Universidad Autónoma de Coahuila

69 **POLÍTICAS PÚBLICAS FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA HUASTECA POTOSINA**
Azuara Salas Pedro | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Muñoz Güemes Alfonso | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

76 **VECINDADES EN LOS 7 BARRIOS ANTIGUOS DE SAN LUIS POTOSÍ**
Balderas Rodríguez Claudia Keileight | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Madrigal González David | El Colegio de San Luis, A.C.

80 **EMPLEO PARA EL ADULTO MAYOR A TRAVÉS DEL TURISMO**
Blanco Kalamaco Karla America Itzayana | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Jasso Ibarra Sandra Lilia | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

86 **LAS MUJERES EN LA POLÍTICA: CÓMO NEGOCIAN Y ARGUMENTAN SUS PROPUESTAS EN EL ESTADO DE GUANAJUATO**
Campillo Silva María José | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Hernández García Ma. Aidé | Universidad de Guanajuato

92 **IMPACTO DE LAS TICS EN LAS MIPYMES DE MONCLOVA COAHUILA DEL RAMO COMERCIAL**
Campos Pérez Dalila Abigail | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Martínez Vela Verónica | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

98 **PRÁCTICAS DE INNOVACIÓN EN EL SERVICIO DEL SECTOR RESTAURANTERO EN LA CIUDAD CAPITAL DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ**
Cano Torres Laura Araceli | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Palos Cerda Gloria Cristina | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

104 **FINANCIAMIENTO PARA GESTIÓN DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DEL SECTOR AGROPECUARIO EN EL ESTADO DE QUERÉTARO**
Carbajal Hernández Brenda Elizabeth | Instituto Tecnológico de Querétaro
López Ostria María Teresa | Instituto Tecnológico de Querétaro

111 **SUSTENTABILIDAD EN LA POBLACIÓN EN CONDICIONES DE MARGINACIÓN. INTERVENCIÓN EN LOS ASENTAMIENTOS HUMANOS INFORMALES DE QUERÉTARO**
Carbajal Saucedo Ana | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Nettel Barrera Alina del Carmen | Universidad Autónoma de Querétaro

116 **IMPACTO DE LOS COSTOS EN LAS FINANZAS, ANALISIS DE SUELDOS Y SALARIOS Y SU EFECTO FINANCIERO EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES EN IRAPUATO**
Cárdenas Martínez Adriana | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato
Méndez Ramirez Emilia | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato

122 **COMO INFLUYE EL LAVADO DE DINERO Y LA LEY ANTICORRUPCIÓN EN TORREÓN, COAH.**
Carrera Rodríguez Adriana Lizeth | Universidad Autónoma de Coahuila
Mota Hermosillo Oscar | Universidad Autónoma de Coahuila

128 **MEJORES PRÁCTICAS EN MATERIA DE RECURSOS HUMANOS EN EQUIDAD DE GÉNERO**
Carrillo Ortiz Paola Lizeth | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
De la Rosa Hernández Martha Angélica | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

135 **IMPACTO DE LAS TIC´S EN LAS MIPYMES DE MONCLOVA COAHUILA DEL RAMO INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS**
Castañeda Sánchez Maleni Esther | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Valdez Soto Elizabeth | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

139 **DESARROLLO DE MICROEMPRESAS COMO UNA ALTERNATIVA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA EN LA CIUDAD DE TORREÓN, COAHUILA**
Castro Favela Dalia Yesely | Universidad Autónoma de Coahuila
Núñez Rentería José Andrés | Universidad Autónoma de Coahuila

146 **CALIDAD DEL SERVICIO RESTAURANTERO EN GUANAJUATO CAPITAL**
Castro Rangel Octavio Abner | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Morales Betzabeth Dafne | Universidad de Guanajuato

152 **INNOVACIONES EN SISTEMAS DE TRANSPORTE PARA LA LOGÍSTICA: UNA MIRADA DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS ESTUDIOS SOCIALES DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA**
Cervantes Martínez Andrea Berenice | Instituto Tecnológico de Querétaro
Anzaldo Montoya Mónica | El Colegio de San Luis, A.C.

156 **LAS TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL**
De Blas Loredo Alma Araceli | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Diaz Nieto Elia Socorro | Universidad Autónoma de Querétaro

162 **IMPACTO DE LAS TICS EN LAS MIPYMES DE MONCLOVA COAHUILA DEL RAMO COMERCIAL**
De León Muñoz Jaxiry Nohemí | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Martínez Vela Verónica | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

168 **LAS PRÁCTICAS SUSTENTABLES DE LOS EMPLEADOS EN LAS EMPRESAS Y SU IMPACTO EN LOS HOGARES**
De Santiago Briceño María Marina | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Amezcua Núñez Juan Bernardo | Universidad Autónoma de Coahuila

175 **LA CALIDAD EN EL SERVICIO RESTAURANTERO EN LA CIUDAD DE GUANAJUATO**
Díaz García Zaira Alejandra | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Morales Betzabeth Dafne | Universidad de Guanajuato

181 **INFLUENCIA DEL VALOR DE MARCA EN LA MOTIVACIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL MERCADO DE TELEFONÍA CELULAR EN LA ZONA CONURBADA DE RIOVERDE, S.L.P.**
Díaz Gomez Cristina | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Gómez Sánchez David | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

186 **BENEFICIOS OTORGADOS A LOS USUARIOS DE SERVICIOS FINANCIEROS POR LA REFORMA FINANCIERA DE 2013 EN MÉXICO**
Félix Sánchez Juan Diego | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Arcudia Hernández Carlos Ernesto | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

192 **JUSTIFICACIÓN DE LA CORRUPCIÓN EN NIVELES SOCIOECONOMICOS ALTOS Y BAJOS**
García Ávila Germán Armando | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Cruz Torres Christian Enrique | Universidad de Guanajuato

196 **GESTIÓN DE LA MARCA EN LA MODA**
García Corpus José Carlos | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Reyes Ruiz Edith | Universidad Autónoma de Coahuila

202 **ANÁLISIS DE VARIABLES INVOLUCRADAS EN EL PROCESO DE INNOVACIÓN DEL TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO. CASO DE ESTUDIO DEL EVENTO NACIONAL DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, FASE REGIONAL 2015 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE IRAPUATO (ITESI)**
García Martínez María Guadalupe | Instituto Tecnológico de Querétaro
Montoya Nito Carlos Enrique | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato

208 **IMPACTO DE LAS TIC´S EN LAS MIPYMES DE MONCLOVA COAHUILA, DEL RAMO INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS**
García Rodarte Magdalena | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Valdez Soto Elizabeth | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

213 **ANÁLISIS DE LOS REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS LOGÍSTICOS EN LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DE LA CIUDAD DE SAN LUIS POTOSÍ**
Gerónimo Morales Montserrat Guadalupe | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Portales Rodríguez Juan Carlos | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

219 **EL DIAGNÓSTICO DE LOS PRINCIPALES RETOS DE LA GESTIÓN CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS EN LA COMARCA LAGUNERA CON RELACIÓN A LA SUSTENTABILIDAD**
Gómez Aguilera Ana Karen | Universidad Autónoma de Coahuila
Mendoza Wong Lilibet | Universidad Autónoma de Coahuila

224 **RUTA HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL SEGÚN EL PACTO MUNDIAL DE LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS**
González Reyna Laura Martha | Universidad Autónoma de Coahuila
Prieto Uscanga Alicia | Instituto Tecnológico de Querétaro

228 **INVESTIGAR EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ DEL ESTADO DE GUANAJUATO EL MÉTODO DE VALORACIÓN FINANCIERA GOODWILL**
González Rojas Brenda Linda | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato
Anguiano Sanchez Miguel | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato

233 **DETERMINAR LAS TIC'S UTILIZADAS EN LAS MIPYMES CASO CUATROCIÉNEGAS**
Guel Cortez Diana Laura | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Rodríguez Campos Claudia | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

239 **LA INNOVACION ORGANIZACIONAL Y LA SUSTENTABILIDAD EN LAS PyMEs DE LA COMARCA LAGUNERA**
Guerrero Parrilla José Ángel | Universidad Autónoma de Coahuila
Mota Hermosillo Oscar | Universidad Autónoma de Coahuila

243 **INVESTIGACIÓN DE DESARROLLO DE COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE TEQUILA A SEÚL, COREA DEL SUR**
Guerrero Zaragoza Andrea | Instituto Tecnológico de Querétaro
Torres Labra Rafael Ernesto | Instituto Tecnológico de Querétaro

249 **LA SEGUNDA VUELTA ELECTORAL EN AMÉRICA LATINA Y LA PROPUESTA DE IMPLANTACIÓN EN MÉXICO: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS CASOS BRASIL, ARGENTINA Y PERÚ (2010-2016)**
Guzmán Echeverría Julio César | Universidad Autónoma de Aguascalientes
Barrientos Del Monte Fernando | Universidad de Guanajuato

256 **REVISIÓN EN ORIGEN HACIA LA AUTOREVISIÓN FISCAL**
Hernández Félix Agustín | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Tamayo Contreras Porfirio | Universidad de Guanajuato

261 **ANÁLISIS DE LOS REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS LOGÍSTICOS EN LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DE LA CIUDAD DE SAN LUIS POTOSÍ**
Hernández Fernández Martha Berenice | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato
Portales Rodríguez Juan Carlos | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

266 **PATENTES DE LAS ORGANIZACIONES EN MÉXICO DURANTE EL PERÍODO 1993 – 2015**
Hernández García Andrés | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Pastor Pérez María del Pilar | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

272 **EQUIDAD DE GÉNERO EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE RIOVERDE, S.L.P.**
Hernández García Brenda | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
González Ortiz Jorge Horacio | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

277 **CORRUPCIÓN Y SUS ASOCIACIONES CON EL NIVEL SOCIOECONÓMICO EN MÉXICO**
Hernández Landeros Gloria Ma. | Universidad Autónoma de Aguascalientes
Cruz Torres Christian Enrique | Universidad de Guanajuato

282 **LA INNOVACION ORGANIZACIONAL Y LA SUSTENTABILIDAD EN LAS PyMEs DE LA COMARCA LAGUNERA**
Hernández Mancha Josue Emmanuel | Universidad Autónoma de Coahuila
Camporredondo Saucedo Jesus Emilio | Universidad Autónoma de Coahuila

286 **ANÁLISIS DE LOS REQUERIMIENTOS DE LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS EN LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DE LA CIUDAD DE SAN LUIS POTOSÍ**
Hernández Teniente Rodrigo | Instituto Tecnológico de Celaya
Portales Rodríguez Juan Carlos | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

292 **IMPORTANCIA DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LAS MIPYME´S EN EL MUNICIPIO DE IRAPUATO**
Herrera Orozco María Esther | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato
Ortiz Chávez Irma Cecilia | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato

297 **LA RELACIÓN ENTRE EL GASTO AMBIENTAL Y LA INNOVACIÓN EN LAS RAMAS MANUFACTURERAS DE MÉXICO**
Herrera Valdez Karen Lizbeth | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
González Acolt Roberto | Universidad Autónoma de Aguascalientes

303 **PRINCIPALES POSTURAS A FAVOR Y EN CONTRA DE LA REFORMA EDUCATIVA Y LA INTRODUCCIÓN DEL CIVISMO FISCAL EN LA EDUCACIÓN**
Iparrea Magaña Mariana | Universidad Autónoma de Coahuila
Oranday Dávila Sara | Universidad Autónoma de Coahuila

308 **EL IMPACTO DE LA REFORMA EDUCATIVA EN LAS PYMES ASI COMO SUS IMPLICACIONES EN EL SECTOR EMPRESARIAL**
Iparrea Magaña Patricia | Universidad Autónoma de Coahuila
Oranday Dávila Sara | Universidad Autónoma de Coahuila

313 **POLÍTICA REGULATORIA COMO UN MECANISMO DE MODERNIZACIÓN DE LA GESTIÓN PÚBLICA. EL CASO DEL H. AYUNTAMIENTO DE SAN LUIS POTOSÍ**
Jiménez Govea Laura Cecilia | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Neri Guzmán Juan Carlos | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

318 **TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA Y PRODUCCION DE VAINILLA**
Landeros Gámez Claudia Berenice | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Arroyo Jiménez Gloria | Instituto Tecnológico de Querétaro

325 **REPRESENTACION DELA MUJER LEGISLADORA Y LOS DESAFIOS LABORALES POR ALCANZAR**
López Magallanes María Concepción | Universidad Autónoma de Aguascalientes
Hernández García Ma. Aidé | Universidad de Guanajuato

330 **PERCEPCIÓN DEL ASESORAMIENTO DE PROYECTOS DE BASE TECNOLÓGICA Y EMPRENDEDURISMO SOCIAL, POR PARTE DE LOS PROFESORES EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE QUERÉTARO**
López Trejo Suleyma Monserrat | Instituto Tecnológico de Querétaro
Ramírez Hernández Alma Luz | Instituto Tecnológico de Querétaro

337 **PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO PARA PROYECTOS TECNOLÓGICOS A EMPRENDEDORES Y PYMES EN EL ESTADO DE QUERÉTARO**
Luna Hernández José Francisco | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
López Ostria María Teresa | Instituto Tecnológico de Querétaro

344 **RECONOCIMIENTO DE LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR DE UN SERVICIO DE CONSULTA MÉDICA ON-LINE**
Martínez Aguilar Arturo | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Hernández Velázquez Xóchitl | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

350 **DESARROLLO DE MIPYMES. IMPORTANCIA DEL ACCESO A FUENTES DE FINANCIAMIENTO**
Martínez Maldonado Susana María | Universidad de Guanajuato
Alonso Castañón Martha Alicia | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

355 **ESTUDIO DE MICRO-EMPRESAS FAMILIARES POTOSINAS**
Martínez Martínez Clarisa Abigail | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Dueñas Salmán Luisa Renée | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

359 **PRACTICAS DE INNOVACION EN EL SERVICIO DEL SECTOR RESTAURANTERO EN LA CIUDAD CAPITAL DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ**
Matehuala Ayala Martha Gabriela | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Palos Cerda Gloria Cristina | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

365 **TRANSFORMACIONES SOCIOCULTURALES DEL ÁREA METROPOLITANA DE QUERÉTARO, 1950-2000. ESTUDIO DE LAS INSTITUCIONES Y ÉLITES**
Medina Rivera Cynthia Berenice | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Muro González Víctor Gabriel | Universidad Autónoma de Querétaro

370 **POLÍTICAS PÚBLICAS Y ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL EN MÉXICO, EL CASO DE LA DESCENTRALIZACIÓN FISCAL**
Medrano Richkarday Jorge Alejandro | Universidad Autónoma de Zacatecas
Diaz Flores Manuel | Universidad Autónoma de Aguascalientes

376 **LA TRANSFORMACIÓN DEL SISTEMA JURÍDICO MEXICANO PARA LA PROTECCIÓN DE DERECHOS HUMANOS EXIGE LA APLICACIÓN DEL PRINCIPIO PRO PERSONA EN EL ÁMBITO DE LAS COMPETENCIAS ADMINISTRATIVAS**
Mendoza Morales Elizabeth | Universidad Autónoma de Querétaro
Nettel Barrera Alina del Carmen | Universidad Autónoma de Querétaro

380 **DESARROLLO DE ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS DE LA GESTION EMPRESARIAL PARA EL FOMENTO E IMPULSO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ESTADO DE GUANAJUATO**
Molina Soler Ambar Judith | Instituto Tecnológico de Querétaro
Cruz Acosta Carlos Atahualpa | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato

385 **EL SISTEMA FINANCIERO EN RIOVERDE, SAN LUIS POTOSÍ**
Montes Gutiérrez Karen Areli | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Gutiérrez Lagunes Mario | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

390 **ESTUDIO DE MICRO EMPRESAS FAMILIARES POTOSINAS**
Mora Guerrero Gabriela | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Dueñas Salmán Luisa Renée | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

394 **DETERMINAR LAS TIC´S UTILIZADAS EN LAS MIPYMES: CASO CUATROCIÉNEGAS**
Muñoz Villarreal Jessica Paulina | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Rodríguez Campos Claudia | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

400 **ESTUDIO DE MICROEMPRESAS FAMILIARES POTOSINAS**
Nieto Castro Bernardo | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Dueñas Salmán Luisa Renée | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

404 **POLIMEROS EN EL DISEÑO DE EMPAQUE Y EMBALAJE Y SU IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE**
Pacheco Rivera Andrea | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato
Chacón Olivares Maria del Carmen | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato

409 **DIAGNÓSTICO DE LOS IMPUESTOS ECOLÓGICOS EN LA COMARCA LAGUNERA**
Parrilla Guerrero Carlos Alejandro | Universidad Autónoma de Coahuila
Diaz Torres Gabriel | Universidad Autónoma de Coahuila

415 **IMPACTO DE LOS COSTOS EN LAS FINANZAS, ANALISIS DE COSTOS DE DISTRIBUCION Y SU EFECTO FINANCIERO EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES EN IRAPUATO**
Patlán Castillo Paloma Sairi | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato
Méndez Ramírez Emilia | Instituto Tecnológico Superior de Irapuato

419 **COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS ESTRATÉGICAS EN LA COORDINACIÓN ACADÉMICA REGIÓN ALTIPLANO**
Peña Martínez Karla Monserrat | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Susano García José Luis | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

424 **DETERMINAR LAS TIC´S UTILIZADAS EN LAS MIPYMES DE CIUDAD FRONTERA**
Pineda Vazquez Yarely Monserrat | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Aguilar Covarrubias Norma Araceli | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

429 **MUJERES EN LA LEGISLATURA DE GUANAJUATO: COMISIONES, AVANCES E INICIATIVAS DE LEY**
Ramírez Muñoz Marina Guadalupe | Universidad Autónoma de Aguascalientes
Hernández García Ma. Aidé | Universidad de Guanajuato

435 **ACCIONES DE CONSUMO RESPONSABLE: AHORRANDO UN PESO A LA VEZ**
Ramírez Rodríguez Olga Leticia | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
De la Peña De León Alicia del Socorro | Universidad Autónoma de Coahuila

440 **REFORMA FINANCIERA PERMITE COMPETITIVIDAD Y RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS TORREON, COAHUILA**
Reyes Huerta María del Carmen | Universidad Autónoma de Coahuila
Martínez Flores Blanca Gisela | Universidad Autónoma de Coahuila

445 **DETERMINAR LAS TIC´S UTILIZADAS EN LAS MIPYMES DE CIUDAD FRONTERA**
Ríos Sánchez Joseline Berenice | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Aguilar Covarrubias Norma Araceli | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

451 **LOS ACTIVOS INTANGIBLES EN MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS. ESTUDIO DE CASOS**
Rivera Campos Edgar Gustavo | Instituto Tecnológico de Querétaro
Leal Medina Felipe de Jesús Salvador | Universidad Autónoma de Aguascalientes

458 **RESPONSABILIDAD SOCIAL: FORMACIÓN E IMPACTO EN LAS ORGANIZACIONES**
Rodríguez Alviso Diana Guadalupe | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Alonso Castañón Martha Alicia | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

464 **RECONOCIMIENTO DE LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR DE UN SERVICIO DE CONSULTA MÉDICA ONLINE**
Rodríguez Domínguez Mariana | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Hernández Velázquez Xóchitl | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

470 **EVOLUCION Y CRONOLOGIA DE LA MATERIA EN SEGURIDAD PUBLICA EN EL ESTADO DE QUERETARO EN EL PERIODO 2013 – 2016**
Rodríguez Martínez Gerardo Agustín | Universidad Autónoma de Querétaro
Pedroza Falcón Hugo | Universidad Autónoma de Querétaro

474 **RECONOCIMIENTO DE LAS FASES DE EVOLUCIÓN DE LAS AGENCIAS ADUANALES EN SAN LUIS POTOSÍ Y LA REGIÓN CENTRO DEL PAÍS**
Rodríguez Montes Mary Carmen | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
León García Bernardo | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

478 **CONTRUCCIÓN DE MATRIZ INSUMO PRODUCTO PARA EL ESTADO DE ZACATECAS**
Rodríguez Quintero Axel Arside | Universidad Autónoma de Zacatecas
Gaytán Alfaro Edgar David | Universidad Autónoma de Zacatecas

484 **EL PAPEL DE LOS ESTUDIANTES EN EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE QUERÉTARO HACIA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE BASE TECNOLÓGICA Y EMPRENDEDURISMO SOCIAL**
Romero Martínez Alexia Fernanda | Instituto Tecnológico de Querétaro
Ramírez Hernández Alma Luz | Instituto Tecnológico de Querétaro

491 **CAMBIOS A LA BANCA DE DESARROLLO, REFORMA FINANCIERA MÉXICO 2013**
Salas Sánchez Nancy Verónica | Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro
Arcudia Hernández Carlos Ernesto | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

497 **ANÁLISIS DE LA TRANSICIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN ELECTORAL FEDERAL A UN SISTEMA DE GESTIÓN NACIONAL EN MÉXICO: DEL IFE AL INE**
Salazar García Jocelyn Citlalli | Universidad de Guanajuato
Díaz Pérez Fernando | Universidad de Guanajuato

505 **ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE CALIDAD DE LA ESCUELA DE PROCEDENCIA Y LOS RESULTADOS DE ADMISIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA UAMZM**
Salazar Gomez Ana Jazmín | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
López Gama Héctor | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

509 **LA PÉRDIDA DE LOS RECUERDOS Y LA INTENCIÓN DE RE-COMPRA EN EL TURISMO DE AVENTURA**
Salvador De Torres Elba Julieta | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Amezcua Núñez Juan Bernardo | Universidad Autónoma de Coahuila

516 **EL CONTROL CONSTITUCIONAL DE LA FUNCIÓN LEGISLATIVA EN MÉXICO (2013)**
San Roman Flores Zaira | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Orta Flores Sara Berenice | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

521 **DETERMINAR LAS TICs UTILIZADAS EN LAS MiPyMes DE CIUDAD MONCLOVA**
Sánchez Falcón Deisy Ayerim | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Zertuche Zúñiga Homero | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

526 **ANÁLSIS DEL HAMBRE EN EL ESTADO DE ZACATECAS BAJO EL MODELO DE MÍNIMOS CUADRADOS ORDINARIOS**
Sauceda Quintero Arely Yesenia | Universidad Autónoma de Zacatecas
Mballa Louis Valentin | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

532 **TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA DE MATERIALES GRAFÉNICOS**
Segura Briceño Karen | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Arroyo Jiménez Gloria | Instituto Tecnológico de Querétaro

539 **RESPONSABILIDAD SOCIAL FORMACIÓN E IMPACTO SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES**
Segura Sánchez Wendy Arely | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Alonso Castañón Martha Alicia | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

545 **ANÁLISIS PROCESO ELECTORAL DURANGO 2016**
Solís López Jazmín Alejandra | Universidad Autónoma de Coahuila
Chong López Blanca | Universidad Autónoma de Coahuila

549 **PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CUANTO A SERVICIOS MÉDICOS EN LÍNEA**
Sosa Penilla Oliver Román | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Hernández Velázquez Xóchitl | Universidad Politécnica de San Luis Potosí

555 **EL IMPACTO EN LA CALIDAD DE VIDA RESPECTO AL EMPLEO Y SUELDO PRODUCIDA POR LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN MÉXICO DEL 2000 AL 2015**
Torres Carrillo Mónica Azucena | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Barrientos Del Monte Fernando | Universidad de Guanajuato

561 **SITUACIÓN DEL DESEMPLEO JUVENIL EN MÉXICO. LOS JÓVENES FRENTE A LA INSERCIÓN LABORAL**
Torres Salinas Valeria | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Quintana Estrada Aderak | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

567 **EL CAPITAL INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ**
Torres Vazquez Rocío Sarahí | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Hernández García Patricia | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

573 **INCLUSION FINANCIERA EN MÉXICO Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO**
Tovar Martínez Luz Adriana | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
González Ramírez Pedro Isidoro | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

579 **ANÁLISIS DE ÁREAS DE OPORTUNIDAD PARA LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN EL ADULTO MAYOR A TRAVÉS DEL TURISMO**
Vallejo Ávila Mirtha Azeneth | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Jasso Ibarra Sandra Lilia | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

584 **HACIA UNA DIGNIFICACION DEL ARTE HUICHOL: BAJO EL DEDO DE DIOS EL 18° VCRC**
Vargas Pargas Sahaida Lizet | Universidad Autónoma de Coahuila
Garcia Gonzalez Irma Gloria | Universidad Autónoma de Zacatecas

587 **CALIDAD DE VIDA LABORAL**
Vega Ávila Imelda Nallely | Instituto Tecnológico Superior de Monclova
Diaz Menchaca Jose Raúl | Instituto Tecnológico Superior de Monclova

592 **ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE EL DESARROLLO DE PATENTES Y EL GASTO AMBIENTAL EN EL SECTOR MANUFACTURERO EN MÉXICO**
Velasco Mendoza Beatriz Alejandra | Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro
González Acolt Roberto | Universidad Autónoma de Aguascalientes

598 **REVISIÓN EN ORIGEN PROMOTOR DE BENEFICIOS FISCALES**
Velázquez López Anahi Estefania | Universidad Politécnica de San Luis Potosí
Tamayo Contreras Porfirio | Universidad de Guanajuato

602 **VALORACIÓN ECONÓMICA DEL AGUA EN LA CIUDAD DE SALTILLO, COAHUILA**
Ventura Hurtado Miriam Ángelica | Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Castro Rosales Gregorio | Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro

608 **MODELO INSUMO-PRODUCTO PARA EL ESTADO DE SINALOA, 2012**
Xaxni Hernández Emilia | Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro
Castro Rosales Gregorio | Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro

614 **IMPACTO DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO EN LA ELECCIÓN DE ESTUDIAR MEDICINA**
Zúñiga García José Luis | Universidad Autónoma de Querétaro
Padrón Salas Aldanely | Universidad Autónoma de San Luis Potosí

SAN LUIS AMBIENTALMENTE GOBERNABLE

Saúl Acevedo-Polo, S.[1] y Violeta Mendezcarlo Silva[2]

RESUMEN

Actualmente se viven grandes problemas ambientales en la capital de San Luis Potosí que no podrán ser solucionados si no se encuentran bien identificados, es por esto que existe una gran necesidad de categorizar las afectaciones al ambiente en base al tipo de problema que representa así como zonificarlas y a partir de esto realizar un análisis sobre los principales actores que se ven involucrados, la legislación vigente que aplicaría en cada caso así como su respectiva competencia para de esta forma generar una solución en base a la gobernanza ambiental y no a la gobernabilidad como sucede con frecuencia en nuestro país.

Palabras Clave: San Luis Potosí, medio ambiente, problemas ambientales, gobernanza ambiental, política ambiental.

ABSTRACT

Several environmental issues are detected in the capital of San Luis Potosí which can`t be solve if they are not identificated, this is the reason of the necessity about categorizing every environmental problem in reference of the type of problem that represents, because based on this we can acknowledge who are the principal actors and the laws what are involved. It s necessary to generate a new solution of the environmental issues but no in the traditional way as always happened.

Keywords: San Luis Potosí, environmental issues, public policy, environmental policy.

INTRODUCCIÓN

El cuidado del medio ambiente debe ser un tema prioritario en cuestión de políticas publicas puesto que son muchos los problemas ambientales que hoy en día nos aquejan y que hacen cada vez más evidente las consecuencias de la irresponsable forma en que nuestra civilización se ha ido desarrollando. En el presente trabajo se hace una identificación de los principales problemas ambientales en la capital de San Luis Potosì, así como se ven representados en un mapa para identificar posibles zonas con mayores problemas de contaminación.

Este tipo de actividades son necesarias para el buen desarrollo de las ciudades en crecimiento ya que de esta forma se ayuda a crecer de una forma más ordenada y sin descuidar las situaciones que son un problema en la actualidad porque si no se atienden a la brevedad seguirán agravándose y haciéndose más difíciles de solucionar.Revisando la historia podemos darnos cuenta que en nuestro país se ha venido gobernando desde un sistema basado en la gobernabilidad, esto es, de una forma unilateral en la que el gobernante utiliza su poder para ordenar y sancionar con el fin de hacer cumplir lo que este creé que es lo mejor para sus gobernados sin siquiera consultárseles; es evidente que este régimen no ha funcionado como ellos esperarían puesto que las cosas no funcionan como deberían y muchas veces una cosas es la que está escrita en las leyes y otra es la que en verdad sucede, lo anterior en gran parte

[1]Facultad de Química, Universidad Autónoma de Querétaro, C.U. Cerro de las Campanas, C.P., Querétaro, México., acv.saul@hotmail.com
[2]Facultad de Derecho "Abogado Ponciano Arriaga Leija" Cuauhtémoc No. 170, Col. Moderna. CP. 78233 San Luis Potosí, SLP, México., violetams2808@hotmail.com

por la corrupción y la falta de disposición para buscar una mejor calidad de vida, así como el sentimiento de omnipotencia que muchas veces invade a nuestros gobernantes.
Una alternativa a este sistema es la gobernanza, la cual va encaminada a buscar soluciones desde las diferentes perspectivas que conviven en una sociedad, a encontrar un consenso entre todos los actores, en la cual el gobierno y la sociedad civil son dos entes complementarios, donde se busca la participación de los ciudadanos para así llegar a negociaciones en las que todos expongan sus opiniones y se llegue a acuerdos comunes y de esta forma evitar implantar un sistema de sanciones sino incentivar a que sea la misma sociedad la que cumpla con lo que debe sin la necesidad de verlo como una obligación sino como un deber.

En la cuestión de medio ambiente es una prioridad dejar la gobernabilidad y encaminar los esfuerzos a la gobernanza porque en estos temas mucha gente tiene la disposición pero pocos el conocimiento, entonces si los programas no funcionan en parte puede ser por la ignorancia cosechada por la desinformación que se le brinda a la sociedad por parte del gobierno, además de que las mejores soluciones no son las que vienen desde la parte que se encuentra completamente involucrada o desde las los que solo ven el problema desde afuera sin ponerse en los zapatos del otro sino de la visión en conjunto, ya que los intereses de cada sector muchas veces se contraponen y ponen en riesgo a la solución más eficiente que tiene el problema a tratar.

La gobernanza es algo que ya está pasando y que se pueden ver sus frutos en la actualidad, como ejemplo podemos hablar de la LVIII Legislatura del Estado de Querétaro donde la Diputada Yolanda Josefina Rodríguez Otero, Presidenta de la Comisión de Desarrollo Sustentable y Cambio Climático siempre ha estado abierta a escuchar las opiniones y sugerencias de la sociedad civil, lo cual se ve reflejado en los foros sobre los proyectos de ley en los que se encuentra trabajando, los cuales han contado con la presencia de todos los sectores de la sociedad, como los son, académicos, investigadores, universitarios, ambientalistas, servidores públicos y miembros de asociaciones civiles.

Todos los anteriores siempre han sido escuchados y tomados en cuenta por que cada uno desde su perspectiva ha dado su opinión sobre las diferentes situaciones que se han suscitado, y como consecuencia de la buena moderación de la legisladora es que ahora Querétaro es el primer estado de la república en tener ley de biodiversidad, la cual fue aplaudida por todos los sectores de la población. Actualmente se cuentan ya con muchas leyes en materia de medio ambiente pero lamentablemente muchas veces no cumplen verdaderamente su fin o no logran el máximo alcance posible ya que no fueron ideadas considerando las diferentes situaciones de cada sector de la población que se ve afectada; es por esto que el nuevo panorama debe ser el de la gobernanza.

MÉTODOS Y MATERIALES

Se realizó una investigación sobre los problemas ambientales de actualidad en los medios de información más importantes de la ciudad así como entrevistas a funcionarios públicos relacionados con el tema. Posteriormente, ya que se tenían identificados los principales problemas de la capital se plasmaron en una tabla (Tabla 1) donde se clasificaron de acuerdo al tipo de problema que representaban, así como la ubicación donde se encontraban. Se consultó la legislación tanto municipal, estatal y federal para de esta forma reconocer su jurisprudencia e identificar quienes eran los actores que debían dar una solución a los diferentes problemas. Se volvió a hacer una revisión bibliográfica para saber si ya se estaba llevando algún tipo de acción en pro de la resolución del problema.

RESULTADOS

Se encontraron 23 problemas ambientales importantes en la ciudad de San Luis Potosí en 12 rubros diferentes.

Tabla 1. Identificación de problemas ambientales.

No.	Problema ambiental	Clasificación	Ubicación
1	Exceso de generación de residuos en Tianguis "El rebote" en Av. Hernán Cortez.	Residuos	Av. Hernán Cortez
2	Emision de gases contaminantes por Industria Minera	Aire	Colonia Morales
3	Escases de agua y mal ordenamiento en Colonia Real Peñasco	Agua/Salud/Ordenamiento	Colonia Real Peñasco
4	Escaces de agua en la colonia Colonias del Parque	Agua	Colonias del parque
5	Contaminación auditiva en el fraccionamiento Del Llano a causa del ferrocarril	Audio	Fracc. Del Llano
6	Tiraderos clandestinos en las cercanías de Perfiférico Norte	Residuos	Periferico Norte
7	Contaminación en la presa del peaje	Agua	Presa del peaje
8	Mal aprovechamiento de agua de Rio Santiago	Agua	Rio Santiago
9	Altas concentraciones de F en agua al sur de la capital	Agua	Sur oriente de capital
10	Acentamiento urbano "Villa magna" cerca de Industria Minera México	Ordenamiento/Aire	Villa magna
11	Ladrilleras con residuos como combustibles	Aire/Salud	Zona norte
12	Escaces de agua en las zonas de santa fe, constitución y San Luis Rey	Agua	Zonas Santa Fé, Constitución, San Luis Rey
13	Manejo inadecuado de residuos solidos urbanos	Residuos	Capital
14	Incendio en la capital	Vegetación	Capital
15	Generación y mal manejo de residuos tóxicos en talleres mecánicos	Residuos	Capital
16	Falta de rellenos sanitarios para la disposición de RSU	Residuos	Capital
17	Proliferación de perros callejeros	Animales	Capital
18	Extinción y peligro de extinción de animales en la capital	Ordenamiento	Capital
19	Usos de suelo cambiantes	Usos de suelo	Capital
20	Actividades en materia ambiental realizado por otros profesionistas	Administración	Capital
21	Falta de monitoreo atmosférico	Aire	Capital
22	Recursos mínimos a SEGAM	Organización	Capital
23	Empresas son "juez y parte" en monitoreo de emisiones	Organización/Agua/Aire/Suelo	Capital

Con base en la tabla anterior podemos observar el nombre del problema, el tipo de problema, así como su ubicación.

Podemos notar que el principal problema es el agua con 7 casos diferentes en los que se presenta, tal como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Cuantificación de los problemas ambientales por su tipo.

Tipo de problema	Casos
Agua	7
Residuos	5
Aire	4
Ordenamiento	3
Organización	2
Salud	2
Administración	1
Animales	1
Audio	1
Suelo	1
Usos de suelo	1
Vegetación	1

Hacer esta clasificación representó cierto nivel de complejidad puesto que los compartimentos ambientales se encuentran ampliamente relacionados y muchas veces interconectados, generando que haya más problemas de los que originalmente se detectaron.

A continuación se muestra una breve descripción de los principales problemas detectados:

1.- En la avenida Hernán Cortez se ubica el tianguis “El rebote” y en es muy frecuente que sobre ella se encuentre una gran cantidad de residuos sólidos urbanos, desde bolsas de plástico hasta cáscaras de frutas. Actualmente el sistema de recolección de basura no funciona de forma eficaz a pesar de que en San Luis Potosí se cuenta con un reglamento de limpia. No se tiene registrado ningún tipo de acción para solucionar dicho problema.
2.- Es por todos sabido el gran problema que han representado la ubicación de mineras dentro del municipio, las cuales principalmente emiten gases contaminantes que afectan la salud de los habitantes que los respiran debido a las corrientes de aire. El gobierno ha tratado de solucionar dichos problemas en numerosas ocaciones pero sin embargo al día de hoy siguen siendo un problema. Se tiene registro que el diputado Jesús Cardona Mireles está trabajando desde la comisión que preside (Ecología y Medio Ambiente).
3,4,12.- En algunas colonias del municipio de San Luis Potosí se tiene una escases de agua en las viviendas, lo cual se debe investigar ya que las razones por las que esto ocurra pueden ser varias, y estar generando pasivos ambientales. No está documentada una actividad concreta para solucionar esta situación.
5.- El fraccionamiento del Llano se encuentra ubicado muy cerca de las vías del ferrocarril por lo cual cuando este pasa por ahí genera demasiado ruido que significa un problema sonoro para las personas que ahí habitan. Este es un ejemplo de la mala organización con la que algunas partes de la ciudad han ido creciendo.
6,13,15,16.- El mal servicio de limpia que hay en algunas colonias han originado varios tiraderos clandestinos ya que la gente al verse en esa situación busca solucionar los problemas de una forma ignorante, ya que en los hogares también se generan residuos peligrosos pero desafortunadamente no se les da un buen tratamiento y por la pequeña cantidad que representan no han significado un gran problema para las autoridades. Inclusive en la mayoría de los talleres mecánicos no se tiene un registro de que sucede con sus residuos, a pesar que estos son peligrosos y se encuentran en la norma 052 de SEMARNAT.
Además de que en la ciudad de San Luis Potosí los rellenos sanitarios que existen ya no se dan abasto y es necesario el pensar en cual va a ser la solución a este problema que hasta ahora solo es una bomba de tiempo.
7,8,9.- Es muy importante el investigar de donde viene la contaminación de la presa el peaje y del sur de la ciudad por que de esta forma se podrá solucionar las altas concentraciones de contaminación que se han detectado en la actualidad, hasta ahora solo ha habido declaraciones de los políticos pero ninguna acción concreta para hacerle frente a este mal. También se debe idear la forma en que se va a emplear el agua del Rio Santiago ya que siempre que este se encuentra lleno el agua que transporta es desperdiciada pudiendo ser aprovechada para otros fines.
10,19.- El gobierno muchas veces ha cedido ante empresarios y un caso clave es el del fraccionamiento Villa Magna, ya que está muy cerca de la Industria Minera México y esto ha representado grandes problemas para las personas que ahí habitan. Estos terrenos no debían ser utilizados como viviendas por el gran riesgo que la IMM representa, pero a pesar de eso así es y ahora quienes pagan las consecuencias son los ciudadanos.
11.- Un problema que actualmente se presenta en el norte de la ciudad es que las ladrilleras están usando como combustible residuos de todo tipo, desde simple papel hasta llantas de una forma indiscriminada. Dichos residuos al ser utilizados para una combustión generan gases que muchas veces son tóxicos para el ser humano.
14,18.- Las zonas más alejadas del municipio han sido testigos de la desatención de la sociedad en general puesto que en las últimas fechas se han reportado tanto incendios como multiples atropellos a fauna que ahora está extinta como el venado cola blanca y el jabalí o en peligro de extinción como el águila real y la lechuza.
17.- En la ciudad ocurre algo muy diferente, en vez de perder vidas animales son los nacimientos de perros callejeros los que van en aumento a pesar de las acciones de esterilización masiva que se han llevado acabo por múltiples organizaciones.

20,22.- El área ambiental en la actualidad no ha sido algo fundamental en la sociedad a pesar que los daños que le hemos hecho a nuestro medio ahora son más evidentes que nunca y esto se ve reflejado en el bajo presupuesto que tiene la Secretaria de Ecología y Gestión Ambiental así como que en numerosas instituciones son personas con perfiles muy diversos y sin relación las que llevan a cabo las actividades que debería estar desempeñando un profesional del medio ambiente.
21.- Para poder tomar medidas frente a la contaminación atmosférica es necesario una buena red de monitoreo para de esta forma evidenciar la situación actual. Al día de hoy en el municipio de San Luis Potosí se tiene una red de monitoreo pero esta aún es muy pobre.
23.- Es increíble como en la actualidad todavía se de que sean las empresas las que fungen como juez y como parte en cuanto a su monitoreo de emisiones, pero así seguirá siendo hasta que la autoridad establezca un verdadero sistema de monitoreo.

CONCLUSIONES

Es bastante claro que el esquema de gobernanza es el que se debe emplear para dar una solución efectiva a los problemas que hoy nos aquejan ya que este es el más inclusivo y por consiguiente el que tendrá mejor aceptación por la sociedad en general generando de esta forma mejores resultados.

México en general se ha mostrado muy comprometido en las causas ambientales y lo ha hecho notar en las diferentes convenciones y reuniones internacionales en las que ha participado, y San Luis Potosí no es la excepción, al igual que el resto del país ha tratado de hacer una diferencia pero desgraciadamente aún no se ha logrado un cambio sustancial. Pero para lograrlo se necesita de la disposición de todos y cada uno de los diferentes actores que conforman a la sociedad.

Es una lástima que por cuestiones ajenas a las instituciones educativas (UAQ, UASLP) no se haya podido llevar acabo el verano de la ciencia región centro de la mejor manera, ya que los tiempos no concordaron y el trabajo de investigación se vio mermado. Es por esta razón que el trabajo no concluyó de la forma esperada, pero abre el panorama para que ya habiendo identificado los principales problemas ambientales se tomen de una vez por todas acciones de fondo que cambien esta situación que al día de hoy tantos malestares causa a la población y todo el medio ambiente en general.

BIBLIOGRAFIA

Artículos de revista
Brenner, L.. (2010). Gobernabilidad y gobernanza ambiental en México. La experiencia de la Reserva de la Biosfera de Sian Ka'an. POLIS, 6, 115-154

Artículos en línea
Laussin, H. 2016. Manejo del agua, detectan los pozos más contaminados. 7 de julio de 2016. De Plano informativo, http://planoinformativo.com/nota/id/464252/noticia/manejo-del-agua,-detectan-los-pozos-mas-contaminados.html.
Monreal, E, Pacheco, L. 2016. En contaminación, SLP aún no está a tiempo de prevenir. 7 de julio de 2016. De Plano informativo, http://planoinformativo.com/nota/id/462989/noticia/en-contaminacion,-slp-aun-esta-a-tiempo-de-prevenir.html .
Bermúdez F, 2012. Ladrilleras, un peligro para trabajadores y población. 9 de julio de 2016. De plano informativo, http://www.planoinformativo.com/nota/id/219327 .
De la Rosa, P. 2016. Venado cola blanca y jabalí extintos de SLP. 9 de julio de 2016. De Plano informativo, http://planoinformativo.com/nota/id/466630/noticia/-venado-cola-blanca-y-jabali-extintos-de-slp.html .
Pérez, E. 2013. Necesario definir usos de suelo en zona conurbada: Canadevi. 11 de julio de 2016. De Plano informativo, http://planoinformativo.com/nota/id/272709/noticia/necesario-definir--usos-de-suelo-en-zona-conurbada:-canadevi.html .

Ríos, L. 2016. Ingenieros ambientales no son considerados para puestos clave. 11 de julio de 2016. De Plano informativo, http://planoinformativo.com/nota/id/466050/noticia/ingenieros-ambientales-no-son-considerados-para-puestos-clave--.html .
Rodriguez, A. 2016. UASLP monitoreará aire de San Luis. 11 de julio de 2016. De Plano informativo, http://planoinformativo.com/nota/id/464912/noticia/uaslp-monitoreara-aire-de-san-luis.html .
García, C. 2016. Secretaría de Ecología, atada de manos por falta de recursos. 11 de julio de 2016. De Plano informativo, http://planoinformativo.com/nota/id/464414/noticia/secretaria--de--ecologia,-atada-de-manos-por-falta-de-recursos.html .

LA INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL DE LAS PYMES EN LA COMARCA LAGUNERA

Adriano García Erendida[1] y Mendoza Wong Lilibet[2]

RESUMEN

El siguiente artículo representa un análisis sobre las PyMEs en la comarca lagunera, desde un enfoque de innovación, con una muestra de 95 PyMEs se realizó un estudio de campo el cual nos permitió conocer que tan informadas están las empresas en el término de innovación organizacional, así como las actividades que se realizan en pro de ella. El artículo permite que el lector conozca y entienda la innovación organizacional, así como cuál es su importancia y de qué manera influye en el desarrollo de las PyMEs.

ABSTRACT

The following article represents an analysis about PyMEs in the Laguna region, from an approach of innovation, whit a sample of 95 PyMEs, it made a field investigation which allowed us know the level of knowledge that the companies have about the term of organizational innovation, as well as the activities that they perform on behalf it. The article as well as what is its importance and in what way influences in PyMEs's development.

Palabras clave: innovación, organizacional, pymes, comarca lagunera.

INTRODUCCIÓN

La Comarca Lagunera es el nombre que se le da a la Zona localizada entre los márgenes del Río Nazas, conformada por las ciudades de Torreón, Matamoros, Viesca, San Pedro y Francisco I. Madero en el estado de Coahuila, y las ciudades de Gómez Palacio y Ciudad Lerdo en el estado de Durango. En esta zona se encuentran 793 pequeñas y 213 medianas empresas aproximadamente, de las cuales se tomo una muestra de 95 pequeñas y medianas, para poder conocer que tanto conocen y aplican la Innovación Organizacional, la cual debe es fundamental para la estabilidad y crecimiento de estas.

Algunos autores como Porter (1996) consideran que las estrategias de innovación son importantes medios para el desarrollo organizativo, ya que por la falta de sostenibilidad de la ventaja competitiva de los mercados y las tecnologías se han tenido que adoptar herramientas estratégicas que puedan proporcionar una posición única y valiosa para la eficacia corporativa. Y por otro lado el economista austriaco, Schumpeter (1942), afirma que la innovación representa la fuerza motriz del desarrollo económico, pues asegura una alternancia cíclica de prosperidad y expansión económica. Sin embargo, el panorama ha cambiado de manera considerable en las organizaciones conforme ha ido avanzando el siglo XXI y varias tendencias económicas están causando un gran impacto en su nivel organizativo. El objetivo del presente artículo es dar conocer el grado de innovación organizacional de las PyMEs en la Comarca Lagunera.

[1] Adriano García Erendida; Universidad de Coahuila. eree.adrianoo@gmail.com
[2] M.C. Mendoza Wong Lilibet; Universidad de Coahuila; lilibetmendoza1@hotmail.com

MARCO TEORICO

"Se entiende por innovación la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología. Las actividades de innovación incluyen todas las actuaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen a la innovación. Se consideran tanto las actividades que hayan producido éxito, como las que estén en curso o las realizadas dentro de proyectos cancelados por falta de viabilidad." (Director OTRI UNED, septiembre 2010).
"La innovación implica la utilización de un nuevo conocimiento o de una nueva combinación de conocimientos existentes. La obtención de nuevo conocimiento se realiza mediante una o varias de las actividades señaladas a continuación" (Manual de Oslo, 2005).

Existen cuatro tipos de innovación dentro del Manual de Oslo (2005):

- Innovación del producto
- Innovación del proceso
- Innovación organizativa
- Innovación de marketing

"Las micro, pequeñas y medianas empresas (PyMEs), constituyen la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y asimismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PyMEs que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país. Por la importancia de las PyMEs, es importante instrumentar acciones para mejorar el entorno económico y apoyar directamente a las empresas, con el propósito de crear las condiciones que contribuyan a su establecimiento, crecimiento y consolidación."

(http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html; consulta el día 23 junio 2016).

"La innovación es fundamental para la supervivencia de las organizaciones. Recientemente, se ha convertido en uno de sus motores más importantes, pues apoya el cumplimiento de los retos y la dinámica de las fuerzas internas y externas al traer nuevas ideas para los productos, servicios y procesos que puedan dar valor a dichas organizaciones" (Milhim y Schiffauerova, 2013).

Amabile (1990) menciona que la estructura en un modelo de creatividad e innovación organizacional en el que la conducta creativa se divide en tres componentes principales: Dominio de las habilidades relevantes, habilidades creativas relevantes y motivación. El dominio de habilidades relevantes incluye experiencia, conocimiento y habilidad acumulada a través del aprendizaje formal e informal. Habilidades creativas relevantes incluye generación de ideas, estilos de aprendizaje y de trabajo, características de personalidad, estilos cognitivos incluyendo el pensamiento crítico. Motivación incluye las formas intrínseca y extrínseca. En la primera la conducta está orientada por la realización personal y en la segunda metas externas guían el quehacer del sujeto.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de investigación es Cualitativo, y el diseño es no experimental, se aplico técnica de entrevista en base a cuestionario estructurado, con un muestreo no probabilístico a conveniencia, tomando como base el padrón del SIEM y se obtuvo una muestra de 95 empresas de las cuales fueron 78 pequeñas y 17 medianas, se les visito y entrevisto al gerente administrativo de cada una de ellas. Para la realización de

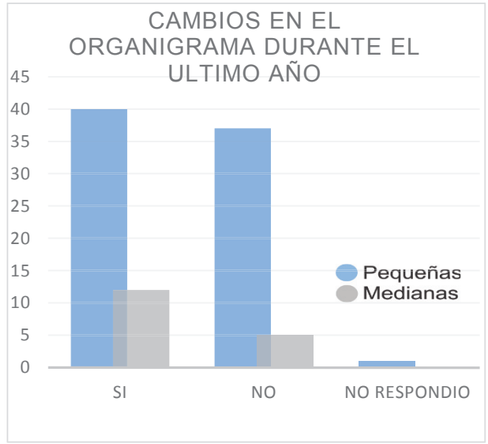
esta investigación se realizo trabajo de campo e investigación documental, basada en artículos de biblioteca digital y otras fuentes secundarias.
La entrevista está constituida por dos partes; en la primera, se pidieron los datos de identificación de la empresa y en segunda, los datos del propietario, su perfil contable, así como información sobre el tema de innovación organizacional.

RESULTADOS



Grafico 1 Innovación organizacional (fuente propia)

El grafico 1 muestra que las pequeñas empresas no están tan ligadas a este término y en cambio las medianas empresas conocen y aplican este tema para beneficiar las funciones que se llevan a cabo en sus empresas. Por lo cual el grado de innovación organizacional de las medianas empresas es mayor que el de las pequeñas.



Grafica 2 Cambios en el Organigrama (fuente propia)

En el grafico 2 se puede ver que los cambios en el organigrama de las pequeñas empresas no han sido tan drásticos como en las medianas, esto podría ser a causa de que las medianas empresas aplican más la innovación organizacional y es por esto que los puestos se cambian para un mejor y más ágil aprovechamiento de las habilidades y conocimientos con los que cuenta el personal de la empresa.

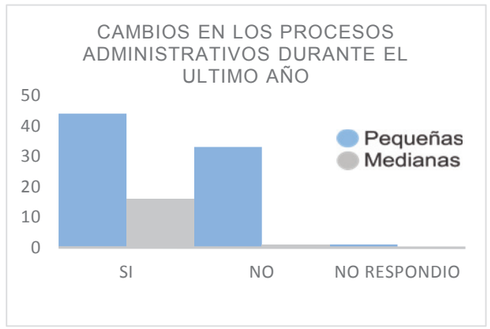


Grafico 3 Cambios en los procesos administrativos (fuente propia)

Se puede observar en el grafico 3 que si hay cambios en los procesos administrativos de las empresas, pero de igual manera que en el grafico 1 las medianas empresas aplican más esta cuestión que las pequeñas, aunque estas últimas si toman en cuenta también que existen beneficios al modificar los procesos que se utilizan para administrar las empresas.

CONCLUSIONES

Puedo concluir que el objetivo de esta investigación se logró debido a que se pudo conocer el grado de innovación organizacional con el que cuentan las PyMEs.

Se identifico que hace mayor información sobre innovación en las PyMEs y no solo eso, si no también, dominarlo en su totalidad y aplicarlo porque todo esto traería grandes beneficios a sus empresas, así como también ayudaría a que las PyMEs no desaparezcan.

La innovación no debe dejarse a un lado es realmente muy importante, si una empresa no innova puede correr el peligro de perder competitividad y productividad; la innovación organizacional aplicada en las PyMEs puede ser una gran fortaleza para estas.

De igual manera quiero resaltar que las pequeñas empresas podrían escalar a medianas fácilmente si la innovación es promovida intensivamente en la cultura organizacional.

BIBLIOGRAFIA

Porter, M. E (1996). What is strategy? Harvard Business Review, 74 (6), 61-78.

Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development. Cambridge, ma: Harvard University Press.

Schumpeter, J. A. (1942). Capitalism, Socialism and Democracy. Nueva York, ny: Harper.

Sixto Jansa (septiembre 2010) DIRECTOR OTRI UNED. http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,23280929&_dad=portal (consulta el día 23 junio 2016)

Manual de Oslo (2005) Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Eurostat, Grupo Trasga, Tercera Edición, España.

PROMEXICO, http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html (consulta el día 23 junio 2016)

Milhim, H. B., Schiffauerova, A. (2013). Towards Formalizing and Formulating the Successful Organizational Innovation Process. Journal of Integrated Design and Process Science, 17(2), 5-21.

Amabile (1990). Within you, without you: the social psychology of creativity and beyond. En M.A. Runco & R.S. Albert (Eds). Theories of Creativity (pp 61-91). Newbury Park, C.A Sage.

DIAGNÓSTICO DE LA TRAYECTORIA ESCOLAR DE LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y FINANZAS DE LA UNIDAD ACADÉMICA MULTIDISCIPLINARIA ZONA MEDIA DE LA UASLP

Sandra Verenice Aguilar Hernández[1] y Héctor López Gama[2]

RESUMEN

Mediante el análisis de los principales indicadores de la trayectoria escolar, el presente estudio tiene como objetivo principal generar un diagnóstico de la trayectoria escolar de los estudiantes de la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media (UAMZM), esto con el propósito de detectar y responder a tiempo a las necesidades que se presenten durante su formación. El estudio se basa en un enfoque documental, transversal y descriptivo, ya que busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de las variables y/o conceptos. Los resultados pretenden ofrecer un diagnóstico de la trayectoria escolar de los estudiantes de las últimas tres generaciones de la Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas de la UAMZM, considerando los principales indicadores, tales como el rendimiento académico, rezago, deserción e índice de reprobación.

Through the analysis of the main indicators of school career, the present study has as main objective to generate a diagnosis of the school career of students Multidisciplinary Academic Unit Central Zone (UAMZM), it´s do in order to detect and respond in time to the needs that arise during their training. The study is based on a documentary, transversal and descriptive approach as it seeks to specify the properties, characteristics and profiles of variables or concepts. The results are intended to provide a diagnosis of the school career of students in the last three generations degree in Accounting and Finance of UAMZM, Considering the main indicators: academic performance, lag, and dropout and failure rate.

Palabras Clave: Diagnóstico, Trayectoria escolar, Indicadores.

INTRODUCCIÓN

México tiene una larga tradición e historia con las instituciones de educación superior, la universidad más antigua del país fue fundada en 1551 siendo una de las primeras instituciones que se creó después de la conquista. A partir de esta fecha el sector educativo sufrió grandes trasformaciones, sin embargo, fue después de la segunda mitad del siglo XX y hasta la fecha cuando en la mayoría de los países de la región se experimentó un crecimiento sin precedentes en el ámbito de las Instituciones de Educación Superior (IES), tanto en el tipo de instituciones, como en el número de estudiantes, profesores y áreas de investigación (Cruz y Cruz, 2008).
Hoy en día los estudios acerca de la trayectoria escolar de los alumnos de las diferentes instituciones de educación superior se han convertido en una necesidad y una obligación, debido a que buscan detectar y responder en tiempo a las necesidades y oportunidades identificadas en las diferentes etapas de formación del estudiante con el fin de contribuir al desarrollo de los conocimientos, habilidades, actitudes y aptitudes durante su estancia académica (García y Barrón, 2011).

[1] Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Carretera Rioverde -San Ciro Km 4, Col. Puente del Carmen, CP. 79617, Rioverde, S.L.P., MÉXICO; asvoc94@gmail.com
[2] Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Carretera Rioverde -San Ciro Km 4, Col. Puente del Carmen, CP. 79617, Rioverde, S.L.P., MÉXICO; hlopez@uaslp.mx

JUSTIFICACIÓN

La importancia de la investigación acerca de las trayectorias escolares reside en que permiten conocer diversas dimensiones de tiempo, rendimiento y eficiencia escolar que pueden incidir en las políticas para la planeación y la evaluación de la educación superior (García y Barrón, 2011). De igual manera Fernández, Peña, y Vera (2006) mencionan que los estudios de trayectoria escolar permiten detectar en un momento dado la problemática que enfrenta el alumno en su vida académica, esta información contribuye a proponer acciones de atención y apoyo al estudiante en tiempo y forma. Para Rangel (2004) conocer los indicadores del proceso educativo es fundamental para dar el seguimiento a la trayectoria escolar, lo cual requiere estar sustentado no sólo en hechos, sino en información estadística sólida, con el fin de tomar las mejores decisiones encaminadas a lograr las metas y objetivos institucionales.

La Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media (UAMZM) es una entidad académica de educación superior dependiente de la UASLP, la cual tiene por objeto la formación de profesionales. Dicha formación implica un proceso de desarrollo en los alumnos durante la permanecía académica. Este trabajo tiene como propósito principal realizar un diagnóstico de la trayectoria escolar de los alumnos de la Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas de la UAMZM de las últimas tres generaciones, identificando los principales indicadores y las necesidades de apoyo.

MARCO TEÓRICO

Los estudios de trayectoria escolar se refieren a la cuantificación del comportamiento escolar de un conjunto de estudiantes (cohorte) durante su trayecto en la estancia educativa, desde su ingreso, durante su permanencia y egreso, hasta la conclusión de las materias y requisitos académicos-administrativos definidos por el plan de estudios. Este tipo de estudios implican el análisis de una serie de indicadores que permiten determinar el comportamiento académico de los estudiantes en su tránsito por la escuela, y proporcionan un diagnóstico (Fernández, Peña y Vera, 2006).

Como ya se mencionó anteriormente, los estudios de trayectoria escolar son de gran importancia para las IES, por ello se presentan algunos análisis e investigaciones importantes, relacionados con la temática de estudio. Gutiérrez, Granados y Landeros (2011) en su trabajo “Indicadores de la trayectoria escolar de los alumnos de psicología de la Universidad Veracruzana” analizaron algunos indicadores de la trayectoria escolar a través de diversas variables como la aprobación, reprobación, sin derecho, egreso, rezago y deserción de los alumnos. La investigación fue de carácter descriptivo transversal de cohortes, aplicada a 870 expedientes de estudiantes de Psicología de la Universidad Veracruzana. Los resultados permiten visualizar a grandes rasgos las características generales de las trayectorias escolares, se observó una clara tendencia a la deserción, al rezago y al menor egreso.

En la investigación de Alanís, Medina y Guzmán (2010) se buscó conocer el comportamiento generacional de los posgrados, licenciaturas y carreras técnicas del Centro Universitario de la Ciénega del estado de Guadalajara. La población total del estudio fue de 24,676 estudiantes admitidos, a los que se les aplicó un análisis longitudinal de las trayectorias escolares por cohorte. Obteniendo como resultado que cinco de cada diez alumnos que ingresan logran egresar, por lo menos cuatro de ellos se titulan.

Por otra parte, Rodríguez, Gutiérrez y Salucito (2013), en el estudio “Programa de Trayectoria Escolar en la Facultad de Contaduría y Administración”, se plantearon como objetivo generar una herramienta que permita medir cuantitativamente la situación escolar y trayectoria escolar de sus alumnos para estructurar programas de apoyo y acompañamiento que eviten la deserción escolar y que mejore la eficiencia terminal de la Institución. La investigación fue de carácter bibliográfico y documental donde se analizó a 521 alumnos de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad de Chihuahua. La conclusión de este trabajo refleja que las investigaciones acerca de trayectorias escolares, permiten por una parte detectar en tiempo las necesidades y oportunidades de sus alumnos, conocer las causas de

rezago y reprobación, proporciona información que permite brindar atención oportuna a quienes muestran bajo desempeño escolar con situación escolar irregular o de rezago, para con ello disminuir los índices de reprobación y deserción.

MODELOS

Frecuentemente el término de trayectoria escolar no se vincula con un indicador en específico, sino más bien, se ha asociado a un conjunto de indicadores con peculiaridades específicas. En esta sección se muestran algunos de los indicadores más determinantes dentro de la permanencia académica del alumno.
García y Barrón (2011) explican que el término trayectoria escolar está estrechamente vinculado a la eficiencia terminal, considerado como el indicador más importante en las evaluaciones institucionales; también se relaciona con la deserción, rendimiento académico y el rezago, considerados factores vinculados a la eficiencia terminal.

Para identificar los indicadores que determinan la trayectoria escolar, Ponce (2003) realizó un estudio de carácter descriptivo en el cual cuantificó los fenómenos que influyen en la trayectoria escolar de los estudiantes, tomando como punto de partida los indicadores descritos en la Tabla 1.
Por su parte Fernández, Peña y Vera (2006) mencionan cinco indicadores como determinantes del trayecto escolar de los estudiantes, ver tabla 1.

Tabla 1: Indicadores de trayectoria escolar

	Indicadores
Fernández, Peña y Vera (2006)	• Rendimiento escolar • Reprobación • Aprobación • Fracaso escolar • Deserción
García y Barrón (2011)	• Rendimiento escolar • Rezago • Deserción • Eficiencia terminal
Ponce (2003)	• Eficiencia Terminal (ET) • Eficiencia de Egreso (EE) • Rezago Educativo (RE) • Tasa de Promoción (TPR) • Tasa de Deserción (TD) • Eficiencia Terminal de Titulación (ETT) • Tasa de Retención (TR) • Tiempos Medios de Egreso (TME) • Tasa de aprobación (TA) • Rendimiento escolar (RE)

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que el objetivo es realizar un diagnóstico de la trayectoria escolar de los alumnos, en esta investigación se tomarán en cuenta cuatro indicadores: rendimiento académico, deserción, rezago e índice de reprobación, ver figura 1.



Figura 1: Indicadores de trayectoria escolar

MARCO CONCEPTUAL.

Conceptualización de diagnóstico.
La Real Academia Española (2016) define "diagnostiar" al hecho de recoger y analizar datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.

Para Brueckner y Bond (1981) diagnóstico implica tres problemas:

- Comprobación y apreciación del progreso del alumno hacia las metas educativas establecidas.
- Identificación de factores en la situación enseñanza-aprendizaje que puedan interferir en el óptimo desarrollo individual de estudiante.
- Adaptación de los aspectos de la situación enseñanza-aprendizaje las necesidades del alumno para asegurar su desarrollo continuado.

Conceptualización de trayectoria escolar.
La noción de trayecto supone un proceso de transformación de los sujetos que ocurre en el transcurso del tiempo y que supone la apropiación, la significación y la utilización contextuada de objetos y recursos tanto intelectuales como institucionales (Ramírez et al., 2009).
La consideración de la trayectoria escolar supone una descripción cuali-cuantitativa del recorrido que realizan los estudiantes en su tránsito por los distintos años que conforman un determinado ciclo formativo (Ferreyra, Scasso, y Mayer, 2013). A su vez Fernández, Peña y Vera (2006) difinen la trayectoria como el conjunto de factores y datos que afectan y dan cuenta del comportamiento escolar de los estudiantes durante su estancia en la universidad; acorde con lo anterior se considera la trayectoria escolar como el comportamiento académico de un individuo, que incluye el desempeño escolar, la aprobación, la reprobación, el promedio logrado, entre otros a lo largo de los ciclos escolares (García y Barrón, 2011).

Mediante el análisis de la trayectoria escolar su puede determinar el comportamiento académico de los estudiantes en su tránsito por la escuela, y proporcionar un diagnóstico institucional a través del cual se pueden identificar fortalezas y debilidades de las instituciones educativas (Fernández, Peña y Vera, 2006).

Indicadores
La dimensión de la trayectoria escolar se apoya en la utilización de ciertos indicadores que permiten explorar la situación o estado escolar. Los indicadores de trayectoria escolar son mecanismos de

recolección de información y su adecuada sistematización constituye un primer paso indispensable para realizar estudios sobre las trayectorias. Los indicadores permiten consolidar bases firmes para apoyar el diseño de estrategias para su atención (Chaín-Revuelta y Ramírez 1997). Para Gutiérrez, Granados, y Landeros (2011) abordar las trayectorias escolares a través de un conjunto de indicadores permite considerar la diversidad de trayectorias lo cual permiten visualizar a grandes rasgos las características generales de las trayectorias escolares de nuestros estudiantes.

- Rendimiento académico

El elemento principal para la medición del comportamiento académico es el rendimiento escolar, el cual según García y Barrón (2011) se refiere al grado de conocimientos que, a través de la escuela, reconoce el sistema educativo que posee el individuo y que se expresa a través de la calificación asignada por el profesor. El rendimiento alude al promedio de calificación obtenido por cada alumno en las asignaturas en las que ha presentado exámenes, independientemente del tipo de evaluaciones que se hayan realizado (Fernández, Peña, y Vera, 2006), dicho promedio se obtiene con las calificaciones de cada alumno y es calculado sumando los valores de interés y dividiendo entre el número de valores sumados.

- Rezago

Para Romero, Rebolledo y Gómez (2005) el rezago implica que los estudiantes que se atrasaron en relación con la generación correspondiente por la no aprobación de una o más materias.

- Índice de reprobación

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2006) definió la reprobación como el número o porcentaje de alumnos que no han obtenido los conocimientos necesarios, establecidos en los planes y programas de estudio, de cualquier grado o curso y que por lo tanto se ven en la necesidad de recusar algunas asignaturas.

- Deserción escolar

La deserción escolar constituye por su magnitud un problema importante del sistema nacional de educación formal. Las altas tasas de abandono de los estudios que se producen en todos los niveles educativos tienen incidencia negativa sobre los procesos políticos, económicos, sociales y culturales del desarrollo nacional. A nivel nacional sólo seis de cada diez alumnos que ingresan al nivel superior logran terminar sus estudios satisfactoriamente, y es en ese nivel donde se registra el mayor número de desertores y es donde se encuentra el mayor índice de rezago educativo en nuestro país (Juárez, Buentello y Valenzuela, 2013).

La deserción, involucra el abandono de los cursos o la carrera a los que se ha inscrito el estudiante, dejando de asistir a las clases y de cumplir con las obligaciones establecidas previamente (Fernández, Peña y Vera, 2006). De acuerdo con Ferreyra, y Patiño (2013) el abandono no necesariamente es definitivo: existe un conjunto de estudiantes que abandona durante el ciclo escolar y al año siguiente se vuelve a inscribir.

METODOLOGÍA

La educación superior es compleja, al igual que las trayectorias escolares. Sin embargo, frente a la necesidad de la toma de decisiones para poner en práctica acciones, "resulta indispensable llegar a algún tipo de generalizaciones y de identificación de aspectos particulares sobre los que se pueda influir, con base en la verdad estadística" (González, Castro, y Bañuelos, 2011).

El estudio es de carácter documental, transversal y descriptivo, en la cual se consultan diversos libros y documentos que abordan el tema de Trayectoria Escolar y se obtienen datos de una misma población dentro de su estancia en la universidad, para seleccionar sus rasgos fundamentales realizando una descripción de sus características (Bernal, 2010). Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su

incidencia e interrelación en un momento dado. Pueden abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores. El procedimiento consiste en medir en un grupo de personas una o más variables y proporcionar su descripción (Hernández, Fernández y Batista, 2006). Y al ser de carácter diagnóstico en el que se muestra descripción de perfiles, se realiza un estudio descriptivo.

RESULTADOS ESPERADOS

Ofrecer un diagnóstico de la trayectoria escolar de los estudiantes de la Licenciatura en Contaduría Pública y Finanzas de la UAMZM de las últimas tres generaciones, considerando los principales indicadores (rendimiento académico, rezago, deserción e índice de reprobación), lo cual permita identificar las necesidades de apoyo de los alumnos dentro de su permanencia académica.

BIBLIOGRAFÍA

Ariza Ordóez , G. I., y Ocampo Villegas, H. B. (enero-junio de 2005). El acompañamiento tutorial como estrategia de formación personal y profecional. *Universitas Psychologica*, 31-41. Obtenido de http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=64740104

Barranco Ransom, S. M., y Santacruz López, M. D. (1995). *Los egresados de la UAA: Trayectoria escolar y desempeño laboral.* México: Aguascalientes, Ags.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera edición ed.). (Orlan, y O. Fernández Palma, Edits.) Colombia: Pearson Educación. Recuperado el Junio de 2016

Bolaños Hidalgo, A. J. (2014). Proyecto de acompañamiento a estudiantes de pregrado de la facultad de educación. Lima, Perú. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/5688

Brueckner , L., y Bond, G. L. (1981). *Diagnóstico y tratamiento de las dificultades en el aprendizaje* (14 ed.). Madrid, Madrid: Ediciones Rialp.

Cruz, L. Y., y Cruz, L. A. (Julio de 2008). La educación superior en México. Tendencias y desafíos. *Avaliação, 13*(2), 293-311.

Fernández, P. J., Peña, C. A., y Vera , R. F. (2006). Los estudios de trayectoria escolar. Sua aplicación en la educación media superior. *Graffylia: Revista de la Facultad de Filosofia y letras.*, 24-29. Recuperado el 21 de Junio de 2016, de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2290466

Ferreyra, H. A., Scasso, M. G., y Patiño Mayer, M. (2013). La educación secundaria en Argentina: una mirada estadística de las trayectorias escolares. *Magistro*, 25-50.

García, O., y Barrón, C. (2011). Un estudio sobre la trayectoria escolar de los estuciantes de doctorado en Pedagogía. *Perfiles educativos, 33*(131), 94-113. Recuperado el 21 de Junio de 2016, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttextypid=S0185-26982011000100007ylng=esytlng=es.

González, M. A., Castro, L. E., y Bañuelos, R. D. (2011). Trayectorias escolares. El perfil de ingreso de los estudiantes de Ciencias Químicas. *Revista Latiniamericana de Estudios, XLI*, 119-138.

Gutiérrez García, A. G., Granados Ramos, D. E., y Landeros Velázquez, M. G. (2011). Indicadores de la trayectoria escolar de los alumno de psicologia de la univerdiad Veracruzana. *Actualidades Investigativas en Educación, 11*(3), 1-30.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Batista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación.* México, DF: McGraw-Hill.

Juárez, I. D., Buentello, M. C., y Valenzuela, S. N. (2013). Decerción escolar. Factores que determinan el abandono escolar. *XXVI Congreso internacional sobre innovaciones en docencia e investigación en ciencias económico administrativas.* Sinaloa.

Lim Kok Seng, E., y Cheng, R. (2012). Exploring factors influencing first year underachievers' Academic performance at a school of business. *Review of higher education and self-learning, 5*(15), 90-99.

Ramírez Muro, C., y Chaín Revuelta, R. (abril-junio de 1997). Trayectoria escolar: un estudio sobre la eficiencia termina en la Universidad Veracruzana. *Revista de la educación superior*(102), 79-98.

Ramírez, S., Remblado, F., Viera, L., Ros, M., y Wainmaier, C. (2009). Condicionantes de la trayectoria escolar de fórmacion en carreras científico tecnológicas: las visiones de los estudiantes. *Perfiles Educativos*(124), 8-21.

Rangel, J. (enero-marzp de 2004). Curvas de proyección de trayectoria escolar y mapas de probabilidades de egreso. *Revista de educación superior, 33*(129), 11-29.

Real Academia Española. (Junio de 2016). *Diccionario de la lengua Española*. Obtenido de http://dle.rae.es/?id=De7qNYD

Tinto, V. (1975). Dropout from higher education, a theoretical synthesis of recent research. *Review of educational research, 45*(1), 89-125.

IMPACTO DE LOS COSTOS EN LAS FINANZAS, ANALISIS DE IMPUESTOS Y SU EFECTO FINANCIERO EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES EN IRAPUATO

María Fernanda Aguilar Segura[1] y Emilia Méndez Ramírez[2]

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis de los costos como son; sueldos y salarios, impuestos y gastos de distribución, respecto de su efecto en las finanzas de las microempresas comercializadoras de abarrote en Irapuato, para esto se llevó a cabo un estudio mixto donde se analizó una muestra de 310 empresas, obteniendo como resultado que todas pagan impuestos. En su generalidad las que venden al mayoreo, tienen empleados y el resto no. En relación a sus costos de distribución el control de inventarios y la entrega de sus productos se tienen identificados. Se emplearon cuestionarios cuyas respuestas se utilizaron en el programa SPSS el cual arrojo diversos resultados estadísticos.

ABSTRACT

The object of this work its make this analysis of costs like: salaries, taxes and distribution, respect to the finances of grocery stores in Irapuato. For this we make an study of 310 stores as a result, all of them pay taxes. In general those who sell more than the others have employers but no who sell in low quantity. Respect to costs of distribution this markets have a high control in their inventory and the ship date for his products. We also make questions and the answers were put on the program SSPS who give us this statistics analysis.

Palabras clave: Costos, Impuestos, Sueldos y Salarios, Costos de distribución.

INTRODUCCIÓN

En el municipio de Irapuato Guanajuato existen aproximadamente 1,616 microempresas del sector abarrote (SIEM, 2016), de las cuales no se tiene un estudio exacto de cómo afecta el costo de sueldos y salarios, impuestos y costos de distribución en sus finanzas, debido a su pronta apertura y cierre de algunas de ellas.

A lo largo de la historia de este tipo de comercios en México, los abarrotes se han convertido en productos de primera necesidad, por lo tanto, altamente redituables cuando se lleva a cabo una planeación, uno de los negocios más tradicionales y antiguos del país, está en riesgo por varios factores. (Economista, 2014). Las tiendas de abarrote tienen una importante participación en la economía del país y en el estado de Guanajuato, del total de los establecimientos, 95.4% ocupa de 0 a 10 personas. ((INEGI), CENSOS ECONOMICOS , 2014).

Uno de los factores que afecta a las microempresas son los competidores mayoristas nacionales y extranjeros, quienes, por estar delante de los productores nacionales y tener sistemas de costos que lo proveen de una información fehaciente y confiable para una mejor toma de decisiones, les permite diseñar estrategias, lo cual les da un mayor rango de factibilidad. Muchas de estas competencias tienen

[1] [1]Universidad Autónoma de Coahuila, Licenciatura en Administración Financiera, Boulevard Venusiano Carranza sin nuero, Colonia Republica Saltillo,C.P: 25280, Torreón, Coahuila, ferss_as@hotmail.com
[2] [2]Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, Ingeniería en Gestión Empresarial, Carretera Irapuato - Silao km. 12.5, C.P: 36821, Irapuato, Guanajuato, emmendez@itesi.edu.mx

grandes posibilidades de crecimiento porque sus costos son mejor administrados y en cuanto a los impuestos que pagan las empresas, estos son mejor distribuidos. Esta eventualidad provoca que dentro de las microempresas de abarrotes nacionales, sea la causa de que frecuentemente no se puede explicar cómo, a pesar de vender o trabajar más, no haya mayores utilidades o mejor liquidez. Una de las principales metodologías que responden al nuevo sistema de costos (costos ABC) para incrementar la competitividad de las empresas es el costeo basado en actividades (Padilla Ramirez, 2005), herramienta que facilita el proceso de toma de decisiones, así como el diseño de estrategias de las empresas, al ofrecer información más exacta y confiables acerca de los costos que los otros sistemas de información tradicionales.

En las microempresas, dentro de sus operaciones que realizan, los pagos de sueldos y salarios, costos de distribución e impuestos, son algunos de los más relevantes, convirtiendo la situación económica de las mismas en un problema para la obtención de una rentabilidad mayor, oportunidad de expansión o crecimiento, haciéndoles difícil entrar a un entorno de competencia. ¿Qué tanto conocen las empresas acerca del reflejo de lo costos dentro de sus finanzas?

El objetivo de esta investigación consiste en analizar y evaluar los impuestos, sueldos y salarios, además de algunos costos de distribución a las microempresas comercializadoras en Irapuato y definir el impacto como costo o salida de efectivo.

Es por eso la importancia de efectuar un análisis considerando el costo o salida de efectivo. Realizando un estudio estadístico, obteniendo que efectivamente los riesgos que enfrentan las microempresas de abarrotes son la elevación de precios en cuanto a las contribuciones fiscales, el costo que les genera desconocer acerca de sus mermas en relación a sus productos, canales de distribución, gastos de transporte y el tener que pagar un salario incluyendo la responsabilidad que implica tener trabajadores.

MÉTODOS Y MATERIALES

La definición del trabajo fue a base de la utilización de una investigación cualitativa y cuantitativa que comúnmente es mejor conocida como mixta, esta permitió tener una perspectiva amplia y profunda, ya que se tomaron las fortalezas de cada método y así se pudieron explorar distintos niveles del problema de estudio. (Sampieri 2010).

En el trabajo nos enfocamos a las microempresas comercializadoras de abarrote en Irapuato respecto de los costos que les generan las operaciones que realizan, específicamente nos enfocamos en los sueldos y salarios, impuestos y costos de distribución. Para delimitar el análisis se tomó una muestra de la población del sector abarrotes que existe en el municipio. La ecuación (1) propuesta, es para calcular muestras de población finita, la cual determinó el tamaño de la muestra que se tomó.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq} \quad (1)$$

Dónde: n es igual al tamaño de la muestra, Z es el nivel de confianza, p es la variable positiva, q es la variable negativa, N es el tamaño de la población, E es la precisión o error.

Para poder realizar dicho estudio fue necesario la aplicación de encuestas en donde antes de aplicar la encuesta se contó con una validación por expertos de dicho cuestionario. Después de haber aplicado la encuesta fue utilizado el programa SPSS de análisis estadístico en el cual se hizo el vaciado de respuestas el cual nos generó un análisis descriptivo.

RESULTADOS

Para el análisis que se realizó del total de la 310 microempresas de abarrotes, los siguientes resultados obtenidos según el programa SPSS, entre los más representativos en cuanto al pago de impuestos, sueldos y salarios y costos de distribución, son los que se muestran a continuación:

Los resultados obtenidos de la ecuación (1) fueron Dónde: Para un nivel de confianza del 95%, tenemos que p(Z)=0.95 si Z=1.96. Para la variabilidad positiva que es p y la negativa que es q se tiene; p=q=0.5. Para el tamaño de la población que es N se tiene; N=1616. Considerando el error o precisión es E=0.5 que es el 5%. Dando la muestra representativa de esa población n=310.

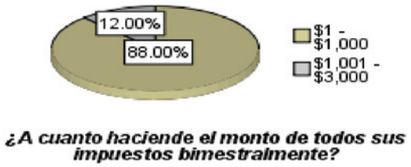


Figura 1. Costos de Impuestos. Fuente: Elaboración propia.

En la figura 1. Se muestra que el 88% de la población de las empresas comercializadoras de abarrotes en Irapuato pagan entre $1 y $1,000 pesos bimestralmente en cuanto al pago de impuestos, como es el IVA, ISR y CEDULAR.

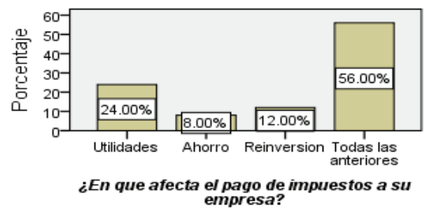


Figura 2. Costos de Impuestos.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 2. Se muestra que al 56% de la población de las empresas comercializadoras de abarrotes en Irapuato, el pago de impuestos les afecta en utilidades, ahorro y reinversión, mientras que del resto de la población el 24% solo les afectan en utilidades, el 8% solo les afecta en ahorro y el 12% solo les afecta en reinversión.

Adentrándose más al tema que corresponde a los impuestos tenemos los siguientes resultados:

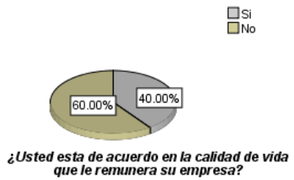


Figura 7. Costo de Impuestos

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 7. Se observa que el 40% de los microempresarios están de acuerdo con la calidad de vida que les remunera su empresa y el 60% siendo la mayoría no está de acuerdo.

Como se muestra en los resultados respecto al costo que afecta a las finanzas de las microempresas comercializadoras de abarrote referente a los impuestos, podemos observar que efectivamente el pago de estas contribuciones se convierte en un costo para las mismas, reduciendo las utilidades, las cuales son la principal fuente de financiamiento. A mayores impuestos, menor rentabilidad y menor reinversión de utilidades. Esto trae como consecuencia que los microempresarios no estén conformes en cuanto a la calidad de vida que les remunera su empresa.

La modificación de las leyes fiscales trae consigo un cierre significativo de microempresas, que generalmente no cuentan con fondos para solventar gastos, impactando de manera significativa a las finanzas de todo el recurso humano que integra la microempresa, por ello se ven limitadas a expandirse para hacer crecer su negocio.

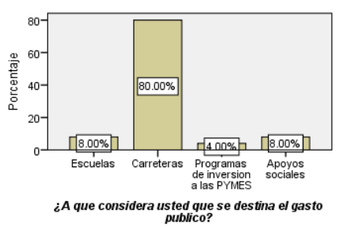


Figura 8. Costo de Impuestos.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 8. Representa que los microempresarios consideran que el 4% de los ingresos por impuestos van destinados a programas de inversión a las PYMES, el 8% va destinado a escuelas, el otro 8% a apoyos sociales y por último el 80% se invierten en carreteras.

Los microempresarios comentan que la inconformidad no es evitar pagar impuestos, porque están de acuerdo que para que una nación pueda desarrollarse requiere de ingresos para solventar el gasto público de la misma, el impuesto es una manera de retribuir al gobierno un poco de lo que tenemos gracias a

nuestro esfuerzo en el trabajo día con día por lo tanto se convierte en un costo que tienen que solventar las empresas, para que este a su vez nos brinde una mejor calidad de vida, pero ellos aseguran que la distribución de los recursos no es adecuada.

CONCLUSIONES

Este proyecto última que las nuevas disposiciones fiscales podrían oprimir económicamente y llevar a la ruina a miles de abarroteros del país; y esto es una pésima medida que debe revertirse, incluso podría incrementar las actividades económicas informales.

Con esta investigación se descubrió que las microempresas comercializadoras en Irapuato, a pesar de pertenecer al Régimen de Incorporación Fiscal (RIF) que permite que las personas físicas que tengan pequeños negocios o presten servicios cumplan con sus obligaciones tributarias fácilmente y tengan acceso a servicios de salud, a crédito de vivienda, préstamos para hacer crecer su negocio o iniciar uno, descuento en el pago de impuesto al Valor Agregado (IVA) e Impuesto sobre la Renta (ISR) y aun así con todo esto, cierran.

BIBLIOGRAFÍA

(INEGI), I. N. (2009). *CUENTAME INEGI*. Recuperado el 29 de 05 de 2016, de http://cuentame.inegi.org.mx/economia/parque/comercio.html#noLink

(INEGI), I. N. (2014). *CENSOS ECONOMICOS* . GUANAJUATO: INEGI. Recuperado el 2 de 6 de 2014

Economista, E. (3 de Enero de 2014). Obtenido de http://eleconomista.com.mx/antipolitica/2014/01/03/tenditas-riesgo

Padilla Ramirez, D. N. (2005). *CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA* . México: MC GRAW-HILL.

SIEM. (Junio de 2016). Obtenido de http://www.siem.gob.mx/siem/portal/estadisticas/xmun.asp?edo=11

IMPACTO DE LAS TICS EN LAS MIPYMES DE MONCLOVA COAHUILA DEL RAMO COMERCIAL

Carolina Alanís Montellano[1] y Verónica Martínez Vela[2]

RESUMEN

En el presente documento se dan a conocer los principales resultados que se obtuvieron en la aplicación de encuestas, que se realizaron en la ciudad de Monclova Coahuila, donde colaboraron los alumnos del Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano, con sus respectivos asesores; en la cual los resultados obtenidos se utilizaron para idear, nuevas mejoras en las que se aplicarían para pequeñas y medianas empresas, prestando servicios de capacitación , consultoría y asesoría; dándole una mayor expansión de oportunidades, dentro del mercado y fortaleciendo para atribuir nuevas ideas y ser de impacto a sus competencias.

ABSTRACT

In this document , disclosed the main central results , which were obtained in the preparation of the implementation of surveys for a field sampling was performed in the city of Monclova Coahuila, where students of the Higher Technological Institute collaborated Monclova Ejercito Mexicano, with their respective advisers; in which the results were used to design, further improvements would apply to small and medium enterprises , providing services , training, consultancy and advice; giving greater sin offering opportunities within the market and strengthening attributing new ideas and be impact to their skills .

Palabras Clave: MiPyMes, Hardware, Software, Giro de Negocio, TICs.

INTRODUCCIÓN

Actualmente las tecnologías de información y comunicación son indispensables para todas las empresas, el proyecto que se aplicó en una parte del estado de Coahuila, hace referencia a una muestra que vemos que es una área muy importante, ya que hoy mismo se cuenta con las nuevas tecnologías y medios de comunicaciones. Además las TICs hacen que los negocios tengan un auge, que de mayor productividad ante el mercado haciendo diferenciarse entre los demás. Estableciendo un monitoreo de recursos en sus empresas y haciéndolas eficientes de los recursos.

Objetivo General:
Conocer la situación actual de las MiPyMes de la Región Centro de Coahuila en relación con la aplicación de las TICs en una empresa.

[1] Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano, Ing. En Gestión Empresarial, Carretera 57 Km4.5 Lecho del Rio Monclova, Col. Unidad Tecnológica y Universitaria, 25701, Monclova Coahuila, caaro.alanis@live.com
[2] Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano, Academia de Ing. En Gestión Empresarial, Carretera 57 Km 4.5 Lecho del Rio Monclova, Col. Unidad Tecnológica y Universitaria, Monclova Coahuila, mtz.vela@gmail.com

MARCO TEORICO

El proyecto nos habla de la gran importancia que tiene el uso de las TIC en las MiPymes, ya que permite entre otras ventajas destacadas, ahorrar en los costos de los procesos de la empresa en un corto y mediano plazo, y abrir nuevos canales de venta o comunicación con los actuales y/o nuevos clientes, situación que representa una ventaja competitiva para las compañías, ya que posibilita el acceso a nuevos mercados.

"Es muy común ver MiPymes que nacen con TIC muy básicas como teléfonos celulares, algunas PC y correos electrónicos, adquiridos en forma gratuita en la red. Con el paso del tiempo, estas empresas empiezan a adquirir sistemas de comunicación más avanzados como bases de datos, sistemas de gestión de inventarios.

En todo caso, toda MiPymes que considere aumentar su presencia a través de Internet debe, también, tener muy claro de qué forma esta se alinea con la estrategia que esté persiguiendo"
Las Tecnologías han incrementado su importancia por el gran uso en los negocios, ya que existe una gama de apoyos para mejoramiento de las empresas y organizaciones.

MÉTODOS Y MATERIALES

Diseño Metodológico.- el presente estudio se caracteriza por ser una investigación de campo, cuantitativa y cuya derivación expositiva es de tipo descriptiva.

Muestra.- La muestra fue seleccionada de manera estratificada, partiendo de las bases de los datos del INEGI y el tamaño de la misma, se determinó tomando como paramento la tabla correspondiente, con un 95% de nivel de confianza y un error máximo aceptable del 5 % reportándose una Muestra representativa de 340 empresas.

Instrumento de Medición.- La técnica utilizada fue la encuesta, obteniéndose la información mediante un cuestionario, estructurado.

Procesamiento Estadístico.- Se utilizó el programa Microsoft Excel, a fin de calcular frecuencias y medias con los datos obtenidos en escala a las empresas.

La encuesta fue basada en un cuestionario de preguntas, ya basadas en la investigación que se deseaba obtener, con el uso de las TICs en las organizaciones dentro de los mercados.

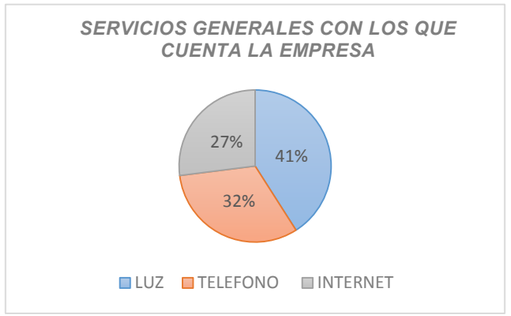
La lista de materiales constaba de computadoras, impresoras, laptops, copiadora convencional y de tickets , scanner, rack, teléfono, celular, conexión alámbrica e inalámbrica, así como que sistemas operativos son con los que contaban sus computadoras y de que softwares hacían uso en caso de realizar facturación electrónica.

La segunda parte de la encuesta era contestada por los encuestadores, y era referente a lo visual que podíamos observar del local. Esto era si contaban con logotipo y nombre visible, así como si estaba como MR. También si tenían estacionamientos, y en caso de que si, cuantos cajones tenían disponibles. De igual manera teníamos que observar con contaban con canaletas para ocultar el cableado de sus computadoras, y puertos de HUBS, y si hacían uso del internet para darse a conocer: Instagram, Facebook, Twitter, Etc.

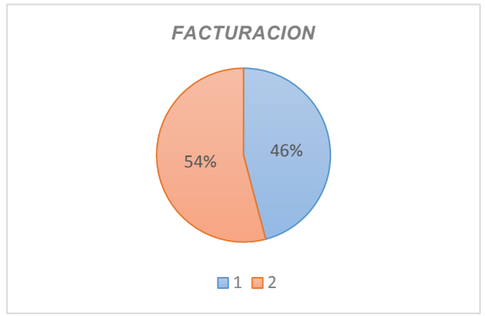
Por último, se enfocaba por la observación del encuestador, si contaban con seguridad en su local, esto refiriéndonos a si hacían uso de cámaras, puertas de seguridad, cortinas, protectores, alarmas, o el uso de guardias de seguridad dentro y fuera de los negocios, ya que todo esto se refregaba visualmente.

RESULTADOS

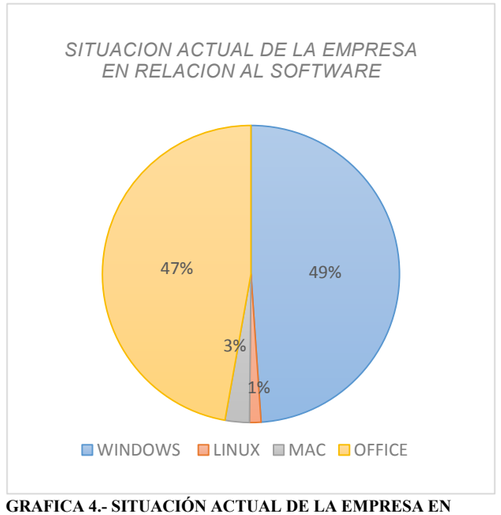
A continuación se presentaran los datos obtenidos por las encuestas realizadas en la ciudad de Monclova Coahuila, se mostraran en las siguientes graficas:



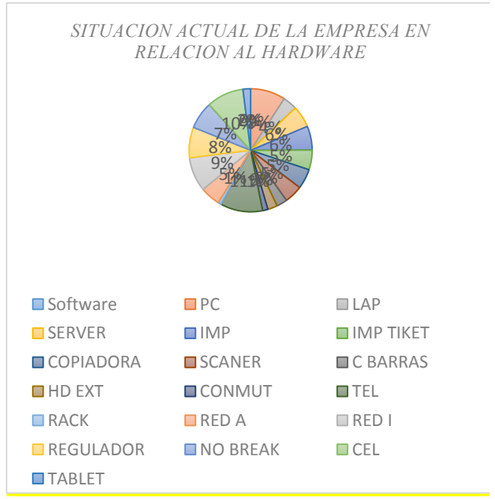
GRAFICA 1. SERVICIOS GENERALES CON LOS QUE CUENTA LA EMPRESA



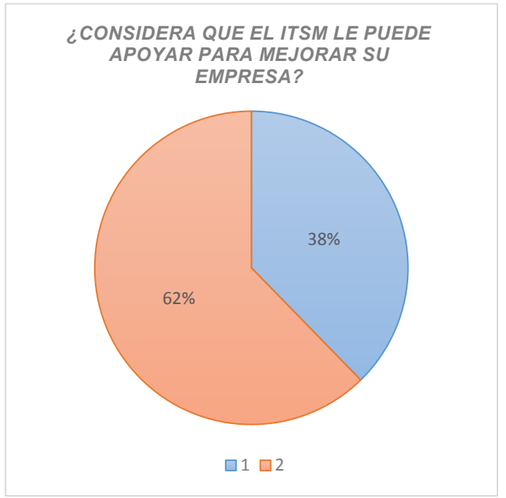
GRAFICA 2.- FACTURACION



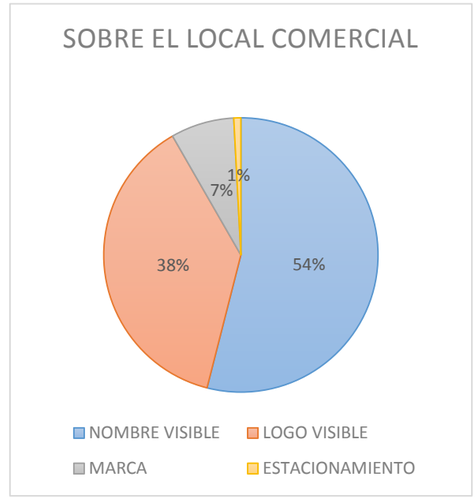
GRAFICA 4.- SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA EN RELACIÓN AL SRTWARE



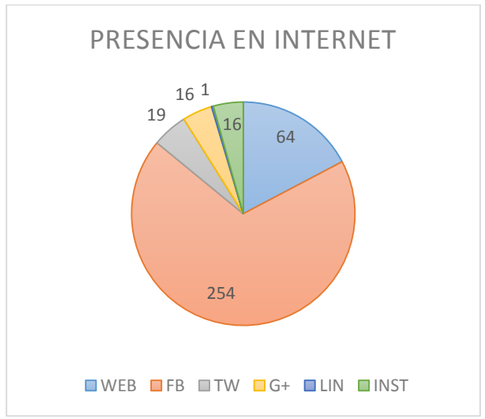
GRAFICA 3.- SITUACION ACTUAL DE LA EMPRESA EN RELACION AL HARDWARE



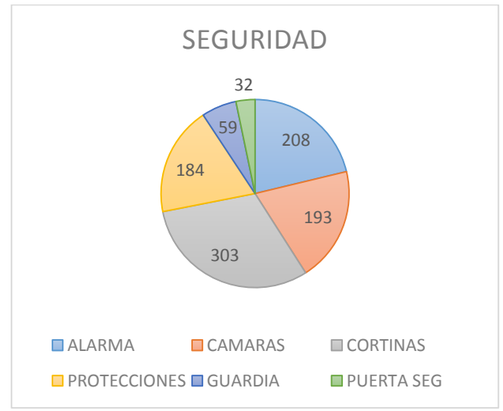
GRAFICA 5.- CONSIDERA QUE EL ITSM LE PUEDE APOYAR PARA MEJORAR SU EMPRESA



GRAFICA 6.- SOBRE EL LOCAL COMERCIAL



GRAFICA 7.- PRESENCIA EN INTERNET



GRAFICA 8.- SEGURIDA

CONCLUSIONES

Este proyecto fue apoyado de datos que se trabajaron por medio de encuestas y se obtuvieron resultados exitosos, los cuales se llevaron preguntas el servicios generales con los que cuenta la empresa con lo siguiente arrojaron muestras de los resultados de los servicios, con lo que cuentan los negocios, con un porcentaje del 27% las empresas mencionaron que constaban con servicio de internet, ya sea alámbrico e

inalámbrico, con el 41% hace referencia a que los negocios cuentan con luz eléctrica y con el 32% muestra que hacen uso de la comunicación ya sea teléfono o celular. En cuanto a la aplicación de colaboración de la facturación se mostró que los negocios han optado por hacer uso y beneficio de la facturación, dándose de alta en hacienda, ya que la empresa puede ser de mejora a ser incorporada en nuevos beneficios y ser conocedora ante la ciudad.

Por otra parte en la situación actual de la empresa en relación al hardware; se obtuvo los datos de las diferentes herramientas de oficina, donde nos da a conocer si, el negocio o empresas, es conocedora de lo que se menciona como da el caso; celular, regulador, teléfono. Scanner, rack, código de barras, impresora, servidor, laptop, impresora de tickets, etc. Ya que aquí tuvieron variaciones en sus resultados ya que algunos negocios no lo tenían en función o simplemente no contaban con ello. También se pregunta la situación actual de la empresa en relación al software y se concentró que la mayor aplicación fue la de Microsoft office, ya que hace un mejor servicio a los clientes en las empresas, ya sea para formulación de datos entre otras cosas.

El tecnológico también se dio a la tarea de preguntar si era de apoyo para una capacitación, asesoría o algún servicio de consultoría y los negocios tomaron de manera positiva que sí, les ayudaría a una mejora a sus organizaciones. Se tomaron otros datos en cuanto a la imagen del negocio, si mostraba logotipo, algún anunció o si la empresa estaba registrada al IMPI y los negocios tuvieron variaciones ya que era por parte del encuestador solamente de forma visual.

La presencia en internet por redes sociales, hoy en día es un auge en ayuda y apoyo al negocio, también se les pregunto y la mayoría del mercado de las instituciones y negocios optó por la red más conocida como Facebook. Los negocios contaban con la mayor seguridad y los datos mostraron que las empresas se inclinaban más por las cortinas metálicas ya que eran más fáciles de usar y manejarse.

Este proyecto fue considerado una mejora para los negocios y el darse cuenta del impacto de las tics en la ciudad de Monclova y su gran importancia hacen el entorno del mercado.

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea
PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS (2009). “IMPACTO DE LAS TIC EN LAS PYMES” F49REV02 en *PDF,* No. 1, pp. Consultada en www.inpyme.es/pdf/impacto_de_las_tics_en_las_pymes.pdf (08-08-2016).

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN COMO PRÁCTICA EMPRESARIAL EN LAS PYMES

Melisa Alonso Carrillo[1] y Gloria Cristina Palos Cerda[2], César Arturo Guerra García[3]

RESUMEN

El artículo analiza la relación que existe entre innovación y desarrollo en las pequeñas empresas industriales en la ciudad de San Luis Potosí, México. Los fundamentos teóricos son presentados a partir del planteamiento lexicológico del término competencia y definición y tipología de competencia laboral. Adicional a lo anterior, se plantea la actual problemática que enfrenta la pequeña empresa en concordancia a su crecimiento sostenido. El marco contextual del estudio es centrado en describir el dominio económico y ocupacional de las pequeñas empresas en México y San Luis Potosí. Los resultados presentan, de una muestra de 20 empresas del sector industrial, que existe una relación directa entre innovación y desarrollo en las empresas estudiadas en la ciudad de San Luis Potosí, México.

ABSTRACT

The paper analyzes the relationship between innovation and industrial development in small enterprises in the city of San Luis Potosi, Mexico. The theoretical foundations are presented from lexical approach and definition of the term competition and type of job competition. In addition to the above, the current problem facing small business arises in agreement to sustained growth. The contextual framework of the study is focused on describing economic and occupational domain of small businesses in Mexico and San Luis Potosi. The results present, of a sample of 20 companies in the industrial sector, there is a relationship direct between innovation and development in the companies studied in the city of San Luis Potosí, México.

Palabras Clave: Innovación, Tecnologías de la Información, Industria

INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado y competitivo, la innovación es necesaria para que una empresa se desarrolle ampliamente, que no quede rezagada y siga vigente en el mercado. La presente investigación pretende realizar una encuesta exclusivamente a empresas afiliadas a la Asociación Mexicana de Profesionales en Informática (AMPI) para conocer y analizar que prácticas de innovación fueron implementadas en el periodo 2012 al 2014 y saber si fueron realmente significativas para el desarrollo de la empresa

MARCO TEORICO

La mayor parte de un presupuesto del departamento de Tecnologías de la Información se destinaba hacia el mantenimiento y conservación de equipos, con sólo una pequeña fracción del presupuesto destinado para el gasto en innovación para transformar el negocio. (PRICEWATERHOUSECOOPERS, 2010). El papel de los servicios informativos en las empresas cambió. Más que orientación, es a un grado creciente visto como un conductor, el activador de negocio o aún como un arma estratégica (Weiss et al., 2006).

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Urbano Villalón No. 500, Colonia La Ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, 120560@upslp.edu.mx
[2] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Academia de Administración y Gestión; Urbano Villalón No. 500, Colonia La Ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, cristina.palos@upslp.edu.mx
[3] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Academia de Tecnologías de la Información y Telemática; Urbano Villalón No. 500, Colonia La Ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, cesar.guerra@upslp.edu.mx

Esperan que los servicios informativos prueben nuevas tecnologías rápidamente y se realicen ventajas junto con otros departamentos aprovechando estas tecnologías. Más allá del papel de ser un activador de negocio, las tecnologías de la información está buscado estar implicado en el desarrollo de nuevos modelos de negocio o desarrollar activamente nuevos modelos de negocio solos. (Drews, Morisse, & Zimmermann, 2013)

Hoy en día, se considera al departamento de Tecnologías de la Información un elemento fundamental para la innovación en la empresa. El CIO (Chief Information Officer, en español, Gerente de Sistemas) talvez nunca antes ha tenido este papel de manera estratégica crítica. Actualmente, está en condiciones de ofrecer y gestionar soluciones que siempre podrían cambiar la forma en las empresas colaborar e innovar (PRICEWATERHOUSECOOPERS, 2010)

MÉTODOS Y MATERIALES

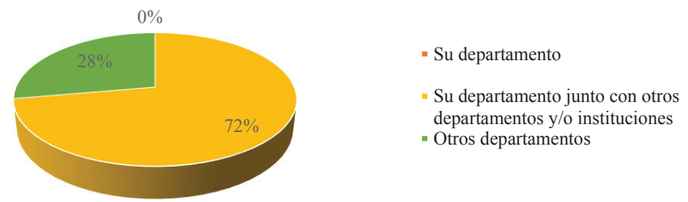
Como método para recabar la información, se realizó y aplicó una encuesta, tanto en línea (formulario) como de forma presencial, exclusivamente a líderes del departamento de tecnologías de la información que laboraran en empresas miembros de la Asociación Mexicana de Profesionales en Informática (AMPI); dicha encuesta relacionada a Prácticas de Innovación, la cual constaba de 4 apartados (1. La innovación de procesos, 2. La innovación organizacional, 3. Innovación en la producción del bien o servicio y 4. Uso de la tecnología avanzada). Aproximadamente tomaba de 10 a 15 minutos como máximo contestarla

RESULTADOS

Del total de las 30 empresas previstas, se obtuvo respuesta de 20 de ellas. La encuesta arrojo los siguientes datos: once pertenecen al ramo automotriz, dos a línea blanca. El resto a diversos giros, tales como alimenticio-químico, fletes y mensajería, consultoría, soluciones en energía, entre otras. (Tabla 1).

	Giro industrial	Puesto
Encuestado 1	Industria alimenticia y química	GERENTE TI
Encuestado 2	Fletes y mensajería	ING. SOPORTE TÉCNICO
Encuestado 3	Línea blanca	GERENTE TI
Encuestado 4	Soluciones de Energía	ANALISTA DE TI
Encuestado 5	Automotriz	GERENTE REGIONAL DE SISTENAS DEL SSC
Encuestado 6	Automotriz	GERENTE TI
Encuestado 7	Consultoría	ENCARGADO DE SOPORTE TÉCNICO
Encuestado 8	Automotriz	OPERACIONES DE TI EN SITIO
Encuestado 9	Automotriz	ADMINISTRADOR DE PROYECTOS DE COMPRA
Encuestado 10	Automotriz	COORDINADOR DE CAMBIOS DE INGENIERÍA
Encuestado 11	Automotriz	COORDINADOR DE PRODUCCIÓN
Encuestado 12	Automotriz	GERENTE INGENIERÍA
Encuestado 13	Automotriz	LÍDER EQUIPO SLP
Encuestado 14	Industria química	INGENIERO DE CALIDAD
Encuestado 15	Automotriz	INGENIERO DE CALIDAD
Encuestado 16	Plástico	COORDINADOR
Encuestado 17	Línea blanca	LIDER PCTO
Encuestado 18	Automotriz	ANALISTA FINANCIERO
Encuestado 19	Automotriz	COORDINADOR DE MANTENIMIENTO
Encuestado 20	Desarrollo tecnológico	SOPORTE DE SISTEMAS

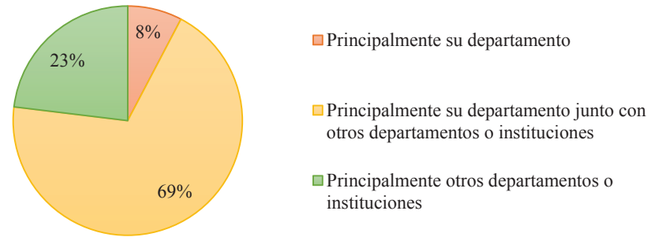
Fuente: Elaboración propia con base a los resultados obtenidos
Tabla 1. Encuestados, Giro y Puesto



Durante el periodo de 2012 a 2014, El 38% de los encuestados implementaron nuevas o mejoradas (significativamente) actividades de apoyo a los procesos, tales como sistemas de mantenimiento u operaciones de compras, contabilidad o computación. El 36% de los encuestados implementaron nuevos o mejorados (significativamente) métodos en la manufactura o prestación de servicios. Las innovaciones fueron desarrolladas principalmente el departamento de Tecnologías de la Información junto con otros departamentos y/o instituciones (Gráfico 1); Se requirió cambios en las actividades operacionales, y en algunos casos cambios en las actividades de estructura. Al parecer, las innovaciones tuvieron un impacto positivo, pues el 62% de los encuestados afirmaron una reducción de los costos promedio de los bienes o servicios, ahorrando en promedio $10,815,443.76 en dicho periodo

Fuente: Elaboración propia con base a los resultados obtenidos
Gráfico 1. Quién desarrolló las anteriores innovaciones de procesos (2012 a 2014)

La mayoría de los departamentos durante los años 2012 a 2014, introdujeron nuevos métodos de organización de las responsabilidades del trabajo y la toma de decisiones; siguiéndole Prácticas comerciales nuevas para los procedimientos del departamento, tales como reingeniería de negocios, gestión del conocimiento, gestión de calidad, gestión de procesos, entre otros. Se requirió cambios en las actividades estructurales de la organización. En promedio se introdujeron 5.18 innovaciones; dando como resultado de trabajadores influenciados por las innovaciones organizacionales introducidas fuera de 50%. Durante el periodo de 2012 a 2014, el 58% de los encuestados afirmaron la introducción de bienes o servicios nuevos o mejorados de manera significativa. El 69% de los encuestados afirmó desarrollar innovaciones en el bien o servicio junto con otros departamentos o instituciones (Gráfico 2). El 54% de los encuestados, afirmo que su departamento introdujo un nuevo o significativamente mejorado bien o servicio. El 46% restante sólo lo hizo en su departamento, pues dicha innovación ya se encontraba en el



mercado. La innovación a implementar, requirió principalmente de la introducción de nuevos procesos para la generación del bien o servicio (el 31% de encuestados). De igual manera, se tuvieron que hacer

cambios en las actividades de estructura y operacionales. Gracias a esto, en promedio se introdujeron al mercado 3.5 nuevos o mejorados bienes o servicios al mercado. Se estima que, en 2014, el gasto total promedio del departamento en las innovaciones del bien o servicio fue de $ 49,122,242.67 MXN. El bien o servicio a implementar, la mitad de los encuestados no respondió por motivos de carácter confidencial.

Fuente: Elaboración propia con base a los resultados obtenidos
Gráfico 2. Quién desarrolló estas innovaciones en el bien o servicio

Refiriéndose a tecnología avanzada, la mayor parte utilizaron tecnologías de la información y comunicación (20% del total de los encuestados), siguiéndole la integración de sistemas de control e información y manufactura por computadora. En cuanto a nanotecnología, ninguno de los encuestados implemento este tipo de tecnología.

Dichas tecnologías, fueron adquiridas o integradas (ya sea equipo o software) mediante la compra de tecnología avanzada genérica (29% de los encuestados), mediante compra o renta a través de concesión de licencias de tecnología avanzada. (23%) y mediante el desarrollo de nueva tecnología avanzada (ya sea su departamento o en combinación con otros entes).

CONCLUSIONES

En general, las empresas si implementaron mejoras, en promedio 5 innovaciones en 3 años, un número suficiente. El departamento de Tecnologías de la Información, por lo general trabaja en conjunto con otros departamentos para el desarrollo de proyectos, ya que hoy en día, las tecnologías se consideran como una herramienta indispensable para el logro efectivo de cualquier actividad. Es un elemento fundamental en el perfeccionamiento de nuevos modelos de negocio o desarrollar activamente nuevos modelos de negocio. Se observó que si se destinan recursos para la innovación y transformar el negocio.

Fue un poco complicado obtener respuesta de algunas de las empresas encuestadas, ya que no proporcionaron la información de manera inmediata, ya sea por motivos de seguridad o por ser información confidencial, negaron proporcionarla a pesar de tener fines únicamente de investigación.

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea
Drews, P., Morisse, M., & Zimmermann, K. (2013, agosto 15-17). Towards a Concept for IT Innovation Management. Chicago, Illinois, Estados Unidos de América.

PRICEWATERHOUSECOOPERS. (2010, Mayo). “Set your future free. IT’s role in Innovation Management”. Estados Unidos de América. Retrieved from http://www.pwc.com/us/en/increasing-it-effectiveness/assets/it-role-innovation-management.pdf

GESTIÓN DEL CONFLICTO INTERPERSONAL EN LAS ORGANIZACIONES DE LA CIUDAD DE RIOVERDE S.L.P.

Macarena de Jesús Alonso Hernández[1] y Ramón Gerardo Recio Reyes[2]

RESUMEN

En el presente trabajo se planteó analizar la gestión del conflicto interpersonal en las organizaciones de la Ciudad de Rioverde S.L.P, así como la tipología relativa a los estilos de dirección de conflicto y la descripción sociodemográfica más relevante del personal, se pretende con esto identificar los estilos de gestión que predominan en la institución. La investigación fue de enfoque cuantitativo, descriptivo y transversal, el instrumento se aplicó al 41.66% del personal que labora en el instituto mexicano del seguro social (IMSS). A partir del análisis estadístico, se concluye que el personal practica un estilo de gestión de integración; las medias más altas se obtuvieron en las dimensiones: integración, compromiso y evitación.

Palabras clave: Gestión del conflicto, conflicto interpersonal y organizaciones

ABSTRACT

This research proposed to analyze the management of interpersonal conflict in organizations of the City of Rioverde SLP and the typology concerning the management styles of conflict and the most relevant staff sociodemographic description it is intended by this identify the styles management prevailing in the institution. The research was quantitative, descriptive and transversal approach, the instrument was applied to 41.66 % of the staff working at the Mexican Social Security Institute for its acronym IMSS. From the statistical analysis, it is concluded that the institution personnel practices a management style integration; the highest average was obtained in the dimensions: integration, commitment and avoidance.

Key words: Conflict management, interpersonal conflict and organizations

INTRODUCCIÓN

La mayoría de las interacciones humanas se caracterizan por el desacuerdo y el conflicto, las que tienen origen en una organización no son la excepción y pueden llegar a tener consecuencias tanto funcionales como disfuncionales, la mayoría de ellas considera que el conflicto puede causar problemas en la eficiencia y efectividad de las personas de una organización. Se precisa indicar que el conflicto resulta prácticamente consustancial a la propia vida y dinámica organizativa, dándose en todos los niveles de la organización, se encuentra presente en las relaciones interpersonales, en las relaciones entre grupos, en las discusiones presupuestarias y en las luchas por la autonomía y el control. Es un proceso que emana de la rutina diaria, de las presiones estructurales y de los participantes en el entorno organizacional (Luordes Munduate, 1993).

Desde esta perspectiva, la gestión del conflicto interpersonal en las organizaciones resulta un tema de gran importancia para estudiar debido a que constituye una de las bases fundamentales dentro de cualquier tipo de organización. La problemática no reside por tanto en evitar o prevenir el conflicto, sino en dirigirlo del modo más efectivo posible para todas las partes implicadas (Luordes Munduate, 1993), Con el fin de resolver la disputa y alcanzar algún tipo de acuerdo, las partes despliegan

[1] Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí Carretera Rioverde -San Ciro Km 4, Col. Puente del Carmen, .CP. 79617, Rioverde, S.L.P., MÉXICO;makrena_alonso@hotmail.com
[2] Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí Carretera Rioverde -San Ciro Km 4, Col. Puente del Carmen, .CP. 79617, Rioverde, S.L.P., MÉXICO; edith.balderas@uaslp.mx

diferentes estrategias y tácticas (Carlos Montes, 2014). La presente investigación se centra en analizar la gestión del conflicto interpersonal en las organizaciones de la Ciudad de Rioverde S.L.P, tomando como base el Instituto Mexicano Del Seguro Social (IMSS), El éxito de una empresa de salud radica en la calidad de las relaciones interpersonales que se establezcan entre los miembros del equipo. (Hernández). Además conocer la tipología relativa a los estilos de dirección de conflicto y la relación con las características sociodemográficas de los empleados.

MARCO TEÓRICO

El conflicto es un proceso básico e inevitable que caracteriza la dinámica interna de las relaciones humanas. Surge cuando dos o más personas perciben una oposición de metas, objetivos y/o valores y ven a la otra parte como una interferencia para satisfacer sus deseos (Carlos Montes, 2014).
Se han establecido diversas tipologías relativas a los estilos de dirección del conflicto interpersonal, la distinción y clasificación entre los estilos se ha realizado atreves de las siguientes aproximaciones:

- **La aproximación de dimensión única**: Esta aproximación distingue entre dos modos o estilos de conducta conflictiva, la cooperación y la competición
- **La aproximación de los tres estilos**: Una aproximación que distingue tres modos de manejar el conflicto, la no confrontación, la orientación hacia la solución y el control.
- **Aproximación bidimensional con cuatro estilos**: una aproximación en la que se considera que la conducta conflictiva no puede ser vista como una conducta de una sola dimensión, sino que hay que tomar en consideración dos dimensiones distintas,-el interés por los propios resultados y el interés por los resultados del otro, los estilos presentados en esta aproximación son cuatro, solución de problemas, rivalizar, complacer e inacción.
- **Aproximación de dos dimensiones**: Se trata también de una aproximación en la que se considera que la conducta conflictiva de una persona puede ser vista como una combinación de la inclinación presentada por dicha persona ante dos dimensiones diferentes que determinan la distinción entre los distintos modos de manejo de conflictos, el grado de asertividad mostrado por el individuo, y el grado de cooperatividad desplegado por el sujeto.

Existe una reinterpretación de los estilos de manejo de conflictos esta nueva clasificación realizada, esta nueva conceptualización diferencia los estilos de dirección del conflicto en base a dos dimensiones, el interés propio y el interés de los otros. Desde esta perspectiva, los cinco estilos posibles son:

- **Integración**: alto interés por uno mismo y los demás, este estilo supone la comunicación directa entre las partes, lo que posibilita la resolución de problemas, conduciendo a soluciones creativas e imaginativas para los mismos.
- **Servilismo**: Bajo interés por uno y alto interés por los demás. cuando una persona adopta este estilo, opta por no tomar en cuenta las diferencias existentes entre ambos para procurar satisfacer el interés del otro actor.
- **Dominación**: Alto interés por uno y bajo interés por los demás. Es un estilo que ha sido identificado con una orientación de ganador- Perdedor. se trata de un tipo de persona que procurar por todos los medios lograr su objetivo y que, como consecuencia d ello, ignorara bastante a menudo las necesidades y expectativa de su oponente.
- **Evitación**: Bajo interés por los resultados propios y por los de los demás. Claramente asociada con la retira y la esquivación el problema, veces adopta la postura de posponer l problema hasta un momento más propicio. En otras ocasiones es la simple retirada de una situación que resulta amenazadora.
- **Tendencia al compromiso**: Estilo intermedio en interés propio y de los demás. Aquí las partes ceden algo en su posición para poder tomar una decisión, mutuamente aceptable para ambas. Algunas veces significa intercambio de concesiones; otras, la búsqueda de una posición intermedia. (Luordes Munduate, 1993)

MÉTODOS Y MATERIALES

El tipo de estudio fue de enfoque cuantitativo, descriptivo y transversal (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). La población estuvo constituida por el personal del IMSS instituto mexicano del seguro social y se realizó un censo debido a que la unidad de análisis estaba conformada por pocos elementos (174 trabajadores). La técnica aplicada fue la encuesta, utilizándose un cuestionario que está dividido en dos secciones, la primera conforma los datos sociodemográficas tales como: género, edad, estado civil, nivel de estudio, lugar de residencia, departamento al que pertenece, puesto actual, antigüedad trabajando, antigüedad en el IMSS, La segunda sección comprende 26 ítems para evaluación de la gestión del conflicto interpersonal mediante la versión validada del Cuestionario RICI II (Rahim Organizational Conflicto Inventory- II) (Luordes Munduate, 1993).el cual está dividido en cinco dimensiones: integración, evitación, dominación, servilismo y compromiso.

La puntuación de cada enunciado fue medida en base a una escala de Likert de 5 puntos, cuyos extremos fueron 1= Totalmente en desacuerdo y 5= Totalmente de acuerdo. La aplicación de los cuestionarios se llevó a cabo dentro de la institución.

RESULTADOS

Análisis de las variables sociodemográficas
A continuación se muestran los datos de los participantes, Sexo 54% son del femenino y el 46% del masculino. Estado civil, 62% son casados, 24% solteros y 14% vive en unión libre, Edad, el 40% tiene entre 20 y 30 años, un 24% entre 40 y 50, 20% entre 30 y 40 y finalmente un 16% está con 50 y más. El personal que participó se distribuye por departamentos como se presenta en la siguiente figura1.

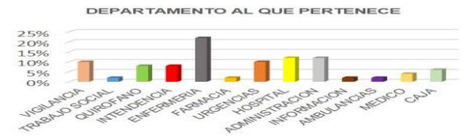


Figura 1. Departamentos a los que pertenece el personal del IMSS.

En cuanto al grado de escolaridad del personal, el 78% tiene estudios de nivel superior, un 14% de educación básica y el 8% de media superior.

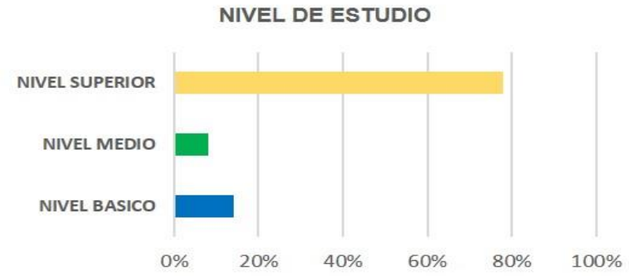


Figura 2. Antigüedad del personal del IMSS.

Por último, referente a los años de antigüedad laborando en la institución se representa en la figura 3, y se observa que un 50% tiene de 1 a 5, el 24% entre 10 y 20, el 18% entre 20 y 30 años y el 8% entre 5 y 10.

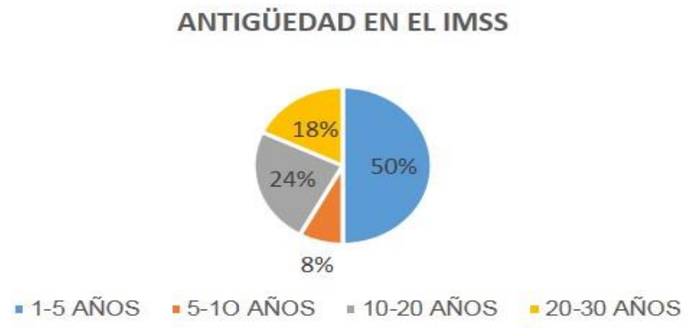


Figura 3. Antigüedad del personal del IMSS.

Análisis descriptivo

En cuanto a los estilos de gestión de conflicto interpersonal, en la tabla 1 se muestra la media de la integración con un 4.02, lo que indica que es el estilo que más practica en el IMSS, por lo que el personal muestra un alto interés por sí mismo y por los demás, lo que posibilita la resolución de problemas, respecto a las otras dimensiones se encontró que el compromiso alcanzó un 3.75, la evitación un 3.51, servilismo 3.04 y por último con el puntaje más bajo se tiene a dominación con un 3.03 por parte del personal es decir no muestran un alto interés por si mismos ni bajo interés por los demás.

Tabla 1. Media de los estilos de gestión de conflicto interpersonal

MEDIDA	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
INTEGRACION	49	1,33	10,50	4.02	116.932
EVITACION	50	1,00	13,25	3.51	157.176
COMPROMISO	50	1,80	5,00	3.75	,65348
DOMINACION	50	1,00	5,00	3.03	,78284
SERVILISMO	50	1,67	4,00	3.04	,59625

Fuente: Elaboración propia a través de datos generados del SPSS versión 21

En la figura 4 se muestra cada uno de los estilos de gestión del conflicto interpersonal, en donde se observan las medias según el estilo de gestión que se practica más. Los resultados obtenidos con el cuestionario adaptado indican que la estructura de los cinco estilos de gestión de la siguiente manera.



Figura 4. Media de los estilos de gestión de conflicto interpersonal.

CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos en la investigación, se presentan las siguientes conclusiones de acuerdo con el problema de investigación planteado sobre ¿Cómo es la Gestión del conflicto interpersonal en las organizaciones de la Ciudad de Rioverde S.L.P, así como la tipología relativa a los estilos de dirección de conflicto? se concluye en forma general que la gestión del conflicto interpersonal en el IMSS respecto del personal médico y administrativo se lleva a cabo mediante los estilos de gestión del conflicto, el estilo que predomina más en el personal es el de la integración es decir cada uno muestra alto interés por sí mismo y por los demás, lo que lleva a que los problemas de la organización se resuelvan de una manera satisfactoria con soluciones creativas entre los miembros, respecto al estilo de compromiso, la organización muestra buenos resultados con los cuales se puede concluir, que si bien no todos muestran un estilo integrador, si tienen uno intermedio en interés en sí mismo y en los demás, lo que significa que ambas partes ceden algo para poder tomar una decisión.

En la dimensión evitación, los resultados arrojados se encontraron arriba de la media, lo cual representa que el IMSS tiene problemas en este aspecto ya que indica un bajo interés por los resultados propios y por los de los demás, lo cual se puede asociar con la retirada y la esquivar el problema.

En cuanto al Servilismo indica bajo interés por sí mismos y alto interés por los demás, cuando el personal adopta este estilo, opta por no tomar en cuenta las diferencias existentes entre ambos para procurar satisfacer el interés del otro actor.

Y por último el estilo dominación alto interés por sí mismo y bajo interés por los demás. Se ejemplifica cuando una persona que procurar por todos los medios lograr su objetivo y que, como consecuencia d ello, ignorara bastante a menudo las necesidades y expectativa de su oponente.

Se concluye que el personal docente y administrativo practica tres de los estilos que hacen que una organización pueda llevar acabo sus objetivos, destacando en tres de las 5 dimensiones evaluadas.

BIBLIOGRAFÍA

Artículos de revista

Carlos Montes, D. R. (2014). Anales de psicología. Estrategias de manejo de conflicto en clave emocional, 238-246.

Libros

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2009). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill.

Artículos de revista

Hernández, M. P. (s.f.). Estilos de Afrontamiento al conflicto para la eficiencia organizativa en equipos de enfermería de atención primaria. EUdinfermeria, 1-27.

Artículos de revista

Luordes Munduate, J. G. (1993). Estilos de gestión del conflicto interpersonal en las organizaciones. Psicología Social, 47-68.

CALIDAD DEL SERVICIO RESTAURANTERO EN LA CIUDAD DE GUANAJUATO

Oscar Emanuel Alonso Treviño[1] y Betzabeth Dafne Morales[2]

RESUMEN

Por calidad en el servicio debe entenderse como la capacidad de lograr un servicio con excelencia, este es un concepto bastante abstracto y que ha sido estudiado por diversos autores a lo largo del tiempo. El objetivo de este estudio es evaluar la percepción de calidad en el servicio a los comensales de la ciudad de Guanajuato capital. La metodología es basada en el modelo cuantitativo Dineserv, sin embargo al ser un diseño propio se convierte en metodología mixta, cuantitativa por encuesta y cualitativa por entrevistas. Al analizar los resultados nos permite concluir que la calidad en el servicio da un valor agregado al restaurante.

Palabras clave: Calidad, servicio, restaurante y satisfacción.

INTRODUCCIÓN

Cuando hablamos de calidad en el servicio hacemos referencia a cumplir las expectativas del cliente satisfaciendo sus necesidades. La entrega del bien está compuesta por elementos tangibles como lo son los alimentos y las bebidas, y elementos intangibles como la atención y el servicio. (Kotler, Bloom & Hayes, ; Jain & Gupta citado en Guzmán López, A. & Cárcamo Solís, M. L. 2014)

Los comensales al seleccionar un restaurante, tiene diferentes expectativas, hacia el sabor de los alimentos, o hacia el precio, el servicio que recibirán, la limpieza y comodidad del lugar, entre otras, por lo que es de gran importancia, analizar dichas expectativas confrontadas con la realidad recibida.

Se realizó una investigación sobre la calidad en el servicio restaurantero de la Ciudad de Guanajuato, una de las principales ciudades turísticas del país, que reporta la llegada de turistas nacionales como extranjeros y cuenta con una gran variedad gastronómica en sus restaurantes. Esta investigación se llevó a cabo con el propósito de conocer las opiniones que tienen tanto residentes como turistas al momento de visitar un restaurante.

Los resultados de esta investigación nos podrán brindar propuestas para generar una estrategia y así mejorar la calidad en el servicio de la ciudad de Guanajuato, esta investigación es de suma importancia ya que no se cuenta con algún estudio similar que abarque la evaluación de la calidad en el servicio de los restaurantes en la ciudad de Guanajuato.

MARCO TEORICO

La calidad en el servicio es considerada como el aspecto más importante en el mundo de los negocios. Su finalidad es cumplir los requerimientos del cliente y garantizar que todas las actividades de la organización contribuyan a satisfacer sus necesidades. La calidad en el servicio depende de la actitud y aptitud del personal que trabaja en la empresa (Castillo, 2012).

[1] Instituto Tecnológico De Monclova “Ejercito Mexicano”, Ingeniería Mecánica, Carreter 57 km 4.5, Unidad Tecnológica y Universitaria, 95245 Monclova, Coah. oscareat95@gmail.com
[2] Universidad de Guanajuato, División de Ciencias Económico Administrativas; Fraccionamiento El Establo C.P.:36250, Guanajuato, Gto, dafne@ugto.mx

Las expectativas se definen como las creencias que posee el cliente sobre el nivel de servicio que será entregado por un proveedor de servicios (Zeithaml & Bitner citado en Guzmán López, A. & Cárcamo Solís, M. L. 2014). El término *expectativas* se utilizará para definir lo que los clientes esperan que sea el ideal del servicio ofertado por el restaurante (Guzmán López, A. & Cárcamo Solís, M. L. 2014).

La calidad en el servicio de los restaurantes es parte fundamental para alcanzar el éxito en el desempeño de sus operaciones; corresponde al grado de satisfacción que experimenta un cliente relacionada con la atención, eficiencia y manera en que el servicio fue brindado. En un restaurante, los clientes cautivos se captan debido al servicio que se les brinda, la rapidez de la atención y la comodidad del lugar. El servicio al cliente es un factor determinante en la consecución del éxito en el negocio; recaba mayor importancia cuando se trata de un restaurante. (Castillo, 2012).

La satisfacción del cliente es el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (Kotler citado en Castillo, 2012).

Según Kotler citado en Castillo (2012) menciona tres beneficios que recibe el restaurante al lograr la satisfacción del cliente.

Primer beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle al mismo u otros productos adicionales en el futuro.

Segundo beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

Tercer beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar en el mercado.

Toda empresa que logra la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:

1) La lealtad del cliente.
2) Difusión gratuita.
3) Una determinada participación en el mercado.

METODOS Y MATERIALES

La investigación es de carácter mixto, usando el método cuantitativo por medio de encuestas dirigidas hacia los comensales para saber cuáles son los aspectos en los que más se fija el comensal para que el restaurante brinde un servicio de calidad y cumpla las expectativas que tiene el cliente y así satisfacerlo.

El método cualitativo lo utilizamos en la entrevista a los administrativos de dichos establecimientos, para conocer las estrategias de difusión o comercialización que más utilizan, saber la razón por la cual utilizan dichas estrategias y también las que mejor y peor les han funcionado según sus experiencias.
El objetivo general de la investigación es conocer cómo es calificada la calidad en el servicio por los comensales, tomando en cuenta a la hostess, los meseros y la rapidez en el mismo.

Asimismo, los objetivos particulares son:
- Conocer cómo son calificados, por los comensales, los alimentos recibidos.
- Conocer cómo es percibido, por los comensales, el precio de los alimentos recibidos.

Por ende, las hipótesis específicas son:

Hipótesis

- H_1: La mayoría de los comensales de la ciudad de Guanajuato calificó la dimensión de alimentos como buenos o excelentes, dando una mayor importancia al sabor y la temperatura con el que son servidos.
- H_2: Más del 80% de los comensales considera que recibió alimentos a un precio bueno o excelente, con relación al servicio recibido.

De igual forma, conocer cuáles son las principales áreas de oportunidad de los restaurantes de acuerdo a las perspectivas de sus propietarios o administradores. Saber si sus empleados cuentan con capacitaciones constantes y en qué temática se imparten dichas capacitaciones.
El instrumento utilizado en esta investigación es de diseño propio pero basado en aspectos del modelo Dineserv, utilizando 5 dimensiones colocados de acuerdo a los siguientes aspectos:

- Instalaciones
- Servicio
- Alimentos
- Accesibilidad
- Ambiente

El segundo instrumento está diseñado para los administrativos de los restaurantes. Cuenta con un apartado para saber los datos personales del gerente, dueño o algún encargado donde se encuentran 6 ítems de preguntas complementado con rangos en edad y antigüedad. A continuación se le pregunta al entrevistado en sobre los datos generales del restaurante y/o establecimiento el cual se está evaluando.

El siguiente cuestionario fue hecho para los comensales, al igual que la encuesta dirigida a los restauranteros, esta cuenta con un apartado para conocer los valores demográficos como son su ocupación, su edad (distribuida en rangos para su facilidad de registro), y sobre si es residente o turista y si es mujer u hombre.

Cuenta con instrucciones para el llenado de ella donde explica como calificar el restaurante con números donde 1 es excelente, 2 es bueno, 3 es malo y 4 es muy malo. Calificando las dimensiones antes mencionadas.

Se encuentra la variable de instalaciones dentro de ella está la limpieza de instalaciones, limpieza de sanitarios, aspecto del personal, área infantil y comodidad y seguridad. Se le preguntaba sobre el servicio recibido, que consiste en atención de hostess, atención de meseros y rapidez del servicio. Alimentos, que evalúa su temperatura, sabor, higiene y frescura, presentación, precio y variedad. La variable de accesibilidad donde solamente calificábamos lo que es la ubicación y si contaba o no con estacionamiento estacionamiento. También se calificaba el ambiente que es todo lo que rodeaba en el restaurante y cómo se sentían los comensales donde se evaluaba la música, el ruido, el aroma, la temperatura del lugar y la iluminación.

Finalmente, se encuentra un apartado de 4 ítems de preguntas de satisfacción básicas que es si el restaurante cumplió con sus expectativas, otra para saber si lo recomendaría a sus amigos y familiares, volvería a visitarlos y de cómo se enteró del restaurante donde se desglosaba por recomendación, ya lo conocía y publicidad.

RESULTADOS

Los resultados que nos arroja la investigación al hablar de comensales es que de 400 encuestados 50% fueron hombres y 50% fueron mujeres, explicándolo en la siguiente tabla de acuerdo a sus rangos de edad.

Tabla 1: Edad según género

Rango Edades	Femenino	Masculino	Total general
18-25	72	69	141
26-35	58	47	105
36-50	47	51	98
51 o más	23	33	56
Total general	**200**	**200**	**400**

Fuente: Elaboración propia

En relación al objetivo general de la investigación, el resultado obtenido señala que más del 90% califica como bueno o excelente, el servicio ofrecido por los meseros y hostess de los establecimientos de alimentos. Sin embargo, es imporante señalar que cerca del 20% considera como malo la rapidez con la que reciben los alimentos.

En relación a las hipótesis específicas, los resultados son los siguientes:

H_1: La mayoría de los comensales de la ciudad de Guanajuato califica la dimensión de alimentos como buenos o excelentes.

De acuerdo al Gráfico 1, al analizar los resultados de la investigación realizada mediante la encuesta a los comensales, podemos llegar a la conclusión de que la hipótesis se aprueba ya que el análisis nos indica que más del 95% de los comensales calificaron la dimensión de alimentos de los restaurantes de la ciudad de Guanajuato como buenos o excelentes.

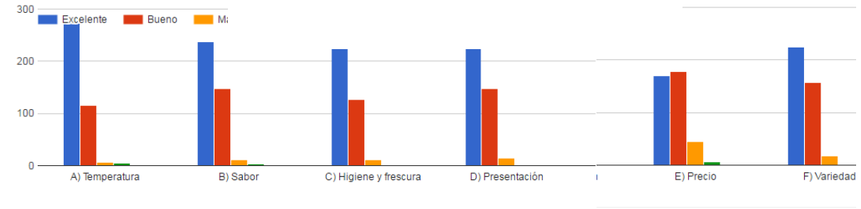


Grafico 1: Evaluación de alimentos. Fuente: Elaboración propia.

H_2: Más del 80% de los comensales considera que recibió alimentos a un precio bueno o excelente.

Esta hipótesis se aprueba, ya que el 44.50% de los comensales calificó el precio como bueno y un 42.50% lo califico como excelente obteniendo así más de un 80%, y el porcentaje faltante calificándolo como malo y muy malo, tal como se muestra en el gráfico de alimentos. Así que de acuerdo al análisis de resultados llegamos a la conclusión de que la hipótesis se aprueba como se muestra en el Gráfico 2.

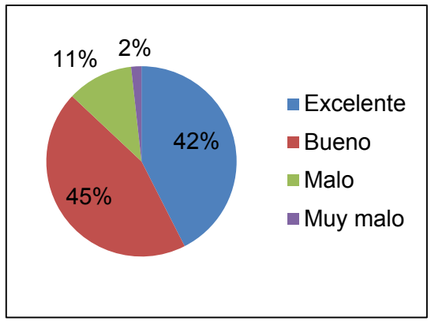


Gráfico 2: Evaluación de precio según alimentos. Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Al analizar los resultados de este estudio podemos llegar a la conclusión que la calidad en el servicio restaurantero de la Ciudad de Guanajuato es apreciado por parte de los comensales como bueno, ya sean turistas o residentes. De igual forma, el precio de los alimentos es considerado como aceptable entre los usuarios, tomando en cuenta la relación entre la calidad de los alimentos y su costo. La calidad de los alimentos también es percibida como aceptable, tanto en turistas como residentes. Por lo tanto el detalle más importnate para tomar en cuenta es la rapidez con la que se atiende a los comensales, pues es un área de oportunidad para los restaurantes de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

Tesis

Guzmán López, A. & Cárcamo Solís, M. L. (2014). La Evaluación de la Calidad en el Servicio: Caso de Estudio "Restaurant Familiar Los Fresnos". Acta Universitaria, 24(3), 35-49. doi: 10.15174.au.2014.503

Investigaciones

Castillo,(2012) La Calidad en el Servicio al Cliente del Restaurante Terraza 282, Ubicado en la Delegación Cuauhtémoc, D.F.

IMPACTO DE LA REFORMA FINANCIERA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL

Kenia Avalos Morales[1] y Blanca Gisela Martínez Flores[2]

RESUMEN

El presente artículo es una análisis sobre la importancia de la gestión administrativa como un proceso sistemático el cual está formado por grupos de individuos que trabajan para poder llegar a cumplir los objetivos planteados a través de la planeación, organización, dirección y control en la administración y coordinación de todos los recursos disponibles como pieza clave en el éxito de la empresa, conocido también como un arte en el mundo de las finanzas, a través de un plan de mejoramiento continuo, así como la interacción con la Reforma Financiera para la toma de decisiones incluyendo la problemática que deben enfrentar las empresas de la región lagunera derivado de la implementación de estas nuevas normas.

RESUMEN

This article is an analysis of the importance of the administrative management as a systematic process which is formed by groups of individuals who work in order to get to fulfill the objectives set through the planning, organization, direction and control in the management and coordination of all available resources as a key piece in the success of the company, Also known as an art in the world of finance, through a plan of continuous improvement, as well as interaction with the Financial Reform for decision-making including the problems that companies face in the region lagunera derived from the implementation of these new rules.

PALABRAS CLAVE: Administración, gestión, reforma financiera.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo tiene como objetivo principal conocer la interacción de la reforma financiera para el mejoramiento de la gestión empresarial como una pieza clave en el éxito de un negocio. Diseñada para proporcionar seguridad razonable en la consecución de sus objetivos. Esta investigación pretende dar a conocer cuán importante es para las empresas de la comarca lagunera la gestión administrativa para la realización de sus objetivos y control de sus recursos, así como para determinar las necesidades internas de información relativas a las funciones, actividades y procesos administrativos de la organización y a su satisfacción, manejar eficientemente los recursos organizacionales de información, mejorar las inversiones sucesivas en los mismos y mejorar su aprovechamiento, garantizar la calidad de los productos de la organización y asegurar su diseminación efectiva. Tomando como referencia una base de datos que se consultó en el Sistema de Información de Empresas Mexicanas (SIEM), con la finalidad de conocer las bases para la toma de decisiones de los negocios de la región y si están informados de los cambios en la reforma financiera.

MARCO TEORICO

La gestión administrativa de una empresa funciona en base a la determinación y la satisfacción de muchos de los objetivos en los aspectos políticos, sociales y económicos que reposan en la competencia que posea el administrador.

[1]Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera. Carretera Torreón matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P: 27276, Coahuila, Torreón, kenyavaloss@gmail.com
[2]Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera. Carretera Torreón matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P: 27276, Coahuila, Torreón, Teléfono (871) 7-12-28-58; Fax: 7-16-84-54; bmartinez@uadec.edu.mx

Henri Fayol (1916), definió operativamente la administración diciendo que la misma consiste en "proveer, organizar, mandar, coordinar y controlar, además consideró que era el arte de manejar a los hombres". Por lo que la gestión administrativa es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupos, los individuos cumplen eficientemente objetivos específicos.

El plan de mejoramiento continuo permite visualizar un horizonte más amplio (no sólo a corto plazo), donde se buscará siempre la excelencia y la innovación que llevarán a los empresarios a aumentar su competitividad, disminuir los costos, orientando los esfuerzos a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Para llevar a cabo este proceso de Mejoramiento Continuo tanto en un departamento determinado como en toda la empresa, se debe tomar en consideración que dicho proceso debe ser: económico, es decir, debe requerir menos esfuerzo que el beneficio que aporta; y acumulativo, que la mejora que se haga permita abrir las posibilidades de sucesivas mejoras a la vez que se garantice el cabal aprovechamiento del nuevo nivel de desempeño logrado. (Publicado por la revista gestión administrativa, 2009).

De acuerdo con James Harrington (1993), mejorar un proceso, significa: cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso.

Se estructura bajo tres (3) Elementos de Control:

1. Planes de mejoramiento institucional
2. Planes de mejoramiento funcional
3. Planes de mejoramiento individual
4.

El objetivo de la gestión empresarial es formar especialistas altamente calificados en el trabajo corporativo e institucional en las diversas áreas de la administración pública o privada, así como el dominio eficiente de las normas jurídicas en cuestión laboral, empresarial y social; comprender las tendencias macroeconómicas del mundo empresarial y financiero; desarrollar habilidades para el manejo adecuado del comportamiento Humano y finalmente analizar los estados contables que representan el estado de salud financiera de la empresa y todos los elementos fiscales.

Según Menguzzato y Renau (1986) asocian la eficiencia a la relación entre recursos asignados y resultados obtenidos, y la eficacia a la relación resultados obtenidos y resultados deseados. Si se ajustan estas observaciones al sistema, hay que centrarse en el modo de lograr eficiencia y eficacia, no en la gestión sino en el proceso propio de control de esa gestión.

Dentro de los principales problemas que enfrentan las PYMES para lograr una mejor gestión se encuentran la falta de mejora continua donde no existen programas de cambios cualitativos y cuantitativos así como los problemas en el aspecto financiero donde dichas empresas no disponen de una adecuada estructura de capital financiero, es decir en el activo corriente ya sea por la falta de disponibilidad de ingresos en efectivo o equivalentes de efectivo, de mercancías para atender a sus clientes. Todo esto se configura como deficiencia en la toma de decisiones en la gestión empresarial y financiera de dichas instituciones y por ende inciden en una falta de desarrollo empresarial.

De todas las actividades de un negocio, la de reunir el capital es de las más importantes. La forma de conseguir ese capital, es a lo que se llama financiamiento. A través de los financiamientos, se le brinda la posibilidad a las empresas, de mantener una economía estable y eficiente, así como también de seguir sus actividades comerciales; esto trae como consecuencia, otorgar un mayor aporte al sector económico al cual participan. Dentro de las fuentes de financiamiento más utilizada se encuentran los créditos bancarios, es un tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales. Su importancia radica en que hoy en día, es una de las

maneras más utilizadas por parte de las empresas para obtener un financiamiento. Las Ventajas de un crédito bancario son la flexibilidad que el banco muestre en sus condiciones, lleva a más probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de la empresa, esto genera un mejor ambiente para operar y obtener utilidades. Dentro de las desventajas tenemos, puede limitar seriamente la facilidad de operación y actuar en contra de las utilidades de la empresa, acarrea tasa pasiva que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses, entre otras cosas.

Es en este punto donde se encuentra la relevancia de la Reforma Financiera en donde las nuevas leyes proponen dar créditos fáciles a las instituciones sin embargo esto podría ser inviable de acuerdo con Enrique Díaz-Infante (2014), en el que existe el riesgo de que la banca descanse en los contribuyentes.

La reforma financiera, comprende un grupo de 33 leyes modificadas y una nueva –la de Agrupaciones Financieras-, forman parte del grupo de reformas estructurales que el Ejecutivo acordó en 2013 con los partidos políticos en el marco del Pacto por México. Esta reforma busca dar más crédito y más barato a los mexicanos. El problema radica en el nuevo mandato de la banca de desarrollo para detonar el crédito. Pareciera ser que el mecanismo previsto en la Ley de Instituciones de Crédito (Artículos 31y 65) va a permitir soltar el crédito en forma ligera a favor de Pymes inviables. Esto pudiera servir para generar una situación de bienestar artificial inmediata, ganar elecciones y pasar la cuenta de la fiesta al contribuyente después de 2018.

De acuerdo con el presidente, el objetivo de la reforma es detonar el crédito competitivo. La falta de crédito barato es un problema que afecta la capacidad de desarrollo y crecimiento del país, ya que actualmente El crédito es caro. Los bancos mexicanos prestan a tasas de 2 dígitos. En el caso de las tarjetas de crédito (una fuente muy importante de financiamiento de las Pymes) el costo total del crédito es de entre 42% y 82%. En contrapartida, el interés, de los créditos al sector productivo formal es de aproximadamente 11% para grandes empresas y 15% a Pymes -más comisiones. Lamentablemente, a decir de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, solo el 32% de las empresas cuentan con un crédito bancario. Esto en parte a que la mayoría de las micro y pequeñas empresas viven en la informalidad y no son sujetas de crédito.

La reforma financiera básicamente busca atacar el tema del riesgo y de alguna manera fomentar la competencia para reducir el ~~r~~ubro de costos. La cuestión de los costos legales busca ser resuelta en la reforma financiera, en parte, a través del uso de garantías estatales otorgadas por los bancos de desarrollo a favor de la banca privada para garantizar créditos a las Pymes la mayoría de las Pymes en México no están preparadas para recibir crédito y viven brevemente (80% mueren en sus primeros 2 años de vida) y en la semi-informalidad.

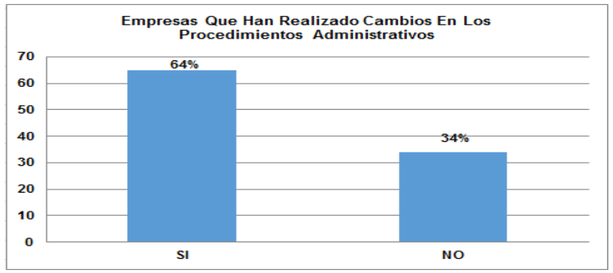
METODOLOGIA

La investigación fue cualitativa, el instrumento que se empleo fue una encuesta semi-estructurada de 76 ítems, que se realizó a través de una entrevista a domicilio a 100 empresas de la región lagunera, de las cuales 79 fueron pequeñas empresas, 17 medianas y 4 grandes. Tomando como referencia una base de datos obtenida en el Sistema de Información de Empresas mexicanas (SIEM).

RESULTADOS

Después de analizar las encuestas realizadas se llegó a los siguientes resultados:

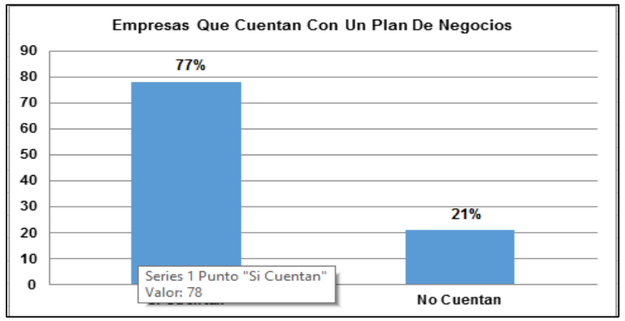
¿Han realizado cambios en los procedimientos administrativos en el último año?



Fuente: propia

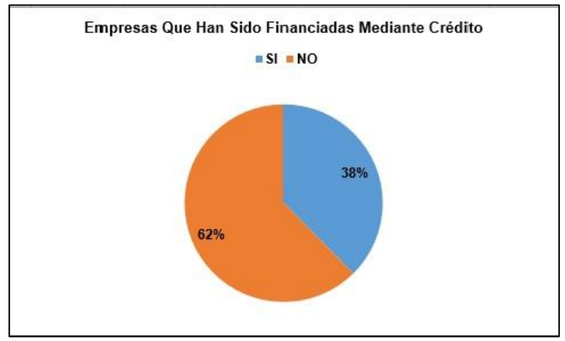
La mayoría de las empresas denotan la importancia de realizar cambios en sus procedimientos administrativos como una clave esencial para el desarrollo de su negocio, la gran mayoría de las empresas medias y grandes si han efectuado algún cambio administrativo, lo que forma parte esencial del mejoramiento continuo, por el contrario dentro de las que no han realizados modificaciones la gran mayoría son las pequeñas empresas, tal vez por los costos que pueden significar dichos cambios.

¿Cuentan con un plan de negocios?



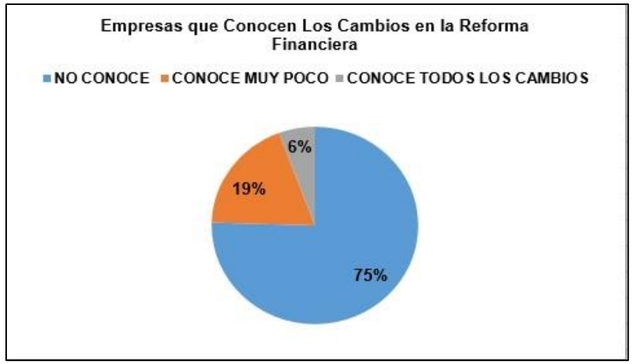
Fuente: propia

La mayoría de las empresas si cumplen con los lineamientos para mejorar la gestión administrativa de la empresa ya que cuentan con un plan de negocios, y con un programa de actividades para su personal lo que indica que consideran importante la administración y control en todas las áreas de la empresa.



Fuente: propia

La mayoría de las PYMES de la comarca lagunera han sido financiadas, y del 62% que obtuvo financiamiento el 97% han sido financiadas por bancos y el resto por alguna otra fuente de financiamiento (Secretaría de Economía).



¿Conoce algún cambio en la Reforma Financiera?

Fuente: propia

La mayoría de las empresas no conocen ningún cambio de la Reforma Financiera, por ende tampoco la relevancia de la misma y su efecto dentro de sus negocios, por otra parte es tan solo el 6% quienes si tienen un conocimiento completo de las nuevas normas financieras, mientras que el otro tanto solo conoce algunos aspectos de la misma, lo que denota que no lo consideran un aspecto relevante para el funcionamiento de sus negocios.

CONCLUSIONES

Durante la investigación realizada concluimos que la mayoría de las empresas en la región lagunera han sido financiadas mediante créditos bancarios, paradójicamente es la mayoría de las empresas quienes no tienen ningún conocimiento acerca de los cambios estructurales a la reforma financiera por ende ignoran los riesgos de dichos financiamientos, la reforma financiera busca incentivar el crédito por parte de la banca comercial en forma artificial a través del uso de garantías de la banca de desarrollo. En caso de que los programas de garantía no estén bien armados, existe el riesgo de que la banca comercial suelte desbocadamente el crédito descansando con cargo a los contribuyentes. Sin embargo la gran parte de las empresas encuestadas han tomado medidas para mejorar la gestión administrativa de su negocio, así como para controlar sus recursos, lo que indica la importancia de la gestión empresarial para llevar acabo sus objetivos planteados.

BIBLIOGRAFÍA

- Díaz-Infante Chapa Enrique (2014), "El Lado Oscuro de la Reforma Financiera" EXPANSIÓN CNN, Consultada en http://expansion.mx/opinion/2014/03/31/el-lado-oscuro-de-la-reforma-financiera, (fecha de consulta 01 de junio de 2016).
- López Bautista Jorge Luis (2014), "Fuentes de Financiamiento Para Empresas" Gestopolis.Com, Consultada en http://www.gestiopolis.com/fuentes-de-financiamiento-para-las-empresas/, (fecha de consulta 27 de junio de 2016).
- "Gestión Administrativa contable" Publicado por http://www.gestionyadministracion.com/empresas/gestion-administrativa.html (fecha de consulta 25 de mayo de 2016).
- "Plan de mejoramiento continuo", Publicado por: grupo3gestionadministrativa, (fecha de consulta 25 de mayo de 2016).
- Fayol Henri, (1916). Administración Industrial y General, Francia.
- Menguzzato y Renau, "Los Sistemas de Control" (1986), (Fecha de consulta 25 de mayo de 2016).

POLÍTICAS PÚBLICAS FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA HUASTECA POTOSINA

Pedro Azuara Salas[1] y Alfonso Muñoz Güemes[2]

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo analizar cuál es el papel que juegan las instituciones públicas del gobierno municipal de Ciudad Valles, en la implementación de políticas públicas para la preservación del medio ambiente y el desarrollo sustentable; así como evaluar su capacidad de encontrar armonía en el ámbito ambiental, en la mejora de la calidad de vida, y el desarrollo del sector productivo.

Este documento de trabajo es el resultado del estudio de caso cualitativo realizado durante el Verano de la Ciencia 2016, el cual tuvo por objetivo comprobar la manera en que la normativa ambiental vigente se traduce en acciones de administración pública municipal, aplicadas por las diferentes instancias del gobierno local, con lo cual éstas dependencias gubernamentales asumen la responsabilidad de la gestión ambiental. Se concluye que la serie de programas implementados para la consecución de la política pública no alcanzan la meta del cuidado del medio ambiente y del desarrollo sustentable, sino que se limitan a cumplir con normas muy específicas de sanidad pública que se suman al mal manejo de residuos sólidos y limpieza de las calles.

ABSTRACT

This article aims to analyze what is the role of public institutions in the municipal government of Ciudad Valles, in the implementation of public policies for the preservation of the environment and sustainable development; and to assess their ability to find harmony in the environmental field, in improving the quality of life and the development of the productive sector.

This working document is the result of qualitative case study carried out during the Summer of Science 2016, which aimed to check how current environmental regulations resulting in actions municipal public administration, implemented by the various agencies of local government, with which these government agencies assume responsibility for environmental management. It is concluded that the number of implemented to achieve public policy programs do not reach the goal of protecting the environment and sustainable development, but merely to comply with very specific standards of public health which add to the mishandling of waste solid and street cleaning.

Palabras clave: políticas públicas, instituciones, cambio climático.

INTRODUCCIÓN

Desde hace una década aproximadamente, diversos sectores de la sociedad internacional comenzaron a manifestar su cada vez más intensa preocupación en torno a lo que se comenzaba a estudiar como resultado de los procesos de la acción humana, en especial como producto de dos factores relacionadas con el modo de producción industrial característico del capitalismo avanzado: por una parte, el uso irracional de los recursos naturales no renovables; y por otra parte, el problema de la contaminación atmosférica resultante de los procesos industriales.

De esta manera, además del tema de la conservación ecológica y la preservación del medio ambiente, se añade el de la excesiva contaminación del medio ambiente en todas sus formas: vía la contaminación de

[1] Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca, Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Romualdo del Campo No. 501 Fraccionamiento Rafael Curiel, C.P. 79060 Cd. Valles, S.L.P., México.pedro.azuara.7@gmail.com

[2] Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca, Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Romualdo del Campo No. 501 Fraccionamiento Rafael Curiel, C.P. 79060 Cd. Valles, S.L.P., México.alfonso.munoz@uaslp.mx

ríos, mares y lagos por el vertido de residuos urbanos e industriales; ya sea por la contaminación del aire vía la emisión de gases de efecto invernadero, así como de los millones de toneladas diarias de residuos tóxicos arrojados al medio ambiente resultado de la producción industrial; otro contaminante importante es de las combustiones domésticas la actividad en las ciudades como los que producen los vehículos de motor. La contaminación del medio ambiente es pues, otra cara del problema relacionado con el proceso gradual y continuo de deterioro de la naturaleza en todo el planeta, aunque existen regiones que tienen mayor incidencia en estos problemas. Destacamos dos factores fundamentales como los enunciados líneas atrás: la sobre explotación de los recursos naturales y la contaminación medio ambiental que se suman a otros factores, como el de la explotación de ciertas especies animales y vegetales llevándolos al extremo de estar en algunos casos en peligro de extinción.

Si bien, la explotación desmedida e irracional de los recursos naturales no renovables como el petróleo, el agua, los bosques, entre otros es parte del binomio mencionado, su atención ha requerido la especialización de grupos de expertos y la generación de nuevas políticas públicas, así como de nuevas regulaciones ambientales a escala global, (Acuerdos de Kioto; Agenda Siglo XXI; entre otros), todo lo cual ha implicado que los Estados nacionales asuman posturas de corresponsabilidad asegurando su conservación en el futuro. En el caso mexicano se incorpora el componente transversal de la sustentabilidad en el Plan Nacional de Desarrollo (PND 2013 – 2018).

Es determinante el papel que juegan las instituciones públicas de los gobiernos locales en la implementación de políticas públicas transversales, para la preservación del medio ambiente y el desarrollo sustentable.

Se plantea que una buena política ambiental debe estar compuesta por los siguientes programas y acciones: a) revisar, adecuar y en su caso elaborar instrumentos regulatorios que incentiven la minimización y el manejo ambiental de los residuos sólidos municipales; b) promover el diseño y la instrumentación de Planes y Programas de gestión integral de residuos sólidos municipales en los tres niveles de gobierno; c) adecuar y complementar la legislación en los tres órdenes del Estado; d) fomentar esquemas de coordinación interinstitucional que resulten en la gestión integral de residuos sólidos municipales, en el marco de las respectivas competencias; e) fortalecer a las instituciones encargadas de la gestión integral de residuos sólidos municipales para que cumplan eficientemente con su misión de proteger la salud humana y el equilibrio ecológico y garanticen el uso eficiente de sus recursos; f) promover la participación intersectorial de las partes involucradas, para impulsar la colaboración pública organizada en el diseño y puesta en marcha de políticas y programas para la gestión integral de residuos sólidos municipales; g) llevar a cabo programas de capacitación y educación dirigidos a funcionarios públicos y a la sociedad en general, con la finalidad de frenar y revertir los procesos ambientalmente inadecuados, catalizando acciones de cambio social que den como resultado patrones de convivencia, producción y consumo sustentables; h) profesionalizar la gestión de residuos sólidos municipales involucrando en particular al sector privado y al conjunto de la sociedad; i) incorporar al sector informal existente en la gestión de residuos sólidos municipales; j) implementar un sistema de recuperación de costos de la gestión de residuos sólidos municipales siguiendo el principio “el que contamina paga”; k) determinar regionalmente si algún residuo sólido municipal, aun siendo no sanitario ni peligroso, puede considerarse como proveniente de productos no aptos para el consumo, tanto por carecer de canales adecuados para su manejo como por el impacto que genere; l) promover el desarrollo de mercados para la comercialización de materiales reciclados, composta y biogás; m) adoptar gradualmente las medidas que así lo requieran; n) incorporar a la iniciativa privada en la prestación de los servicios de la gestión integral de residuos sólidos municipales, bajo criterios empresariales y de sustentabilidad.

El efecto ambiental más evidente del manejo inadecuado de los residuos sólidos lo constituye el deterioro estético de las ciudades, así como del paisaje natural, tanto urbano como rural, con la consecuente devaluación, tanto de los predios donde se localizan los tiraderos como de las áreas vecinas por el abandono y la acumulación de basura, siendo uno de los efectos fácilmente observados por la población, sin embargo, de los efectos ambientales más serios, es la contaminación del suelo y cuerpos de agua, ocasionada por el

vertimiento directo de los residuos sólidos. La gestión integral de residuos sólidos municipales se encuentra obstruida por la labor de reciclaje que realiza un sector informal conocido como pepenadores, que al carecer de seguridad de empleo y nivel mínimo de ingresos, optan por la negociación política volviéndose parte de la estructura operativa de los liderazgos políticos locales. Básicamente existen distintos tipos de pepenadores: a) los que trabajan por cuenta propia y que algunas veces eligen un líder de su grupo para representarlos frente a terceros; b) los que son empleados de un cacique o líder; c) quienes trabajan en tiraderos municipales; d) aquellos que trabajan en su propio tiradero clandestino; e) los que forman parte de un sindicato independiente.

En el caso del municipio de Ciudad Valles, las características de los pepenadores se adecuan a las expuestas en el inciso a) trabajan por cuenta propia y eligen a un líder de grupo para su representación frente a terceros. Sin embargo, su líder de organización informal les obliga a vender a determinadas empresas intermediarias del sector informal criminal que regulan los precios del material reciclado a conveniencia, impidiendo que se genere sinergia entre el sector informal y el gobierno municipal, lo cual se termina reflejando en el mal manejo de residuos sólidos.

MARCO TEÓRICO

Downs (1993) señala que la atención a los problemas públicos y las hechuras de las políticas obedece a un ciclo que inicia cuando surge un determinado problema, su descubrimiento alarmante y el entusiasmo por atenderlo generalmente durante un periodo corto, seguido del descenso de interés público y su desaparición paulatina, muchas veces sin solucionarse. Tal situación en materia ambiental es importante, ya que habría que preguntarse si la problemática seguirá el ciclo y durante cada etapa, sugiriéndose evitar su desatención y la necesidad de actuar rápido y de manera colectiva. La atención a la problemática ambiental y creación de políticas ha evolucionado desde los inicios de los llamados de los conservacionistas ante la extinción de especies y la preservación del mundo natural, hasta la consideración de manejo sostenido de recursos, primero como ecodesarrollo y posteriormente como desarrollo sustentable; es decir, desde una perspectiva estrictamente biológica y ecológica a una dimensión ambiental en la relación sociedad-naturaleza. No han podido dejarse de lado conceptos como la estructura económica, el conflicto de clases, los grupos de interés.

De acuerdo con (Aguilar, 1992), en el transcurso que hay entre el cómo realizar lo decidido y cómo se llegó a la decisión, la administración pública es quien tuvo la última palabra mientras que los actores sociales y su participación fueron ignorados o influyeron poco. En el caso de la conservación, las diferentes propuestas de categorías de manejo de áreas protegidas más allá de los parques nacionales, en específico las reservas de biosfera, apuntaban a esta evolución, que continuaría con las propuestas de ordenamiento ecológico (ahora incluido en el ordenamiento territorial), para posteriormente atender los problemas de contaminación ambiental y su relación directa con el daño a la economía, la salud y la pérdida de calidad de vida.

El cambio climático es el resumen estadístico de varios años –de décadas al menos- del comportamiento de elementos como la precipitación pluvial, la temperatura del aire, humedad atmosférica, soleamiento, velocidad del viento, frecuencia de fenómenos tales como niebla, heladas, tormentas eléctricas, granizo, etc. El cambio climático es entonces una modificación del patrón estadístico normal (de tres o más décadas) igualmente perdurable por varios años por tanto, en principio es un fenómeno natural que ha estado presente desde el origen de la Tierra, mostrándose en diferentes épocas y de distintas formas. Representa la mayor amenaza para la supervivencia de la humanidad y para el desarrollo de las naciones. Este fenómeno pone en riesgo a la población por sus efectos adversos, que incluyen principalmente la variabilidad y los cambios extremos del clima, pero también incide directamente en la pérdida de la biodiversidad y la capacidad de los ecosistemas de ofrecer bienes y servicios ambientales.

En 1957 J. K. Galbraith publica su célebre obra "La sociedad opulenta" en el que ya predecía el clima general de progreso indefinido. Sin embargo, fue hasta 1967 que se evidenció la degradación del medio ambiente como efecto de un desarrollo industrial incontrolado. Existen diversos factores que contribuyen al desgaste del planeta que responden de manera paralela al crecimiento e incremento de necesidades de la sociedad. Por ejemplo, la inflación como mal endémico y la caída en recesiones comenzaron a perfilar lo que sería el devenir histórico de la humanidad. En los años setenta la tendencia continua, pues el ahorro que la economía clásica consideraba locomotora del crecimiento, fue reemplazada por el crédito. En los ochenta, el aumento de la población y el auge de la injusticia, la crisis energética y el desempleo, la ruptura monetaria, el proteccionismo, analfabetismo, corrupción y terrorismos mundiales, eran problemas públicos que acaparaban la atención de las agendas globales. De acuerdo con Galbraith (2012), si la industrialización, la contaminación, la producción de bienes y la disminución de los recursos continua, alcanzaremos los límites del crecimiento de este planeta.

En el 2006, las emisiones totales de las categorías del IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) incluyen 711.6 Mt en CO2 eq. Lo que representa un incremento del 40% respecto a 1990. En el consumo de combustibles fósiles en el 2006, las emisiones per cápita fueron de 3.56 Toneladas Métricas de CO2 por habitante. La tasa anual de crecimiento en las emisiones fue de 2.4% de 1990 al 2006.

La Convención Global del Banco Mundial para la reducción de riesgos ubica a México entre los países más vulnerables al cambio climático: el 15% de su territorio nacional, el 68.2% de su población y el 71% de su PIB se encuentran expuestos a sufrir las consecuencias adversas de este fenómeno ambiental.

La gobernanza global en el siglo XXI tiene por objeto velar por la provisión de los bienes públicos globales, tales como la mitigación y adaptación al cambio climático, y por el cumplimiento de las metas sociales y ambientales que las Naciones Unidas ha planteado en el transcurso de las últimas décadas.

El Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente se estableció por acuerdo de la Asamblea General de las Naciones Unidas en diciembre de 1972. En 1997 se adoptó la Declaración de Nairobi la cual establece que el PNUMA debe seguir siendo el órgano de las Naciones Unidas para atender los problemas ambientales.

México no se ha quedado al margen de estos procesos y en algunos casos ha impulsado acciones internacionales en defensa del medio ambiente; mientras que en otros casos ha suscrito Acuerdos y Tratados Internacionales que generan acciones vinculantes, lo que se ha traducido en la creación de organismos públicos federales con normativas y sobre todo con programas de acción pública, que tienen como objetivo regular el uso y la conservación de la naturaleza en el país, asegurando con ello su permanencia en lo futuro. Entre convenciones, acuerdos, convenios, protocolos, anexos y enmiendas, México ha firmado 77 tratados internacionales o acuerdos interinstitucionales en materia de medio ambiente, de ellos hasta 1969, veintitrés durante la década de 1980, cuarenta durante la década de 1990 y uno más el año 2000.

En 1987 se abordó el aspecto de la conservación mediante la ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente y el de la atención ambiental a través de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), que había sustituido a la desaparecida SEDUE, para dar paso a la política social ambiental con la creación de la Secretaría del Medio Ambiente Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP) en 1994, la cual se modificó en 2001 hacia la SEMARNAT, ya sin Pesca y con El Instituto Nacional de Ecología (INE) y la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), entre otras. Todo esto se fue dando con el fin de atender aspectos de normatividad, ordenamiento ecológico del territorio, áreas naturales protegidas, conservación, manejo y aprovechamiento sustentable de la vida silvestre, regulación ambiental industrial, de materiales y residuos peligrosos y la calidad del aire, la descentralización, la comunicación

y participación social, la información y evaluación, y la propuesta de un aspecto transversal en materia ambiental de Crecimiento con Calidad y Desarrollo Social y Humano.

La SEMARNAT es una de las pocas instituciones que cuenta con diversos consejos consultivos nacionales, temáticos y regionales, entre ellos el Consejo Consultivo Nacional para el Desarrollo Sustentable, decretado en el diario oficial del 28 de julio de 1995 y que tiene por objetivo promover la participación de la sociedad en la política ambiental; a lo largo de estos siete años se ha transitado en la enorme dificultad de llevar la teoría a la práctica, lograr la participación y consensar la representación de la sociedad y su relación con la SEMARNAT. En un inicio se consideró a los sectores social, no gubernamental, académico y empresarial como parte del Consejo, posteriormente se incluyó la representación de los congresos locales y recientemente a los representantes indígenas, se incorporó la perspectiva de género y se piensa en otros grupos como los jóvenes, lo que da idea de la dificultad de la creación de políticas públicas en materia ambiental.

De acuerdo con la normativa vigente de (SEMARNAT, 2001) y lo correspondiente al Art. 115 constitucional, fracc. III, inciso B) el municipio está facultado y responsabilizado de la gestión de residuos sólidos, conocidos comúnmente como basura, compuestos por residuos orgánicos (producto de la comercialización, el transporte, la elaboración de los alimentos y excedentes de comida y restos de material vegetal), papel, cartón, madera y en general materiales biodegradables e inorgánicos como, vidrio, plástico, metales y material inerte.

METODOLOGÍA

Para realizar esta investigación se optó por una metodología conocida como estudio de caso, para lo cual se realizaron entrevistas con informantes clave; entrevistas a funcionarios en las dependencias correspondientes; así como una investigación documental para sustentar el estado del arte y el marco teórico requerido.

RESULTADOS

Se estableció una relación entre hábitos de consumo familiar, la cultura del reciclaje y conciencia ecológica, los servicios urbanos y la eficiencia del gobierno municipal en el manejo de residuos sólidos para entender por qué el gobierno municipal no cumple con la gestión integral de residuos sólidos.

En la figura 1 se muestran los hábitos de consumo familiar, en donde destaca el depósito de basura en contenedores especiales fuera del hogar, así como el desecho de pilas en el hogar. Sin embargo, la mayoría de los encuestados no separa la basura en casa ni usa papel reciclado.

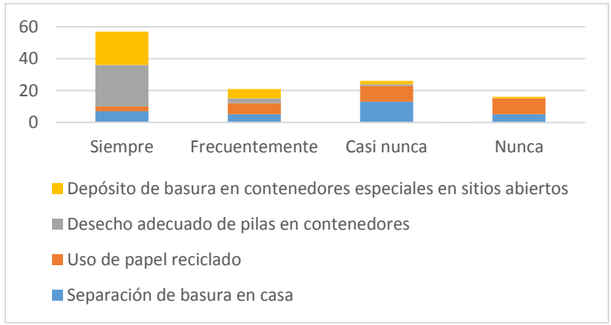


Figura 1. Hábitos de consumo familiar

En la figura 2 se muestran los residuos separados con mayor frecuencia en los hogares, en los cuales los encuestadores nos permitieron saber que hay una cultura de separación de residuos sólidos del fierro (aluminio, cobre, estaño, etc.) y el papel, pero el vidrio, el plástico y el cartón son depositados sin discriminación.

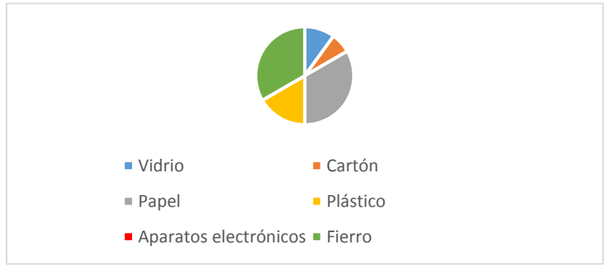


Figura 2. Residuos separados con más frecuencia en los hogares

En la figura 3 se muestran los residuos sólidos que el gobierno municipal separa para fines de reciclaje una vez que fueron trasladados al basurero municipal, en los cuales cabe señalar que sólo el plástico, el papel y el cartón son considerados.



Figura 3. Residuos sólidos reciclados por el gobierno municipal

En la figura 4 se muestran los residuos que separa y recicla para su venta posterior, un sector informal conocido como pepenadores, entre los cuales sólo consideran los que generan mayor ganancia (fierro, aparatos electrónicos, plástico, cartón).

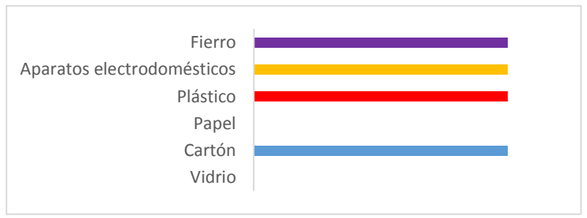


Figura 4. Residuos que el pepenador recicla

CONCLUSIONES

Tras la elaboración del artículo incluyendo la interpretación de resultados, podemos concluir que:

- El gobierno municipal no aplica el conjunto de políticas públicas que conforman el eje transversal de la sustentabilidad.
- El gobierno municipal fortalece su estructura política a partir del uso controlado de un sector informal conocido como pepenadores.
- Los pepenadores hacen de la actividad de reciclaje su sustento económico familiar, por lo cual son dependientes del ingreso lo que hace su actividad muy selectiva: sólo reciclan aquellos residuos que les generan ganancias.
- El proceso de compra venta de residuos no se encuentra regulado por el gobierno municipal, pero la organización de pepenadores los obliga a vender a empresas foráneas.
- Es necesario generar un convenio formal entre autoridades correspondientes y pepenadores, pues existen determinados tipos de residuos sólidos que no son considerados por ninguna de las dos partes por lo cual asumimos que se encuentran en el abandono en el propio basurero municipal.

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR VILLANUEVA, L. F. (1992). *La hechura de las políticas*. México: Miguel Ángel Porrúa.

AGUILAR VILLANUEVA, L. F. (1993). *Problemas públicos y agenda de gobierno*. México: Miguel Ángel Porrúa.

DOWNS, W. (1993). *Ciclo de atención a los problemas sociales*. En L. F. Aguilar Villanueva, Problemas públicos y agenda de gobierno. México: Miguel Ángel Porrúa.

FAO, FIDA, & PMA. (2013). *El estado de la inseguridad alimentaria en el mundo*. Roma: FAO.

ONU. (2015). *Gobernanza global y desarrollo: nuevos desafíos y prioridades de la cooperación internacional.* Argentina: Siglo XXI.

SEMARNAP. (1995). *Protegiendo al ambiente: política y gestión institucional*. México: Instituto Nacional de Ecología.

SEMARNAP. (2000). *La gestión ambiental en México.* México: Secretaría de Medio Ambiente Recursos Naturales y Pesca.

SEMARNAT. (2001). *Guía para la gestión integral de residuos sólidos municipales*. México: Subsecretaría de Gestión para la Protección Ambiental.

SEMARNAT. (2001). *Programa nacional de medio ambiente y recursos naturales 2001-2006*. México: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

SEMARNAT. (2010). *Investigación ambiental*. México: Centro de Investigaciones en Geografía Ambiental.

VECINDADES EN LOS 7 BARRIOS ANTIGUOS DE SAN LUIS POTOSÍ

Claudia Keileight Balderas Rodríguez[1] y David Madrigal González[2]

RESUMEN

La ciudad de San Luis Potosí tiene entre otros atractivos una densidad histórica que envuelve desde sus comienzos principalmente a lo que se conoce como sus 7 barrios; Tequisquiapan, Santiago, San Miguelito, San Juan Guadalupe, Tlaxcala, San Sebastián y Montecillo. Estos barrios, si bien se han quedado en el imaginario social como los siete barrios fundacionales, se han transformado con el paso del tiempo y junto con ellos uno de sus elementos emblemáticos como son las vecindades. En cada uno de los barrios hay diferentes historias y versiones en las que se describen los factores que han incidido en sus cambios físicos y poblacionales, sobre esto versa la presente investigación.

ABSTRACT

The city of San Luis Potosi has among other attractions a historical density that wraps since its inception mainly to what is known as its 7 districts ; Tequisquiapan, Santiago , San Miguelito , San Juan Guadalupe , Tlaxcala, San Sebastian and Montecillo . These neighborhoods, although there have been in the social imaginary as the seven founding neighborhoods have been transformed over time and with them one of their emblematic neighborhoods like elements. In each of the districts there are different stories and versions in which the factors that have affected their physical and population changes are described on this is this
investigation.

Palabras clave: Ciudad, vecindades, barrios.

INTRODUCCIÓN

Las vecindades localizadas en los 7 barrios antiguos de la ciudad de San Luis Potosí son una parte primordial en la historia territorial de dicho estado. Como menciona Jaime Osorio (2001) me encuentro en el nivel superficial, el cual es el primero en las capas de la realidad social. Esta investigación se sitúa en una dimensión de tiempo corto, pues solo realizaré este proyecto durante un mes, la dimensión espacial en la que me enfocaré es local.

Utilizaremos herramientas de investigación tales como; entrevistas, observación directa, revisión documental. La pregunta de investigación con la que nos ayudaremos para realizar esta investigación es: ¿Cuántas vecindades y en donde se localizan dentro de los siete barrios de San Luis Potosí?, con esta nos apoyaremos para partir con los demás elementos de la investigación y junto al tiempo en que realizaré la investigación determiné el nivel superficial en esta investigación.

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Lic. Administración y Gestión: Urbano Villalón #500, Colonia La Ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, SLP, 130919@upslp.edu.mx
[2] Colegio de San Luis A.C. , Programa de Estudios Antropológicos , Parque Macul #155, Fraccionamiento Colinas del parque , C.P: 78299, San Luis Potosí, SLP , dmadrigal@colsan.edu.mx

METODOLOGÍA

La manera en la que está desarrollada esta investigación es puramente investigación de campo y documental por lo que fueron visitados mayoritariamente los barrios antiguos, así como la utilización de recolección de datos en distintos lugares acerca de estos y a su vez se llevaron a cabo entrevistas para que personas que habitan o habitaban en ellos nos dieran una visión de lo que acontece en las vecindades actualmente.

Primero para conocer el panorama fue recopilada información dentro de investigaciones previas conforme a la historia que constituye a los siete barrios antiguos en la Ciudad de San Luis Potosí para que con esto las siguientes fases se puedan sostener en base a esto.

Las entrevistas realizadas a 15 personas, de las cuales tomamos en cuenta las que conocían sobre las vecindades en los barrios antiguos tanto para rescatar información de estas como también para la visita a ellas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Por las observaciones en la visita al barrio de Tlaxcala ya muchas vecindades están cayéndose, otras ya hicieron negocios comerciales o están en proceso de crear un estacionamiento de ambulancias.

En el caso del barrio de Tequisquiapan, se ha convertido en un lugar muy transitado en donde las vecindades algunas se han convertido en oficinas y muy pocas siguen pero en condiciones poco favorables para habitarse.

Tequisquiapan se ha ido modificando con el fin de ser un atractivo visual distractor tanto para los potosinos como para turistas.

Se encuentran cada vez menos habitantes en las vecindades dentro de los barrios antiguos, ya que se han establecido como lugares de distracción o de compra de productos y servicios.

La figura 1 presenta las 15 personas a las que se les realizó una breve entrevista en la que el 27% es de personas que en algún momento de su vida habito en las vecindades de los barrios antiguos, las cuales se utilizó como referencia para ubicar las vecindades a las que se fue a investigar. De las personas que conocían acerca de los barrios nos dieron direcciones de vecindades situadas en los barrios de Tlaxcala, Tequisquiapan, y San Miguelito.



Figura 1.Total de personas a las que se realizaron entrevistas.

La figura 2 muestra que de las 27 vecindades encontradas en diferentes barrios de San Luis Potosí ; el 67% son denominadas de la memoria pues se modificaron en su estructura sustituidos como establecimientos , también señala que el 33% de estas son vistas como existentes por lo que actualmente se pueden distinguir como vecindad.

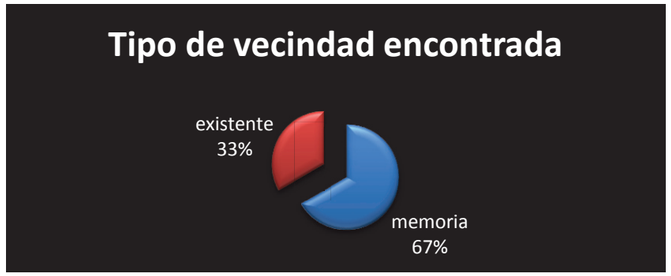


Figura 2. Tipo de vecindad encontrada

CONCLUSIONES

Mucha gente habitante de San Luis Potosí no conoce su historia en los 7 barrios y una parte minoritaria (sus antepasados) vivieron en uno de ellos, así pues la historia y constitución de las vecindades dentro de estos con el paso del tiempo se ésta transformando en sólo un recuerdo a causa de la globalización y la necesidad en la gente de actualizarse.

En la parte de la promoción turística en nuestro estado se tiene muy escasa información sobre los 7 barrios que lo caracteriza y nacieron con él.

Los barrios de San Luis Potosí así como las vecindades forman parte de la historia de la ciudad y con esto de su cultura, pero a pesar de localizarse cerca del centro histórico se encuentran en un panorama intranquilo y en condiciones poco favorables para habitarse.

La mayor parte de los barrios no tienen vecindades actuales habitables ya que se encuentran en un estado en el que se están cayendo, mientras que otras vecindades fueron modificadas para hacer en ellas servicios y locales.

Las vecindades exploradas localizadas en los barrios de Montecillo ,Tlaxcala ,Tequisquiapan ,y San Miguelito se caracterizaron por sus construcciones, ubicación cerca de sus iglesias y centro , cambios dentro de ellas; como son adaptaciones para hacerlas estacionamientos o locales.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi familia por brindarme su apoyo para mi desarrollo en esta investigación, al mismo tiempo gracias a mis amigos: Lizeth Muñoz, Raúl Eduardo Martínez González, Clara Azucena Nieto Ávila, Pepe Serrano por brindarme apoyo incondicional para lograr la realización de éste tanto en el trabajo de campo, entrevistas y personal. A Karina Hernández Beltrán, Manuel Alemán y Sergio B. Espriella por su motivación, consejos y apoyo incondicional. Por su enseñanza y guía a Dr. David Madrigal González como mi investigador anfitrión y el COLSAN A.C. Así como también agradezco a Prof. Martín Hernández Sustaita coordinador del 18 verano de la ciencia y a la UPSLP a los que agradezco está oportunidad por la cual estoy satisfecha en el aprovechamiento y crecimiento. De igual forma agradezco también a mis amigos a los que se les pregunto acerca de los barrios en San Luis Potosí: Marcela Ventura Mtz, Alicia Dávila, Jessica Alfaro Castillo, Libia Dávalos, Salvador Vázquez, Sergio Salazar, Sandra Banda, Saúl Palomares, Ariadna Martínez, Berenice Landeros, Cristian Guzmán, y Aldo Heriberto Velázquez Muñoz.

BIBLIOGRAFÍA

INEGI. (2015). *Inventario Nacional de viviendas 2015.* Recuperado el 07 y 09 de Junio de 2016, de INEGI: http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/inv/default.aspx

Ayuntamiento de San Luis Potosí (2015). "San Luis Potosí y sus 7 Barrios",en *Guía Turistica*. México: pp. 34-39,Turismo Municipal de San Luis Potosí.

Osorio, J. (2001). *Fundamentos del análisis social,La realidad social y su conocimiento.* México: casa abierta al tiempo.

Félix,J.(1996).La ciudad índigena de los siete barrios.San Luis Potosí: Lasser.

Díaz Chavira, N. (2012). *Proyecto de gestión participativa para la conservación del centro histórico de San Luis Potosí y sus siete barrios*. Licenciatura. UASLP.

Félix Zavala, J. (1996).*San Luis Potosí. Su origen: la ciudad indígena de los siete barrios: historia y tradición.* Licenciatura. UASLP.

Carcoba Moya, R. (1991). San Luis Potosí, ciudad de barrios. Licenciatura. UASLP

Salas Díaz del Castillo, N. (2007). *Evaluación del arbolado de los jardines públicos de los siete barrios del municipio de San Luis Potosí, SLP. México*. UASLP

Gámez Árgüelles, Y. (1996). *La fiesta patronal en los barrios de la ciudad de San Luis Potosí : una perspectiva comunicacional*. UASLP

EMPLEO PARA EL ADULTO MAYOR A TRAVÉS DEL TURISMO

Karla America Itzayana Blanco Kalamaco[1] y Sandra Lilia Jasso Ibarra[2]

RESUMEN

La idea de este proyecto surgió al observar que las personas de la tercera edad son rechazadas al buscar empleo ya que la mayoría de las empresas cuentan con políticas para no contratar personal a partir de cierta edad, como consecuencia la mayoría vive sola y de sus pensiones, y las que si trabajan, la mayoría lo hacen con remuneración mínima, por lo general son empacadores, y no cuentan con las prestaciones de ley. De esta manera se creó MC TOURS un proyecto de guías turísticos mediante el cual se pretende apoyar al adulto mayor a sentirse útil e independiente al realizar un trabajo digno, se logró contar con el apoyo de los encargados de los sitios de interés que se visitaran en los recorridos propuestos, además del apoyo del DIF para contactarnos con personas de la tercera edad para realizar el proyecto.

ABSTRACT

The idea of this project came to observe that people seniors are rejected when seeking employment as most companies have policies not to hire staff from certain age , as a result the majority live alone and pensions , and that if they work , most do with minimum wage , usually are packagers , and do not have the legal benefits . Thus MC TOURS a proposed tour guides through which is intended to support the elderly to feel useful and independent when making decent work was created, it was possible to have the support of those responsible for the sites to be visited in the routes proposed, besides the support of DIF to contact with elderly people for the project.

PALABRAS CLAVE: TURISMO,

GUIA TURISTICO: Persona que guía a los visitantes en el idioma de su elección e interpreta el patrimonio cultural y natural de una zona, que normalmente posee una titulación específica sobre una zona, por lo general emitido o reconocido por las autoridades competentes.
ADULTO MAYOR: La vejez es una etapa de la vida, la última. Está relacionada con la edad, es decir, el tiempo que transcurre desde el nacimiento hasta el momento actual, y cómo se ha vivido durante ese tiempo.

INTRODUCCION

El turismo forma parte de nuestra vida, ya que le da un sentido más divertido y permite disfrutarla más plenamente al conocer sitios de interés y maravillosos paisajes. Cada ciudad maneja el turismo de manera distinta y de acuerdo a los atractivos con los que cuenta dentro de ella y en sus alrededores. Así mismo maneja ciertos requisitos que deberán cumplir las personas que quieran desarrollarse en el área del turismo, más precisamente como Guía Turístico. El presente proyecto desarrolla la posibilidad de promover el empleo del Adulto Mayor a través de un Programa de Guía Turístico, considerando con responsabilidad que cumplen un perfil idóneo en cuanto a conocimiento de la ciudad y sus diferentes lugares de interés, experiencia en el trato con personas, conocimiento en la vialidad y tiempos de

[1] Instituto Tecnológico Superior de Monclova "Ejercito Mexicano", San Patricio #131 col. san miguel cp.25619, frontera, Coahuila, itza.y@hotmail.com
[2] Instituto Tecnológico Superior de Monclova "Ejercito Mexicano "Laredo 913 COL. Pedregal de San Angel, Monclova, Coahuila, sandyjibarra@hotmail.com

traslados en la ciudad, historia y/o antecedentes de los diferentes sitios incluidos en los recorridos, entre otras capacidades físicas y de resistencia. Lo anterior permitirá brindar un empleo digno, que le permita adquirir un sentido de pertenencia a un grupo con características similares a las suyas y en una actividad de trascendencia para nuestra comunidad. Sabemos que algunos miembros de la sociedad opinan que los adultos mayores ya no pueden ejercer con eficiencia un trabajo regular, por cuestiones de edad, enfermedades, limitaciones físicas, entre otras variables. Sin embargo, como equipo de trabajo nos permitimos cuestionarlo categóricamente y demostrar que se existen áreas de oportunidad en cuanto a empleo que se puede ofertar a este grupo de nuestra sociedad. Hay que recordar que una gran cantidad de personas de la tercera edad solo viven de la pensión, producto del esfuerzo de sus labores a lo largo de su vida, generando sedentarismo, así que al darles una oportunidad para poder trabajar en algo digno, se sentirán motivados y capaces para seguir laborando. Dado que han vivido por muchos años en la ciudad, la conocen mucho mejor y su experiencia es inigualable en cuanto al conocimiento de la ciudad, por ejemplo, detalles de los sitios de interés, los cuales son desconocidos por la población más joven de la ciudad ya que se ha perdido gran parte de la historia original de Monclova. Los objetivos mediante los cuales se desarrolla el proyecto son los siguientes: Objetivo General: Analizar áreas de oportunidad para la generación de empleo para el adulto mayor a través del turismo en Monclova, Coahuila. Objetivos Específico:

a) Apoyar al adulto mayor (a través de nuestra propuesta) a sentirse útil e independiente al realizar un trabajo digno generando beneficio a la sociedad.
b) Promover el turismo en Monclova y la región.
c) Adquirir conocimiento acerca de la cultura y sitios de interés de la ciudad.
d) Generar más ingresos económicos en la ciudad.
e)

MARCO TEORICO

La Secretaria de Turismo define al turismo como "el desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de entorno habitual" (INEGI-SECTUR, 1998-2003). El concepto de turismo proviene del inglés tourism. Se entiende por turismo como el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios.

Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio. (Definiciones) El turismo resulta muy importante no solo desde el punto de vista social y cultural, sino que también en cuanto a lo económico. Gracias al turismo aumenta notablemente la inversión en construcciones de infraestructura, y edificaciones, genera un mayor nivel de desarrollo en las áreas involucradas, los medios de trasporte suelen ser mejorados en cuanto a la calidad y la frecuencia, así como también aumentan las divisas, las tasas de desempleo disminuyen notablemente, generando un mayor bienestar en las comunidades afectadas. Desde el punto de vista cultural resulta muy útil ya que no solo permite la apreciación de cultura, tradiciones, geografía, artesanías y otros aspectos de miembros ajenos a la comunidad, sino que también permite la valorización y la concientización dentro de la misma comunidad. (Pulido Hernandez, 2002).

El turismo es un fenómeno muy superior al ámbito económico, pero no debemos olvidar que también tiene una gran influencia social, cultural, etc. (Sierra Cantallops, 2002). En materia económica, el turismo es el sector principal de la economía a nivel mundial (representa el 5,5% del producto interior mundial). A nivel de empleo representa el 6% del total mundial. Estos datos se refieren solo a la gente que trabaja directamente porque hay muchísima más gente que se beneficia indirectamente. (Guias Granada, 2015). El turismo es la actividad que más crece a nivel mundial y presenta la tendencia a que continúe creciendo. Esto es debido a que: El nivel de renta es cada vez más alto, por cuestiones demográficas que cada vez hay más jubilados (mucho tiempo libre), cada vez hay más tiempo de ocio disponible y por último, el gran avance del turismo fueron las vacaciones pagadas (cobrar durante las vacaciones). El guía turístico Un guía turístico o guía de turismo es aquel individuo que se dedica a orientar a un grupo de

personas en un entorno de turismo, mostrándole aquellos lugares más destacados del espacio que están visitando. Es un sujeto que trabaja como acompañante de los turistas y que está capacitado para informar a los viajeros sobre los hechos más relevantes de una ciudad, un museo, un edificio histórico o cualquier otro atractivo. (Lazara Gonzalez & Fonseca, 2008).

"Es la persona encargada de atender y asistir, conducir e informar, supervisar y hacer cumplir lo ofrecido, y orientar al turista en su idioma durante su estadía en un país nuevo y desconocido". (Manual de buenas practicas guias de turismo y operacion turistica gestion de servicio, 2007). El guía de turismo en el contexto nacional (así como en muchos países que constituyen y/o contienen importantes núcleos turísticos receptores) es un profesional técnico, calificado y especializado, con un sistema de valores fortalecido y con una gran capacidad de desarrollar relaciones interpersonales, cuyas funciones principales son conducir e informar -de manera planificada y organizada y veraz- a grupos turísticos en destinos y / o recorridos determinados y durante lapsos establecidos. (Guerrero Gonzalez, 2002).

METODOS Y MATERIALES

En cuanto a la recolección de datos, para realizar este proyecto se implementó la técnica de la entrevista personal para poder obtener información directa y más completa por parte de una muestra de personas de la tercera edad que laboran en algunas empresas de nuestra comunidad. Así mismo, se realizó un instrumento para aplicarlo a una muestra más amplia de personas de la tercera edad con variables que incluyen preguntas dicotómicas, de escala y abiertas para que las personas encuestadas pudieran expresarse libremente. El trabajo de campo se llevó a cabo en distintos puntos de la ciudad de Monclova y Frontera, por ejemplo, supermercados, puestos de comida en las calles, los cuales cumplían con los requisitos para poder entrevistarlos.

Antes de aplicar la encuesta, se pensó muy bien en qué se preguntaría al adulto mayor, que nos permitiera obtener la información que realmente se necesitaba. Después de terminar la aplicación del instrumento, se procedió a realizar una base de datos para posteriormente generar gráficas y poder identificar de manera más fácil la información que más interesaba saber y ver qué tan favorables eran los resultados. De manera simultánea se recopiló información a través de entrevistas con el Sr. Arnoldo Berme, de la Casa de la Cultura, quien nos proporcionó datos de lugares específicos, su historia, antecedentes y la importancia de éstos para nuestra ciudad.

Del mismo modo en cada una de las parroquias, parques y museos se obtuvo información pertinente para armar los recorridos (en los lugares en los que se ha autorizado). Se realizó un material visual que consta de tres folletos en donde describe los lugares que se visitaran en los recorridos los cuales serían a) Recorrido Plazuelas b) Recorrido de Cultural c) Recorrido de Recreación. A continuación se muestra un ejemplo de uno de los folletos

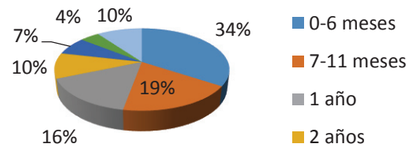


FIGURA 1. Recorrido de plazuelas.



FIGURA 2. Descripción de lugares de recorrido de plazuelas.

RESULTADOS



1. Antigüedad

Respecto a la encuesta realizada a 70 personas de la tercera edad lo que llamo la atención es que la mayoría de las personas encuestadas, tiene una antigüedad de trabajo entre 1 y 6 meses (34%) y de 7-11 meses (19%), lo cual indica que muchos de ellos no tienen un trabajo estable y/o fijo. Por otra parte se les pregunto si sentían satisfecho con su trabajo a lo cual un 91% contesto que si por temor a perder su única

fuente de empleo. También nos dimos cuenta que solo un 36% cuenta con pensión para poder solventar todos sus gastos mientras que el otro 64% solo depende de su salario en donde el 80% cuenta con una familia de 2 o 3 integrantes que dependen de ese salario y solo un 20% se gasta su dinero en sí mismos o necesidades básicas que requieran debido a eso se les cuestiono si tuvieran la oportunidad de cambiar de empleo lo harían y resulto que un 53% no cambiaría de empleo por sentirse a gusto en el o por miedo a que ninguna aparte los acepten como empleados, la mayoría de estas personas tienen entre 60 y 73 años.

CONCLUSIONES

Revisando los resultados del presente proyecto, se concluye lo siguiente: En lo que respecta a las entrevistas se destacan puntos de suma importancia, por ejemplo, que al contratar al adulto mayor como guía turístico, se logrará que se sienta realizado con la labor que desempeña, pues muchos de ellos ven su trabajo como algo necesario para poder seguir solventando sus gastos y además por distracción. Otro de los puntos es que existe un alto índice de familias que necesitan ingresos fijos y tener un trabajo seguro que les brinde todas las prestaciones. Es por eso que en este proyecto llamado "MC Tours" se les propone un sueldo fijo más las prestaciones de ley establecidas, lo cual resultará muy atrayente para el adulto mayor. Sabiendo esto, se tiene la certeza que sí existe gente dispuesta a trabajar como guía turístico ya que muchos de ellos buscan mejores condiciones de trabajo, más salario, etc. Por otro lado, el que las personas no quieran cambiar de trabajo, asegura que al contratar a alguien, no se tendrá el problema de la rotación de personal. Como se mencionaba anteriormente, muchas de las empresas, se niegan a contratar al adulto mayor porque según ellos, se generan más gastos y esto ha provocado que éste se sienta incapaz de seguir laborando, pero al presentarles la propuesta que MC Tours tiene para ellos, sus esperanzas y expectativas de volver a trabajar, fueron evidentes.

BIBLIOGRAFIA

CEN. (1809). *Guia Turistico.*

Codhem. (Junio de 2012). Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de http://www.codhem.org.mx/localuser/codhem.org/difus/adultos.pdf

Guerrero Gonzalez, P. (2002). *Introduccion al Turismo.* España: Patria.

Guias Granada. (2015). Recuperado el 2015, de Profesion Guia Turistico: http://www.guiasgranada.com/profesion-guia-turistico.php

INEGI-SECTUR. (1998-2003). *Cuenta satelite del Turismo en Mexico.*

Lazara Gonzalez, M., & Fonseca, M. E. (2008). *Gestion Estrategica del Turismo.* Sintesis.

Sierra Cantallops, A. (2002). *Marketing Turistico.* España: Ediciones Piramide.

LAS MUJERES EN LA POLÍTICA: CÓMO NEGOCIAN Y ARGUMENTAN SUS PROPUESTAS EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

María José Campillo Silva[1] y Ma. Aidé Hernández García[2]

RESUMEN

Dentro del presente documento se hace una investigación basada en la observación del congreso del Estado de Guanajuato, en el que se quiere conocer si las diputadas han encontrado una forma de negociar y argumentar sus ideas con los diputados dentro de la Cámara de Diputados y ver si las iniciativas presentadas por las diputadas son escuchadas por los compañeros y compañeras diputados, y si las diputadas son realmente apoyadas por sus partidos políticos. Además de hacer un pequeño recorrido histórico en los que se pretende destacar la participación de la mujer dentro de la vida política del país a través de los años.

ABSTRACT

Inside the present document there is done an investigation based on the observation of the congress of Guanajuato's State, in which it wants to be known if the deputies have found a way of negotiating and arguing his ideas with the deputies inside the Deputies' Chamber and of seeing if the initiatives presented by the deputies are listened by the companions and companions delegated, and if the deputies are really supported by his political parties. Besides doing a small historical tour in that one tries to emphasize the participation of the woman inside the political life of the country across the years.

PALABRAS CLAVE: Diputadas, Diputados, Negociación, Argumentación, Iniciativas.

INTRODUCCIÓN

En la historia del ser humano, el hombre y la mujer han tenido roles perfectamente definidos, estos forjan tu comportamiento ante la sociedad y sus acciones ante esta. Tu manera de pensar, tu manera de actuar, tu manera de vestir a su vez, "te hacen más mujer" o "más hombre". Y estas acciones definen nuestro género y el género no es un concepto biológico a diferencia del sexo que sí lo es, el género es una construcción social caracterizada para clasificar a la especie humana: hombres y mujeres (Barrios Martínez, 2003).

El género es el que la sociedad nos impone y es el que dicta cuál debe de ser el comportamiento para hombres como mujeres y con esto desempeñamos un papel en la sociedad, en la que los hombres son competitivos y agresivos mientras que las mujeres deben de ser ingenuas, sumisas y románticas (Barrios Martínez, 2003). Con este tipo de patrones las mujeres se han visto en desventaja ante los hombres. A nivel mundial el hombre ha sido quien tiene mayores oportunidades y ventajas a nivel laboral, mientras que la mujer esta resignada a colaborar en el hogar y en la crianza de los hijos, muchas veces sin estar de acuerdo pero viéndose forzada a hacerlo por la discriminación cultural, laboral, económica entre otras.

La mujer ha tenido que desempeñar diverso roles a lo largo de la historia y a través de ella, nos damos cuenta de cómo las mujeres siempre estuvieron organizadas para defender sus derechos y luchar por lo que consideraban correcto. Mujeres importantes que participaron en la guerra de Independencia de nuestro país como Leona Vicario o Doña Josefa Ortiz de Domínguez, mientras que en la Revolución Mexicana participaron mujeres cómo Hermila Galindo que ella fue una de las impulsoras para que la

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí. Domicilio: María Greever #724. Col. Jardines del Estadio. CP: 78280. Cd San Luis Potosí,S.L.P. Correo electrónico: 130041@upslp.edu.mx
2 Universidad de Guanajuato. Estudios Políticos de la Universidad de Guanajuato. Domicilio: Lascurain de Retana #5, Centro.CP:3600.Cd Guanajuato, GTO México. Correo electrónico: maaide@hotmail.com

mujer pudiese votar y ser votada, y es así como desde aquellos años las mujeres ya peleaban por formar parte de la vida política del país.
Para aumentar la participación de las mujeres dentro de la política evitando cualquier tipo de discriminación ya que la inclusión del sexo femenino en la política era muy poco, se empieza a establecer las cuotas de género que comienzan a integrar a las mujeres, las cuotas de género surgen de lo siguiente:

Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW)

El establecimiento de cuotas de género se da para eliminar las diferencias que puedan surgir y para que la política sea más incluyente con el sexo femenino**.** (Rivera, 2006).Y para lograr una igualdad, la CEDAW convoca a los gobiernos a legislar para hacer realidad la igualdad de género y también señala que los gobiernos son responsables no sólo de adoptar leyes adecuadas, sino de velar por sus efectos y porque no se discrimine a las mujeres. De igual forma, la CEDAW promueve el uso de medidas especiales transitorias, como las cuotas, para aumentar la participación de la mujer en todos los niveles de la toma de decisiones.

La CEDAW fue adoptada en forma unánime por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 18 de diciembre de 1979 y entró en vigor en 1981. (Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer, (CEDAW) (2011)).

En México esto fue posible gracias al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), que fue el que instauro que debía incluirse a las mujeres en lo político y estableció las cuotas de género que un principio fueron solamente del 70%-30%.Sin embargo no fue hasta la actual Legislatura LXIII que entro en vigor el 1 de Septiembre de 2015 que se aplica el principio de paridad con 50 por ciento para hombres y un 50 por ciento para las mujeres dentro de la Legislación para que en cuanto a cantidad haya los mismos hombres y mujeres legisladores.

Con esta inclusión de las mujeres dentro de la política, se abren nuevos caminos para cada una de ellas.
Con las cuotas de género impuestas con anterioridad de un 70%-30% en el que la mujer aún no formaba parte de manera suficiente dentro de la política, no fue hasta la actual Legislatura LXIII en que se estableció la paridad de género con un 50%-50% de diputadas y diputados.

Por lo que el objetivo del trabajo es observar como ocurre el desempeño de las mujeres en la política en la forma en ellas negocian y argumentan sus ideas con los diputados y si estos las escuchan y las apoyan o si ocurre todo lo contario.

Hipótesis
Las diputadas dentro del Congreso del Estado de Guanajuato, de la Legislatura XIII, no saben o no han logrado encontrar una correcta forma de negociar sus ideas con los diputados, y tampoco saben argumentar sus planteamientos de una manera adecuada, dando pie a que sus iniciativas e ideas no sean escuchadas ni tampoco aceptadas.

MÉTODOS Y MATERIALES

El principal método desarrollado para esta investigación fue la observación ya mediante este método se hicieron análisis sobre las mujeres dentro de la política, esta observación se llevó a cabo con la asistencia al pleno en el Palacio Legislativo del Estado de Guanajuato. Otro método importante fue una entrevista cualitativa a la diputada: Luz Elena Govea López, diputada del partido político Partido Revolucionario Institucional .Dicha entrevista se llevó a cabo el día 7 de julio de 2016 y tuvo una duración aproximada de una hora, con una serie de 7 preguntas, enfocadas a la argumentación y negociación de una diputada.

Estas fueron algunas de las actividades que se realizaron durante el período del verano en la Universidad de Guanajuato:

- Investigación y lectura de diversos libros y artículos para la elaboración del presente artículo.
- Participación en la organización del VII Congreso Internacional del Posgrado en Derecho, "Hacia la evaluación Internacional del Posgrado en Derecho".

RESULTADOS

Con los hechos mencionados anteriormente se pretende mostrar un vistazo a los avances y retrocesos que ha tenido la mujer y como hemos llegado a la época actual que aunque ya se recorrió mucho camino, aún falta más por recorrer para que el papel de las mujeres de verdad se ha influyente dentro de la toma de decisiones en México y que muchas veces las mujeres funcionan como "taxis" dentro de la democracia mexicana (Pacheco Ladrón de Guevara, 2009) Esto quiere decir que cuando las mujeres luchan por su puesto de trabajo dentro de la política en el país muchas veces ellas tienen miedo al poder o tienen miedo a no poder manejar las situaciones que se puedan presentar que muchas veces deciden dejarle el puesto a un hombre que simplemente estaba ahí y el esfuerzo , la dedicación y pasión que ellas tuvieron al final no valió porque dejaron ese puesto para alguien más (Pacheco Ladrón de Guevara, 2009).

Las mujeres al desempeñarse en la esfera pública, tiene que vencer muchos obstáculos, tales como la discriminación, el miedo, que muchas veces las mismas mujeres son las que no se valoran y minimizan sus trabajos y todo lo que hacen porque se consideran débiles e inferiores, por su género. En ocasiones las mujeres logran vencer este tipo de obstáculos y deciden quedarse en el poder, pero ¿Qué es lo que pasa, cuando las mujeres llegan al poder? Las mujeres por lo general cuando llegan al poder, adoptan el estilo masculino en el liderazgo (Hernández, 2006). Lo cual hace que realmente no se logre nada, cuando una mujer está en el poder ya que suelen seguir los patrones de comportamiento de los hombres y eso no hace que las mujeres se desenvuelvan de manera diferente dentro de la política, lo que se busca es un liderazgo "andrógino" (Hernández, 2006), en lo que se combine lo mejor de ambos sexos y que influyan para una mejor toma de decisiones.

Dentro del estado de Guanajuato se observa que en la Legislatura actual la participación de las mujeres diputadas es del 44.44%.Nos damos cuenta que esto nos acerca a la paridad que es lo que indica la ley con un 50%-50% de hombres y mujeres, pero observamos un gran desarrollo de la mujer en la actualidad. Ya que actualmente dentro de la cámara de diputados del Estado de Guanajuato, se cuenta con 16 diputadas y 20 diputados, comparados con la pasada Legislatura XVII ,solamente había 7 diputadas y 29 diputados, como se observa la ha habido grandes incrementos en la participación de las mujeres en la vida política de México.

Las diputadas que integran el poder Legislalativo dentro del Estado de Guanajuato conforma a cada partido político, son las siguientes: con mayor presencia en cuanto a diputadas es el PAN con 9 diputadas, mientra que le sigue el PRI con tan solo 4 mujeres, atrás de este esta el Partido Verde que tiene 2 diputadas y por último el partido de izquierda PRD con tan solo 1 mujer. Se ha visto que conforme va pasando el tiempo las Legislaturas van cambiando, abriendo paso para que las mujeres cada vez tengan más lugares dentro de la vida politica del país.

Por lo que la nueva Legislatura en el Estado de Guanajuato esta dispuesta a promover grandes cambios que traigan consigo grandes beneficios a la sociedad guanajuatense y que cada vez más sean muchas mujeres, las que esten a cargo de la toma de decisiones dentro del Estado.

La entrevista realizada a la diputada Luz Elena Govea López del Partido Revolucionario Institucional, nos da un panorama, de sobre cómo es estar a cargo de una diputación y cómo las mujeres se han ido abriendo paso dentro de este campo. Un ejemplo de ello es que una de las preguntas elaborada hacia la diputada es la siguiente: ¿Qué comportamientos adoptan las mujeres al llegar al liderazgo? ¿Adoptan

comportamientos masculinos o competitivos? Este tipo de comportamientos ¿Influye en la manera que argumentan sus ideas?, a lo que la diputada responde que es cierto: Las mujeres al llegar al poder efectivamente adoptan comportamientos un poco masculinos porque tratan con la mayoría de hombres entonces, si ,cuando tratamos algo dentro del grupo parlamentario son los hombres los que más este pudieran detenernos, si tenemos que movernos un poquito hacia el lenguaje masculino hacia la actitud masculina pensar un poquito como piensan ellos para poder desde ahí buscar, este ,pues mover su voluntad.

Aunque la diputada niega que dentro de la actual Legislatura exista algún tipo de discriminación ya que con este aumento de mujeres dentro de la cámara de diputados cada vez se acerca más a la paridad el número de diputaciones, por lo que por ese lado niega que haya alguna diferencia o discriminación entre diputados y diputadas. La diputada hace mención que también es apoyada por su grupo parlamentario y compañeros de partido político cuando expone sus iniciativas por lo que se siente respaldada tanto por sus compañeros de partido, por lo que no son, ya que hace algunos días cometió un error en un discurso hacia los indígenas y lamentablemente este error le costó la presidencia de la comisión de Derechos Humanos, y aun que estuvo equivocada, recibió apoyo por los miembros del Congreso del Estado de Guanajuato.

Dentro de esta Legislatura para la diputada Luz Elena Govea, las mujeres han sabido negociar sus iniciativas frente al Congreso, aunque también menciona que quién lo hace con regularidad es el Grupo Parlamentario el encargado de negociar dichas iniciativas propuestas por diputadas y diputados, pero las mujeres han sabido hacer un gran trabajo y desarrollarse perfectamente dentro del ámbito político, pero la diputada también hace notar que falta un poco más de preparación para ambos géneros ya que muchas veces para los cargos de diputados , no se busca un perfil en específico para la ocupación del cargo, por lo que muchas veces algunos diputados y diputadas pueden llegar a cometer algunos errores, porque a pesar de que tienen la vocación , a veces carecen del conocimiento técnico, aunque cuenta con ayuda de asesores, es muy importante la parte de la preparación para que los diputados no tengan problemas en cuanto a conocimientos técnicos a la hora de crear leyes o presentar iniciativas en beneficio de la ciudadanía.

Este breve apartado fue algo de la entrevista con la diputada Luz Elena Govea López y su punto de vista, como mujer dentro del Congreso del Estado, con las experiencias adquiridas de lo que va de tiempo transcurrido en la cámara de diputados, así como de lo que ella ha ido haciendo en pro de las mujeres.

A pesar de que las palabras de la diputada Luz Elena, encontramos que hay ciertas contradicciones entre lo que ella comenta y los hechos que son los que la respaldan.

Con el aumento de la participación del sexo femenino, dentro de la vida política de México se espera crear un impacto dentro de la sociedad ya que cada vez más son más mujeres las que están formando parte de la esfera pública, mujeres que son líderes y que no tienen miedo a correr riesgos.

Hoy, más que nunca, es necesario que las mujeres tengan un lugar central en la política y participen para fortalecer la ciudadanía e impulsar el cambio en las relaciones sociales. A fin de incidir en la toma de decisiones y de generar una conciencia de que tenemos la responsabilidad, la capacidad y la necesidad de elaborar un proyecto que integre nuestras demandas más específicas con otras más generales de justicia social y democracia(Rodríguez – Shadow, 2008).

Esto es muy importante y es algo que debemos lograr porque aunque ya tengamos muchísimos beneficios las mujeres, aún faltan grandes cosas para mejorar las condiciones de vida del sexo femenino y dentro de la política es algo que ahora tiene más fuerza para las mujeres, porque esta Legislatura XLIII, es la primera en México a la que se le exige que se tengan de diputados y diputados un número igual tanto de hombres como de mujeres , ya que con la Legislatura anterior aún se tenía un porcentaje de 70-30 en

cuanto a las cuotas de género, ocupados los lugares por un mayor número de hombres dentro de las cámaras de diputados del país.

CONCLUSIONES

Después de la entrevista realizada con la diputada Luz Elena, y con los hechos relacionados que engloban a su persona, uno de los más relevantes es que la diputada en un discurso que se llevó a cabo en una reunión dentro del palacio legislativo en el que la Comisión de Derechos Humanos (en ese entonces dicha comisión era presidida por la diputada Govea) y Grupos Vulnerables del Congreso de Guanajuato para exponer la falta de trabajo y opciones educativas que experimentan.

En el discurso que dio, ella dijo lo siguiente: "Se los digo con todo respeto, cuando ustedes piden trabajo es necesario que manifestemos cuáles son nuestras aptitudes... no me imagino a las mujeres indígenas en una fábrica, haciendo el aseo de un edificio, detrás de un escritorio. Me las imagino en el campo, en sus casas haciendo artesanías, haciendo el trabajo de sus comunidades indígenas". Este comentario tan poco acertado y con un lenguaje demasiado discriminatorio hacia los indígenas, demuestra que no supo argumentar su discurso y esa falta de argumentación le costó la presidencia de la Comisión de Derechos Humanos, y ahora ella solamente esta cómo vocal dentro de dicha comisión.

Otra de las cosas que ella comenta dentro de la entrevista es que nunca ha presentado una iniciativa de ley, solo ha realizado exhortos y presentado modificaciones en la Ley de Movilidad, en la que ella aboga por las mujeres y por su integridad al momento de moverse. Lo que esto puede significarse que las diputadas aún no se sienten capaces de exponer sus ideas, ni tampoco de negociarlas o argumentarlas frente al Congreso.

Por otro lado la diputada Govea también menciona dentro de la entrevista, que es cierto que las mujeres al llegar al poder adoptan comportamientos masculinos, ella dice que es para entender a los hombres y entonces así mover su voluntad, pero las mujeres al intentar comportarse como hombres lo que realmente se está haciendo es se adapten a ellos y no al revés y al adaptarse a los comportamientos de los hombres, las mujeres nuevamente terminan haciendo a lo que ellos deciden.

Por lo que la hipótesis planteada al inicio de la investigación, si se cumple, se cumple porque la diputada después de cometer su error y ganarse el apodo de Lady Nopales, no acepto su error públicamente y al no aceptarlo, perdió la presidencia de la Comisión de Derechos Humanos, no supo negociar esa parte con sus compañeros de partido, no reacciono de una forma en la pudiese defender su presidencia dentro de la comisión y al no negociar ni con los medios ni con su partido, perdió todo eso por completo. Tampoco supo argumentar su discurso y el simple hecho de no saber hacerlo, le trajo esta serie de problemas. Y hasta ahora al no presentar ninguna iniciativa de ley, demuestra que a las diputadas le falta desarrollar aún más este tipo de habilidades quede argumentación y negociación y que dentro del ejercicio político son fundamentales, para que las mujeres en la Legislatura puedan exponer y expresar sus iniciativas de manera correcta, pero sobre todo atreverse a exponer sus iniciativas.
Por estas razones es que la hipótesis es válida, se comprobó mediante la investigación y la entrevista, que arrojaron los resultados y de esta manera se comprobó.

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo de investigación fue realizado bajo la supervisión de la Doctora Ma. Aidé Hernández García, a quién le quiero agradecer por su tiempo, paciencia y por todas las enseñanzas que me dio durante todo este tiempo, tanto académicas como de la vida.

A la diputada Luz Elena Govea López, por su tiempo y concedernos la entrevista, pero sobre todo por recibirnos a mis compañeras y a mí con humildad, sencillez y con una enorme calidez.

A mis compañeras del verano de investigación Mari, Marina, Giovanna y Karen, porque a pesar de que yo no tenía ningún conocimiento previo sobre política, estuvieron para apoyarme y enseñarme.

A Yair, porque a pesar de tanto tiempo y tantas cosas por las que hemos vivido siempre me apoyo, en esta experiencia.

Mi familia que siempre me apoyo, pero sobre todo quiero agradecer principalmente a mamá, la única persona que a pesar de todo siempre creyó en mí y jamás me dejo sola, gracias por tanto mamá.

BIBLIOGRAFÍA

Pacheco Ladrón de Guevara L.C. (2009). Diputadas Taxi de l democracia mexicana. Obtenido de http://www.redalyc.org/

Martínez, D. B. (2003). Resignificar lo Masculino. Guanajuato: Vila Editores, S.A de C.V y David Barrios Martínez.

Guanajuato, C. d. (s.f.). Congreso de Guanajuato. Obtenido de http://www.congresogto.gob.mx/partido

Rivera, R. I. (julio-agosto de 2006). Redalyc. Obtenido de Las cuotas de género para el empoderamiento de las mujeres: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32513805

IMPACTO DE LAS TICS EN LAS MIPYMES DE MONCLOVA COAHUILA DEL RAMO COMERCIAL

Dalila Abigail Campos Pérez[1] y Verónica Martínez Vela[2]

RESUMEN

El presente documento muestra los resultados obtenidos de la investigación de campo aplicada a las MiPyMES para identificar el impacto de las TIC en el Municipio de Monclova Coahuila en su Giro de Negocios Comercial. Posteriormente, se aplicó a la población un instrumento de recolección de datos donde la muestra requerida seria las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, con el fin de conocer la situación actual respecto del uso de las TIC en sus actividades empresariales.

Así mismo, se le proporcionó al propietario y/o empleado la oportunidad de ofrecerle orientación y apoyo para la mejora del sistema y como podría obtener cambios: capacitación, asesoramiento o consultoría por parte del Instituto Tecnológico Superior de Monclova "Ejército Mexicano", sin algún costo adicional.

Palabras Clave: MiPyMES, Software, Hardware, TIC y Giro de Negocios.

ABSTRACT

This document shows the results of field research applied to MSMEs to identify the impact of ICT in the city of Monclova Coahuila In His Giro Commercial Business. Subsequently, the United Nations Population Instrument Data collection was applied where would Required Shows Small and Medium Enterprises, in order to know the current situation RESPECT use of ICT in their business activities. Also , you are provided the owner and / or employee of the opportunity to provide guidance and support for the Improvement of the system and how it could get changes: Training , Consulting and Consulting by the Superior Institute of Technology Monclova " Mexican Army ," the sin any additional costs .
Key words: MSMEs, software, hardware, ICT and Business Giro.

INTRODUCCIÓN

En la última década, los sistemas de medios de comunicación masiva y de educación han sufrido cambios debido al desarrollo y la difusión de nuevas tecnologías de información y las comunicaciones por Internet. La enorme avalancha de recursos informativos que dan vida a Internet sentaron las bases sobre las que muchas investigaciones coincidieron al pronosticar cambios radicales en las instituciones. Las industrias actuales requieren tecnologías complejas de satisfacción en cuanto a sus necesidades, es por tal razón que el hombre tiende a adaptarse a los cambios que se le presentan día con día. Actualmente se vive en constantes cambios y transformaciones para bien de la comunidad. Por ende, es importante para nosotros indagar si Coahuila y sus PYMES se están adaptando al uso de las tecnologías para el crecimiento de sus negocios.

Objetivo General: Identificar las necesidades de las Tecnologías de Información y Comunicación de las MIPyMES en el Giro Comercial de Monclova Coahuila, para permitir que la empresa crezca y se incorpore en el mercado global para así poder elevar su competitividad.

[1] Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano, Ingeniería en Gestión Empresarial, Carretera 57 Km 4.5 Lecho del Río Monclova, Col. Unidad Tecnológica y Universitaria, 25701 Monclova Coahuila, abigail.perez@outlook.es

[2] Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano, Academia de Ingeniería en Gestión Empresarial, Carretera 57 Km 4.5 Lecho del Río Monclova, Col. Unidad Tecnológica y Universitaria, 25701 Monclova Coahuila, vmartinez@itsmva.edu.mx

MARCO TEORICO

CIUDAD DE MONCLOVA COAHUILA.

Es la más importante de la región, su Índice de Desarrollo Humano (IDH) es de 0.861 (2010). Además, es una de las cinco ciudades con mayor desarrollo comercial de México y número 12 con menor rezago social o desempleo del país. Por otro lado, está posicionada como la ciudad número 11 de México en cuanto a competitividad se refiere.

TIC: "Son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes". (Business Excellence through Information Technologies S.L., 2004)

IMPACTO DE LAS TIC EN LAS PyMES A NIVEL PAÍS Y ESTADO.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han tenido una creciente presencia en el campo de la producción de bienes y servicios en todo el mundo. En un futuro previsible, su utilización determinará en gran medida el crecimiento, la competitividad y la generación de empleos de las PyMES.
"Según los Censos Económicos del INEGI, 2009, en México, las Pymes tienen 32.9% del personal, y ocupan uno de cada tres empleos, por lo cual promover el apoyo público a este tipo de empresas significa alentar el crecimiento del país y causar un impacto directo a la economía de sus habitantes." (Barajas, 2011)

La sostenibilidad para llegar a la tercera generación en la sucesión como empresas familiares, implica observar y atender situaciones problemáticas que impiden llegar a las MiPyMes en Monclova, Coahuila de Zaragoza, México, así de un total de 8759 entidades económicas, 8161 micros, 507 pequeñas y 91 medianas; se determinan 368 empresas como muestra en sus diferentes giros y estratos; 295 comerciales, 40 de servicios y 33 industriales.

LAS MiPyMes: Es una empresa de tamaño pequeño. Cuenta con un máximo de 1 a 10 empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma. La creación de ésta, puede ser el primer paso de un emprendedor a la hora de organizar un proyecto y llevarlo adelante.

ANTECEDENTES DE LAS MIPyMES

Este tipo de empresas tienen sus orígenes desde mediados del siglo XX, resultado del proceso o modelo económico denominado "desarrollo estabilizador" de los gobiernos de Adolfo López Mateos y Adolfo Ruiz Cortines donde la economía mexicana tuvo un considerable desarrollo derivado de la sustitución de las importaciones y el robustecimiento del Estado, la mayor parte de las actividades económicas eran generadas por el mismo, en ese orden de cosas la mayoría de los mexicanos eran burócratas al servicio de una de su tantas paraestatales y les permitía tener ingresos aceptables para su subsistencia al gozar de numerosos beneficios que el estado otorgaba a sus trabajadores, muchos mexicanos vieron pues la oportunidad de llevar a cabo inversiones de sus ahorros en los sectores de bienes y servicios y la apertura de negocios de todo índole se dieron por todo el país, no quiere decir que anterior a esto no hayan existido otros antecedentes pero es muy difícil de identificar sobre todo en los periodos del Porfiriato donde la inversión de grandes capitales nacionales y extranjeros en empresas de explotación de los recursos naturales.

MÉTODOS Y MATERIALES

Diseño Metodológico: El presente estudio se caracteriza por ser una investigación de campo, cuantitativa y cuya derivación expositiva es de tipo descriptiva.

Muestra: La muestra fue seleccionada de manera estratificada partiendo de las bases de datos del INEGI y el tamaño de la misma se determinó tomando como parámetro la tabla correspondiente, con un 95% de nivel de confianza y un error máximo aceptable del 5%, reportándose una Muestra representativa de 303 empresas.

Instrumento de Medición: La técnica utilizada fue la encuesta, obteniéndose la información mediante un cuestionario estructurado. Que consta de dos partes: Se aplicó dicha encuesta la cual fue contestada de manera verbal por el encargado y/o propietario, en la cual se le cuestionaba si contaban con los servicios generales como: luz, teléfono e internet y si realizaba algún tipo de facturación electrónica y si su respuesta era afirmativa a su vez especificaría el software que utilizaba. Por otra parte, se insertó un tablero con dos apartados; en donde el objetivo era aplicar la técnica oral y de observación para conocer la situación actual de la empresa en su relación y uso de Hardware y Software.

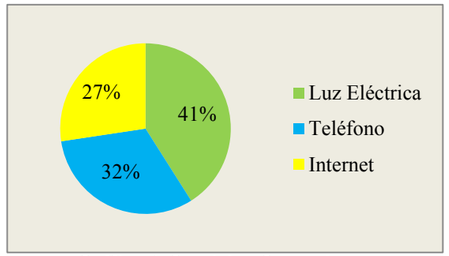
Dichas opciones a cuestionar y especificar las cantidades eran PC de Escritorio, Laptop, Copiadora Convencional y de Tickets, Escáner, Rack, Teléfonos, Celular, Conexión Alámbrica e Inalámbrica (WiFi), entre otras. Después que sistema operativo manejaba su PC de Escritorio o Laptop y qué tipo de software implementaban al momento de realizar la facturación. Se les cuestionaba de manera libre si consideraban que el ITSM les podría apoyar para mejorar su empresa y qué tipo de ayuda requerirían. La segunda parte de la lista de cotejo, se llevaría a cabo las observaciones del encuestador en donde hacía referencia al local comercial como: Nombre visible, logotipo o Marca Registrada.

También si contaban con estacionamiento, y cuantos cajones tenían disponibles. De igual manera teníamos que apreciar si la red instalada contaba con tubería conduit o canaleta para resguardar el cableado así también Rack y Hub. Cabe mencionar la presencia en Internet y Redes Sociales como por ejemplo: Páginas Web, Facebook, Twitter, Google Plus, LinkeIn e Instangram.

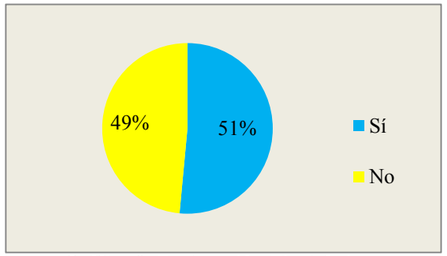
Para finalizar, verificamos la seguridad e implementación de alarmas, cámaras, cortinas, protecciones, guardias y puertas de seguridad. Al termino de la encuesta se le daba las gracias al encuestado por su tiempo y atención brindada.

Procesamiento Estadístico: Se utilizó el programa Microsoft Excel, a fin de calcular frecuencias y medias con los datos obtenidos en la escala aplicada a las empresas.

RESULTADOS

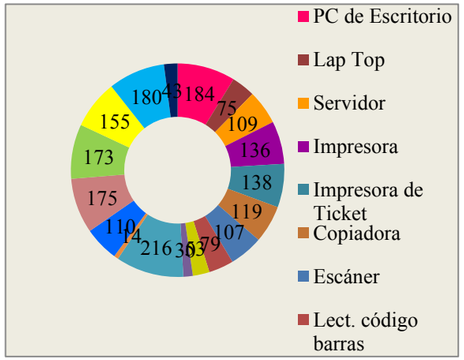


Gráfica 1. Servicios Generales.



Gráfica 2. Facturación Electrónica.

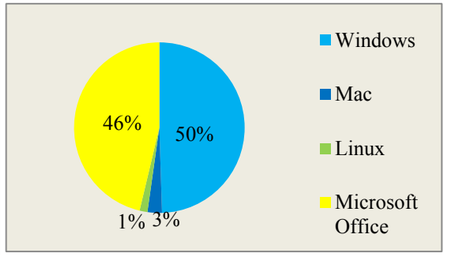
Nos muestra que las MiPyMes encuestadas durante la investigación indican un 41% a las que cuentan con Luz Eléctrica, mientras que el 32% hacen uso de Teléfono y el 27% restante manejan Internet. Esto quiere decir que cumplen con los requisitos del uso de las TIC.



Gráfica 3. Hardware que maneja.

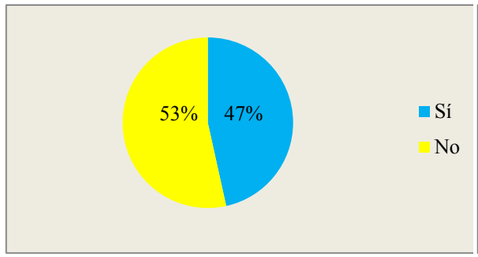
Permite saber que 216 propietarios y/o empleados hacen uso de Teléfonos mientras que la variable con menor cantidad es el Rack equivalente a 14. Esto indica que las TIC dentro de las MiPyMEs son de gran utilización.

Nos refleja que el 51% de las Micro Pequeñas y Medianas Empresas realiza la fracturación de manera electrónica, mientras que el 49% restante no la realiza, probablemente porque no cuenta con el equipo o contrata un contador particular quien organice sus inventarios. Esto indica que es la diferencia es del 1%.



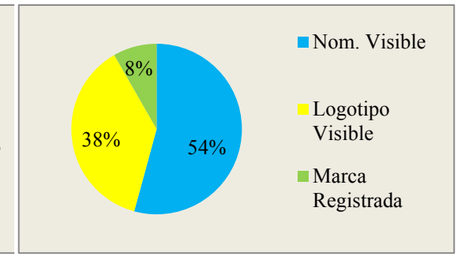
Gráfica 4. Software que maneja.

Nos indica que la mitad de las MiPyMes encuestadas manejan el Sistema Operativo Windows en sus PC de Escritorio o Lap Top, en segundo lugar con un 46% practican el Microsoft Office, enseguida con el 3% el Mac y para finalizar solamente el 1% tienen instalado el Linux. Aquí podremos incitar al propietario y/o encargado el cómo este software les puede ser de gran utilidad y de libre acceso sin costos adicionales.



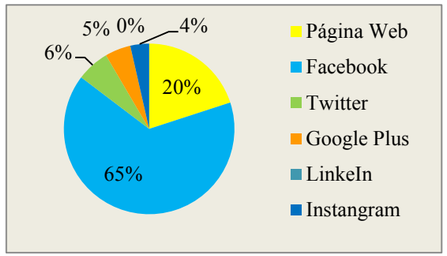
Gráfica 5. ¿Considera que el ITSM le puede apoyar para mejorar su empresa?

Podemos apreciar que el 47% de las MiPyMes han considerado el apoyo para mejorar su micro negocio, mientras que solo el 53% no lo requiere o no les interesa la propuesta.



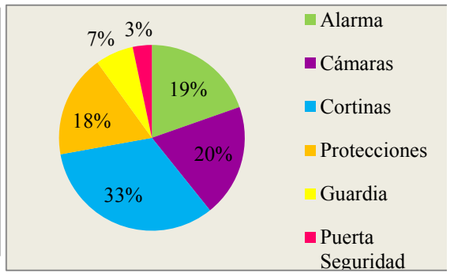
Gráfica 6. Local Comercial.

Observamos que el 54% de los comercios cuentan con un Nombre Visible ya sea en la parte de exterior o interior del negocio, por otra parte el 38% manejan algún logotipo visible, mientras que solo el 8% del 100% aparecen como Marca Registrada.



Gráfica 7. Presencia en Internet.

Es notorio que el 65% hace presencia publicitaria por medio de Facebook, dado que el 20% manejan una página web, después el 6% practican el Twitter para promocionar su micro negocio, el 5% aparecen en Google Plus, en penúltimo lugar el 4% de los encuestados hacen uso de Instangram mientras que nadie requiere LinkeIn para presenciar su MiPyMe.



Gráfica 8. Seguridad.

Para concluir con lo estadístico, se aprecia que el 33% de las MiPyMes cuentan con cortina, en segundo lugar con un 20% tienen cámaras, por otra parte el 19% ya hacen uso de alarmas, mientras que el 18% tienen instaladas protecciones, con un 7% solicitan de guardia interno o externo del local comercial y en último lugar solo el 3% cuentan con puertas de seguridad.

CONCLUSIONES

Ahora, con cierta visión hacia el futuro, se puede afirmar que falta un largo trecho por recorrer para lograr una conexión convenientemente entre el sistema educativo y las tecnologías de información y comunicación. Como primera ventaja importante que podemos mencionar la siguiente: apoyar a las MiPyMes de la Región de Monclova presentando y ofreciendo sus productos a través de Internet. En segundo lugar, potenciar a los empresarios y emprendedores a través de redes de apoyo e intercambio para poder elevar su competitividad.

El Instituto Tecnológico Superior de Monclova “Ejército Mexicano”, llevó a cabo el siguiente proyecto para conocer e identificar el gran impacto de las TICS en las MIPYMES de Monclova Coahuila del Ramo Comercial y así mismo brindar apoyo como: capacitación, asesoramiento y consultoría. Por otra parte, si no llegase a contar con las TICS o desconocer el uso de ellas, La Comunidad Tecnológica le implementará mejoras para beneficiar a cada propietario y así permitir que la empresa crezca y pueda incorporarse al Mercado Global. Por ello lo que se plantea permitirá elevar las necesidades y competitividad de las Micro Pequeñas y Medianas empresas de la Ciudad de Monclova, lo cual propicia en la contribución del incremento en el Producto Interno Bruto del país y la región.

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea

Barajas, F. (Octubre de 2011). *Ciencia y Desarrollo*. Recuperado el 30 de Julio de 2016, de Ciencia y Desarrollo: http://www.cyd.conacyt.gob.mx/255/articulos/tecnoinformacion.html

Business Excellence through Information Technologies S.L. (2004). *Servicios TIC*. Recuperado el 29 de Julio de 2016, de Servicios TIC: http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html

Licencia Creative Commons Atribución Compartir Igual 3.0; . (s.f.). *Wikipedia*. Recuperado el 15 de Agosto de 2016, de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Regi%C3%B3n_Centro_Desierto_de_Coahuila

PRÁCTICAS DE INNOVACIÓN EN EL SERVICIO DEL SECTOR RESTAURANTERO EN LA CIUDAD CAPITAL DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ

Laura Araceli Cano Torres[1] y Gloria Cristina Palos Cerda[2]

RESUMEN

El proyecto de Prácticas de Innovación en el Servicio del Sector Restaurantero en la Ciudad Capital del Estado de San Luis Potosí fue enfocado a conocer si los restaurantes afiliados a CANIRAC realizaban innovación en: procesos, organización, producción del servicio o uso de programas gubernamentales de apoyo para las actividades relacionadas con la innovación. Se aplicaron entrevistas a dichas organizaciones dirigidas a los gerentes y propietarios de los mismos, se recopiló la información objetivo y posteriormente se analizaron los datos obtenidos para analizar los resultados preliminares, sin embargo los resultados finales del proyecto se darán a conocer a través de un foro de divulgación a los actores involucrados.

ABSTRACT

The Practices of Innovation project in the service restaurant sector in the Capital City of the State of San Luis Potosi was focused to know if the restaurants affiliated with CANIRAC performed innovation in: processes, organization, service production or use of government support programs activities related to innovation. We applied interviews to the organizations directed at managers and owners. Were applied, the target information was collected and subsequently the data to analyze the preliminary results, however the final results of the project will be announced through a forum outreach to stakeholders.

Palabras Clave: Innovation, Service, Sme´s and Restaurant industry.

INTRODUCCIÓN

¿Por qué se hace esta propuesta? ¿Cuál es la necesidad que se pretende resolver?
En la década pasada; a pesar de los esfuerzos por mantener la estabilidad macroeconómica y la introducción de importantes reformas estructurales; México cayó seis posiciones en el ranking del índice global de competitividad (2014 – 2015) al bajar de la posición 55 a la 61. (WEF: 2015).

A pesar de los efectos positivos iniciales por la importación de tecnología y la reasignación de factores dentro y fuera de los sectores relacionados con la integración comercial y el aumento de la inversión extranjera directa, el crecimiento de la productividad total parece haberse rezagado en comparación con otros países desde principios de esta década. De hecho, el desempeño comercial reciente de México se puede atribuir más a costos de mano de obra comparativamente bajas que al aumento de la productividad y la capacidad innovadora. (OECD: 2008).

El gasto total en I+D es baja (0,4% del PIB) en 2012 es la mitad del nivel de los países como Rusia y Turquía, que tienen un PIB per cápita similar al de México; esto a pesar del compromiso del presidente para elevar la intensidad de I+D de al menos 1% del PIB. México también un pobre desempeño en las medidas de resultados de la innovación como las patentes y las principales publicaciones científicas. Faltan las condiciones que incentiven a emprender a la iniciativa privada. El sector privado representa

[1]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Coronel Romero. 1719, Colonia Himno Nacional 2da Sección, C.P: 78363, San Luis Potosí, Slp, 120907@upslp.edu.mx
[2]Universidad Politécnica de San Luis Potosí,; Urbano Villalón num.500, Colonia La ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, Slp, cristina.palos@upslp.edu.mx

39% de la inversión en innovación del país, cuando la media de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos es de 67. La mayor parte de la innovación recae en el sector público. (OECD B: 2015).

Para el 2012, el Gasto Nacional en Ciencia, Tecnología e Innovación (GNCTI) fue de $114,474.1 millones de pesos, cifra que representó 0.74% del PIB. De este monto, 58.3% se destinó al financiamiento de IDE (Investigación Científica y Desarrollo Experimental), 20.6% a educación de posgrado, 19.1% a Servicios Científicos y Tecnológicos (SCyT) y 2.0% a innovación. Los gobiernos federal y estatales contribuyeron con 56.0% del GNCTI, el sector empresarial con 38.5%, las IES (Instituciones de Educación Superior) con 3.3%, y el restante 2.2% correspondió a la inversión de las familias y del sector externo. Respecto a la distribución del Gasto Federal en Ciencia y Tecnología, (GFCyT) se han observado cambios respecto a la inclusión de la innovación en este rubro. En 2006, el 61% del GFCyT se destinó a IDE, el 21% a la formación de recursos humanos de posgrado y el 18% a SCyT, mientras que en 2012, la estructura del GFCyT fue 63% para IDE, 22% para posgrado, 11% para SCyT, y 4% para innovación. (PECiTI, 2014).

El Distrito Federal, Querétaro, Chihuahua, Baja California Sur, Nuevo León y Puebla, se invierte entre 0.2% y 0.5% como proporción del PIB estatal; San Luis Potosí invierte el 0.10% del Gasto privado en investigación Científica y Desarrollo Experimental como proporción del PIB estatal 2011. (ESIDET-MBN, 2012).

Objetivo general: Implementar el diagnóstico y la divulgación respecto a las prácticas de innovación en el servicio del sector restaurantero en la capital del estado de San Luis Potosí mediante el conocimiento aplicado y la vinculación institucional.
Objetivos específicos:

a. Medir las prácticas de innovación en el servicio restaurantero potosino mediante un grupo de estudiantes considerado bajo el eje de investigación institucional.
b. Vincular a los actores del sector empresarial e institución de educación superior pública.
c. Contribuir a las competencias metodológicas y técnicas de investigación aplicada de la LIIADT: Administración para el Desarrollo del Capital Estratégico.
d. Conducir un foro de divulgación con los actores involucrados a fin de presentar los resultados obtenidos en el estudio.

MÉTODOS Y MATERIALES

¿Qué “rutas” se piensan seguir en su investigación? A continuación se presenta (Ver tabla 1) información relacionada del instrumento *Survey of Innovation and Business Strategy* (Stadistics Canada: 2012) propuesto para aplicar.

Tabla 1 Descripción del instrumento

Tabla 1. Descripción de Instrumento. Nombre del estudio:	**Survey of Innovation and Business Strategy.** Desarrollado en 2009 en colaboración con la industria empresarial nacional de Canadá y con Asuntos Exteriores y Comercio Internacional de Canadá.
Descripción del instrumento:	El instrumento proporciona información estadística sobre las decisiones estratégicas, las actividades de innovación y las tácticas operativas utilizadas por las empresas canadienses. La información recopilada desde el 2012 se ha utilizado por el gobierno de Canadá para entender mejor el impacto de las decisiones de estrategia e innovación y adaptaciones operativas sobre la economía canadiense, entro otros temas vinculados al desarrollo de políticas para ayudar a las empresas a mejorar su productividad y competitividad.

Módulos del instrumento.	La población objetivo de la encuesta se definió para satisfacer las necesidades de información en diferentes sectores industriales. La población se limita a las empresas dentro de los 14 sectores definidos de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN, Statistics Canada, 2007). Los módulo son: Rendimiento y estructura del negocio. Innovación. Ciencia y tecnología.
Muestreo del instrumento (2012).	Diseño transversal, aleatoria simple estratificada de 7,818 empresas de una población de 67,807. La población objetivo se estratificó por agrupación industrial, región y tres clases de tamaño de empresas basadas en el número de empleados: pequeñas (20 a 99 empleados), mediana (100 a 249 empleados) y grandes (más de 249 empleados).

Fuente: Ibíd

A partir de dicho instrumento, se consideró solamente el apartado de *Innovación* siendo traducido y adaptado al contexto empresarial local (Anexo I). El resultado presenta el siguiente contenido del instrumento:

Tabla 2 Contenido del instrumento

Tabla 2. Contenido de instrumento. Datos de contacto de la empresa:	8 preguntas abiertas.
I. Antecedentes de la empresa:	4 preguntas: 1 abierta 3 elección múltiple.
II. Innovación de procesos:	6 preguntas: 3 abiertas 3 elección múltiple.
III. Innovación organizacional:	4 preguntas: 2 abiertas 2 elección múltiple.
IV. Innovación en la producción del servicio:	11 preguntas: 3 abiertas 8 elección múltiple.
V. Programas gubernamentales de apoyo para las actividades relacionadas con la innovación.	7 preguntas de elección múltiple. 1 abierta.

Fuente: Elaboración propia

De lo anterior; se plantean las siguientes etapas del proyecto:
Tabla 3 Etapas del proyecto

Tabla 3. Etapas del proyecto. **ETAPA 1.**	Retroalimentación C.A., a instrumento de estudio para cambios pertinentes.	09 al 20 mayo.
ETAPA 2.	Establecimiento de red de colaboración temática al proyecto antes mencionado con Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados A.C., San Luis Potosí.	23 de mayo a 10 de junio.

ETAPA 3.	Participación en verano de la ciencia región centro 2016 con el proyecto "Prácticas de innovación en el servicio del sector restaurantero en la ciudad capital del estado de San Luis Potosí" Aplicación de instrumento de investigación.	13 junio a 15 de julio.
ETAPA 4.	Análisis y diagnóstico de las prácticas de innovación en los procesos, organización, producción de servicio y uso de programas gubernamentales de apoyo para las actividades relacionadas con la innovación.	18 de Julio a 28 de octubre.
ETAPA 5.	Foro de divulgación de resultados. (C.A., CANIRAC, Sector privado y estudiantes).	03 de noviembre a 16 de diciembre
ETAPA 6.	Publicación de artículo en revista mexicana de Investigación Científica y Tecnológica.	09 enero a 07 de febrero.

Fuente: ***Ibíd***

Según el Anuario Estadístico y Geográfico de San Luis Potosí 2014, la capital del estado de San Luis Potosí cuenta con 264 establecimientos de preparación y servicio de alimentos y bebidas con categoría *turística* en la capital de San Luis Potosí. Considerando los datos del anuario estadístico y un nivel de confianza del 90% con un margen de error de 5% arroja un total de 133 establecimientos.
Durante la estancia del 18° Verano de la Ciencia se aplicaron 32 encuestas que corresponden a los resultados preliminares de la investigación.

RESULTADOS

Innovación de procesos

Durante los tres años 2013 a 2015, El 78% de las organizaciones entrevistadas tuvieron nuevos o mejorados (significativamente) métodos de prestación del servicio y el 22% no tuvo ningún cambio.
El 84% de las organizaciones entrevistadas tuvieron nueva o mejorada (significativamente) logística, entrega o métodos de distribución para sus insumos o servicio y el 16% no tuvo ningún cambio.
El 87.5% de las organizaciones entrevistadas tuvieron un nuevo o mejorado (significativamente) apoyo a las actividades de proceso, tales como sistemas de operatividad, compras, contabilidad o mantenimiento y el 12.5% no tuvo ningún cambio. ¿Quién ha desarrollado estas innovaciones de proceso? El 72% de los establecimientos *el negocio* es quien ha hecho las innovaciones, el 15.6% de ellos las han realizado junto con otros negocios, el 2.4% ha desarrollado las innovaciones principalmente otros negocios tales como consultorías. Y el 10% de los restaurantes no ha realizado innovaciones en el proceso. En 2015, aproximadamente ¿cuántos nuevos o significativamente mejorados procesos se introdujeron?
En promedio en el 2015 se introdujeron 3 nuevos o procesos mejorados significativamente.
En 2015, ¿cuál fue el gasto total de la empresa en la innovación de procesos?
El gasto total fue de $2, 725,000 pesos que equivale al 60% de los establecimientos en el 2015 y el 40% no invirtió en innovación de procesos.

Las innovaciones en los procesos del negocio, introducido en 2013 para 2015, ¿redujeron el costo por unidad o por operación de servicios existentes? Al 60% de las organizaciones el gasto total en innovación de procesos SI ayudó a reducir el costo por unidad y operación de servicios existentes.
Porcentaje de ahorro de costos de las innovaciones de proceso introducidos en 2015. El porcentaje de ahorro de costos de innovaciones en procesos es 13% en promedio.

¿La introducción de innovaciones en los procesos del negocio durante los tres años de 2013 a 2015 requirieron:
El 69% de las organizaciones requirieron cambios en actividades de marketing, el resto no.
El 72% de las organizaciones requirieron cambios en las actividades operacionales, el resto no.
El 72% de las organizaciones requirieron cambios en las actividades de la organización, el resto no.

Innovación organizacional
Durante los tres años 2013 a 2015, ¿hizo su empresa introducción de…
El 75% de las organizaciones Sí realizaron prácticas comerciales nuevas para los procedimientos de la organización (por ejemplo, gestión de la cadena de suministro, la reingeniería de negocios, gestión del conocimiento, gestión de calidad, etc. El 25% no lo ha realizado.
El 78% de las organizaciones Sí hizo introducción de nuevos métodos de organización de las responsabilidades del trabajo y la toma de decisiones (es decir, la utilización de un nuevo sistema de responsabilidades de los empleados, el trabajo en equipo, la descentralización, la integración de los departamentos, los sistemas de educación / formación, etc.) El 22% no lo ha realizado.
El 75% ha introducido nuevos métodos de organización de las relaciones externas con otros negocios o instituciones públicas (es decir, el primer uso de alianzas, asociaciones, outsourcing o subcontratación, etc.). El 25% no lo ha realizado.

En 2015, aproximadamente ¿cuántas de las innovaciones organizacionales anteriormente mencionadas se introdujeron? La media de las innovaciones organizacionales introducidas en 2015 es de 3.
Porcentaje de trabajadores influenciados o afectados directamente por las innovaciones organizacionales de su negocio en el año 2015. El 69% de los Trabajadores fueron influenciados o afectados directamente por las innovaciones organizacionales de su negocio en el año 2015.
En 2015, la introducción de sus innovaciones organizacionales requirió:
El 62.5% de las organizaciones requirieron cambios en las actividades de marketing
El 78% de las organizaciones requirieron cambios en las actividades operacionales
El 81% de las organizaciones requirieron innovar el servicio.

Innovación en la producción del servicio
Durante los tres años 2013 a 2015 el 81% de los establecimientos sí introdujeron servicios nuevos o mejorados de manera significativa. ¿Quién desarrolló estas innovaciones en el servicio? El 75% de las innovaciones las ha realizado los negocios principalmente, el 10% esas innovaciones se han realizado en conjunto con otros negocios y el resto no desarrolló innovaciones en el servicio.
Durante los tres años 2013 a 2015, ¿fueron algún servicio efecto de innovación en su negocio…
44% de los restaurantes sí introdujeron un nuevo o significativamente mejorado servicio en uno de sus mercados antes que sus competidores. El 56% permanece igual.
60% de los restaurantes han introducido un servicio nuevo o significativamente mejorado que ya estaba disponible para sus competidores.

Uso de programas gubernamentales de apoyo para las actividades relacionadas con la innovación.
Ninguno de los establecimientos no han solicitado apoyos de ningún tipo de gobierno o programa gubernamental.

Comentarios
Hay interés por aprender
Es un proyecto importante para saber qué hace falta innovar en el sector restaurantero.

CONCLUSIONES

Este proyecto es útil para conocer cómo se encuentra el sector restaurantero en cuanto a innovación en la Zona Capital de San Luis Potosí, ya que por ser uno de los sectores que aportan mayor PIB estatal, es importante que dichas organizaciones vean cuales son las áreas de oportunidad que se deben de innovar para mantenerse en el mercado y lograr la competitividad.

México es un país con muchas áreas de oportunidad donde un factor imprescindible es la innovación en ámbitos empresariales, académicos, organismos públicos y sociales para dar un paso hacia mejores indicadores que nos posicionen en un lugar más competitivo y benéfico.

El presente estudio pretende beneficiar directamente a 133 establecimientos a través de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), a la red de profesores investigadores y estudiantes involucrados. Indirectamente; al estímulo de la capacidad para innovar como elemento clave de divulgación.

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea
Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OECD (2010). *Launch of the OECDs innovation strategy*. Recuperado el día 14 de Julio de 2014 de:www.oecd.org/document/12/0,3343,en_2469_34273_45330700_1_1_1_1,00.html
García, O., Quintero, J. y Arias, J. (2014). Capacidades de innovación, desempeño innovador y desempeño organizacional en empresas del sector servicios. Cuadernos de Administración, 27 (49), 87-108. http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.cao27-49.cidi
Guan, J., Yam, R., Mok, C., and Ma, N. (2006). A study of the relationship between competitivenessn and technological innovation capability based on DEA models. *European Journal of Operational Research*, 170, 971-986.
Den Hertog, P., van der Aa, W., and de Jong, M. W. (2010). Capabilities for managing service innovation: Towards a conceptual framework. *Journal of Service Management*, 21 (4), 490-514.
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (2015). Agenda de Innovación de San Luis Potosí., en: http://www.agendasinnovacion.mx/wp-content/uploads/2015/01/Agenda-San-Luis-Potos%C3%AD.pdf, consulta en Enero 2016.
Encuesta sobre Investigación y Desarrollo Tecnológico y Módulo sobre Actividades de Biotecnología y Nanotecnología (ESIDET - MBN 2012). México; en: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/metodologias/ESIDET-MBN/ESIDETBN2012.pdf
Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014). Anuario estadístico y geográfico de San Luis Potosí. ISBN 978-607-739-380-1. México., en: http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/SLP_ANUARIO_PDF.pdf; consulta en Noviembre 2015.
Ley de Ciencia y Tecnologia 2002. (LCT). Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión,en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/242_081215.pdf; consulta en Abril 2015.
Organization for Economic Co-operation and Development (2008). OECD Reviews of Innovation Policy MEXICO. Draft-3nd revision. Paris, en: http://www.foroconsultivo.org.mx/libros_editados/oecd.pdf; consulta Abril 2016.
Organization for Economic Co-operation and Development (2015). Policy priorities to upgrade the skills and knowledge of Mexicans for greater productivity and innovation; Better Policies Series – Mexico; en: https://www.oecd.org/mexico/mexico-policy-priorities-to-upgrade-skills-and-knowledge-of-mexicans.pdf ,consulta en Abril 2016.
Plan Nacional de Desarrollo (2013 – 2018). Gobierno de la República, México., en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013 consulta en Abril 2015.
Programa Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación 2014-2018 (PECiTI). Gobierno de la República. México., en: http://www.conacyt.mx/siicyt/images/PECiTI-2014_2018.pdf, consulta Noviembre 2015.
Stadistics Canada. (2012). Survey of Innovation and Business Strategy. Investment, Science and Technology Division (ISTD), Government of Canada, en: http://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV.pl?Function=getSurvey&SDDS=5171consulta en Noviembre 2015.
World Economic Forum (2015). The Global Competitiveness Report 2014–2015., en: http://imco.org.mx/competitividad/indice-global-de-competitividad-2014-2015-via-wef/, consulta en Abril 2016.

FINANCIAMIENTO PARA GESTIÓN DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DEL SECTOR AGROPECUARIO EN EL ESTADO DE QUERÉTARO

Brenda Elizabeth Carbajal Hernández[1] y María Teresa López Ostria[2]

RESUMEN

México a lo largo de los años ha sufrido incontables cambios en el sector agropecuario, ya sea por nuevas políticas o avances tecnológicos que sin duda han trasformado completamente el esquema en el que se encontraba. Tener en cuenta estos cambios resulta relevante para generar programas orientados a un real desarrollo de este sector en el país. La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) es una dependencia federal cuyos objetivos son propiciar el ejercicio de una política de apoyo que permita producir mejor, aprovechar mejor las ventajas comparativas de nuestro sector agropecuario, integrar las actividades del medio rural a las cadenas productivas del resto de la economía, y estimular la colaboración de las organizaciones de productores con programas y proyectos propios. (SAGARAPA, 2016) El objetivo del presente trabajo es identificar los apoyos que ofrece dicha dependencia para el fortalecimiento y desarrollo de proyectos de innovación tecnológica para las pymes del sector agropecuario denotando así la importancia de acelerar el crecimiento económico de México. SAGARPA tiene como visión potenciar la transferencia tecnológica de innovación en materia agraria y pecuaria, innovación agroalimentaria, y tecnificación de riego entre otras áreas mediante herramientas de financiamiento nacional que permiten desarrollar nuevos proyectos de cooperación nacional y actividades de investigación-formación en beneficio de PYMES agropecuarias y la sociedad(SAGARPA, 2016).

Palabras clave: PYMES, financiamiento, proyectos de innovación tecnológica agropecuarios, transferencia tecnológica.

ABSTRACT

Mexico over the years has undergone countless changes in the agricultural sector, whether by new policies or technological advances have undoubtedly completely transformed the scheme in which it found itself. Taking account of these changes is relevant to generate oriented programs and a real development of this sector in the country. The Secretariat of Agriculture, Livestock, Rural Development, Fisheries and Food (SAGARPA) is a federal agency whose aims are to promote the exercise of political support that can help to produce and make better use of the comparative advantages of our agricultural sector, as well as to integrate activities of rural areas with production chains of the rest of the economy, and encourage a collaboration with producing organizations with their own projects and programs. (SAGARPA, 2016) The aim of this study is to identify the supports offered by this unit for the strengthening and development of technological innovation projects for SMEs in the agricultural sector denoting the importance of accelerating economic growth in Mexico.

[1] Instituto Tecnológico de Querétaro. Estudiante de la carrera de Ingenieria en Gestion Empresarial. Av. Tecnológico s/n esq. Mariano Escobedo Col. Centro, C.P. 76000, Querétaro, Qro. breen.carbajal@gmail.com

[2] Instituto Tecnológico de Querétaro. Profesor investigador de la División de Estudios de Posgrado e Investigación. , Av. Tecnológico s/n esq. Mariano Escobedo Col. Centro, C.P. 76000, Querétaro, Qro. tostria11@gmail.com

SAGARPA's vision is to promote technology transfer of innovation in both the agricultural and livestock field, food innovation, and modernization of irrigation and other areas with tools of national funding that develop new projects of national cooperation and research - training for the benefit of agricultural SMEs and society. (SAGARPA, 2016)

Keywords: SMEs, financing, agricultural technological innovation projects, technology transfer.

INTRODUCCIÓN

La PYME que se arriesga a innovar busca mejorar sus beneficios reduciendo costos, incrementando su participación en el mercado, mejorando la calidad de sus productos, o creando productos novedosos (OCDE y EUROSTAT, 2006) es aquí donde se enfatiza la necesidad de que las PYMES puedan lograr verdaderas ventajas competitivas sobre los competidores y ofrecer diversas estrategias de calidad a menor precio, ya que cada vez los consumidores y clientes locales también poco a poco son influenciados por las tendencias globales.

Una meta de las PYMES es convertirse a corto plazo en verdaderas empresas con visión, en donde la capacitación e investigación sean lo que abre paso hacia el éxito de los emprendedores. Las pymes se están apoyando de una manera creciente en los centros de investigación y desarrollo tecnológicos, así como en los diversos organismos de gobierno, con la finalidad de posibilitar un proceso de innovación continua para adentrarse a nuevos niveles de eficiencia y competitividad. (Olalde, M, S.F.)

En la actualidad es más económico invertir en proyectos referentes a innovación y asimismo desarrollar nuevas oportunidades de mejora dentro de las empresas que no hacer nada. La tecnología y la innovación tecnológica juegan un papel importante y aparecen como un determinante de la ventaja competitiva de las organizaciones. (Ruiz, M. Mandado, E. 1989).

Durante la última década, México ha implementado una diversidad de políticas públicas de apoyo a la innovación empresarial, mismas que se encuentran plasmadas en el plan Nacional de desarrollo es cual reconoce que "el campo es un sector estratégico, a causa de su potencial para reducir la pobreza e incidir sobre el desarrollo regional", y que "la capitalización del sector debe ser fortalecida" por lo que establece en tres de las cinco metas nacionales, un México Próspero, un México incluyente y un México con responsabilidad social.

(PND, 2013) Asimismo, busca proveer condiciones favorables para el desarrollo económico, a través de cierta regulación que permita la sana competencia entre las empresas y el diseño de una política moderna de fomento económico enfocada a generar innovación y crecimiento en sectores estratégicos(SAGARPA, 2016), contando así con instrumentos de desarrollo entre los que destacan los subsidios directos a las empresas en el marco de convocatorias competitivas y esquemas de créditos fiscales en actividades de investigación y desarrollo.

MARCO TEÓRICO

La SAGARPA, es una Dependencia del Poder Ejecutivo Federal, que tiene entre sus objetivos:

- Elevar el nivel de desarrollo humano y patrimonial de los mexicanos que viven en las zonas rurales y costera.
- Abastecer el mercado interno con alimentos de calidad, sanos y accesibles provenientes de nuestros campos y mares.
- Mejorar los ingresos de los productores incrementando nuestra presencia en los mercados globales, promoviendo los procesos de agregación de valor y la producción de energéticos.
- Revertir el deterioro de los ecosistemas, a través de acciones para preservar el agua, el suelo y la biodiversidad.

- Conducir el desarrollo armónico del medio rural mediante acciones concertadas, tomando acuerdos con todos los actores de la sociedad rural.
- Además de promover acciones que propicien la certidumbre legal en el medio rural. , así como con las metas y objetivos propuestos, para el sector agropecuario, en el Plan Nacional de Desarrollo. (SAGARAPA, 2016)

Dentro del plan Nacional de Desarrollo se mencionan tres de las cinco metas nacionales, y es importante tomarlas en cuenta en esta investigación , ya que es objetivo del gobierno federal contribuir en el impulso del sector agropecuario por medio de programas de apoyo, en dichas metas se menciona un México prospero que promueva el crecimiento sostenido de la productividad en un clima de estabilidad económica y mediante la generación de igualdad de oportunidades, considerando que una infraestructura adecuada y el acceso a insumos estratégicos fomentan la competencia y permiten mayores flujos de capital y conocimiento hacia individuos y empresas con el mayor potencial para aprovecharlo; el Plan explica las estrategias para lograr un México Incluyente, en el que se enfrente y supere el hambre. Delinea las acciones a emprender para revertir la pobreza.

Muestra, también, el camino para lograr una sociedad con igualdad de género y sin exclusiones, donde se vele por el bienestar de las personas con discapacidad, los indígenas, los niños y los adultos mayores, En el ámbito internacional, el Plan delinea un México con Responsabilidad Global; es decir, un país que muestre su respaldo y solidaridad con el resto del mundo, aportando lo mejor de sí en favor de las grandes causas de la humanidad. (PND, 2013)

Los programas de apoyo de SAGARPA son incentivos dirigidos a personas Físicas, Morales, Grupos de personas e Instituciones Tecnológicas y de Investigación que consideren en su objeto social cuando menos alguna de las siguientes actividades:

- ✓ Incrementar el nivel tecnológico de los cultivos en las Unidades Económicas Rurales Agrícolas
- ✓ Incrementar la innovación tecnológica en las Unidades Económicas Rurales Agrícolas
- ✓ Desarrollar, validar y adoptar innovaciones y desarrollos tecnológicos para mejorar los procesos productivos, incrementar la productividad y/o dar valor agregado a la producción agrícola.
- ✓ Conservación de los recursos filogenéticos nativos de México.
- ✓ Mejorar el uso del agua a nivel parcelario en las Unidades Económicas Rurales Agrícolas.
- ✓ Incrementar la mecanización y equipamiento de las Unidades Económicas Rurales Agrícolas
- ✓ Apoyar a las Unidades Económicas Rurales Agrícolas para que incrementen su capital de trabajo. (SAGARPA, 2016).

Existen políticas específicas que buscan apoyar a las asociaciones público/privadas para promover una colaboración tecnológica entre Centros Públicos de Investigación e Instituciones de Educación Superior (CPI e IES) y empresas. En muchos de estos casos, se han empleado criterios de selectividad, de acuerdo con los sectores prioritarios o áreas de tecnología preferentes, en el otorgamiento de apoyos. En los últimos años se ha hecho hincapié en el apoyo a las PyME y en la creación de capacidades para la transferencia de tecnología (CONACYT, 2008; OCDE, 2009).

En el contexto de las Naciones Unidas y de otros acuerdos multilaterales, la transferencia de tecnología se ha considerado con frecuencia como un proceso de "adquisición" mediante el cual los países en desarrollo tratan de tener acceso a productos y conocimientos técnicos importados del mundo desarrollado. Con frecuencia, no se aborda la idea de conceder licencias sobre activos intangibles como la propiedad intelectual, así como tampoco las posibilidades que brinda el intercambio recíproco.

(OMPI, 2006). Por lo que es importante mencionar a las reconocidas OTTS (Oficinas de Transferencia Tecnológica) que dentro de sus objetivos existe el fomentar el diseño, integración y ejecución metodológica de oficinas que faciliten: la comercialización y transferencia de las tecnologías desarrolladas por dichas instituciones a sectores usuarios; la identificación e integración de inversionistas y patrocinadores estratégicos en las investigaciones propias; y contribuyan a la generación de

oportunidades de negocio basadas en la aplicación de los desarrollos científicos y/o tecnológicos.(CONACYT, 2014).

La investigación, así como el intercambio de habilidades, conocimiento, tecnologías, métodos de fabricación, asegura que los avances científicos y tecnológicos sean accesibles a un mayor número de usuarios que puedan desarrollar y explotar aún más esas tecnologías en nuevos productos, procesos, aplicaciones, materiales o servicios como lo es la tecnificación de riego, la cual incrementa el ahorro del agua a través de la modernización y tecnificación de la agricultura bajo riego.

La importancia de las áreas de riego en México es fundamental para garantizar la seguridad alimentaria y en este sentido, a lo largo de la historia en el país, se han realizado diversas acciones para su transformación, de ahí parte los diversos apoyos que se otorgan para la tecnificación del riego, por mencionar una de las áreas en las que SAGARPA está decidido a invertir por medio de los programas de apoyo.

La tecnificación de riego incrementa el ahorro del agua a través de la modernización y tecnificación de la agricultura bajo riego, es la salida a los problemas que se presentan por la falta del líquido, así como tener mejores rendimientos agrícolas por unidad de agua consumida. Esto traerá como resultados mejores condiciones agro-ecológicas, al aplicar al cultivo el agua que requiere en cantidad, calidad y oportunidad para optimizar la producción, es la opción para obtener mejores resultados.(SAGARPA,2016)

MÉTODOS Y MATERIALES

La metodología utilizada en este proyecto de investigación se dividió en dos partes, primero se realizó una investigación documental con el fin de hacer la búsqueda de información referente al tema “Oportunidades para la aplicación de gestión de proyectos tecnológicos en las empresas” ya que es el antecedente para este proyecto. Y se buscaron diferentes instituciones del estado de Querétaro que tuvieran este tipo de programas de apoyo para financiar a las Pymes. Y posteriormente se llevó a cabo una investigación exploratoria que consistió en una recolección de datos por medio de una guía entrevista que constó con el fin de obtener datos relevantes en cuanto al número de programas, monto de financiamiento así como información general correspondiente a fechas y requisitos a cumplir por los interesados en la generación de innovación este ramo.

RESULTADOS

Derivado de la entrevista se obtuvo información relevante en la que se identifica que la SAGARPA cuenta con nueve programas para áreas como agricultura, ganado y pesca. De los cuales se hizo una revisión para así poder llegar al siguiente listado que son cuatro programas de los que se derivan en total trece componentes que son los que pueden aplicar en el estado de Querétaro en el sector agropecuario y en el área de innovación tecnológica. (Figura 1)

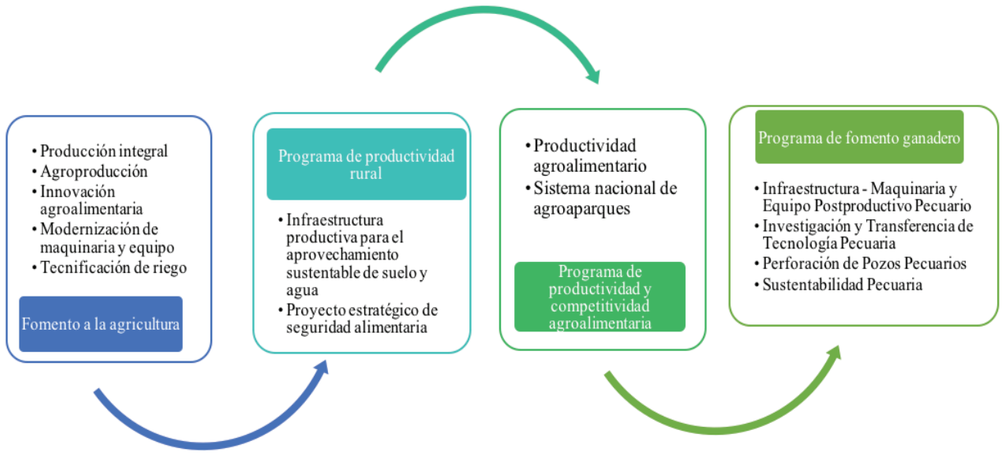


Figura 1. Programas de apoyo de SAGARPA

La cobertura de todos los programas es nacional, por lo tanto Querétaro puede postularse sin problema alguno. EL apoyo que se otorga en estos programas es con el fin de adquirir infraestructura, es decir maquinaria, equipamiento (equipos motorizados y tractores, equipo para la transformación de productos), material vegetativo, construcción, de micro y macro túneles, invernaderos, sistemas de riego, incrementar la productividad mediante la adquisición de Paquetes Tecnológicos, Perforación y equipamiento para aguas de uso pecuario, repoblamiento y recría pecuaria, entre otros.

Esta información ayudo a diseñar un diagrama del proceso general de todos los programas que esta secretaria realiza y que servirá como una guía para aquellos emprendedores que desean innovar e identifiquen esta área de oportunidad para la gestión de proyectos de innovación tecnológica del sector. (Figura 2)

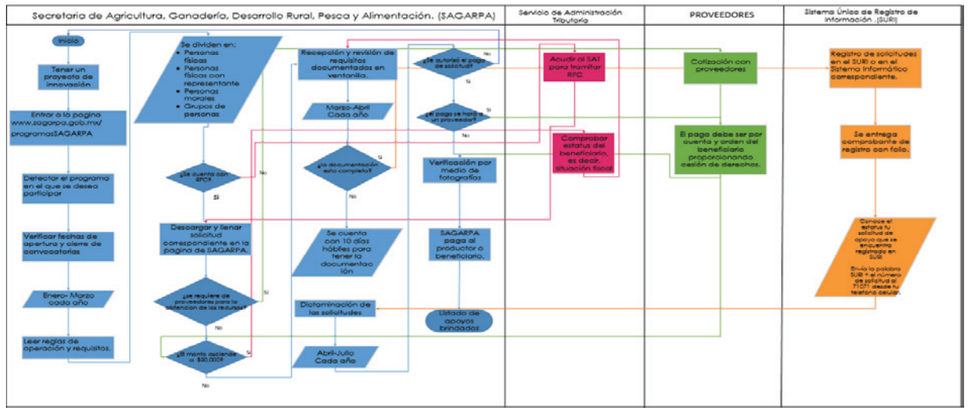


Figura 2. Diagrama de proceso general para programas de apoyo de SAGARPA

Los proyectos de innovación que cumplan con los requisitos solicitados, como lo es tener un estatus fiscal idóneo ante el SAT y entren en cualquiera de las categorías mencionadas anteriormente reciben un apoyo económico de hasta el 50% del valor total del bien que es solicitado. Por lo que es responsabilidad del interesado tomar en consideración las fechas en que cada convocatoria se abre, ya que cada área (agrícola, ganadera y pesquera) tiene una fecha distinta para una mejor atención y organización, así como agilizar los trámites para que el tiempo de recepción y elegibilidad sea menor.

De acuerdo al presupuesto nacional, el monto para cada convocatoria cambia cada año con el fin de poder satisfacer la mayor parte de los proyectos, y posteriormente sean puestos en marcha. Es importante mencionar que se debe comprobar que el monto asignado es para lo que el interesado requirió en la solicitud, y que cualquier trámite se hace en la oficina mencionada con anterioridad, sin tener que salir del Estado de Querétaro.

CONCLUSIONES

Gracias a este tipo de programas de apoyo que ofrece la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), se podrá potencializar el sector agropecuario del Estado de Querétaro porque se cuenta con las herramientas necesarias para explotar las áreas de oportunidad con las que cuenta y asimismo fortalecer dicho sector para un desarrollo creciente y pleno, mismo que busca incentivar la productividad de este tipo de zonas. México es un país con amplia diversidad de recursos naturales que pueden ser utilizados para un bien común sin ser afectados seriamente ya que por medio de este tipo de proyectos de innovación se busca mantener, proteger y dar sustentabilidad de una manera responsable y productiva un sector agropecuario en beneficio de todos los mexicanos.

Los programas de apoyo actualmente crecen de una forma exponencial, porque existen una serie de oportunidades que sin duda las PYMES del sector deben explotar para crecer potencialmente, pero muchas veces la difusión o la información no llega de la manera que se espera a dichos organismos, por lo que es indispensable crear herramientas que posteriormente se conviertan en canales de comunicación sólidos como lo son los diagramas de flujo, ya que contienen paso a paso todos los procesos, que ayudan al fortalecimiento para que estos apoyos sean adquiridos.

La dinámica en la que se encuentran hoy en día las empresas exige hacer frente a las demandas de los mercados que requieren de todos tipo de satisfactores que ofrece un entorno globalizado, en donde la innovación, el desarrollo tecnológico, la mejora de los procesos, y la aplicación de las tecnologías de información y la comunicación son un desafío en un ambiente competitivo.

BIBLIOGRAFIA

- AR PYMES.(s.f.) Consultado en : http://www.arpymes.com.mx/services/ginnovacion-mrtecnologica.html (Fecha de consulta: 22-07-2016)
- CONACYT (2014) Oficina de transferencia tecnológica. Consultado en: http://www.conacyt.mx/index.php/ott-oficina-de-transferencia-de-tecnologia (Fecha de consulta: 10-06-2016)
- CONACYT (2008b), Términos de referencia para la operación de la modalidad “paquetes tecnológicos”. Subprograma AVANCE, mimeo, México.
- María Isabel Olalde Quintanar (S.F) Las empresas de base tecnológica en México y fuentes para su estudio sobre competitividad. Consultado en: http://www.acuedi.org/ddata/759.pdf (Fecha de consulta: 02-07-2016)
- OCDE (2009), OECD Reviews of Innovation Policy: Mexico, OCDE, Paris.
- Jesús Rodríguez Cortezzo. (1997). Tecnología e industria: realidades alcanzables, ESIC, México.
- OCDE y EUROSTAT (2006): Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Grupo Tragsa, 3° Edición.

- OMPI (2006). Recuperado de: http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2006/05/article_0005.html (Fecha de consulta: 24-06-2016)
- Plan Nacional de Desarrollo. (2013) Presentación. Consultado en: http://pnd.gob.mx/ (Fecha de consulta: 05-07-2016)
- SAGARPA, (2016) Reglas de operación. Consultado en: http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/44530/Reglas-Operacion-2016-sagarpa.pdf (Fecha de consulta: 22-07-2016)
- SAGARPA. (2016) Visión. Consultado en: http://www.gob.mx/sagarpa/que-hacemos (Fecha de consulta: 22-07-2016)
- SAGARPA (2016) Agroproducción: el campo, fuente principal de vida. Consultado en: http://www.gob.mx/sagarpa/articulos/agroproduccion-el-campo-fuente-principal-de-vida/ (Fecha de consulta: 22-07-2016)
- (SAGARPA, 2016) Tecnificación de Riego para un mejor uso y distribución del agua. Consultado en: http://www.gob.mx/sagarpa/articulos/tecnificacion-de-riego-para-un-mejor-uso-y-distribucion-del-agua (Fecha de consulta: 18-07-2016)
- Ruiz González, Manuel. Mandado Pérez Enrique. (1989) La innovación tecnológica y su gestión. Marcombo Boixareu Editores. Página 13

SUSTENTABILIDAD EN LA POBLACIÓN EN CONDICIONES DE MARGINACIÓN. INTERVENCIÓN EN LOS ASENTAMIENTOS HUMANOS INFORMALES DE QUERÉTARO

Ana Elena Carbajal Saucedo[1] y Angélica Álvarez Quiñones[2]

RESUMEN

El presente artículo pretende dar a conocer la esencia principal del trabajo realizado dentro del Instituto Tecnológico de Querétaro, basado en el desarrollo de una investigación básica de campo con la finalidad de conocer el panorama actual del sector de las artesanías y habitantes de la comunidad del Tule, en donde fue encontrado el problema de falta de alternativas y estabilidad de los empleos en los habitantes del lugar. Es por ello que el objetivo principal fue proporcionar una propuesta de mejora enfocada a la reducción de un problema latente del ámbito económico – social, desarrollando un plan de negocios y complementando el trabajo realizado en el proyecto MUPUME por los estudiantes de la Licenciatura en Arquitectura del instituto antes mencionado.

ABSTRACT

This article seeks to highlight the main essence of the work done within the Technological Institute of Queretaro, based on the development of a basic field research in order to know the current situation of handcrafts and population sector of the community “El Tule”, where it was found the problem of lack of alternatives and stability of jobs in the locals.

That is why the main objective was to provide a proposal for improvement aimed at reducing a latent problem of economic – social sphere, developing a business plan and complementing the work done in the “MUPUME” project by students of the degree of Architecture in the aforementioned institute.

Palabras Clave: Artesanías, Patrimonio Cultural, Sustentabilidad.

INTRODUCCIÓN

Si bien, el sector artesanal como parte de la sociedad en que vivimos hoy en día con el paso de los años ha perdido fuerza y posicionamiento en el mercado, afectando la estabilidad de los empleos en los habitantes de ciertas comunidades en el Estado de Querétaro, siendo un lugar donde se concentra una parte considerable de la producción de artesanías en México.

La propuesta de mejora realizada como producto de la investigación de campo que se llevó a cabo en el sector geográfico previamente delimitado a la comunidad “El Tule”, tiene como objetivo el fortalecimiento de los medios para el cuidado de nuestro patrimonio cultural, buscando a su vez la creación de un lazo entre los tres sectores primordiales que son base de la sustentabilidad (económico, social y ambiental). Como bien sabemos, la industria textil por su parte, es un giro que involucra un alto impacto al medio ambiente y es por ello que de la misma forma, el desarrollo de este proyecto a parte de buscar una mejora en el sector económico de los habitantes, se centra en el desarrollo de una propuesta de negocio sustentable que involucre la implementación de recursos favorables para el medio ambiente o bien, que no impliquen un impacto negativo cobre el mismo.

Así mismo, cabe mencionar que el sector artesanal, lamentablemente no cuenta con el impulso necesario y al no encontrarse dentro del sector formal, cuenta con ciertas desventajas que ocasionan la falta de interés por parte de los habitantes en cuanto al aprendizaje del oficio, y es por ello que de la misma forma, se ha perdido una parte considerable del patrimonio cultural.

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Licenciatura en Administración y Gestión, Av. de la República No. 260, Col. Julián Carrillo, Ana Elena Carbajal Saucedo, C.P: 78340, San Luis Potosí, S.L.P, 120133@upslp.edu.mx.
[2] Instituto Tecnológico de Querétaro, Instituto Tecnológico de Querétaro Campus Norte, Gobierno del Estado de Querétaro; Santiago Zacatlán s/n, Colonia Jardines de Santiago, C.P: 76148, Querétaro, Querétaro, aalvarez@mail.itq.edu.mx

MARCO TEÓRICO

La etapa previa a la elaboración del producto de la investigación (que en este caso fue un plan de negocios) constó en investigación documental con la finalidad de ampliar el panorama y adquirir el conocimiento necesario sobre el sector actual de las artesanías, sus variantes, tendencias e importancia, con la finalidad de realizar una propuesta de mejora que se centrara en los puntos críticos de especial atención y que generara un beneficio social a largo plazo con su posterior aplicación.

Entre la información relevante perteneciente a este apartado, con la finalidad de brindar el panorama general bajo el que se rige el sector de las artesanías encontramos los siguientes datos:

La elaboración de artesanías es uno de los oficios más antiguos de la humanidad. En esta actividad resalta la presencia de elementos culturales y la producción de objetos con materiales propios de la región en donde habitan los artesanos, lo cual contribuye a la construcción de la identidad de la comunidad.

(Rafael Aréstegui Ruiz, Director general del CESOP, 2013)

Heladio G. Verver y David Hernández, ambos diputados de la LXI Legislatura, señalan que esta actividad es relevante no sólo para el goce y disfrute de la gente, sino que puede transformarse en un proyecto productivo sustentable y que para lograrlo se hace necesario el desarrollo de políticas públicas humanistas y sociales en el que los artesanos, hombres y mujeres, sean los protagonistas de la producción artesanal.

La importancia del tema de las artesanías, radica en que expresan parte de la riqueza cultural del país y porque caracterizan la utilidad y belleza de artículos que utilizamos de manera cotidiana.

Uno de los principales problemas respecto de las artesanías mexicanas es su proceso de comercialización. De acuerdo con Rafaela Luft Dávalos, son pocos los artesanos que exportan sus productos y es necesario "promover un marco jurídico de defensa de las artesanías, sobre todo para combatir la piratería".

Los artesanos no cuentan con condiciones para generar ingresos sostenibles el mismo que desglosa un árbol de problemas.

Generalmente las localidades donde se encuentran los artesanos no cuentan con instituciones de crédito, por lo que ellos mimos deben encontrar la manera de financiarse algunos de ellos recurren a los financiamientos de los gobiernos locales y federales, otros han recurrido a las organizaciones internacionales, pero la gran mayoría trabaja con financiamiento propio y en estos casos se tiene que obtener con la venta de algún bien que sea patrimonio de la familia (algún animal, o producción de hortalizas).

Durante el tercer trimestre de 2011, más de 1,800,000 personas mayores de 15 años se emplearon en alguna actividad artesanal o relacionada con este rubro.

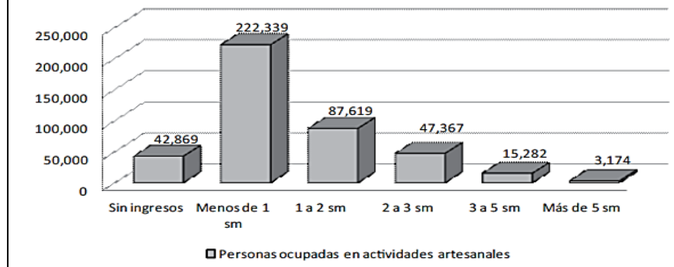
De éstas, EL 30% laboró como parte de la población ocupada que se dedica de tiempo completo a la actividad y el 70% restante aparte de ser artesanos buscan otro empleo para satisfacer sus necesidades.

Cuadro 1. Número de trabajadores industriales, artesanos y ayudantes en el sector de población ocupada por entidad federativa. Tercer trimestre de 2011

Entidad	*Trabajadores*	*Entidad*	*Trabajadores*
Aguascalientes	1,610	Morelos	4,961
Baja California	6,512	Nayarit	6,028
Baja California Sur	5,148	Nuevo León	23,350
Campeche	5,905	Oaxaca	58,398
Coahuila	19,594	Puebla	28,354
Colima	4,395	Querétaro	2,836
Chiapas	12,821	Quintana Roo	13,298
Chihuahua	2,812	San Luis Potosí	10,658
Distrito Federal	7,736	Sinaloa	14,259
Durango	4,739	Sonora	25,329
Guanajuato	13,383	Tabasco	5,256
Guerrero	39,107	Tamaulipas	28,027
Hidalgo	10,511	Tlaxcala	10,157
Jalisco	32,504	Veracruz	24,958
Estado de México	34,687	Yucatán	29,310
Michoacán	11,640	Zacatecas	9,093

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI, *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Resultados del tercer trimestre de 2011*. Disponible en: www.inegi.org.mx. Fecha de consulta: 14 de noviembre de 2011.

Gráfica 2. Nivel de ingresos de la población ocupada en actividades artesanales. Primer trimestre de 2011



Nota. sm = salario(s) mínimo(s).
Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI, *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Resultados del tercer trimestre de 2011*. Disponible en: www.inegi.org.mx. Fecha de consulta: 14 de noviembre de 2011.

MÉTODOS Y MATERIALES

Los recursos utilizados para el desarrollo de esta investigación y propuesta de mejora se mencionan a continuación.

- Uso de computadoras de la institución (durante la horas de trabajo en el campus).
- Uso de computadoras personales (durante la estancia general en Querétaro fuera del campus).
- Acceso a las instalaciones del campus norte y centro para acudir a revisiones del proyecto.
- Uso de aulas y laboratorios pertenecientes a la Licenciatura de Arquitectura para el desarrollo del producto.
- Traslado a la comunidad "El Tule" en autobús escolar para realizar investigación de campo.
- Uso de cámara fotográfica para dejar constancia del trabajo.
- Se implementó la herramienta de trabajo "Canvas" para el desarrollo de la base del plan de negocios.
- Se realizó el análisis de un proyecto de asentamientos informales para entender el panorama general de los habitantes de las comunidades colindantes al área metropolitana del Estado de Querétaro.
- Se realizó investigación documental en Internet para complementar la investigación de campo y ampliar el diagnóstico de la situación.
- Se realizó una delimitación del sector a abarcar y de los objetivos principales de estudio, con la finalidad de profundizar y realizar una aportación más específica, creando una base para la continuación del proyecto en etapas posteriores.
- Estructuración de costeos, presupuestos y cotizaciones de los requerimientos para la implementación del proyecto.

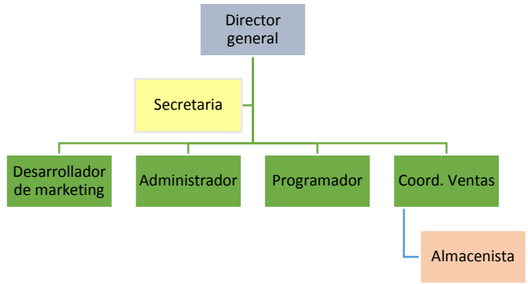
RESULTADOS

A continuación de proporcionará de manera muy general, los aspectos primordiales incluidos dentro de la propuesta de mejora ante la investigación anteriormente realizada.

Propuesta de valor	Actividades clave	Recursos clave
Reforzar la incorporación de las mujeres al sector formal laboral, proporcionándoles ingresos más estables al mismo tiempo de que se refuerza el valor mexicano de las artesanías. Como ventaja competitiva, el negocio cuenta con una calidad excepcional en la elaboración de los productos.	• Solicitud de financiamiento para el arranque del proyecto ante instituciones del sector público. • Renta del espacio físico en la ubicación recomendada para la	**Recursos materiales:** • Equipo para realizar las actividades administrativas y de venta en línea. • Materiales para empaque y envío del producto. **Recursos humanos:** • Contratación de 7 personas, que contarán con sueldo base, prestaciones y según corresponda: el pago de comisiones, bonos extras o

Así mismo, las formas de comercialización van enfocadas a la exportación de los productos para abarcar un mayor segmento de mercado, creando presencia de la marca en otros puntos geográficos y favoreciendo a la economía mexicana a través de ingresos estables. De igual forma, cabe mencionar que se busca reducir el impacto de la industria textil en el medio ambiente, a través de la implementación de telas orgánicas o materiales de fabricantes que realicen procesos en beneficio del mismo.	ejecución de las actividades administrativas. • Adecuación y acondicionamiento del espacio físico para la puesta en marcha del negocio. • Contratación de personal capacitado para la comercialización de los productos. • Estructurar los canales de comercialización y mercadológicos para hacer llegar el producto al cliente.	incentivos. • De igual forma, se realizará un proceso de contratación de acuerdo al perfil solicitado y las especificaciones de las actividades a desempeñar. **Recursos financieros:** • Obtención de un financiamiento para solventar la primera inversión inicial, para lo cual se pretende acudir a instituciones públicas. **Recursos tecnológicos:** • Implementación de una página web, para realizar venta en línea, pago y dar seguimiento a los clientes. • Contar con dos bases de datos: una para llevar registro de los datos de contacto de los clientes dándoles seguimiento personalizado; y otra donde se lleve un registro de entradas y salidas de mercancía.
Alianzas clave	**Relación con los clientes**	**Canales de comercialización**
Empresas del sector privado: Dando a cambio el beneficio de posicionarse como empresas socialmente responsables, además de darles publicidad en diferentes medios. **Instituciones financieras del sector público:** Se busca apoyo por parte de instituciones como el INADEM para obtener el recurso económico necesario. **Instituciones de fomento artesanal:** Que funjan como intermediarios y promocionen nuestros productos. **Organizaciones de protección al medio ambiente:** Que nos apoyen en beneficio del medio ambiente mientras se implementa materia prima como telas orgánicas. **Empresas de paquetería:** Establecer alianzas comerciales para obtener mejores precios o descuentos que permitan brindar los productos a precios más accesibles	Se pretende proporcionar un servicio personalizado, por medio de la elaboración de productos artesanales de acuerdo a gustos y preferencias particulares de cada cliente. De igual forma se pretende realizar un seguimiento del cliente por medio del uso de la base de datos dando a conocer diferentes promociones a través de redes sociales, página web y diferentes medios de publicidad.	Venta en el punto físico, o bien la compra en línea, siendo esta última mediante la cual el cliente podrá solicitar su producto por Internet y recibirlo hasta la comodidad de su domicilio. Los canales para dar promoción al producto serán: redes sociales, página web y anuncios impresos.
Segmentos de cliente	**Fuentes de ingreso**	**Estructura de costos**
Personas de nivel socioeconómico medio-alto y alto.	Patrocinios por parte de empresas privadas, financiamientos por parte de instituciones públicas y recursos propios.	Se realizó el presupuesto y cotizaciones necesarias a considerar para etapas posteriores de aplicación del proyecto.

De igual forma, de manera complementaria se proporcionaron los perfiles de puesto correspondientes al siguiente organigrama, con la finalidad de facilitar el proceso de reclutamiento y selección cuando se dé la puesta en marcha del proyecto en etapas posteriores.



Contratación por outsourcing: Contador y limpieza

Cabe mencionar que dentro del plan de negocios realizado, se proporcionó un análisis de precio del mercado, estructuras de diagramas de comercialización y de la misma forma estructuras de costos con la finalidad de proporcionar la base para el desarrollo de su aplicación en etapas posteriores.

CONCLUSIONES

Se puede observar que el impulso al sector artesanal hoy en día cobra principal relevancia debido a que forma parte del fortalecimiento del patrimonio cultural mediante una propuesta de mejora que busca la sustentabilidad a largo plazo y el beneficio en la calidad de vida de los habitantes mediante un medio de obtener ingresos más estables y fuentes de empleo mejor remuneradas.

De igual forma, cabe resaltar, que mediante la incorporación de este tipo de negocios al sector formal se genera un impacto positivo sobre la economía local y nacional ya que representa ingresos económicos que pueden ser mejor distribuidos en la población en general.

Mediante este tipo de propuestas, se busca reducir la polarización social existente en la sociedad de hoy en día, dentro de la cual los artesanos cada vez se alejan más de su zona de origen y buscan otro tipo de empleos que sean mejor remunerados para sustentar la vida de sus familias.

La participación en lo personal en este proyecto de investigación del Verano de la Ciencia, me permite valorar mi entorno y darme cuenta de la importancia del impulso de los sectores menos favorecidos de la población y de cómo desde mis conocimientos académicos me es posible proporcionar alternativas sostenibles mediante las cuales se puedan generar beneficios compartidos en la población que no necesariamente deben limitarse a un panorama altruista, sino que puede generar incluso un impulso en el ámbito económico.

BIBLIOGRAFÍA

Corzantes, F. V. (s.f.). El Universal. Recuperado el 06 de Julio de 2016, de Querétaro: http://www.eluniversalqueretaro.mx/content/los-indigenas-en-queretaro

Forbes. (14 de Agosto de 2014). Forbes. Recuperado el 06 de Julio de 2016, de http://www.forbes.com.mx/mexico-y-sus-artesanias-en-el-mundo/

Lozada, L. (11 de Septiembre de 2014). Brújula Financiera. Recuperado el 06 de Julio de 2016, de http://www.brujulafinanciera.com/notas/curiosidades/181663/el-valor-de-las-artesanias-mexicanas-en-el-extranjero

ProMexico. (s.f.). Recuperado el 06 de Julio de 2016, de http://www.promexico.gob.mx/productos-mexicanos/el-crecimiento-de-los-productores-mexicanos.html

IMPACTO DE LOS COSTOS EN LAS FINANZAS, ANALISIS DE SUELDOS Y SALARIOS Y SU EFECTO FINANCIERO EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES EN IRAPUATO

Adriana Cárdenas Martínez[1] y Emilia Méndez Ramírez[2]

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis de los costos como son; sueldos y salarios, impuestos y gastos de distribución, respecto de su efecto en las finanzas de las microempresas comercializadoras de abarrote en Irapuato, para esto se llevó a cabo un estudio mixto donde se analizó una muestra de 310 empresas, obteniendo como resultado que todas pagan impuestos. En su generalidad las que venden al mayoreo, tienen empleados y el resto no. En relación a sus costos de distribución el control de inventarios y la entrega de sus productos se tienen identificados. Se emplearon cuestionarios cuyas respuestas se utilizaron en el programa SPSS el cual arrojo diversos resultados estadísticos.

ABSTRACT

The object of this work its make this analysis of costs like: salaries, taxes and distribution, respect to the finances of grocery stores in Irapuato. For this we make an study of 310 stores as a result, all of them pay taxes. In general those who sell more than the others have employers but no who sell in low quantity. Respect to costs of distribution this markets have a high control in their inventory and the ship date for his products. We also make questions and the answers were put on the program SSPS who give us this statistics analysis.

Palabras clave: Costos, Impuestos, Sueldos y Salarios, Costos de distribución.

INTRODUCCIÓN

En el municipio de Irapuato Guanajuato existen aproximadamente 1,616 microempresas del sector abarrote (SIEM, 2016), de las cuales no se tiene un estudio exacto de cómo afecta el costo de sueldos y salarios, impuestos y costos de distribución en sus finanzas, debido a su pronta apertura y cierre de algunas de ellas. A lo largo de la historia de este tipo de comercios en México, los abarrotes se han convertido en productos de primera necesidad, por lo tanto, altamente redituables cuando se lleva a cabo una planeación, uno de los negocios más tradicionales y antiguos del país, está en riesgo por varios factores, como los ya mencionados. (Martín, 2014). Las tiendas de abarrote tienen una importante participación en la economía del país y en el estado de Guanajuato, del total de los establecimientos, 95.4% ocupa de 0 a 10 personas. ((INEGI), CENSOS ECONOMICOS , 2014).Otro factor que afecta a las microempresas son los competidores mayoristas nacionales y extranjeros, quienes, por estar delante de los productores nacionales y tener sistemas de costos que lo proveen de una información fehaciente y confiable para una mejor toma de decisiones, les permite diseñar estrategias, lo cual les da un mayor rango de factibilidad. Muchas de estas competencias tienen grandes posibilidades de crecimiento porque sus costos son mejor administrados y en cuanto a los impuestos que pagan las empresas, estos son mejor distribuidos. Esta eventualidad provoca que dentro de las microempresas de abarrotes nacionales, sea la causa de que frecuentemente no se puede explicar cómo, a pesar de vender o trabajar más, no haya mayores utilidades o mejor liquidez. Una de las principales metodologías que responden al nuevo sistema

[1] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, Ingeniería en Gestión Empresarial; Carretera Irapuato - Silao km. 12.5, C.P: 36821, Irapuato, Guanajuato, cardenas.adriana_@hotmail.com
[2] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, Ingeniería en Gestión Empresarial, Carretera Irapuato - Silao km. 12.5, C.P: 36821, Irapuato, Guanajuato, emmendez@itesi.edu.mx

de costos (costos ABC) para incrementar la competitividad de las empresas es el costeo basado en actividades (Padilla Ramirez, 2005), herramienta que facilita el proceso de toma de decisiones, así como el diseño de estrategias de las empresas, al ofrecer información más exacta y confiables acerca de los costos que los otros sistemas de información tradicionales. En las microempresas, dentro de sus operaciones que realizan, los pagos de sueldos y salarios, costos de distribución e impuestos, son algunos de los más relevantes, convirtiendo la situación económica de las mismas en un problema para la obtención de una rentabilidad mayor, oportunidad de expansión o crecimiento, haciéndoles más difícil entrar a un entorno de competencia. ¿Qué tanto conocen las empresas acerca del reflejo de lo costos dentro de sus finanzas? El objetivo de esta investigación consiste en analizar y evaluar los impuestos, sueldos y salarios, además de algunos costos de distribución a las microempresas comercializadoras en Irapuato y definir el impacto como costo o salida de efectivo. Es por eso la importancia de efectuar un análisis considerando el costo o salida de efectivo. Realizando un estudio estadístico, obteniendo que efectivamente los riesgos que enfrentan las microempresas de abarrotes son la elevación de precios en cuanto a las contribuciones fiscales, el costo que les genera desconocer acerca de sus mermas en relación a sus productos, canales de distribución, gastos de transporte y el tener que pagar un salario incluyendo la responsabilidad que implica tener trabajadores.

MÉTODOS Y MATERIALES

La definición del trabajo fue a base de la utilización de una investigación cualitativa y cuantitativa que comúnmente es mejor conocida como mixta, esta permitió tener una perspectiva amplia y profunda, ya que se tomaron las fortalezas de cada método y así se pudieron explorar distintos niveles del problema de estudio (Sampieri, 2010). En el trabajo nos enfocamos a las microempresas comercializadoras de abarrote en Irapuato respecto de los costos que les generan las operaciones que realizan, específicamente nos enfocamos en los sueldos y salarios, impuestos y costos de distribución. Para delimitar el análisis se tomó una muestra de la población del sector abarrotes que existe en el municipio.

La ecuación (1) propuesta, es para calcular muestras de población finita, la cual determinó el tamaño de la muestra que se tomó.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq} \qquad (1)$$

Dónde: n es igual al tamaño de la muestra, Z es el nivel de confianza, p es la variable positiva, q es la variable negativa, N es el tamaño de la población, E es la precisión o error.

Para poder realizar dicho estudio fue necesario la aplicación de encuestas en donde antes de aplicar la encuesta se contó con una validación por expertos de dicho cuestionario. Después de haber aplicado la encuesta fue utilizado el programa SPSS de análisis estadístico en el cual se hizo el vaciado de respuestas el cual nos generó un análisis descriptivo.

RESULTADOS

Para el análisis que se realizó del total de microempresas comercializadoras de abarrotes se arrojaron los siguientes resultados según el programa SPSS, siendo los más representativos en cuanto al pago de impuestos, sueldos y salarios y costos de distribución, los que se muestran a continuación;

Los resultados obtenidos de la ecuación (1) fueron Dónde: Para un nivel de confianza del 95%, tenemos que p(Z)=0.95 si Z=1.96. Para la variabilidad positiva que es p y la negativa que es q se tiene; p=q=0.5. Para el tamaño de la población que es N se tiene; N=1616. Considerando el error o precisión es E=0.5 que es el 5%.

Indicando que la muestra representativa de esa población es n=310, la cual es la que se analizó, dando los resultados que arrojan las gráficas siguientes:



Figura 1. Costo de Sueldos y Salarios.

En la figura 1. Se muestra que para el 72.22% los costos de sueldos y salarios no es el mayor costo en su negocio, mientras que para el 27.78% si lo es.

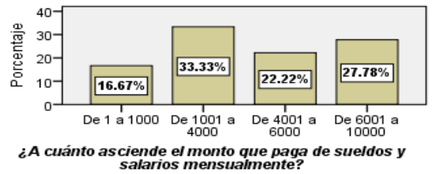


Figura 2: Costo de Sueldos y Salarios.

En la figura 2. Podemos observar que el 16.67% corresponde al monto de $1 a $1,000 pesos mensuales, el 22.22% corresponde de $4,001 a $6,000 pesos mensuales, el 27.78$ a un monto de $6,001 a $10,000 pesos mensuales y 33.33% de $1,001 a $4,000 pesos mensuales siendo este el más representativo para el monto a pagar de sueldos y salarios

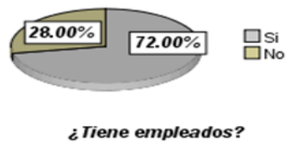


Figura 3. Costo de sueldos y salarios.

En la figura 3. Del total de la muestra de microempresas comercializadoras de abarrote en Irapuato, el 72% cuenta con empleados, mientras que el 28% no tiene ningún empleado. Dando como fundamento las que no cuentan con un empleado, que sus ventas son pocas y no requieren de este.

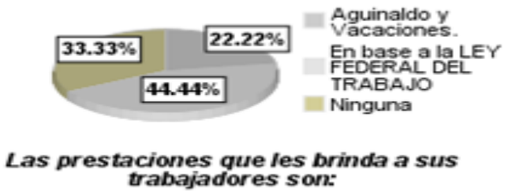


Figura 4. Costo de sueldos y salarios.

En la figura 4. El 44.44% de las microempresas que cuentan con empleados les brinda prestaciones en base a la LEY FEDERAL DEL TRABAJO, el 22.22% solo les da aguinaldo y vacaciones mientras que el 33.33% no ofrece ninguna prestación.

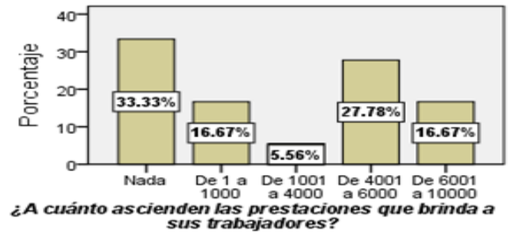


Figura 5.Costos de sueldos y salarios.

En la figura 5. El costo de las prestaciones de las empresas con trabajadores se consideró con los montos que muestra la figura 9 siendo un 33.33% correspondiente a las que no les dan nada, dentro de las que si les brindan el porcentaje mayor es de 27.78% que corresponde al monto de $4001.00 a $6000.00, seguido del 16.67% que va de $6001.00 a $10000.00, igual a este el de $1.00 a $1000.00 y por ultimo con menor porcentaje el de 5.56%.



Figura 6. Costo de sueldos y salarios.

En la figura 6. Siendo solo el 5.56% a quienes si les ha generado una perdida ya que no tienen una buena administración del costo que les genera pagar los sueldos y un 94.44% que es la mayoría no han tenido perdida por este costo.

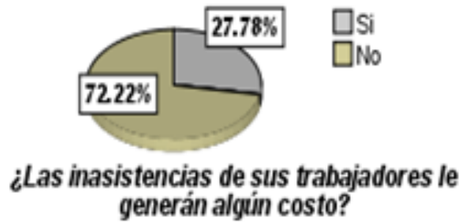


Figura 7. Costo de sueldos y salarios.

En la figura 7. El 72.22% dijo que la inasistencia de sus trabajadores no les genera ningún costo y el 27.78% dijo que sí.

CONCLUSIONES

Con esta investigación se analizó que en el municipio de Irapuato para las microempresas comercializadoras de abarrote los costos de sueldos y salarios, las que sí tienen empleados, en su mayoría son de venta al mayoreo, por tanto el desembolso de gasto que se tiene por este concepto, si es representativo, pero necesario al igual se incluyen las prestaciones en base a la ley y requieren del capital humano para realizar sus operaciones, otras por el contrario no les brindan ninguna prestación debido a que sus trabajadores son temporales o familiares y tampoco los registran al IMSS puesto que las utilidades que les reditúa el negocio no lo permiten. Las que no tenían ningún empleado las encuestas no fueron aplicadas a estas, mencionaron que el negocio apenas les permite solventar sus gastos, por ello no generan ningún empleo.

El tener trabajadores y pagar sueldos y salarios más las prestaciones correspondientes si afecta a las finanzas de las empresas de abarrote determinando esto como uno de los costos de mayor significancia para el desarrollo de su actividad. El pago de impuestos es también un costo que si bien se ve reflejado en sus finanzas, siendo este necesario y obligatorio para todas ellas, están de acuerdo que deben pagar impuestos debido a que de estos se les da un servicio público a la ciudadanía para tener mejor calidad de vida pero consideran que el gobierno no distribuye de manera correcta los impuestos.

El costo de distribución que si consideran algunas microempresas si tienen mermas y al largo plazo estas les generan pérdidas representativas, dentro de las que no lo consideran la pérdida de mercancías es mínima y no llevan un control de sus inventarios.

BIBLIOGRAFIA

Libros

Brigham, E. F. (2001). *FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.* México: McGraw-Hill.

Padilla Ramirez, D. N. (2005). *CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA* . México: MC GRAW-HILL.

Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la investigación* . México : McGraw-Hill.

Levin, R. I. (2004). *Estadistica para la administracion y la economia.* . México : Pearson .

Artículos de revista

Martín, R. (3 de Enero de 2014). *El Economista*. Obtenido de Tienditas en riesgo: http://eleconomista.com.mx/antipolitica/2014/01/03/tienditas-riesgo

Artículos en línea

Claudia, O. (26 de NOVIEMBRE de 2014). *DINERO EN IMAGEN* . Obtenido de Los costos del ausentismo en México: http://www.dineroenimagen.com/2014-11-26/46937

(INEGI), I. N. (2009). *CUENTAME INEGI*. Recuperado el 29 de 05 de 2016, de http://cuentame.inegi.org.mx/economia/parque/comercio.html#noLink

(INEGI), I. N. (2014). *CENSOS ECONOMICOS* . GUANAJUATO: INEGI. Recuperado el 2 de 6 de 2014

MÉXICO. (2016). *EMPRENDEDOR MÉXICO*. Obtenido de http://www.mexicoemprende.org.mx/empresa-determinando-los-costos/

SIEM. (Junio de 2016). *SISTEMA DE INFORMACIÓN EMPRESARIAL MEXICANO*. Obtenido de SECRETARÍA DE ECONOMÍA: http://www.siem.gob.mx/siem/portal/estadisticas/xmun.asp?edo=11

ORDAZ, G. D. (1 de Abril de 1970). *Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación.* Obtenido de LEY FEDERAL DEL TRABAJO: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/125_120615.pdf

Software: BM SPSS Statistics (Versión 22), [Software de Computación].

COMO INFLUYE EL LAVADO DE DINERO Y LA LEY ANTICORRUPCIÓN EN TORREÓN, COAH.

Carrera Rodríguez Adriana Lizeth[1] y Mota Hermosillo Oscar[2]

RESUMEN

El presente artículo es un análisis sobre cómo el lavado de dinero es un proceso que se realiza a la orden del día a través del cual es encubierto el origen de los fondos generados mediante el ejercicio de algunas actividades ilegales, el objetivo de la operación generalmente consiste en hacer que los fondos o activos obtenidos a través de actividades ilícitas aparezcan como el fruto de actividades legales y circulen sin problema en el sistema financiero. Esta investigación también nos permitirá conocer acerca de las penalizaciones que reciben los involucrados por realizar ciertas actividades ilícitas, así como su relación con la reforma anticorrupción.

ABSTRACT

This article is an analysis of how money laundering is a process that is done to the agenda through which is concealed the origin of the funds generated through the exercise of some illegal activities, the aim of the operation generally consists on making funds or assets obtained through illegal activities appear as the result of legal activities and moving without problems in the financial system. This research will also allow us to learn about the penalties are involved for performing certain illegal activities and their relation to anti-corruption reform.

PALABRAS CLAVE: Inteligencia financiera, dinero ilícito, administración.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene la finalidad de dar a conocer información relevante sobre el lavado de dinero y algunos puntos importantes de la ley anticorrupción, principales puntos que los lleva a realizar actividades ilícitas.

Esta investigación pretende informar sobre qué tan cumplidas son las empresas de la comarca lagunera Torreón-Gómez al momento de pagar sus impuestos y observar si tienen planes de administración que les ayuda a cumplir con este cometido, basándonos en una serie de 100 empresas encuestadas en donde 79 son empresas pequeñas, 17 son empresas medianas y 4 son empresas grandes.

Con la finalidad de tener en cuenta todos los aspectos fundamentales que realizan dichas empresas para lograr los retos de la gestión corporativa en innovación, sustentabilidad y rentabilidad a partir de las reformas estructurales del gobierno.

[1]Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera. Carretera Torreón matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P: 27276, Coahuila, Torreón, adriana_lizeth95@live.com.mx
[2]Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera. Carretera Torreón matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P: 27276, Coahuila, Torreón, omota@uadec.edu.mx

MARCO TEORICO

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) define el lavado de dinero como "el proceso a través del cual es encubierto el origen de los fondos generados mediante el ejercicio de algunas actividades ilegales (siendo las más comunes, tráfico de drogas o estupefacientes, contrabando de armas, corrupción, fraude, trata de personas, prostitución, extorsión, piratería, evasión fiscal y terrorismo). El objetivo de la operación, que generalmente se realiza en varios niveles, consiste en hacer que los fondos o activos obtenidos a través de actividades ilícitas aparezcan como el fruto de actividades legítimas y circulen sin problema en el sistema financiero".

Según la Unidad de Inteligencia Financiera de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2009), existen tres tipos de operaciones financieras que por su naturaleza eventualmente podrían llegar a tener vinculación con el lavado de dinero:

a) operaciones relevantes: todas aquellas que amparen un monto mayor a los diez mil dólares independientemente de que existan o no elementos que las vinculen con esquemas de lavado de dinero.

b) las inusuales: aquellas que no concuerdan con las actividades conocidas de los clientes bancarios, así como las transacciones que no coincidan con un patrón habitual de comportamiento sin que exista una justificación razonable.

Gráfica 1
Número de operaciones financieras inusuales

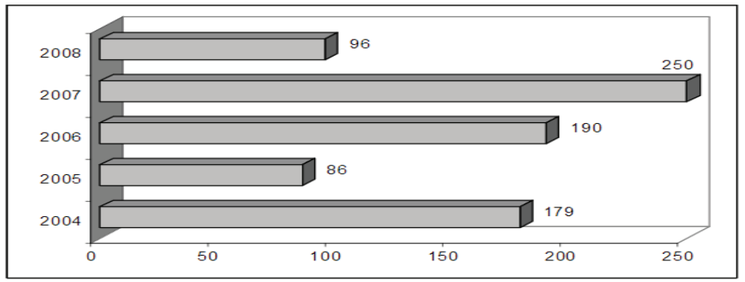


Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público, SHCP, Unidad de Inteligencia Financiera, UIF, *Reportes de operaciones preocupantes, Estadísticas*, disponible en www.apartados.hacienda.gob.mx/uif (fecha de consulta 3 de febrero de 2009).

Esta grafica muestra el número de operaciones financieras inusuales de 2004-2008 según la secretaria de hacienda y crédito público, aunque se puede observar que en ciertos años las operaciones son un poco bajas y otros años son bastante elevadas las cifras.

c) operaciones preocupantes: estas operaciones abarcarían las actividades, conductas o comportamientos de directivos, funcionarios, empleados y apoderados de las instituciones que pudieran contravenir las normas financieras.

Grafica 2
Número de operaciones financieras preocupantes



Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público, SHCP, Unidad de Inteligencia Financiera, UIF, *Reportes de operaciones preocupantes*, *Estadísticas*, disponible en www.apartados.hacienda.gob.mx/uif (fecha de consulta 3 de febrero de 2009).

Según la Unidad de Inteligencia Financiera, las operaciones consideradas preocupantes en el periodo 2004-2008, tienen la representación que se muestra en la Gráfica 2 y se puede observar que en 2007 fue el año en que más elevada fue la cifra al realizar dichas operaciones.

Otra reforma que considero es importante mencionar es la concerniente a la Anticorrupción; según la revista Forbes, en el artículo escrito por Emmanuel Escobar, la corrupción es uno de los principales temas que aquejan a nuestra nación. A finales del 2012, México fue clasificado en la posición 22 de los 31 países evaluados en América como menos corruptos por Transparencia Internacional lo que nos dice que tenemos un gran camino por avanzar.

La corrupción como una práctica constante en la historia de México y los proyectos paralelos para combatirla, paradójicamente se unieron, tanto para formar una convicción popular de que los políticos siempre mienten, como para reafirmar que la corrupción es invencible. En una encuesta difundida por Andrés Oppeheimer (1996) se sostiene que la confianza de los mexicanos en los funcionarios públicos está apenas por encima de la fe que se tiene a los vendedores de coches, que están al final de la lista.

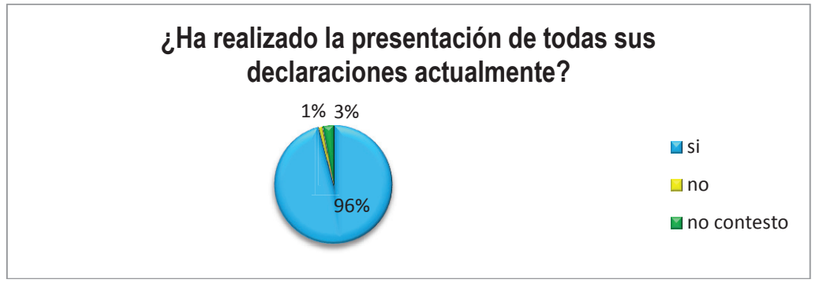
En mi opinión, debido a lo mencionado en el párrafo anterior, es que existe la informalidad y muchos de los que inician un negocio en la formalidad, buscan la manera de pagar menos impuestos, en la presente investigación veremos que las empresas encuestadas consideran que la carga impositiva que les corresponde pagar es alta, considerando que no se ven reflejados dichos impuestos en mejoras a nuestra ciudad por ejemplo, y de ahí la desconfianza de en qué son utilizados los impuestos que pagamos.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación fue cualitativa utilizando encuestas semiestructuradas, realizando 100 encuestas a empresas de la comarca lagunera, 79 fueron empresas pequeñas, 17 empresas medianas y 4 empresas grandes. Tomando en cuenta una base de datos de las empresas en la comarca lagunera obtenida en el Sistema de Información de Empresas Mexicanas (SIEM).

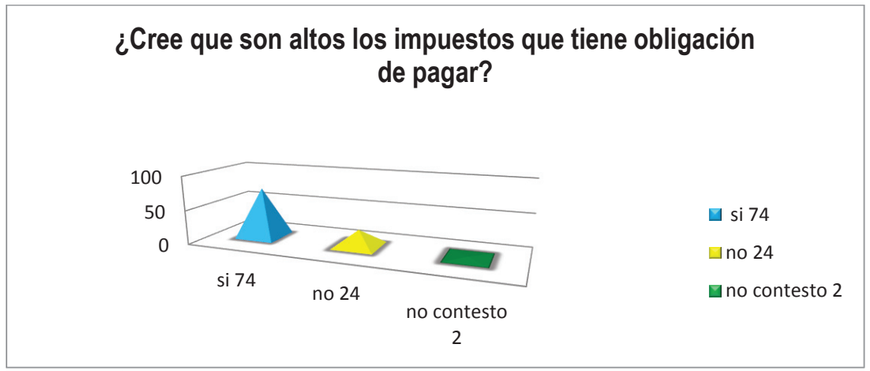
RESULTADOS

Después de analizar las encuestas realizadas se llegó a los siguientes resultados:



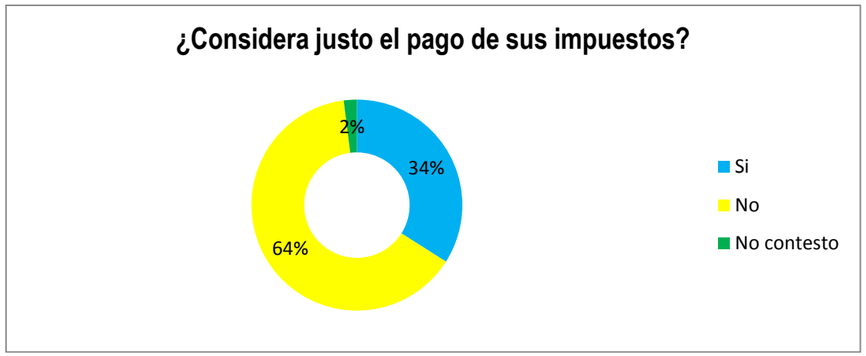
Fuente: Propia

Se puede observar que casi todas las empresas encuestadas de la comarca lagunera cumplen con sus declaraciones, siendo únicamente el 1% el que no cumple y el 3% no contesto. El presentar declaraciones puede ser una de las acciones para evitar el lavado de dinero ya que se debe contar con una cuenta de banco y los depósitos en efectivo son investigados precisamente para evitar este ilícito.



Fuente: Propia

La mayoría de las empresas encuestadas de la comarca lagunera creen que los impuestos que pagan son altos, dando como resultados que 75 empresas dicen que si, 23 empresas dicen que son regulares ya que respondieron que no son altos, y 2 empresas no contestaron, debido a lo que ya mencionamos anteriormente, los impuestos no se ven reflejados en mejoría para la ciudadanía.



Fuente: Propia

En esta grafica podemos observar que el 34% de las empresas encuestadas considera justo el pago de sus impuestos, mientras que el 64% cree que el pago de sus impuestos es injusto y el 2% no respondió a esta interrogante.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada podemos concluir que el lavado de dinero se puede dar en cualquier lugar y muchas veces sin darse cuenta uno mismo, por lo que se considera necesario implementar acciones para evitar caer en esta situación y cumplir con lo que indican las leyes correspondientes, así como las sanciones que se contemplan en dichas leyes para quienes realicen actividades ilícitas.

En mi opinión yo si concuerdo con los legisladores en implementar acciones para evitar tanto la corrupción como el lavado de dinero a través de las reformas anteriormente mencionadas siempre y cuando dichas leyes fueran aplicadas de forma honesta y por igualdad hacia las personas implicadas en operaciones ilegales.

BIBLIOGRAFÍA

Artículos en línea

‘’Información de lavado de dinero’’. Consultada en: http://www.cnbv.gob.mx/PrevencionDeLavadoDeDinero/Documents/VSPP_Lavado%20de%20Dinero%20%20%20130701.pdf (fecha de consulta 21-06-2016).

Mtra. Claudia Gamboa Montejano (Investigadora Parlamentaria), Lic. Sandra Valdés Robledo (Asistente de Investigación)(2013), consultada en http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/spi/SAPI-ISS-01-13.pdf (fecha de consulta 21-06-2016).

Expansión en alianza con CNN (2016), consultada en http://expansion.mx/nacional/2016/06/19/una-a-una-de-que-tratan-las-7-leyes-del-sistema-nacional-anticorrupcion (fecha de consulta 21-06-2016).

José de Jesús González Rodríguez ‘’Centros de estudios sociales y de opiniones públicas’’ (2009), consultada en file:///C:/Users/primer/Downloads/Lavado_dinero_Mexico_docto66.pdf (fecha de consulta 10-06-2016)

Secretaria de hacienda y crédito público, consultada en https://sppld.sat.gob.mx/pld/interiores/preguntas_frecuentes.html (fecha de consulta 10-06-2016)

Dr. Arturo de Jesús Urbina Nandayapa y Lic. María Eugenia Oceguera Valle, consultada en http://www.miguelcarbonell.com/artman/uploads/1/Reforma_financiera__delito_de_lavado_de_dinero_y_fraude_fiscal.pdf (fecha de consulta 10-06-2016)

Emmanuel Escobar, BRIC. (2013), consultada en http://www.forbes.com.mx/ley-anticorrupcion-clave-para-reformas-viables/ (fecha de consulta 10-06-2016)

Francisco Muciño (2015), consultada en http://www.forbes.com.mx/10-cosas-que-debes-saber-sobre-la-ley-anticorrupcion/ (fecha de consulta 10-06-2016)

Secretaria de la función pública (2015), consultada en http://www.gob.mx/sfp/reformas/reforma-en-materia-de-anticorrupcion (fecha de consulta 10-06-2016)

Libros

Oppenheimer, Andrés (1996), México en la frontera del caos, Javier Bergara editor, México, página 274

MEJORES PRÁCTICAS EN MATERIA DE RECURSOS HUMANOS EN EQUIDAD DE GÉNERO

Carrillo Ortiz Paola Lizeth[1] y De la Rosa Hernández Martha Angélica[2]

RESUMEN

Implementar buenas prácticas laborales en las empresas genera beneficios mayores, ya sea a mediano o a largo plazo, puesto que no solo implica tener trabajadores y trabajadoras en mejores condiciones y con mayor rendimiento, sino que además ayuda a disminuir los niveles de rotación y aumenta la fidelidad con la empresa. De ahí, es que surge el interés de la presente investigación, la cual, para llevarse a cabo parte de dos objetivos: 1. Identificar las prácticas de recursos humanos que propicien la equidad de género partiendo de la revisión documental y 2. Aplicar instrumento de recolección de información (encuestas) en empresas de SLP.

ABSTRACT

Implement good labor practices in companies higher profits, either the medium or long term, since it not only involves having workers better conditions and higher performance, but also helps reduce turnover levels and increases fidelity with the company. Therefore, the interest of this investigation arises, which, of two objectives: 1. Identify human resource practices that promote gender equality based on the literature review and 2. Apply information collection instrument (surveys) SLP in companies.

Palabras Clave: equidad de género, modelo de equidad de género, buenas prácticas laborales

INTRODUCCIÓN

La implementación de las medidas de buenas prácticas laborales (BPL) con equidad de género no conlleva un costo para la empresa. Un ejemplo de esto (Acción RSE & SERNAM, 2006) es el pactar permisos especiales por razones familiares (enfermedad de los hijos u otros) que sean compensados, flexibilizando los horarios de entrada y salida, no implican costo alguno.

Una buena práctica de género puede ser extensa o limitada, esto explica por qué las empresas las aplican con diferente nivel de impacto, atendiendo a sus estrategias y limitantes tanto de tiempo como de recursos.

Existen empresas en las que no es posible que se implementen estas medidas, debido a la naturaleza del trabajo de las mismas, pero siempre se pueden aplicar buenas prácticas cuando se tiene la voluntad de hacerlo. Para que así sea, lo primero a realizar es un diagnóstico en cuanto a las normas y prácticas presentes en la organización empresarial, especialmente en relación con la discriminación y las brechas de género.

En definitiva, la perspectiva de género debería existir en la empresa y sobre todo en el departamento de recursos humanos, en caso de que se desee retener a los buenos trabajadores y trabajadoras en la empresa así como generar niveles razonables de compromiso y satisfacción para con ellos y ellas.

[1] Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Facultad de Psicologia; Av. De los Talleres, Valle Dorado, C.P: 78399, San Luis Potosí, SLP, paocarrillo1406@gmail.com
[2] Universidad Politécnica, Academia de administración y Gestión; Urbano Villalón, La Ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, SLP, marthangelicarh@hotmail.com

MARCO TEÓRICO

En el ámbito laboral, el departamento de recursos humanos es de suma importancia, ya que es el encargado de captar, retener y desarrollar el personal de calidad que requiere la empresa. Lo que buscan es avanzar hacia el mejoramiento mediante la promoción de la equidad de género.

Para contribuir al logro de la equidad, se sugiere que las organizaciones implementen buenas prácticas laborales (BPL) con equidad de género. Para Acción RSE & SERNAM (2006):

“Las BPL con equidad de género son un conjunto de políticas, medidas y/o iniciativas, que van más allá de la normativa laboral, que incorporan las empresas en forma voluntaria para promover la igualdad de oportunidades entre trabajadoras y trabajadores y tender a eliminar las brechas de género que existen.”

Algo que es muy importante recalcar, es que la implementación de las medidas de buenas prácticas laborales con equidad de género no conlleva un costo para la empresa. Un ejemplo de esto de esto (Acción RSE & SERNAM, 2006) es el pactar permisos especiales por razones familiares (enfermedad de los hijos u otros) que sean compensados, flexibilizando los horarios de entrada y salida, no implican costo alguno.

En América Latina existen empresas en las que no hay participación femenina en el contexto laboral, o bien, que no cuentan con instalaciones que tomen en cuenta el trabajo de las mujeres, por lo tanto para abordar esta situación, el Banco Mundial desarrolló un modelo que promueve la equidad de género tanto en las organizaciones públicas como privadas. Dicho modelo se diseñó y se probó en México en el 2003, y se ha replicado en países como Chile, Argentina, República Dominicana y Colombia. De acuerdo con Pungiluppi, Castro & Muñoz, (2010). El Gender Equality Model (GEM) es el Modelo de Equidad de Género desarrollado por el Banco Mundial, busca aplicar una serie de buenas prácticas para garantizar las mismas oportunidades de acceso a y éxito en el mercado laboral a hombres y mujeres.

La adopción del MEG representa un impacto importante para las organizaciones, pues su implementación trae consigo los beneficios siguientes según el Distintivo 'Modelo de equidad de género MEG (2013):

- Mejora el clima organizacional del trabajo
- Fortalece el capital humano, ya que existe mayor estabilidad
- Promueve la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres
- Mejora la imagen de las empresas al exterior

Específicamente en México, el Instituto Nacional de las Mujeres busca brindar una herramienta a las empresas e instituciones de todo tipo para que establezcan las condiciones de igualdad y equidad necesarias para que mujeres y hombres puedan desarrollarse plenamente y sean reconocidos por sus capacidades, independientemente de su sexo. (INMUJERES, 2003). Lo que se busca con este modelo según el IMUJERES (2003):

“Es desarrollar, fomentar e impulsar la equidad de género en las organizaciones. Con ello se busca institucionalizar las políticas de equidad de género y propiciar la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres en el acceso al empleo, condiciones de trabajo, así como desarrollo profesional, capacitación y participación en los procesos de toma de decisiones.”

El MEG se actualizó después de varios años. De acuerdo con información obtenida de la revista de Negocios del IEEM la presencia de mujeres supera en algunas organizaciones la de los hombres, aún en los niveles directivos, sin embargo se han hecho esfuerzos para continuar así mediante el reciente Modelo de Calidad con Equidad de Género que comienza a aplicarse en el país de México gracias al Instituto Nacional para las Mujeres, el Ministerio de Desarrollo Social y el LATU.

El Modelo de "Calidad con Equidad de Género" tiene como principal objetivo promover que las organizaciones públicas y privadas integren en su gestión organizacional la equidad de género asociada a las competencias del personal, optimizándolas con miras a incrementar la eficiencia y competitividad de las organizaciones así como la justicia social. (INMUJERES, MIDES & LATU, 2013).

Si bien, la equidad de género y las buenas prácticas laborales son importantes ¿por qué una empresa debería preocuparse por la equidad de género? La respuesta gira en torno a dos ejes, el primero para promover el compromiso con la organización y el segundo Para retener el talento en la organización.

En cuanto al primer eje, algunas buenas prácticas para comenzar a recorrer ese camino, implican una nueva perspectiva sobre aspectos de gestión humana que probablemente ya se encuentran desarrollados como lo refiere Alifa (2014):

> • Implementar una política sobre acoso moral y sexual dentro de la empresa, que establezca sanciones claras así como mecanismos adecuados que garanticen un marco seguro a las víctimas para denunciar estas situaciones sin sufrir represalias.
>
> • Sensibilizar y capacitar a sus empleados acerca de la violencia de género, el acoso laboral y la discriminación en general, transmitir mensajes claros respecto a qué tipo de comportamientos son adecuados y cuáles no.

En cuanto el segundo eje, algunos ejemplos de buenas prácticas citando nuevamente las palabras Alifa (2014) son:

> • Reclutamiento, selección, planificación. Incorporar una perspectiva de género en este aspecto, implica preguntarse si existen preferencias de género así como sus razones. Analizar las prácticas en el proceso de selección así como el balance de género en la plantilla de la organización en los distintos roles y niveles para detectar desbalances y desarrollar acciones que promuevan equipos integrados de trabajo, promueven un ambiente laboral más positivo.
>
> • Equidad interna. Discriminando los casos por género del ocupante podrá analizarse rápidamente si en un mismo cargo, la remuneración varía entre hombres y mujeres.

No solo se pueden hacer mejoras en el sector privado, también en el público. Los obstáculos a la entrada de mujeres a los puestos altos en el sector público incluyen oportunidades limitadas para las mujeres de conciliar las responsabilidades del liderazgo y las horas de trabajo con la vida familiar. Comisión Europea & OCDE (citado por OCDE, 2013)

En comparación con los hombres, las mujeres tienen menos probabilidades de trabajar a tiempo completo y más probabilidades de ser empleadas en ocupaciones con salarios más bajos ya que llevan el peso de las responsabilidades domésticas y familiares, incluso cuando trabajan a tiempo completo.

Debido a este desequilibrio, en todos los países de la OCDE, los gobiernos han puesto en práctica políticas favorables a la familia (permisos para el cuidado de los hijos, horarios de trabajo flexibles, etc.) con el objetivo de ayudar a los padres a ajustar las responsabilidades del trabajo y la familia. Estas políticas han logrado contribuir a un aumento de las tasas de empleo femenino, sin embargo aún queda mucho por hacer para reducir las desigualdades que refuerzan la división de género del trabajo.

Es importante mencionar que más allá de cualquier modelo o política que contribuya a la equidad de género, están los valores, el bienestar de las organizaciones y la adaptación necesaria de las mujeres en el sector laboral y público.

MÉTODOS Y MATERIALES

Con el fin de identificar las prácticas que propicien la equidad de género en las organizaciones, se comenzó haciendo una investigación documental con relación al tema de buenas prácticas laborales y equidad de género a través de la revisión de bases de datos como EBSCO y OCDE.

En un segundo momento, se realizó la elaboración del instrumento (encuestas) mediante la técnica del semáforo. La respuesta de las preguntas, está en función de evidencias las cuales se dividen de la siguiente manera:

- Rojo: en la organización no hay buenas prácticas
- Amarillo: hay buenas prácticas pero no son conocidas por los trabajadores
- Verde: existen buenas prácticas y los trabajadores las conocen

Una vez elaborada la encuesta, se le hizo una revisión paso a paso para descartar errores, corregir preguntas, agregar más o quitar algunas que fueran similares y una vez terminado, el instrumento quedó dividido en 3 ejes, 11 indicadores y 28 parámetros.

Posteriormente, mediante una base de datos en excel se eligió a las organizaciones a las que se les aplicaría la encuesta. Se realizaron las llamadas correspondientes para solicitar su apoyo en la investigación y se les envió la encuesta por vía electrónica ya que el trabajo que tenían era bastante y no disponían de mucho tiempo.

RESULTADOS

Debido a que el alcance del verano de la ciencia fue un poco limitado, el trabajo realizado en ese tiempo abarcó únicamente la revisión documental a través de bases de datos. La aplicación de las encuestas en la presente investigación se continuará más adelante.

CONCLUSIONES

Hablar de buenas prácticas laborales, es hablar de una estrategia que las empresas pueden adoptar de manera libre, no está establecido por la ley que lo tengan que hacer.

Mediante la revisión documental, se puede corroborar que aún falta que las organizaciones incorporen la buenas prácticas laborales como una manera estratégica para así mejorar y crecer, ya que estas ayudan a que el personal se encuentre más motivado para cumplir con sus tareas correspondientes, a que tengan un mayor rendimiento e incluso mejor productividad, se produce un mejor clima laboral, las relaciones humanas tienden a mejorar y aumenta la satisfacción laboral.

Es importante que no solo se apliquen las BPL sino que también se lleve a la práctica la equidad de género puesto que en muchas ocasiones esto también afecta al interior de la empresa dando como resultados problemas internos entre los trabajadores.

No importa el modelo que se adopte para implementar mejores prácticas con equidad de género, lo que es verdaderamente significativo, es que el departamento de recursos humanos promueva esto, ya que sobre ellos recae todo el peso del personal y son quienes pueden hacer el cambio para lograr una mejora tangible.

BIBLIOGRAFIA

Acción RSE y Servicio Nacional de la Mujer (2016) *Guía para impulsar la equidad de género en las empresas*. Chile: Ograma

Instituto Nacional de las Mujeres (2003). *Modelo de Equidad de Género MEG: 2003*. México: Talleres gráficos

Instituto Nacional de las Mujeres INMUJERES (2010) *Compartiendo las mejores prácticas del Modelo de Equidad de Género* (pp. 15-20). México: Talleres de Impresora y Encuadernadora PROGRESO

Instituto Nacional de las mujeres, LATU & Ministerio de Desarrollo Social (2013). *Modelo de "calidad con equidad de género"* México.

López, M. (2002) *Gerencia de recursos humanos con equidad de género en la administración pública de Nicaragua.* Nicaragua.

OECD & IDB (2014). "Las mujeres en la administración pública", in *Panorama de las Administraciones*

Públicas: América Latina y el Caribe 2014: Innovación en la gestión financiera pública. Paris: OECD.

OECD (2014). *Cerrando las brechas de género: es hora de actuar*. Santiago de Chile: CIEDESS.

Paredes, V. (2012) *Importancia de las Buenas Prácticas Laborales con equidad de género*. Chile.

Proyecto Equal "En Clave de Culturas" (2007). *Glosario de términos relacionados con la transversalidad de género*. España: Secretaria Técnica del Proyecto Equal

Pungiluppi, J., Castro, M., & Muñoz, A. (2010) *Modelo para promover la equidad de género en empresas y agencias públicas: El proceso de certificación GEM en América Latina y el Caribe.* (Los casos de México, Chile, Argentina y la República Dominicana).

Alifa, D. (2014). La equidad de género en el ámbito laboral: ¿utopía o realidad posible? *IEEM Revista De Negocios*, 70-72

Distintivo 'Modelo de equidad de género (MEG). (2013). Entérese en qué consiste y cómo se obtiene. Práctica Fiscal.

IMPACTO DE LAS TIC´S EN LAS MIPYMES DE MONCLOVA COAHUILA DEL RAMO INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS

Maleni Esther Castañeda Sánchez[1] y Elizabeth Valdez Soto[2]

RESUMEN

En el presente documento se muestran las conclusiones que se obtuvieron en la investigación que se realizó en el 18º Verano de Ciencia Región Centro; el tema fue sobre "el Impacto de las Tics en las MiPymes de Monclova Coahuila del Ramo Industrial y de Servicios". En este documento se asientan los resultado obtenidos en dicha investigación que se efectuó para saber si los empresarios de diferentes giros utilizan la tecnología correctamente y si es así demostrar que las tecnologías provocan un gran cambio positivo en su empresa, o de lo contrario, si no las utilizan y así lo desean apoyarlos con asesorías o consultoría a través de la incubadora de negocios de nuestra institución educativa; para ello se realizaron diversas encuestas e investigaciones, y aquí se muestran los hallazgos encontrados.

ABSTRACT

In this document the findings obtained in the investigation, which took place at the 18th Summer Region Science Center shows; the theme was on" the impact of TICs in Mipymes Industrial Monclova Coahuila Bouquet and Services". This paper presents the results obtained are based on the investigation that was conducted to see whether entrepreneurs of different twists use technology correctly and if so demonstrate that technologies cause great positive change in your company, or otherwise, if not they use them and they wish to support them with advice or consultancy through the business incubator of our educational institution; for it various surveys and investigations were conducted, and here is the findings.

Palabras Clave: Mipymes, TIC´s, Monclova

INTRODUCCIÓN.

Durante la última década la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC), en particular aquella soportada sobre la Internet, ha modificado de manera profunda la vida moderna. El impacto de esta tecnología se detecta en una infinidad de actos cotidianos que van desde la compra de boletos aéreos a la interacción con el sector público.

Las Pymes, y aún más las Pymes en el Estado de Coahuila emergentes o en desarrollo, han experimentado movimientos más bruscos en su acercamiento a la tecnología. Mostraron un fuerte interés por el sector de la Pymes, un mercado potencial de millones de empresas accesibles con sólo un par de "clics". Las iniciativas de comercio electrónico y otros servicios dedicados a las Pymes se multiplicaban y lanzaban sin tener realmente un modelo de negocio claramente definido y probado. (Zorzi, 2011)
Por parte del Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano se realizaron unas encuentras en la Cd. de Monclova Coahuila en los giros Industrial y de Servicios, para mostrarnos si las diferentes empresas utilizan adecuadamente las tecnologías, así mismo si han visto un cambio positivo en sus empresas.

[1]Instituto Tecnológico Superior de Monclova "Ejército Mexicano"; Ing. Gestión Empresarial, Privada 1 #412, Col. Occidental, C.P: 25640, Frontera, Coahuila, maleni_1408@hotmail.com,
[2] Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano, Acadêmica; Carretera 57 Km. 4.5 Nte, Unidad Tecnológica y Universitaria, M.A.L. Elizabeth Valdez Soto, C.P: 25701, Monclova, Coahuila , evaldez@itsmva.edu.mx

OBJETIVO GENERAL:

Proponer líneas de acción para mejorar la implementación de las Tecnologías de Información y Comunicación de las micro, pequeñas y medianas empresas de la cd. de Monclova Coahuila, y así apoyar la toma de decisiones estratégicas de acuerdo con las necesidades de las mismas, y con ello eleven su competitividad y se posibilite su incorporación a mercados globales.

MARCO TEORICO

TIC´s

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC´s, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes. (COPYRIGHT, 2004)

Mipymes

El desarrollo de las llamadas Micro, pequeñas y medianas empresas MIPYMES en nuestro país ha sido considerable y es una de las áreas de la economía en la cual nuestra política económica interna invierte mayores recursos, en la actualidad es común escuchar sobre de ellas en todos los medios de comunicación y en la propaganda del Estado con sus programas de apoyo y fondos económicos. Las MIPYMES han existido desde la segunda mitad del siglo XX, como consecuencia de los ánimos emprendedores que caracterizan a los mexicanos, es una herramienta de subsistencia y el autoempleo. (Cobanera, 2000)

Monclova

Es la ciudad más importante de la Región Centro del Estado de Coahuila, su Índice de Desarrollo Humano (IDH) es de 0.861 (2010). Además, Monclova es una de las cinco ciudades con mayor desarrollo comercial, industrial y financiero de México y la número 12 con menor rezago social o desempleo del país. Por otro lado, está posicionada como la ciudad número 11 de México en cuanto a competitividad se refiere. Es una ciudad destacada por la mayor producción de acero de todo México y Latinoamérica, lo que le ha valido el mote de "La Capital del Acero". (WIKIMEDIA, 2016).

¿Qué es una empresa industrial?

Son empresas industriales todas las actividades económicas organizadas que para el cumplimiento de su objetivo misional requieren de la transformación y/o extracción de materias primas de cualquier tipo.
Las empresas industriales hacen parte del sector secundario de la economía nacional, que está conformado por todas las actividades económicas que se realizan en el país y que están relacionadas con la transformación industrial de todo tipo de bienes. El sector secundario de la economía, también denominado sector industrial se divide en dos sub-sectores:

- ✓ Industrial extractivo: extracción de todo tipo de recursos naturales
- ✓ Industrial de transformación: conversión de cualquier tipo de materias primas, mediante apoyo de máquinas y herramientas. (Rojas, 2012).

¿Qué son las empresas de servicios?

Una Empresa de Servicios es aquella cuya actividad principal es ofrecer un servicio (intangible) con el objetivo de satisfacer necesidades colectivas, cumpliendo con su ejercicio económico (fines de lucro). Estas empresas pueden ser públicas, privadas o mixtas, cuando son públicas es porque el Estado está en mejor capacidad de cumplir con esta actividad que un particular (y son empleadas para cubrir las llamadas necesidades públicas), pero generalmente al ser empresas privadas la calidad del servicio es mejor.

Las empresas de servicios venden logística, organización, planeación o conocimiento, por tal motivo deben estar especializadas en su rama. Por otro lado también se tiene que los servicios no pueden ser

separados de sus proveedores porque de hacerlo se puede alterar el resultado del servicio, y si el mismo es prestado con calidad y buena voluntad las empresas mantendrán siempre a sus clientes satisfechos y leales. (Anonimo, 2014).

Investigación de Campo

Se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o porque causas se produce una situación o acontecimiento particular. Podríamos definirla diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada) (Graterol, 2012)

Encuestas

Es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos.

En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede. (Aguilar, 2015)

MÉTODOS Y MATERIALES

Los métodos que utilizamos para poder realizar nuestra investigación fue una investigación de campos, a través de encuestas para la obtención de los datos necesarios, salimos a por cada una de las empresa que formaba el giro industrial y de servicios, las encuestas son realmente sencillas, podrían ser contestadas tanto por un trabajador o como el dueño, el sector designado para las encuestas fue la ciudad de Monclova, estas cubrían el área industrial y servicios.

El proyecto fue realizado en tres fases las cuales fueron:

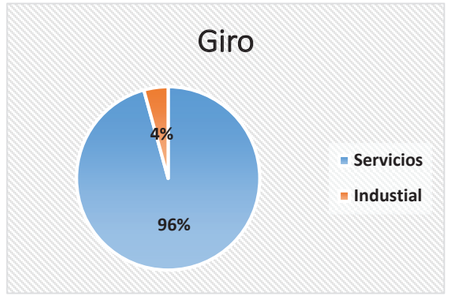
- La primera fase consistía en asignarle al alumno un sector de la ciudad ya sea Monclova o frontera, se le hacía entrega de un gafete de identificación, con el cual avalaba que la información recaudada seria con fines de investigación, y no se aria mal uso de su información personal.

- La segunda fase consistía en la recaudación de información, asistir a las diferentes industrias y negocios de servicios de la ciudad de Monclova, para poder recaudar la información necesaria, con la ayuda de las encuestas, las encuestas consistían en las tecnologías de las cuales contaba cada negocio, como por ejemplo, impresora, scanner, internet, computadora, teléfono, etc.

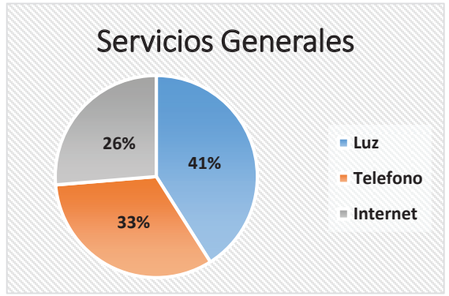
- La tercera fase es la recopilación de datos, ya mostrándolos de forma ordenada en un reporte con los avances obtenidos, con las personas que cuentan con dicha tecnología, las personas que dijeron si necesitar ayuda del instituto superior tecnológico de Monclova y con las encuestas realizadas en total.

RESULTADOS

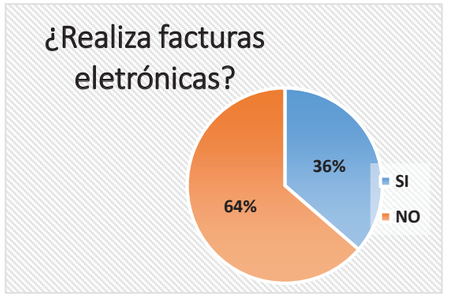
Las encuestas que se realizaron en las cuidad de Monclova fueron 187 en el giro Industrial y de Servicios, por lo que con dichos datos trabajamos para realizar una serie de análisis gráficos que se presentan a continuación.



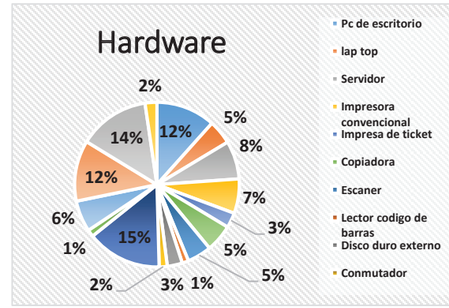
Gráfica 1. Se muestra que el 96% son empresas de servicios, y el 4% son empresas industriales.



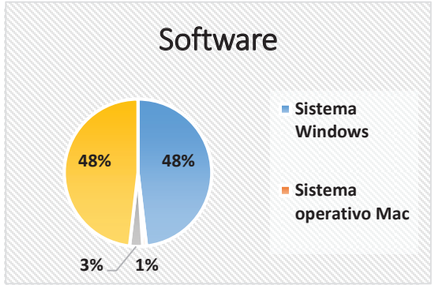
Gráfica 2. La mayoría de las mipymes cuenta con luz eléctrica con un 41% y al contrario con el internet solo muy pocas empresas lo tienen, (22%).



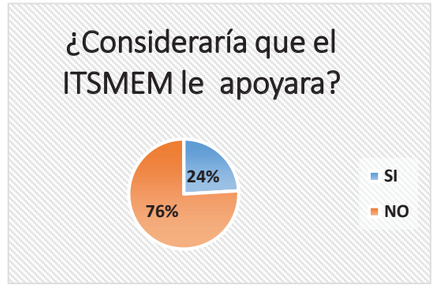
Gráfica 3. En esta gráfica apreciamos que el 64% de las Mipymes cuenta con el servicio de las facturas electrónicas.



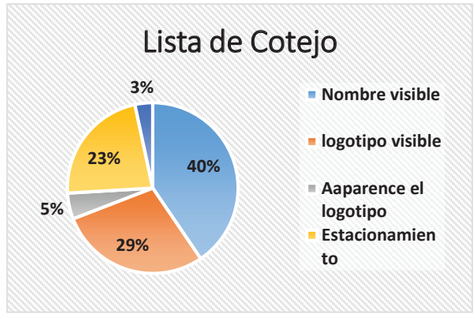
Gráfica 4. Esta gráfica presenta que hay muchas mipymes que cuentan con un ordenador.



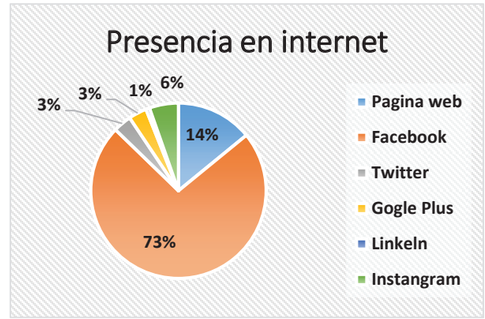
Gráfica 5. En esta grafica se nos muestra como el software más reconocido con el 48% es el sistema Windows y ellos manejan el Microsoft office.



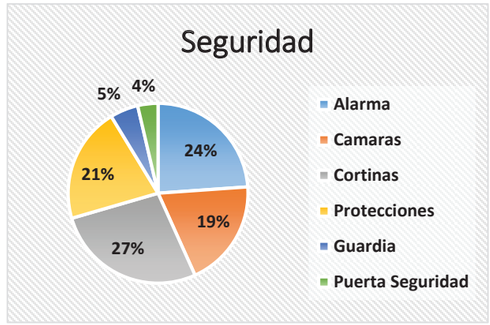
Gráfica 6. La mayoría de las mipymes se negó a recibir apoyo del ITSMEM. Sólo un 76%.



Gráfica 7. Menos de la mitad de las mipymes cuenta con el nombre o logo visible, y es una parte fundamental de cada empresa.



Gráfica 8. La mayoría de las mipymes cuenta con página de Facebook con un 73%.



Gráfica 9. En la gráfica se muestra que la mayoría de las mipymes cuenta con algún artículo de seguridad pero los más comunes son las cortinas con 27 % y las alarmas de seguridad con el 24 %.

CONCLUSIONES

Se llegó a la conclusión de que si estas empresas se modernizan y se adaptan a los avances tecnológicos que se abalanzan sobre la industria cada día y exigen de quienes le quieren seguir el ritmo una continua actualización y constante renovación en sus sistemas productivos, de venta y financieros podrán tener un mayor crecimiento y presencia en los mercados de la ciudad.

A lo largo de este estudio se logró comprender que en la ciudad de Monclova se desconoce aún mucho el significado y uso de los TIC's, lo cual no permite el progreso de muchas MIPYMES, o es de muy lento avance. Por este motivo el Instituto Tecnológico Superior de Monclova se ofrece a ayudar a las MIPYMES, a través de asesorías y consultoría gratuitas, a pesar de ser una ayuda muchas personas se negaron a aceptarla o incluso a dar información para responder las encuestas, debido a la inseguridad que se vive en nuestra actualidad, lo cual es una pena porque muchas MIPYNES necesitan de esta ayuda para su progreso, en especial los micro negocios porque son los que cuentan con menos tecnología y su progreso se ve demasiado lento.

BIBLIOGRAFÍA

Artículos en línea

Aguilar, A. (30 de septiembre de 2015). *CIS*. Obtenido de http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html

Anonimo. (08 de noviembre de 2014). *concepto definicion*. Obtenido de http://conceptodefinicion.de/empresa-de-servicios/

Cobanera, A. (2000). *Manual básico para emprender*. Madrid, España: Editorial SPRI.

COPYRIGHT. (15 de MARZO de 2004). *Servicios TIC*. Obtenido de http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html

Graterol, R. (9 de marzo de 2012). *uovirtual*. Obtenido de http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/metoprot/10.pdf

Queen, A. (29 de mayo de 2014). *Actualicese*. Obtenido de http://actualicese.com/2014/05/29/que-es-una-empresa-industrial/

Rojas, s. (15 de mayo de 2012). *quiminet*. Obtenido de http://www.quiminet.com/empresas/empresas-industriales-2735630.htm

WIKIMEDIA. (7 de junio de 2016). *Wikipedia*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Regi%C3%B3n_Centro_Desierto_de_Coahuila

Zorzi, A. C. (marzo de 2011). *pymes practicas*. Obtenido de http://pymespracticas.typepad.com/files/tic-y-pymes-en-al-final-2011.pdf

DESARROLLO DE MICROEMPRESAS COMO UNA ALTERNATIVA PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA EN LA CIUDAD DE TORREÓN, COAHUILA

Castro Favela D.Y.[1] y Núñez Rentería J.A.[2]

RESUMEN

Emprender cada vez se vuelve más popular entre los jóvenes y la población en general, quienes identifican las necesidades del mercado y crean nuevas empresas para satisfacerlas, gustan de asumir riesgos y son motores del cambio, la innovación y progreso en la vida económica.

Un problema que se presenta en las personas que tienen interés por poner su propio negocio o hacer crecer el que ya tienen, son el poco conocimiento en aspectos básicos que debe saber todo emprendedor como no conocer en realidad lo que el cliente quiere, saber cuál es su mercado objetivo, tener conocimiento de cuál será la competencia a la que se va a enfrentar, saber manejar temas de costos.

Surge entonces la necesidad de conocer metodologías pragmáticas que apoyen el proceso de emprendimiento y que tengan la finalidad de desarrollar nuevos emprendedores, brindándoles apoyo y asesoramiento para realizar su plan de negocio y si ya tiene su negocio en marcha ayudar a mejorarlo para colaborar junto a ellos para hacerlo de una manera exitosa.

El plan de negocio consiste en el desarrollo, estructural, sistematizado, metódico e integral de la posibilidad de llevarse a cabo la idea de negocio establecida por el emprendedor, de manera que brinde una idea cierta y veraz basada en datos obtenidos en campo y en sistemas de información públicos y privados, según sea el caso, lo cual le permita al inversionista o a los usuarios interesados evaluar le negocio propuesto y al futuro emprendedor una guía que le oriente en las actividades a realizar y aumente las posibilidades de éxito de su naciente empresa. Estudiar el comportamiento de los emprendedores después de aplicar llevar a cabo esta metodología y evaluar si con el desarrollo de nuevas microempresas mejora la calidad de vida en la ciudad de Torreón, Coahuila.

ABSTRACT

Undertake increasingly becomes more popular among young people and the general population, who identify market needs and create new businesses to meet them, they like to take risks and are drivers of change, innovation and progress in economic life.

A problem that occurs in people who are interested in putting their own business or grow the one you already have, are the lack of knowledge on basic things to know every entrepreneur as not really know what the customer wants, to know what is your target market, be aware of what the competition they will face, knowing how to handle issues of costs.

Then comes the need to find pragmatic methodologies to support the entrepreneurial process and which are intended to develop new entrepreneurs, providing support and advice to make your business plan and if you already have your business up help improve it to collaborate with them to do it in a successful manner.

[1] Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Economía y Mercadotecnia. Carretera Torreón, Matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P 27276, Coahuila, Torreón, Teléfono (871) 7 12 28 58.
[2] Núñez Rentería José Andrés, Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera. Carretera Torreón, Matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P 27276, Coahuila, Torreón, Teléfono (871) 7 12 28

The business plan is the development, structural, systematic, methodical and comprehensive of the possibility of taking out the business idea established by the entrepreneur, so that provides a true and accurate idea based on field data and systems public and private information, as appropriate, which allows the investor or interested users to evaluate it proposed and future entrepreneur business a guide to guide you on the activities undertaken and increase the chances of success of his fledgling company.
To study the behavior of entrepreneurs after applying this methodology to conduct and evaluate whether the development of new micro improves the quality of life in the city of Torreon, Coahuila.

Palabras Clave: Emprender, plan de negocio, asesoría, administración.

INTRODUCCIÓN

En octubre de 2010 inicia operaciones la metodología ProEmpleo en la ciudad de Torreón, Coahuila cuyo objetivo social se vincula a actividades educativas para la formación empresarial, ya que las personas que inician o mejoran una microempresa, en la mayoría de los casos, lo hacen sin preparación, por lo que el 80% de la micro y pequeña empresa fracasa durante los dos primeros años de operación, con lo que se deterioran los ingresos económicos, así como las relaciones personales y familiares de quienes trabajan en ella.

La aplicación de la metodología fomenta la creación de riqueza para integrar más mexicanos a la actividad productiva, promoviendo su reinserción social, la integración de sus familias y la paz social, permitiéndoles recuperar su dignidad y un medio de vida, a través de la creación o mejora de sus microempresas que contribuya a elevar su calidad de vida.

El proceso integra la capacitación del emprendedor por medio del taller Emprende, la asesoría para elaboración de un plan de negocio, diagnóstico, diseño de un plan de trabajo y seguimiento a las acciones propuestas para la puesta en marcha del negocio o para la mejora de microempresas en operación

EXPERIMENTAL

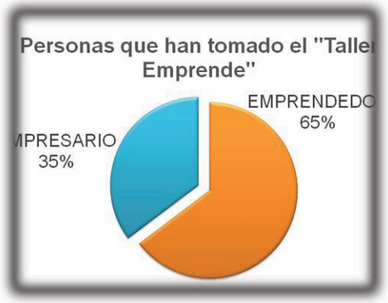
Ser emprendedor es una persona que persigue de forma implacable una oportunidad para crear valor, ya sea por medio de una empresa nueva o una existente, mientras asume tanto el riesgo como la recompensa por sus esfuerzos. Un emprendedor debe encontrar la manera de crear valor para sus clientes, por lo que una oportunidad de emprendimiento es una oportunidad económicamente atractiva y pertinente para crear valor tanto para los posibles clientes como para los propietarios de la empresa (Longenecker, 2012, pp. 3-7).
La capacitación de los emprendedores a través del taller emprende inicia con el tema de desarrollo humano para que el individuo identifique su vocación y defina sus objetivos personales que se enfoquen al emprendimiento. Posteriormente se abordan los temas de mercadotecnia y administración, contabilidad y finanzas y por último el de ventas y servicio al cliente. Los temas se imparten por asesores capacitados certificados en las áreas y simultáneamente al taller, se tiene acceso a asesorías para elaborar el plan de negocios. Al terminar esta etapa se ofrece el servicio de asesoría personalizada para el diagnóstico, diseño de plan de trabajo y seguimiento a las acciones del mismo.

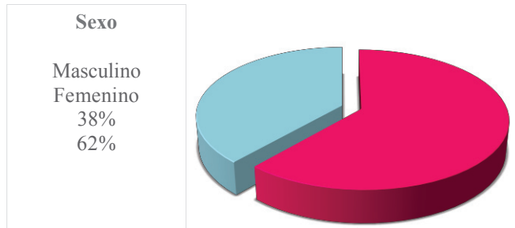
Respecto a los horarios, existen tres diferentes en los que se puede tomar el taller: matutino, vespertino y sabatino, los cuales constan de 8, 6 y 8 semanas cada uno, elegir el horario en el que se desee tomar el taller es una decisión que permitirá al emprendedor optimizar su tiempo y aprovechar al máximo el conocimiento.
Para las asesorías personalizadas tienen una duración de tres meses, se tocan temas que el emprendedor requiera, cabe mencionar y dejar en claro que el emprendedor toma una asesoría de inicio, ya que apenas está poniendo en marcha su idea, en cambio el empresario que ya cuenta con su micro o pequeña empresa toma una asesoría personalizada de mejora, dependiendo de los problemas ya detectados en su negocio, los temas pueden ser acerca de costos, legal y fiscal, imagen corporativa, ventas, temas administrativos, entre los más relevantes. Este tipo de asesoría la puede tomar el emprendedor que tenga realizado al menos

un 70% del plan de negocio. Dentro de las actividades de investigación, se tomó una muestra de 1,340 personas que han tomado el servicio de capacitación del taller emprende de la metodología ProEmpleo para evaluar algunos datos estadísticos de los participantes.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Hay siete características principales de la información que la hacen valiosa para la organización: relevancia, calidad, riqueza, cantidad, temporalidad, accesibilidad y simbolismo (Hodge, 2008 p. 309). Del total de la muestra de 1,340 participantes que acuden a recibir información en temas empresariales por medio del taller emprende en el periodo de 2010 a 2016, un 65% entró como emprendedor, mientras que un 35% ya son empresarios, o sea que ya cuenta con una microempresa, mientras que el 62% son del género femenino y el restante 38% es masculino, lo que refleja un mayor interés de las mujeres en desarrollar la cultura emprendedora en la ciudad de Torreón, Coah.





	Femenino	%	Masculino	%	TOTAL	Total
Emprendedor	545	63%	322	37%	867	65%
Empresario	280	59%	193	41%	473	35%
TOTAL	**825**	**62%**	**515**	**38%**	**1340**	**100%**

- Como se puede observar en la tabla, del 65% que son **emprendedores** (867 personas) un 63% es del sexo femenino (545 personas) y un 37% son del sexo masculino (322 personas).
- Mientras que del 35% que son (473 personas) **empresarios**, 280 personas son del sexo femenino (59%)
y 193 personas del sexo masculino (41%).

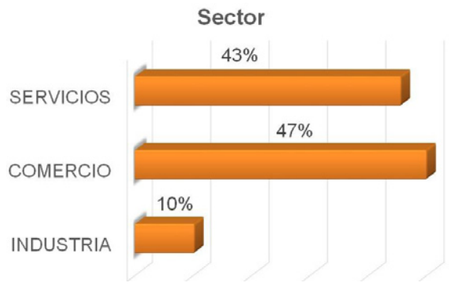
En ambos casos predominan las mujeres, esto refleja que no sólo se interesan más por capacitarse y tomar talleres de este tipo, sino también son las que más tienden a la creación de pequeños negocios y estar al mando de ellos.

Tomando en cuenta sólo las 473 personas que han ingresado como **empresarios** (35%), o sea que ya cuentan con una microempresa y relacionándolo con el sector al que dedican sus negocios, los resultados son los siguientes:

EMPRESARIOS								
Sexo/Sector	Industrial	%	Comercio	%	Sevicios	%	TOTAL	%
Femenino	23	9%	164	58%	93	33%	280	**60%**
Masculino	20	10%	74	38%	99	52%	193	**40%**
TOTAL	**43**	**10%**	**238**	**47%**	**192**	**43%**	**473**	**100%**

En la tabla se puede apreciar que un 9% del sexo femenino se está dedicando al sector industrial, un 58% al comercio, mientras que un 33% al sector servicios, en cuanto a los hombres un 10% desempeña su microempresa en el sector industrial, un 38% al sector comercio y un 52% en servicios.

Se observa que actualmente las mujeres se inclinan más para desempeñarse en un ambiente de comercio y no en un sector industrial, mientras que los hombres suelen inclinarse un poco más por el sector de los servicios.



Ahora tomando en cuenta sólo a los **emprendedores**, que son 867 personas (65%) y relacionándolo con el nivel de estudios que cuentan cada uno de ellos, los resultados fueron los siguientes:

Escolaridad	Emprendedores	%
Primaria	43	1%
Secundaria	89	8%
Preparatoria	128	11%
Carrera técnica	545	16%
Licenciatura	58	58%
Postgrado	4	6%
TOTAL	**867**	**100%**

80%

Del total de emprendedores que acude a conocer y aprender de la metodología ProEmpleo, el 58% cuenta con una licenciatura, el 16% con una carrera técnica y el 6% con un posgrado, los tres grados académicos más altos generan un 80% del total de emprendedores que acude, lo cual infiere que el grado de escolaridad si es un factor influyente para tomar este tipo de talleres.



Una pregunta práctica sería ¨¿Cuál es la edad idónea para ser emprendedor?¨ El factor determinante no residen en una cuestión de edad, sino de conocimiento y experiencia. Es esencial que conozca y comprenda a la industria en la que pretende incursionar, así como las finanzas y la operación del negocio que desea abrir (Longenecker,2012, pp. 23).

De acuerdo con la edad de los participantes del taller y el medio de difusión por el cual se han dado cuenta de Proempleo y la metodología que imparte, los resultados fueron los siguientes:

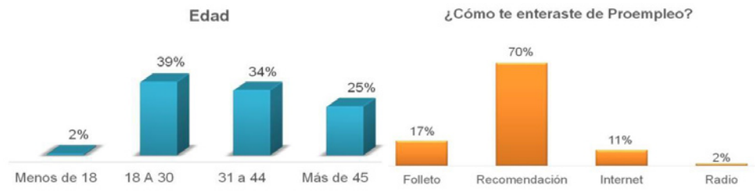
Medio de difusión / Edad	Menos de 18	%	18-30 años	%	31-44 años	%	45 en delante	%	TOTAL	%
Folleto	1	0%	80	34%	89	38%	66	28%	**236**	**17%**
Recomendación	8	1%	356	39%	312	34%	242	26%	**918**	**70%**
Internet	1	1%	77	49%	53	34%	26	16%	**157**	**11%**
Radio	0	0%	9	31%	9	31%	11	38%	**29**	**2%**
TOTAL	**10**	**2%**	**522**	**39%**	**463**	**34%**	**345**	**25%**	**1340**	**100%**

La edad no es un valor que infiera en el 70% del total de personas que dijo conocer el taller mediante la recomendación.

Esta variable refleja que 918 personas han quedado satisfechas con el servicio recibido en el taller emprende, lo cual habla de una metodologia bien fundamentada y un buen servicio ofrecido.

Sólo un 11% se enteró de la metodología ProEmpleo por medio del Internet, de esas 157 personas, el 49% son de 18 a 30 años de edad y el 34% son de 31 a 44 años.

Esto dice que los jóvenes y adultos jóvenes son los que tienen más acceso a este medio de comunicación, pero también refleja el poco alcance que se tiene en la difusión de información en redes.

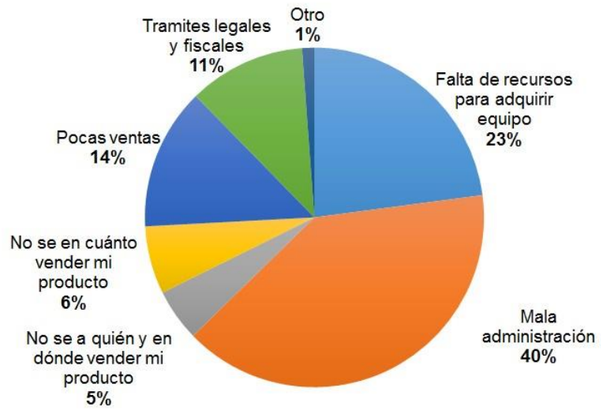


La administración es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplen eficientemente objetivos específicos. Los administradores asumen la responsabilidad de emprender acciones que permitan a los individuos realizar sus mejores contribuciones al cumplimiento de objetivos grupales. Las cuatro habilidades elementales de los administradores son las técnicas, humanas, las de conceptuación y las de diseño (Koontz, 2004, pp. 6-9).

De la investigación de los 473 empresarios que han tomado el taller, el 40% detectó que el principal problema que impide un mejor funcionamiento de su microempresa es una mala administración, un 23% dice que la falta de recursos para adquirir equipo para su negocio es uno de los más grandes problemas, mientras que un 14% dice que las pocas ventas.

- Por fortuna la mala administración es un problema que será fácil de atacar para las personas hayan llevado a cabo de una manera correcta la metodología ProEmpleo.

Principales problemas de tu microempresa



CONCLUSIÓN

El sistema de planeación de recursos de una empresa (ERP) conecta a todas las áreas del negocio, manufactura se entera de los nuevos pedidos, tan pronto se registran en el sistema, ventas conoce la situación exacta del pedido del cliente, compras sabe al minuto lo que necesita manufactura y el sistema contable se actualiza a medida de que ocurren todas las operaciones pertinentes. El valor real se encuentra en las nuevas formas en que una empresa puede hacer negocios. Simplemente se pueden ahorrar muchos trabajos redundantes (Chase, 2009 p. 456).

Los resultados de entrevistas a emprendedores y visitas a negocios permiten confirmar que la metodología ProEmpleo representa una apuesta por la comunidad de emprendedores dueños de microempresas y un apoyo probado a este sector, con la visión de ayudarle a crear riqueza, generar empleos y contribuir al crecimiento del PIB de la ciudad de Torreón, Coahuila. La metodología ProEmpleo es una respuesta a la falta de integración e igualdad social, tan necesaria para reconstruir la identidad colectiva, y constituye una motivación para que los ciudadanos en edad productiva crean que sí es posible el éxito empresarial.

BIBLIOGRÁFIA

- Longenecker, Petty, Palich, Hoy (2012). “Administracipon de pequeñas empresas”
- Harold Koontz, Heinz Weihrich (2004) ¨Administración. Una perspectica global”
- Chase, Jacobs, Aquilano (2009) “Administraciónd de operaciones”
- Hodge, Anthony, Gales (2009) “Teoría de la Organización. Un enfoque estratégico”
- Lovelock, Reynoso, DÁndrea, Huete, Wirtz (2011) “Administración de servicios. Estrategias para la ceeación de valor en el nuevo paradigma de los negocios”
- Espinosa, M. L. “Los apoyos a las microempresas de jóvenes en México”. Retrieved from http://prejal.oit.org.pe/prejal/docs/bib/200711210010_4_2_0.pdf
- Márquez, N. C. A. (2008). “Micro empresa y pobreza, financiamiento y contribución al desarrollo”.
Retrieved from http:// www.economia.unam.mx/publicaciones /econinforma/pdfs/ 355/ 09Nora. pdf
- Beristain, D. M. A. “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”. Retrieved from Colparmex website: http://www.colparmex.org/Revista/Art5/24.pdf
- Gómez, L. (2002). “Evaluación del impacto de las incubadoras de empresas: estudios realizados”. UNAM, F. Evaluación de proyectos de inversión. from http:// www.fca. unam.mx/ capitulos /unidad8_tf.pdf
- Gómez, Liyis (2002) “Evaluación Del Impacto De Las Incubadoras De Empresas: Estudios Realizados”
- Lichtenstein, Gregg A. y Lyons, Thomas S. (2003) “Incubando nuevas empresas”
- Bernárdez, Mariano L. (2007) “Desempeño Organizacional: Mejora, Creación e Incubación de Nuevas Organizaciones”
- Rodríguez, Joaquín (2002) “Administración de Pequeñas y Medianas Empresas”

CALIDAD DEL SERVICIO RESTAURANTERO EN GUANAJUATO CAPITAL

Octavio Abner Castro Rangel[1] y Betzabeth Dafne Morales[2]

RESUMEN

Para entender lo que es el servicio restaurantero en Guanajuato capital debemos de tener en cuenta que abarca mucho contexto ya que se miden de diferentes formas de calidad tanto como restaurantero como al comensal. El objetivo de este estudio es ver como se logra la satisfacción en el comensal en Guanajuato capital. Nuestro trabajo es basado en el modelo cuantitativo Dineserv, sin embargo al ser un diseño propio se convierte en metodología mixta, cuantitativa por encuesta y cualitativa por entrevistas. Al analizar los resultados nos permite concluir que la calidad en el servicio da un valor agregado al restaurante.

ABSTRACT

To understand what the service restaurateur in Guanajuato Capital must take into account that covers much context as they are measured in different ways restaurateur quality as much as the diner. The aim of this study is to see how satisfaction is achieved at the diner in Guanajuato capital. Our work is based on the quantitative model Dineserv, however being an own design becomes mixed methodology for quantitative and qualitative survey by interviews. In analyzing the results we conclude that the quality service adds value to the restaurant

.**Palabras clave:** Calidad, servicio, restaurante y satisfacción.

INTRODUCCIÓN.

Al mencionar el servicio restaurantero en Guanajuato capital nos da a entender que tenemos una serie de puntos y metas a lograr para lograr la satisfacción del cliente. Tanto como en los productos tangibles e intangibles, como por ejemplo los tangibles hablamos de la comida y las bebidas, y en las intangibles como el trato y el servicio.

Las creencias del cliente al servicio son que tiene que cumplir las expectativas a nivel de restaurante y el prestigio que tiene dicho restaurante.

En base a eso se realizara una investigación sobre la calidad en el servicio restaurantero en Guanajuato capital donde tiene gran auge en la visita de turistas en México tanto como nacionales como extranjeros y los restaurantes buscan la variedad gastronómica según los gustos de cada comensal. Esta investigación es creada con el propósito de ver la calidad de servicio brindada por los restaurantes al ser visitado por las personas.

Con los resultados de nuestra investigación podremos generar una estrategia y asi mejorar la calidad brindada por los restaurantes en Guanajuato capital y lograr la satisfacción de los comensales.

[1] Instituto Tecnológico De Monclova “Ejercito Mexicano”, Ingeniería Mecánica, Carreter 57 km 4.5, Unidad Tecnológica y Universitaria, 95245 Monclova, Coah. Nera.1@live.com.mx
[2] Universidad de Guanajuato, División de Ciencias Económico Administrativas; Fraccionamiento El Establo C.P.:36250, Guanajuato, Gto, dafne@ugto.mx

MARCO TEORICO.

La calidad en el servicio de los restaurantes es parte fundamental para alcanzar el éxito en el desempeño de sus operaciones; corresponde al grado de satisfacción que experimenta un cliente relacionada con la atención, eficiencia y manera en que el servicio fue brindado. En un restaurante, los clientes cautivos se captan debido al servicio que se les brinda, la rapidez de la atención y la comodidad del lugar. El servicio al cliente es un factor determinante en la consecución del éxito en el negocio; recaba mayor importancia cuando se trata de un restaurante. (Castillo, 2012).

No existe una definición única para la calidad del sercivio, y en consecuencia tampoco una forma única para medirla. Citando algunos enfoques, para Jain y Gupta (2004) la calidad del servicio puede verse como un contiunuo entre “calidad ideal” y “calidad totalemente inaceptable”.

Para Stevens et al. (1995) es la percepción que tiene el cliente de la superioridad en el servicio que se recibe albarcando dos grandes dimensiones, intangibles como la atención del personal, y tangibles como las instalaciones fisicas o el arreglo fisico personal.

Para Chao (2008) la calidad del servicio se conceptualiza en forma de cuatro atributos: Personal, Operación, Aspectos físicos y Mercancia.

En un estudio se encontró que, en el contexto mexicano, son 27 las variables que componen la calidad del servicio, a su vez estas variables se agrupan por similitud de contenido en las siguientes seis dimensiones (Trujillo y Vera, 2007): instalaciones (qué tan agradable y cómodo se percibe el lugar), accesibilidad (qué tan fácil es llegar al restaurante), personal (amabilidad y conocimiento, entre otras, del personal que atiende), ambiente (qué tan agradable es la atmósfera o ambiente que se percibe en el lugar), comida (lo bien preparado de los alimentos y sus porciones), y consistencia y honestidad (qué tanto el cliente recibe siempre el mismo servicio).

La satisfacción del cliente es el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (Kotler citado en Castillo, 2012).

Uno de los enfoques sobre satisfaccion y lealtad que más popularidad e impacto han tenido en la literatura sobre mercadotecnia es la teoría que propone Oliver (1999).

En ella se plantea que la lealtad no sólo es un fenómeno multifactorial, sino que además se constituye por fases. Estas fases van explicando la forma en que el consumidor se va aproximando sucesivamente a la alternativa por la que muestre mayor inclinación.

Dichas fases son las siguientes:

• Lealtad cognitiva. Se basa en la información que se tiene de la marca. Se entiende que la información favorable inclina al consumidor a ser leal y la información no favorable lo inclina a ser desleal.

• Lealtad afectiva. Se basa en la experiencia del consumidor con el servicio y con la alternativa en particular. Se genera a través de la satisfacción de consumir repetidamente la marca.

• Lealtad intencional. Implica la intención del cliente hacia el compromiso de comprar de nuevo una alternativa en particular (la marca). No se refiere a si efectivamente la adquiere o no, sino más bien a qué tanto se siente dispuesto a hacerlo. Se puede entender también como inclinación o disposición a ser leal, y debe manejarse como una variable psicológica, no como una variable objetiva.

• Lealtad acción. Se refiere a la inercia de seguir comprando de nuevo a pesar de barreras que surjan o de nuevas alternativas. A diferencia de las tres anteriores, aquí se involucran variables netamente observables. Son más objetivas y se pretende, idealmente, medir el comportamiento físico de forma directa. Una variable

típica es el patrón observable de recompra (tasa de recompra). Se debe señalar que por sí misma no se considera que mida lealtad (Oliver, 1999).

METODOS Y MATERIALES.

En esta investigación usamos lo que es el diseño en carácter mixto en las encuestas por el método cuantitativo que iban dirigidas a los comensales para que evalúen la calidad del servicio dado por los restaurantes de Guanajuato capital y calificar la satisfacción que tiene el cliente por dicho servicio.

El método usado para las encuestas administrativas fue el cualitativo para calificar y ver el servicio dado para los comensales de los restaurantes y ver que utilizan para darse a conocer, que herramientas usan para crecer y como les han funcionado.

Esto también fue echo para ver en que áreas de oportunidad pueden crecer mas los restaurantes dando una mayor capital a ellos y apoyando al crecimiento de la ciudad.

Acontinuacion se presenta la creación de ellas:

Se hizo el diseño para 2 tipos de instrumento uno está diseñado para los restaurantes donde este cuenta con un apartado para saber los datos personales del gerente, dueño o algún encargado donde se encuentran 6 ítems de preguntas complementado con rangos en edad y antigüedad.

A continuación se le pregunta al entrevistado en sobre los datos generales del restaurante y/o establecimiento el cual se está evaluando. Donde en este se encuentran 7 ítems con preguntas básicas:

Sobre el tipo de restaurante, cuántos años tiene de funcionar el establecimiento y si ha cerrado por alguna vez, para cuantos comensales es el restaurante, que horario tiene complementando con una pregunta para saber si cierra alguna vez de la semana, en que horario tiene más clientes y si cuenta con servicio a domicilio.

Cuenta con un apartado donde se pregunta en cuestión a la mercadotecnia utilizada utilizando las siguientes preguntas; saber qué tipo de estrategias de comercialización o difusión utilizan como página web, redes sociales, publicidad tradicional, promociones entre otras y con esto se complementaba por qué la utilización de dicha estrategia, si funcionaba bien y saber cuál era su competencia directa o indirecta.

Así como también se encuentra el apartado de organización para saber en ella en qué áreas o departamentos se dividía su restaurante que si cuenta con cocina, bar, administración, mercadotecnia, caja y limpieza junto con un espacio por si contaba con alguna otra no mencionada.

Se elaboró una pregunta para saber si el restaurante contaba con corazón ideológico y así saber si el restaurante tiene visión, misión y valores.

También se les preguntaba si los empleados contaban con capacitación y cada cuanto eran dichas capacitaciones y en que temáticas se dividía como alimentos, servicio al comensal, mantenimiento, salubridad o alguna otra. Si éstas se hacían por áreas, generales o bien sea el caso ambas.

Esta pregunta se hacía si era solamente el jefe que decía por qué decidió abrir un restaurante en Guanajuato si por tradición familiar, lugar turístico, restaurante novedoso, oportunidad de crecimiento o alguna otra.

La siguiente pregunta es para saber la opinión de los encuestados sobre cual era el valor agregado de su restaurante como los alimentos, instalaciones, servicio, los precios competitivos o su ubicación.

También otra donde se les cuestionaba sobre si habían utilizado algún instrumento para medir la satisfacción y cual había utilizado y por ultimo sobre cuáles eran las principales áreas de oportunidad como por ejemplo el estacionamiento.

El siguiente cuestionario fue hecho para los comensales:

Al igual que la entrevista dirigida a los restauranteros, esta cuenta con un apartado para conocer los valores demográficos como son su ocupación, su edad (distribuida en rangos para su facilidad de registro), y sobre si es residente o turista y si es mujer u hombre. Cuenta con instrucciones para el llenado de ella donde explica como calificar el restaurante con números donde 1 es excelente, 2 es bueno, 3 es malo y 4 es muy malo.

La elaboración de esta encuesta se basa en seis dimensiones de la calidad del servicio y consigo las variables que las integran según Trujillo y Vera (2002), sin embargo se tomaron solo cinco dimensiones ya que al tomar la última de ellas que era consistencia y honestidad se pensó que estaba dirigida a clientes frecuentes y nuestra investigación está dirigida a las expectativas que tuvieron de las primeras visitas al restaurante. A continuación se describe cada una de las dimensiones.

Se encuentra la variable de instalaciones dentro de ella está la limpieza de instalaciones, limpieza de sanitarios, aspecto del personal, área infantil y comodidad y seguridad.

La variable servicios, que consiste en atención de hostess, atención de meseros y rapidez del servicio.

Alimentos, que evalúa su temperatura, sabor, higiene y frescura, presentación, precio y variedad.

La variable de accesibilidad donde solamente calificábamos lo que es la ubicación y el estacionamiento.

Por último está el ambiente que es calificar todo lo que rodeaba en el restaurante y cómo se sentían los comensales donde se califica la música, el ruido, el aroma, la temperatura del lugar y la iluminación.

Se encuentra un apartado de 4 ítems de preguntas de satisfacción básicas que es si el restaurante cumplió con sus expectativas, otra para saber si lo recomendaría a sus amigos y familiares, volvería a visitarlos y de cómo se enteró del restaurante donde se desglosaba por recomendación, ya lo conocía y publicidad.

Al final se cerraba la encuesta con un apartado de comentarios para conocer la opinión de manera abierta del comensal.

RESULTADOS.

Según los resultados arrojados se tiene un total de 400 comensales encuestados, los cuales el 50% fueron hombres y 50% mujeres, que de acuerdo a las edades la gran mayoría se concentra en el rango de 18 a 25 años con 141 encuestados seguido del rango 26 a 35 con 105 personas tal como se puede observar en la Tabla 4; lo cual nos indica que gran parte de las visitas son realizadas por los jóvenes, dado esto se recomienda dirigir estrategias de difusión hacia éste segmento de la población.

Tabla 1: EDAD SEGÚN GÉNERO

Rango Edades	Femenino	Masculino	Total general
18-25	72	69	141
26-35	58	47	105
36-50	47	51	98
51 o más	23	33	56
Total general	**200**	**200**	**400**

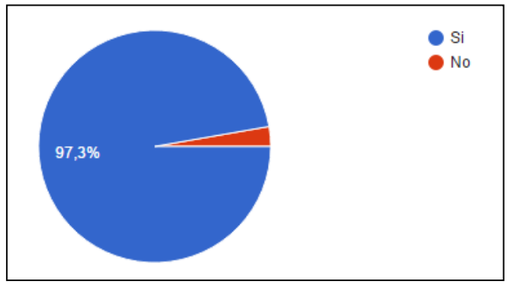
Hipótesis

H_5: La mayoría de los comensales recomendarían a sus amigos y familiares los restaurantes establecidos en la Ciudad de Guanajuato.

H_6: El medio de difusión más utilizado por los restauranteros de la Ciudad de Guanajuato es la publicidad en redes sociales.

H_5: La hipótesis se aprueba, ya que los comensales satisfechos que respondieron que afirmativamente a la pregunta sobre si recomendarían el restaurante a sus amigos y familiares fue más de lo mencionado (50%) ya que al servicio brindado en los restaurantes fue bueno y cumplió con la misión de lograr la satisfacción requerida para que sean recomendados sin necesidad de publicidad externa y llegan al punto de ser conocidos de boca a boca por los mismos clientes satisfechos por el servicio dado del establecimiento. Como se muestra en el Gráfico 6.

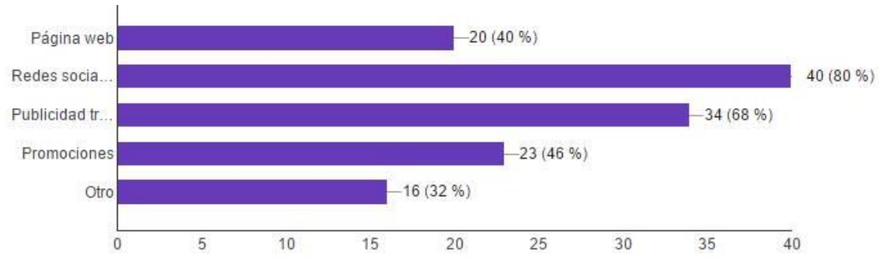
Gráfico 6: Recomendación del restaurante.



Fuente: Google formularios.

H_6: La hipótesis enfocada en la publicidad por redes sociales se aprueba ya que casi todos los restaurantes usaban esta forma de difusión para darse a conocer, respondiendo que era una de las más fáciles formas de llegar a los turistas y residentes tanto en ofertas como promociones. Estos datos se muestran en el siguiente Gráfico 7.

Gráfico 7: Medios de difusión.



Fuente: Google formularios.

CONCLUSIÓNES.

En conclusión se podría decir que deacuerdo con todo lo visto en las encuestas realizadas tanto como a los restaurantes como a los comensales en de buen resultado porque la mayoría de ellos tienen gran satisfacción al servicio brindado por los restaurantes y que por lo mismo los restaurantes están brindando un buen servicio para los comensales, cumpliendo con dichas expectativas de sus clientes.

BIBLIOGRAFIA.

Tesis

Jorge Vera M.1, Andrea Trujillo L.2 1 Doctor. Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México, C.P. 14380, México D.F., e-mail: jorge.vera@itesm.mx 2Doctor. Tecnológico de Monterrey Campus Santa Fe de México, C.P. 01389, México D.F., e-mail: andrea.trujillo@itesm.mx.

Investigaciones

Castillo,(2012) La Calidad en el Servicio al Cliente del Restaurante Terraza 282, Ubicado en la Delegación Cuauhtémoc, D.F.

Chao P. 2008. Exploring the nature of the relationships between service quality and customer loyalty: an attribute-level analysis. The Service Industries Journal, 28(1):95.

INNOVACIONES EN SISTEMAS DE TRANSPORTE PARA LA LOGÍSTICA: UNA MIRADA DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS ESTUDIOS SOCIALES DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA

Andrea Berenice Cervantes Martínez[1] y Mónica Anzaldo Montoya[2]

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es analizar desde la perspectiva de los Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología, los posibles impactos sociales, regulatorios y de valores que pudieran surgir ante la llegada de automóviles autónomos en las empresas de logística en México. Se trata de un trabajo que busca reflexionar sobre la idea determinista de que la tecnología es autónoma, independiente de influencias sociales y cuyo valor esencial es la eficiencia. Basándonos en el concepto de innovación social, este trabajo presentará un análisis exploratorio de lo que implicaría implementar una tecnología altamente innovadora en los sistemas de logística y transporte en México.

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyze from the perspective of Social Studies of Science and Technology, the potential social, regulatory and securities impacts that may arise before the arrival of autonomous cars logistics companies in Mexico. It is a work that seeks to reflect on the deterministic idea that technology is autonomous, independent of social influences and whose core value is efficiency. Based on the concept of social innovation, this paper will present an exploratory analysis of which would involve implementing a highly innovative technology in logistics and transportation systems in Mexico.

Palabras Clave: innovación, transporte terrestre, tecnología, vehículo autónomo.

INTRODUCCIÓN

El movimiento de mercancías es un área prioritaria para sostener la productividad y la competitividad de las empresas. Es por ello que las grandes empresas de transporte buscan incursionar en nuevas tecnologías para innovar en sus servicios o productos. La eficiencia en costos y confiabilidad de una red de transporte y logística de una región son un gran referente para determinar su capacidad para participar en la economía global. Diversos factores están en juego, desde el operador, hasta la infraestructura con la que cuentan los países. En este sentido, es conveniente que los desarrollos tecnológicos en el sector transporte sean analizados más allá del paradigma de la eficiencia técnica y con mayor amplitud en sus efectos sociales y regulatorios que pueden llegar a tener.

El objetivo de este trabajo es analizar las implicaciones que puede traer la introducción de una innovación en el área de la *Logística del Transporte Terrestre de Carga*, enfocándonos a la nueva **tecnología de vehículos autónomos**. En general, en el estudio de la logística no nos cuestionamos sobre las implicaciones de la tecnología sino su funcionamiento y como hacer más competitiva a la empresa; en este caso la pregunta central es ¿cuáles serían las implicaciones de incorporar **vehículos autónomos** en los servicios de logística en México? Para ello retomamos los conceptos de innovación e innovación social de la literatura de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología.

[1]Instituto Tecnológico de Querétaro, Departamento de Industrial y Logística; Av. Tecnológico s/n esq. Mariano
Escobedo, Centro, C.P: 76000, Querétaro, Qro., cervantesmandrea@live.com.mx
[2] El Colegio de San Luis, A.C. Directora de Vinculación; Parque de Macul No. 155, Colinas del Parque, C.P: 78299, San Luis Potosí, San Luis Potosí, manzaldo@colsan.edu.mx

MARCO TEORICO

Para que este estudio se llevara a cabo se realizó una investigación documental sobre los conceptos de innovación, innovación social. A continuación se mencionan algunos de los conceptos más relevantes encontrados. Por ejemplo, Nelson, R.R. afirma que "La innovación es un cambio que requiere un considerable grado de imaginación y constituye una rotura relativamente profunda con la forma establecida de hacer las cosas y con ello crea fundamentalmente nueva capacidad" (Carrasco, Sánchez Fuente, & Etxebarria Robledo, 2008), por otro lado, Machado, F. asegura que la innovación consiste en "El acto frecuentemente repetido de aplicar cambios técnicos nuevos a la empresa, para lograr beneficios mayores, crecimientos, sostenibilidad y competitividad" (Carrasco, et al, 2008).

En general, la innovación consiste en la implementación de técnicas o tecnologías existentes a algo más para hacerlo más funcional, entonces, innovación no es lo mismo que invención, también es importante mencionar que para hacer innovación no es fundamental ser un gran investigador o científico, la apertura a la información y el flujo de esta se han prestado a que casi cualquier usuario de internet tenga acceso a ella y al conocimiento. Cualquiera puede ser un innovador.
También se revisó el concepto de innovación social, donde destaca la propuesta de Martin y Osberg, quienes señalan que:

> Consiste en la utilización de nuevas tecnologías, nuevas formas de organización o simple combinación de ideas, que se concentran en alcanzar metas sociales, culturales o políticas orientadas a la inclusión social, porque están pensadas para viabilizar el acceso igualitario a bienes y servicios de la población, mediante la participación de los usuarios y beneficiarios en el proceso de toma de decisiones e implementación. (Foro Consultivo Científico y Tecnológico A.C., 2013)

MÉTODOS Y MATERIALES

El presente trabajo empleó fundamentalmente la investigación documental y herramientas cualitativas como la entrevista y la revisión de opiniones sobre el tema en páginas web. A través de fuentes secundarias como reportes del Instituto Mexicano del Transporte, textos y notas en Internet obtuvimos conocimiento sobre el valor económico del sector de servicios de logística en México y sobre la descripción técnica de los vehículos autónomos. Encontramos que la investigación sobre el tema es aún muy escasa en México. Se realizaron cuatro entrevistas a operadores de transporte terrestre de carga en las afueras de la empresa Sisttemex S.A. DE C.V. operadores de las empresas Titanium Express, S.A. DE C.V., Transportes Matsa, Transportes Castores, Empresa independiente; esto con el fin de tener un panorama general de quienes trabajan en la red carretera de primera mano.

Asimismo, fue útil asistir a la conferencia *Innovación, emprendimiento y aplicación de los resultados de la investigación*, impartida por el Dr. José Luis Solleiro en el IPICYT durante mi estancia en el 18° verano de la ciencia. La información recopilada me permitió llevar a cabo un análisis de los posibles impactos en México de la llegada de vehículos autónomos en los servicios de logística.

RESULTADOS

Al revisar la información documental y después de realizar algunas entrevistas a operadores de transporte terrestre de carga ha sido posible vislumbrar que en cuestión de infraestructura e información somos un país atrasado. Por un lado, se contó con opiniones informadas por parte de los operadores y por otro, fue posible ver que en la mayoría de los casos no tienen ningún tipo de información, ni siquiera han escuchado hablar de esta tecnología y que no alcanzan a dimensionar el efecto que podría tener en una red logística la introducción de estos camiones al país.

El presidente de la compañía alemana BOSCH en México, René Schelegel, "todos leemos hoy de los automóviles que andan en las calles sin chofer. Nosotros pensamos que ese es el futuro, pero es un futuro

poco lejano. Tenemos una meta muy clara para el año 2020". Se podría decir que el pronóstico de BOSCH sobre incorporar esta tecnología para el año 2020 es muy temerario, ya que, México no está preparado para traer una innovación de ese nivel, son diversos los factores que obstaculizan. Entre ellos están la cultura vial, la calidad de la infraestructura, la inseguridad, etc.

Si de por si la tecnología parece inalcanzable, más aún lo es en un país como México, hay muchas respuestas a situaciones que no pueden ser programadas en un software, Aun no existe una tecnología que responda en tiempo real, tomando decisiones en función de las circunstancias, un factor esencial para la condición de México.

Al analizar los comentarios de los operadores entrevistados, se observa que en general los principales beneficio serían: el bajo riesgo de asalto, menores tiempos de entrega y bajo índice de corrupción respecto al actual, sin embargo el 50% de ellos opinan que aunque parece imposible quizá podría funcionar en países desarrollados pero creen que en México no es así por la tipografía del país y también resaltaron la falta de educación vial en el país por parte de operadores de transporte y de civiles.

Por otro lado, les genera incertidumbre acerca de su empleo, se preguntan ¿qué pasará con ellos? Sería esencial ir pensando en políticas de resolución de controversias, incluir a las aseguradoras, tomar en cuenta el rol de responsabilidad de las empresas.

Es necesario comprender que la tecnología es flexible y puede adaptarse si se consideran factores que perciben las personas que lo viven de cerca y que quizá los fabricantes estén dejando escapar, a fin de hacerla funcionar en cada país. Ocurre en México y otros países subdesarrollados que compramos tecnología extranjera, que evidentemente no está diseñada para operar en las condiciones del país que las compra, como es el caso de los camiones autónomos. ¿Por qué no producimos en México nuestra propia tecnología?

Inmediatamente México no está listo para implementar el uso de camiones autónomos, sin embargo podría ser que a mediano o largo plazo pueda funcionar, adoptando una tecnología diseñada especialmente para carreteras mexicanas, donde se consideren todos los aspectos de los que se ha venido hablando en el documento desde la cultura vial, hasta la calidad y condiciones de la infraestructura.
No deja de ser un tema fascinante, es evidente que la tecnología está avanzando vertiginosamente, ¿tenemos la capacidad como sociedad para adoptar todos estos cambios?

			
Sinait Palma Guzmán.	Porfirio Mota	Gerardo Oropeza	Enrique de Sales
Empresa Titanium Express S.A. DE C.V.	Empresa: Transportes Matsa	Empresa: Transportes Castores.	Empresa: Independiente

Tabla 1. Operadores entrevistados el 12 de Julio del 2016 en Parque industrial Balvanera.

BIBLIOGRAFÍA

Carrasco, C., Sánchez Fuente, F., & Etxebarria Robledo, B. (2008). Compendio de definiciones del concepto de "innovación" realizadas por autores relevantes: diseño híbrido del concepto. *Dirección y Organización*, 62-63.

Comisión Nacional de Seguridad. (10 de Septiembre de 2015). *CNS*. Obtenido de http://cns.gob.mx/portalWebApp/appmanager/portal/desk?_nfpb=true&_pageLabel=portals_portal_page_m2p1p2&content_id=830068&folderNode=830052&folderNode1=810277

Dirección de Estudios Económicos. (2016). *Bancomext.* Obtenido de http://www.bancomext.com/wp-content/uploads/2016/04/EES-Logistica-2016-1.pdf

El Economista. (20 de Mayo de 2015). *El Economista*. Obtenido de http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/05/20/grupo-bosch-prepara-vehiculo-autonomo-mexico

Foro Consultivo Científico y Tecnológico A.C. (2013). *Sistemas de innovación para un desarrollo inclusivo*. México.: Foro Consultivo Científico y Tecnológico A.C.

INEGI. (s.f.). *INEGI*. Obtenido de http://www.inegi.org.mx/geo/contenidos/geodesia/lidar.aspx

Islas Rivera, V., & Lelis Zaragoza, M. (2007). *Análisis de los sistemas de transporte.* Sanfandila, Querétaro.: Instituto Mexicano del Transporte.

National Conference of State Legislatures. (07 de 01 de 2016). *http://www.ncsl.org/research/transportation/autonomous-vehicles-legislation.aspx*. Obtenido de http://www.ncsl.org/research/transportation/autonomous-vehicles-legislation.aspx

Pastor, J. (04 de Julio de 2016). *Xataka*. Obtenido de http://www.xataka.com/vehiculos/el-coche-autonomo-no-existe-aun

Senado De La República. (2015). *América del Norte: Retos y Oportunidades en el siglo XXI.* Estado de México.: Gobierno de la República.

Strohlein, W. (08 de Agosto de 2014). *Seguridad, Justicia y Paz,*. Obtenido de http://www.seguridadjusticiaypaz.org.mx/sala-de-prensa/1060-la-inseguridad-en-las-carreteras-de-mexico

LAS TENDENCIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL

Alma Araceli De Blas Loredo[1] y Elia Díaz Nieto[2]

RESUMEN

El propósito de esta investigación es encontrar los obstáculos en la comunicación eficiente y eficaz en la sociedad actual. Dado que hoy vivimos inmersos en avances tecnológicos continuos, como el internet, las redes sociales, las computadoras, los celulares, los cuales son medios de comunicación, sin embargo, la comunicación cara a cara es cada vez menor entre las personas. Se realizó un cuestionario de 7 preguntas, el cual se envió a las personas con quien se tiene contacto por Facebook y que permanecen por más tiempo dentro de la red.

Los resultados obtenidos muestran que el 74.3% de las personas encuestadas consideran eficiente la comunicación a través de un medio electrónico o red social, solamente el 25.7% se comunica de manera personal. Esto nos lleva a predecir como tendencias futuras de comunicación, un incremento mayor de internautas en todas las edades. A mayor percepción de facilidad en el uso de las redes sociales, mayor será la inclusión de la gente en las mismas, sin embargo existe ya la percepción de una respuesta moral de baja calidad en ellas.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find what kind of obstacles we migh have for an efficient and effective communication in today's society. Provided that today we are immersed in continuous technological advances such as the internet, social networks, computers, cell phones, which are media, face to face comunication is declining among people. A questionnaire of 7 questions was conducted and sent to people who you have contact by Facebook and stay long in the network.

The results show that 74.3% of respondents considered efficient communication through electronic media or social network, only 25.7% communicate personally. This leads us to predict future trends of communication, and a greater increase in Internet users all ages. A greater perceived ease of use of social networks, greater inclusion of people in them, but there is already the perception of a moral response of low quality in them.

Palabras clave: Comunicación, redes sociales, medios, electrónicos, percepción.

INTRODUCCIÓN

Estamos en un cambio constante de tecnologías de información, comunicación y electrónica, hay muchos estudiosos que han abordado estos temas como (Davis, 2015) quién dice que cada vez más la conducta humana se coloca en las redes digitales y dado que la conducta de la tecnología digital, deja una huella digital inevitable, la ciencias sociales actualmente tienen acceso a una cantidad sin precedentes de datos, sobre los más diversos aspectos de la estructura social y su desarrollo dinámico, el impacto que ha tenido

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Administración y Gestión; Urbano Villalón núm. 500, Col. La Ladrillera, C.P. 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí; alma_deblas@outlook.com
[2] Universidad Autónoma de Querétaro, Campus San Juan del Rio, Río Moctezuma núm. 249, Col. San Cayetano, C.P. 76807, Querétaro, Querétaro; Profesor-Investigador; Doctor en Administración con especialidad en Negocios Internacionales; Perfil PROMEP; Certificado en ANFECA.
elia.socorro.diaz@uaq.mx

ha sido comparado con la invención del telescopio para la astronomía y la invención del microscopio para la biología. Ros-Martín (Ros-Martín, 2009), presenta un estudio sobre la evolución de redes por internet, en el cual cita a otros estudiosos como Frigyes Karintly que en 1929 con su teoría de los seis grados de separación expuesta de manera intuitiva, en un relato corto, denominado cadenas. Según este autor, el número de conocidos de una persona crece exponencialmente siguiendo un número de enlaces de una cadena que serán las relaciones humanas. , teoría que marcó el punto de partida en las plataformas de redes sociales por internet.

Se han dado muchos intentos por demostrar esta teoría como es el caso de la década de los 50, en que investigadores de MIT y de IBM, Ithiel de Sola Pool y Manfred Mochen trataron de encontrar el número de pasos necesarios para que toda la red humana estuviese interconectada. En 1967 el sociólogo de la Universidad de Harvard Stanley Milgran se propuso demostrar la teoría mediante un experimento basado en el envío de cartas postales. Teniendo en cuenta que una red social comprende a un conjunto de personas con un patrón de interacciones entre ellas. Duncan Watts, profesor de la Universidad de Columbia, expone el experimento que llevo a cabo en 2001, cuando intentó repetir la comprobación de Milgran, aunque en esta ocasión el medio utilizado fue el correo electrónico.

Las redes sociales surgieron antes del nacimiento de la web 2. En este mismo contexto Ellison, Steinfield and Lampe, citados por (Ros-Martín, 2009) distinguen dos tipos de capital social: el constituido por vínculos débiles, mediante los cuales, los individuos intercambian información, pero sin componente emocional y el capital social, en el que además se intercambian lazos afectivos.

Flores (Jesus Miguel Flores, 2009) afirma que las redes sociales, al igual que el mundo de los blogs, si generan influencia, hay que tener en cuenta que parte del triunfo en las elecciones de Barak Obama, se debe, al saber hacer con las redes sociales. Sin embargo, también encierran peligros, sobre todo para los más jóvenes, que son proclives a caer en redes de pederastia o pornografía.

Esta investigación aborda la pregunta *¿Por qué las nuevas tendencias de comunicación distorsionan la verdadera comunicación?*, si hablamos del problema que enmarca este estudio podemos poner de relieve los avances tecnológicos que han facilitado y modernizado la vida humana como la comunicación social, gracias a descubrimientos como medios electrónicos, el internet y la aparición de redes sociales como Facebook, Whatsapp, Instagram entre otras, lo cual promueve la comunicación digital, pero dejan de lado la comunicación cara a cara, que permite crear lazos afectivos y lograr una comunicación real entre las personas.

METODOLOGÍA

El estudio fue realizado a través de la red social Facebook se eligieron 35 personas de mi lista de amigos de la red las cuales pasan mayor tiempo conectadas en la misma. Estas personas tienen la edad de entre 20 y 30 años.

Una vez elegidos se les envió una invitación para el llenado del cuestionario, el cual consta de 7 preguntas. El tiempo de respuesta fue de dos semanas. Una vez recibidos los cuestionarios contestados se llevó a cabo el análisis y procesamiento de la información obtenida.

Nombre

1. Edad
2. Genero
3. ¿Cómo te comunicas con otra persona?
   a) Personalmente

   b) Celular

c) Teléfono

d) Redes sociales

4. ¿Consideras eficiente la comunicación a través de un medio electrónico o red social?
SI o NO.

5. ¿Por qué preferirías comunicarte a través de redes sociales o un medio electrónico, que la comunicación cara a cara o?

a) Más rápido
b) Mayor comodidad
c) Ahorro económico
d) Falta de seguridad para comunicarnos personalmente

6. ¿Cuál de los siguientes distractores distorsiona la comunicación en redes sociales? Enuméralas del 1 al 6 siendo el 1 el mayor y el 6 el menor.

a) Juegos
b) Fallas de internet
c) Barra de noticias
d) Barra de notificaciones
e) Tener conversaciones simultaneas
7. ¿Qué medio electrónico utilizas para comunicarte en redes sociales?
a) Celular
b) Tablet

RESULTADOS

Por medio del programa estadístico informático Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) se pudieron analizar e interpretar los resultados obtenidos con el cuestionario.

Distribución de la muestra

Las personas que participaron fueron en su mayoría mujeres con un 57.1%. La edad que predomino en dicho estudio fue de 22 años cuya edad representa el 40% de la muestra.

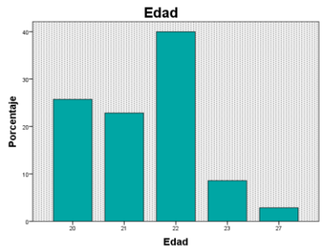


Ilustración 2 Distribución de la eda

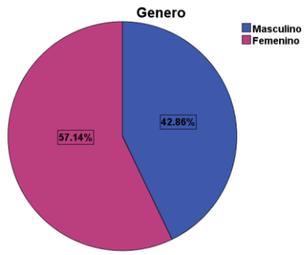


Ilustración 3 Distribución de Genero



Ilustración 1 ¿Cómo te comunicas con otra persona?

Según los resultados la forma más usada para comunicarse con otra persona fue a través del celular con el 42.86%, seguida de las redes sociales con el 31.4% y por ultimo con el 25.7% se encuentra la comunicación cara a cara.

El 74.3% de la muestra respondió que considera eficiente la comunicación a través de un medio electrónico o red social e incluso señalan que prefieren esta forma de comunicación ya que es más rápido, más cómodo y constituye un ahorro económico.

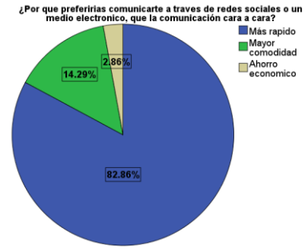


Ilustración 4 Razón de Preferencia

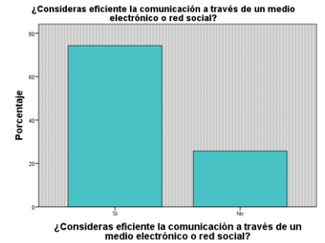


Ilustración 5 Eficiencia de la Comunicación virtual

En cuanto a la interrogante acerca de cuáles son los distractores que distorsionan mayormente la comunicación en redes sociales el 65.7% de los participantes respondió que son las fallas en Internet, mientras que el 20% considera que tener conversaciones simultaneas representa un distractor, por otro lado el 8.57% cree que la barra de noticias en Facebook distorsiona la comunicación y por último el 5.71% piensa que jugar mientras se establece una comunicación perjudica a la misma.

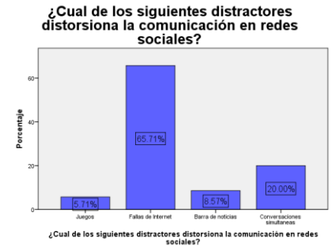


Ilustración 6 Distractores en la Comunicación virtual

El medio electrónico que más se utiliza para comunicarse en redes sociales es el teléfono celular con el 85.71% mientras que solo el 8.57% respondió que recurre a la computadora y el 5.71% a la Tablet.

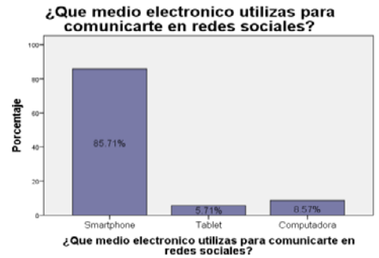


Ilustración 7 Medios electrónicos

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

De acuerdo a la Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares, 2015 realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, los jóvenes de entre 18 y 34 años son los que pasan mayormente navegando en Internet y lo que más realizan son búsquedas de información además que lo utilizan como medio para comunicarse. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2016).

En relación al estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas Mexicanos entendidos estos como "persona que navega por internet" (Real Academia Española, 2016) en su 8va edición publicado en marzo 2016, para el 2015 el 57% de la población en México eran usuarios de Internet, el Smartphone es el dispositivo más utilizado por los internautas para conectarse, seguido de la laptop y la computadora de escritorio. Las redes sociales, el correo electrónico y los chats o mensajes instantáneos son las aplicaciones que más utilizan. Para este año el 93% de los internautas está registrado en una red social, siendo *Facebook*, *Youtube* y *Twitter* las más usadas. (Brown, 2016)

El crecimiento que han tenido las redes sociales, es un efecto que es importante mencionar en los últimos años, gracias al alto grado de aceptación por parte de los individuos. Según Donat y Boyd (2004), las redes sociales poseen un valor añadido frente a las físicas, pues permiten a las personas mantener un gran número de lazos entre las mismas que sería imposible sostener sin el uso de la tecnología web.

La respuesta moral de los individuos es de menor calidad cuando utilizamos (para transmitir el contenido y extraer respuestas) tecnologías digitales de comunicación que cuando usamos el procedimiento tradicional de papel y lápiz. La respuesta moral de los sujetos se ve modificada cuando lo comunicación es medida por tecnologías digitales de comunicación. Lo cual muestra que la comunicación digital ofrece significativas ventajas, pero tiene algunas desventajas o efectos no deseados, acorde a una investigación que se llevó a cabo en un instituto de enseñanza de la ciudad de Fuenlabrada (Madrid) con 233 estudiantes de entre 14 y 18 años.

Cabe mencionar que los formatos y medios digitales tienden a devaluar la respuesta moral de nuestros sujetos y el uso de imágenes virtuales de personas en vez de personas reales influye aún más negativamente en la calidad de respuesta moral. Se han encontrado que el compromiso que los sujetos ponen cuando deciden pulsar con un ratón, es mucho menor que el compromiso que incorporan a una marca hecha con lápiz sobre un papel. El clic del ratón es más liviano, por lo cual el cuerpo actúa con menos intensidad y la mente decide con menos responsabilidad. (Isidoro Arroyo Almaraz, 2015)

Es necesario que al comunicarse de forma virtual, los individuos logren releer lo que quieren transmitir y sean cuidadosos en los momentos de alta intensidad emocional, lo cual va ligado a su capacidad de reflexión, de control de impulsos y de la postergación de la satisfacción inmediata de una necesidad. Internet y las redes sociales pueden estimular fácilmente conductas inadecuadas debido a la existencia de anonimato, falseamiento de identidad, como exhibicionismo, agresividad, engaño, entre otros. (Arab, 2014)

Según lo señalado en el artículo publicado por los Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa explica que la facilidad de uso que perciben los individuos de las redes sociales influye de manera positiva en la utilidad percibida que se tiene de esta. A su vez cuanto más útil se perciba mayor será la actitud positiva que se tenga hacia estas y la intención de usarlos y, por tanto su uso final.

Cuanta más confianza generen estos sitios web, los individuos tendrán una actitud positiva y la percibirán como útiles y fácil de usar, el riesgo que percibirán será menor. Sin embargo si se percibe riesgo de ellas el individuo las considera menos útiles y su intención de uso será menor. Por otra parte si son consideradas como fáciles de usar el riesgo que percibirán de estas es menor. (Carlota Lorenzo Romero, 2011).

REFERENCIAS

Arab, E. (29 de Diciembre de 2014). Impacto de las redes sociales en Internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos. *Revista Medica Clinica las Condes*.

Brown, M. (14 de Marzo de 2016). ESTUDIO DE CONSUMO DE MEDIOS Y DISPOSITIVOS ENTRE INTERNAUTAS MEXICANOS. Valle de México, Distrito Federal, México. Recuperado el 26 de Julio de 2016

Carlota Lorenzo Romero, M. d. (2011). Adopción de redes sociales virtuales: ampliacion del modelo de aceptacion teconologica integrando confianza y riesgo percibido. *Cuadernos de Economia y Direccion de la Empresa Elsevier*, 194-205.

Cellan-Jones, R. (19 de Noviembre de 2013). *BBC*. Recuperado el 22 de Junio de 2016, de BBC: www.bbc.com

Davis, M. H. (2015). ICT4ICTD: ComputationalSocial Sciene for Digital Development. *IEEE Computer Society*, 2145-2157.

González, C. G. (24 de Marzo de 2015). *Creativo 2.0*. Recuperado el 16 de Junio de 2016, de Creativo 2.0: creativo2cero.blogspot.mx

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2016). *ENCUESTA NACIONAL SOBRE DISPONIBILIDAD Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LOS HOGARES, 2015.* Aguascalientes: INEGI.

Isidoro Arroyo Almaraz, R. G. (2015). Efectos no deseados por la comunicación digital en la respuesta moral. *Revista Científica de Educomunicación* .

Jesus Miguel Flores. (2009). Nuevos modelos de comunicación, nuevos perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar 33 XVII*, 73-81.

Martínez, L. A. (13 de Enero de 2016). *HSTRY for Education*. Recuperado el 16 de Junio de 2016, de HSTRY for Education: edu.hstry.co/timeline/evolucion-en-la-comunicación

Real Academia Española. (2 de Agosto de 2016). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 2 de Agosto de 2016, de Diccionario de la lengua española: http://dle.rae.es/?id=LvqsKVk

Ros-Martín, M. (Septiembre-Octubre de 2009). Evolución de los servicios de redes sociales en internet. *El profesional de la información, 18*(5), 552-557.

Salazar, G. P. (2013). Hacia una ubicación conceptual de Internet como medio de comunicación. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 197-214.

IMPACTO DE LAS TICS EN LAS MIPYMES DE MONCLOVA COAHUILA DEL RAMO COMERCIAL

Jaxiry Nohemí De León Muñoz[1] y Verónica Martínez Vela[2]

RESUMEN

Actualmente, el uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) en las PyMEs (Pequeñas y Medianas Empresas), son un elemento esencial en la integración de las actividades básicas de operación, ya que su actividad económica requiere de sistemas que les permitan, permanecer en el mercado, ir a la vanguardia y, desde luego, que generen rendimientos acordes a las expectativas de las organizaciones, en este reporte, a partir de una muestra de 303 empresas de Monclova Coahuila, se analiza la influencia que ejercen las TICs en el rendimiento de las PyMEs. Los resultados obtenidos exponen una influencia positiva en el rendimiento de la PyMe, por lo que la utilización de las TICs en el seno de las organizaciones puede constituir una ventaja competitiva.

ABSTRACT

Currently, the use of Information and Communication Technologies (ICTs) in SMEs (Small and Medium Enterprises), are an essential element in the integration of the basic activities of operation, since the SMEs' economic activity requires systems that allow them to stay in the market, to be on the vanguard, and certainly that generate performance according to the expectations of the organizations. In this paper, starting from a simple of 303 companies of the State of Monclova Coahuila, México, the influence that the ICT has in the SMEs' performance is analyzed. The results obtained show a positive influence in the SMEs' performance, that the use of ICT in the organizations core can constitute a competitive advantage.

Palabras Clave: Mi Pymes, Giro de negocio, Software, Hardware, TICs.

INTRODUCCIÓN

Para tener éxito en una economía cada vez más globalizada y con un alto nivel de competitividad, las empresas necesitan desarrollar nuevas ideas y trasladarlas a sus estrategias empresariales, para aprovechar las oportunidades de negocio que genera el mercado. Bajo este escenario, en diversos países en vías de desarrollo consideran que el futuro de las empresas está en el incremento de la inversión, en la capacidad y conocimiento de la economía, la creación de un ambiente favorable para la rápida adopción de las nuevas ideas y de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) como una nueva oportunidad de los negocios.

Objetivo General: Identificar las necesidades de Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) de las Mi Pymes del giro comercial de Monclova Coahuila para incrementar la incorporación de las empresas y así permitir que la empresa crezca y entren en el mercado global.

Institución Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano Ing. En Gestión Empresarial, carretera 57 km4.5 Lecho del Rio Monclova, Col. Unidad Tecnológica y Universitaria 25701, Monclova Coahuila. Jaxiry_bm@hotmail.com
Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano, Academia de Ing. En Gestión Empresarial, Carretera 57 km 4.5 Lecho del Rio Monclova, Col. Unidad Tecnológica y Universitaria, Monclova Coahuila, vmartinez@itsmva.edu.mx

MARCO TEORICO

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) actualmente forman parte de la cultura tecnológica que rodea el mundo moderno, amplían las capacidades físicas y mentales y las posibilidades de desarrollo social.

Dentro del concepto TIC no solo se debe incluir la informática y sus tecnologías asociadas como la telemática y multimedia, sino también los medios de comunicación de todo tipo: los medios de comunicación social y los medios de comunicación interpersonales tradicionales con soporte tecnológico como el teléfono, fax, etc.
Sus principales aportaciones a las actividades humanas se concretan en una serie de funciones que facilitan la realización de trabajos porque, sean éstos los que sean, siempre requieren de cierta información para realizarlos, un determinado proceso de datos y a menudo también la comunicación con otras personas; y esto es precisamente lo que ofrecen las TIC, a continuación algunos de sus aportes:

Instrumentos para todo tipo de proceso de datos: Los sistemas informáticos, integrados por ordenadores, periféricos y programas, permiten realizar cualquier tipo de proceso de datos de manera rápida y fiable. Para ello disponemos de programas especializados como procesadores de textos, editores gráficos, hojas de cálculo, gestores de bases de datos, etc.

Canales de comunicación: Esta puede ser inmediata, sincrónica y asíncrona, para difundir información y contactar con cualquier persona o institución del mundo mediante la edición y difusión de información en formato web, el correo electrónico, los servicios de mensajería inmediata, etc.

Almacenamiento de grandes cantidades de información: La información se puede almacenar en pequeños soportes de fácil transporte como discos duros portátiles, tarjetas de memoria, etc.

Automatización de tareas: Esto se puede realizar mediante la programación de las actividades que queremos que realicen los ordenadores, las cuales tienen como principal característica procesar automáticamente la información siguiendo las instrucciones de unos programas.

Homogenización de los códigos: Estos se emplean principalmente para el registro de la información mediante la digitalización de todo tipo de información. Con el uso de los equipos adecuados se puede captar cualquier información, procesarla y finalmente convertirla a cualquier formato para almacenarla o distribuirla.

De todos los elementos que integran las TIC, sin duda el más poderoso y revolucionario es Internet, porque abre las puertas de una nueva era, en la que se ubica la actual sociedad de la información.

En particular, las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mi PyMEs) son el sector que mejor puede aprovechar las oportunidades que genera el nuevo ambiente de los negocios, ya que se pueden beneficiar al momento de integrar a las Tecnologías de la Información y Comunicación en sus estrategias ya que pueden tener un impacto relevante en el rendimiento de las organizaciones.

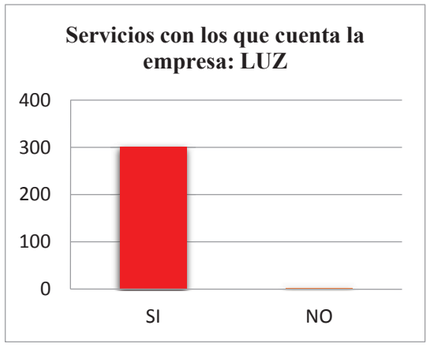
Es por eso que nos enfocamos en Monclova, ya que es la ciudad más importante de la región, su Índice de Desarrollo Humano (IDH) es de 0.861 (2010). Además, es una de las cinco ciudades con mayor desarrollo comercial, industrial y financiero de México y la número 12 con menor rezago social o desempleo del país. Por otro lado, está posicionada como la ciudad número 11 de México en cuanto a competitividad se refiere. Es una ciudad destacada por la mayor producción de acero de todo México y Latinoamérica, lo que le ha valido el mote de "La Capital del Acero".

MÉTODOS Y MATERIALES

El presente proyecto se caracteriza por ser una investigación de campo, transversal, con una estrategia metodológica cuantitativa y cuya derivación expositiva es de tipo descriptiva.
Muestra- La muestra fue seleccionada de manera estratificada partiendo de las bases de datos de INEGI y el tamaño de la misma se determinó tomando como parámetro la tabla correspondiente, con un 95% de nivel de confianza y un error máximo aceptable de 5% reportándose una muestra representativa de 303 empresas.

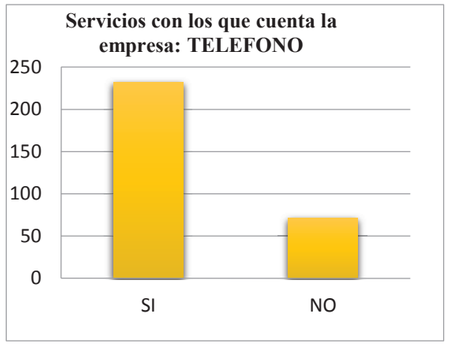
Instrumento de medición- La técnica utilizada fue la encuesta, obteniéndose la información mediante un cuestionario estructurado.
Procesamiento Estadístico- Se utilizó el programa Microsoft Excel, a fin de calcular frecuencia y medias con datos obtenidos en la encuesta aplicada a las empresas.

RESULTADOS



Grafica 1 .Solo dos empresas no cuentan con Luz

En esta grafica se muestra que la mayor parte de las empresas encuestadas cuentan con Luz.



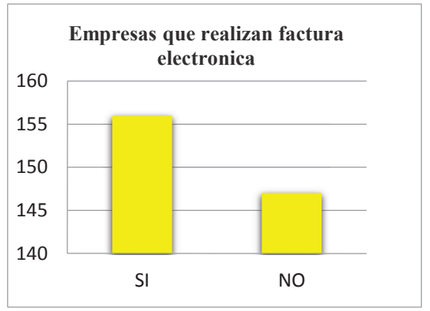
Grafica 2. Empresas que cuentan con teléfono.

El servicio de teléfono es muy importante y con ello nos dimos cuenta que más de la mitad de las empresas cuentan con teléfono.



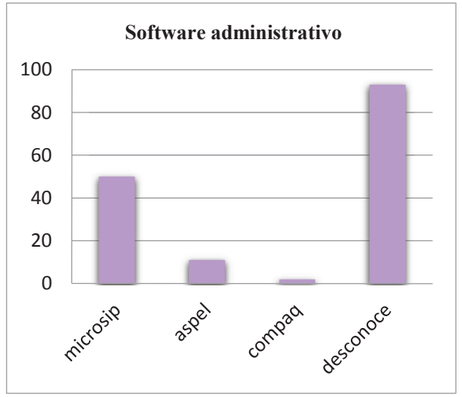
Grafica 3. Empresas que cuentan con servicio internet.

En la gráfica anterior se muestra que hoy en día la mayoría de las empresas cuentan con internet, sin embargo no todas hacen uso de esta herramienta.



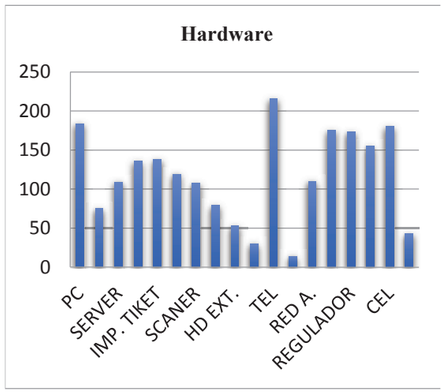
Grafica 4. Facturación.

En la gráfica anterior se muestra que las empresas ya cuentan con un software que les facilite realizar facturas electrónicas, aunque hay excepción en menos de la mitad de las empresas encuestadas que aún no cuentan con facturación electrónica



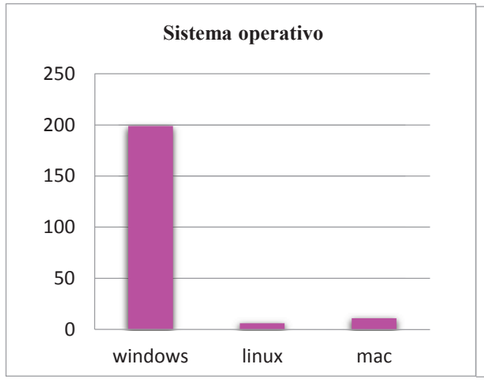
Grafica 5. Software administrativo con los que cuenta la empresa.

En el software administrativo una gran parte de las empresas encuestadas se desconoce cuál es el que se utilizan ya que el encuestado fue un empleado y en la mayoría se desconocía el nombre, por otra parte los que si tenían el conocimiento lo más mencionados fueron: microsip, aspel, compaq.

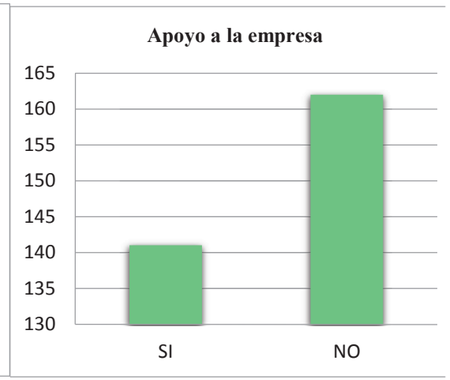


Grafica 6. Hardware con los que cuenta la empresa.

En la gráfica anterior se muestra la situación actual de las empresas de acuerdo al hardware y en ésta nos dimos cuenta que no todas cuentan con los suficientes para estar a la vanguardia.



Grafica 7. Software de sistema operativo con los que cuenta la empresa.



Grafica 8. Empresas que consideran apoyo por parte del ITSMEM.

En la gráfica anterior se muestra que Windows es el software mas utilizado en las empresas encuestadas.

Los resultados anteriores muestran que gran parte de las empresas encuestadas consideran que no es necesario el apoyo por parte del ITSMEM ya que cuentan con lo necesario.

CONCLUSIONES

A través de este estudio se ha presentado la importancia que tienen las TICs en las MyPymes de Monclova, Las TICs son ampliamente usadas en las grandes empresas, para mejorar un proceso productivo, labores administrativas y la gestión en general. Sin embargo, debido principalmente al costo no siempre es posible implementar las TICs en la organizaciones, especialmente en las micro y pequeñas empresas.

El uso de las TICs pueden ayudar a las MiPyMEs a: reducir costos, mejorando la eficiencia de las operaciones reemplazando procesos manuales y mejorando el manejo de su información de clientes, proveedores etc. Cabe mencionar que el hecho de que alguna MiPyMEs del Monclova y de la república Mexicana adquiera alguna o varias de las tecnologías de información y comunicación (TICs) no garantiza el éxito de la misma, ni se asegura que aproveche el máximo de todo su potencial.

Ya que la falta de conocimiento y dominio de dichas tecnologías puede provocar una elección inadecuada y mala utilización en algún proceso productivo. También se puede concluir que la falta de adquisición de las TICs por parte de los micro empresarios se debe al desconocimiento de los beneficios que las mismas le brindan a las MiPyMEs

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea

Guzmán, G. M. (abril de 2010). *Articulo 7.pdf*. Obtenido de Articulo 7.pdf: http://www.uaa.mx/investigacion/revista/archivo/revista47/Articulo%207.pdf

Manríquez, M. R. (5 de enero de 2009). *Microsoft Word - panorama administrativo 6.docx*. Obtenido de Microsoft Word - panorama administrativo 6.docx: http://raites.org.mx/articulos/n6/6a7.pdf

LAS PRÁCTICAS SUSTENTABLES DE LOS EMPLEADOS EN LAS EMPRESAS Y SU IMPACTO EN LOS HOGARES

María Marina De Santiago Briceño[1] y Juan Bernardo Amezcua Núñez[2]

RESUMEN

Este trabajo examina si en realidad existe un efecto "spillover" de acciones medioambientales (i.e. ahorro de energía y agua) entre el trabajo y el hogar. Que se enfoca en conocer si realizan prácticas sustentables en su lugar de trabajo y que los motiva a apoyar las decisiones de la empresa, así como el impacto que puede traer el que las empresas se comprometan con el medio ambiente. El documento examina las relaciones entre estas variables, incluyendo la evaluación de efectos indirectos entre el hogar y el lugar de trabajo a través de una encuesta. Encontrándose el efecto spillover al concluir que el empleado de manera consciente o inconsciente hace réplicas de las prácticas sustentables llevadas a cabo en su lugar de trabajo a su respectivo hogar. Esto debido al compromiso y a percepción de sustentabilidad que se tiene hacia la empresa.

ABSTRACT

This paper examines whether there is actually a "spillover" effect of environmental actions (i.e. saving energy and water) between work and home. That focuses on knowing if they make sustainable practices in their workplace and encourages them to support the decisions of the company and the impact it can bring companies to commit to the environment. The paper examines the relationships between these variables, including the assessment of indirect effects between home and the workplace through a survey. Finding the spillover effect concluding that the employee consciously or unconsciously makes replicas of sustainable practices carried out in their workplace to their respective home. This is due to the commitment and perception of sustainability that has for the company.

Palabras Clave: Compromiso sustentable, medio ambiente, efecto spillover, empresas sustentables.

INTRODUCCIÓN

En el transcurso del tiempo se han utilizado muchas teorías y modelos para detallar y prever el comportamiento de las personas. Este documento presenta los resultados de una encuesta sobre las prácticas sustentables que realizan las empresas y aquellas que los empleados llevan a cabo en sus hogares. Actualmente más empresas están tomando conciencia de preservar los recursos naturales para las generaciones futuras, de modo que organismos centralizados y descentralizados impulsan esta práctica premiando la innovación sostenible. Promover el consumo y la producción sostenibles son importantes aspectos del desarrollo sostenible, el cual depende de lograr a largo plazo el crecimiento económico que sea compatible con las necesidades ambientales y sociales (OCDE, 2008), implementando las buenas prácticas.

La relevancia de la sostenibilidad para los factores humanos es de creciente importancia para las empresas en todo el mundo (J. Zink, 2014). Sabemos por estudios anteriores que la motivación a los empleados por parte de las empresas los lleva a estar más conscientes del cuidado del medio ambiente y como esto impacta en su vida privada (Klade, Mert, Seebacher, & Schultz, 2013), las prácticas ecológicas

1 Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca; Romualdo del Campo 501, Rafael Curiel, 79060 Cd. Valles, S.L.P., marina.015@hotmail.es
2 Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Mercadotecnia; prolongación David Berlanga y 16 de Septiembre Unidad Campo Redondo C.P. 25020, Saltillo, Coahuila, bamezcuan@gmail.com

hacen a las empresas más atractivas, porque mucha gente quiere trabajar para compañías de este tipo (Delmas y Pekovic, 2012).

Las acciones gubernamentales obligatorias para promover el consumo sostenible incluyen normas de rendimiento más comunes relacionados con la sostenibilidad son las destinadas a reducir el consumo de energía, por ejemplo, la promoción de la eficiencia energética en electrodomésticos, eficacia del aislamiento del hogar, y el ahorro de combustible en vehículos de motor. (OCDE, 2008). México va a migrar de Responsabilidad Social Empresarial a Sustentabilidad en los próximos cinco años, ese es el concepto más valido e incluyente; engloba más el concepto que otros términos, y no será una moda, será una tendencia que se quedará. (PROMEXICO, 2014).

El objetivo de esta investigación es estudiar más a fondo el comportamiento del individuo, analizando y valorando las prácticas sustentables en las empresas y su influencia en el hogar de los empleados haciendo la pregunta: ¿Qué factores impulsan a los empleados a realizar las prácticas sustentables de la empresa en su hogar? El trabajo se organiza de la siguiente manera. En primer lugar se efectuó una revisión de literatura, subsecuentemente se realizó una presentación de hipótesis, metodología, y una interpretación de resultados, conclusiones y las recomendaciones pertinentes para que los empleados vean el lado positivo de implementar las practicas sustentables en su respectivo hogar.

MARCO TEÓRICO

Es de suma importancia interiorizar los valores de sustentabilidad en la organización y que el colaborador se convierta en su mejor representante realizando las prácticas sustentables para promover un entorno de trabajo sano y seguro. Esto se logra mediante un buen clima organizacional, mejorando las competencias de los colaboradores. Lo anterior permite incrementar el capital intelectual de la compañía y fomentar en acciones, lo cual se enuncia en la filosofía de la organización.

En entrevista con la empresaria Ena Buenfil acreedora a un premio Innovación Productiva Sustentable 2016, señala que entre las actividades que ayudan a la empresa para que los colaboradores realicen las practicas sustentables están: Utilizar carteles dentro de las instalaciones, facilitar el uso de bicicletas, conseguir inmuebles cercanos al área de trabajo para hospedar a los colaboradores, utilizar todos los medios de comunicación de la empresa para recordarles la importancia de las buenas prácticas, entre otros.

Las empresas pueden dar ese giro sustentable con motivaciones que a los empleados les gusta, los cuales podrían ser "el empleado sustentable del mes" seguido de un bono, aquí se incluye acumulación de puntos para aspirar a mejores puestos dentro de la empresa. Las prácticas motivacionales en el trabajo que promueven las empresas están relacionadas con ese comportamiento en casa.

Estas prácticas están relacionadas con la promoción de la salud (salud física y mental), nutrición, balance entre trabajo y hogar, y la administración de la movilidad (transporte). (Klade, *et al*, 2013), La Generatividad es un determinante importante de las actitudes y el comportamiento responsable hacia el cuidado del medio tanto en la casa y el trabajo, pero no se encontró el impacto (en inglés se conoce como spillover (i.e. ahorro de energía y agua) entre el trabajo y el hogar. (Wells, Taheri, Gregory-Smith, & Manika., 2016). Sin embargo, existe un efecto en ambos sentidos entre el consumo sustentable en las empresas y en el hogar de los empleados en el cual se detectan oportunidades y riesgos potenciales. (Muster & Schrader, 2011).

De acuerdo con (Zink, 2014) en su artículo conceptual, la relevancia de la sostenibilidad para los factores humanos es de creciente importancia para las empresas en todo el mundo e incluso la dimensión social de este enfoque de tres pilares está ganando cada vez más importancia: la combinación simultánea de objetivos económicos, ecológicos y sociales. La comprensión de la ergonomía de sistemas en relación

con la sostenibilidad. A continuación, un esquema fue desarrollado para explorar las formas en que estas variables podrían influir en las decisiones de los colaboradores en las empresas y el grado de impacto en el hogar (ver Fig. 1).

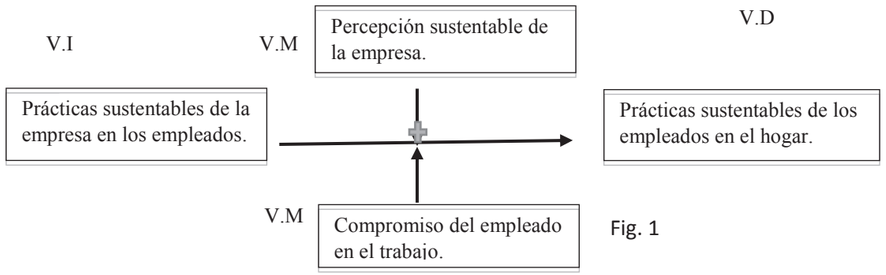


Fig. 1

Por tanto se espera un balance de prácticas sustentables entre la vida laboral y la personal (Muster, & Schrader., 2011). Así:

H1. A medida que aumenten las prácticas sustentables en los empleados de la empresa también aumentarán las prácticas sustentables de los empleados en el hogar.

H2. A mayor compromiso del empleado en la empresa, mayor serán las réplicas de las prácticas sustentables de los empleados en el hogar.

H3. A mayor percepción de sustentabilidad de los empleados en la empresa, mayor serán las prácticas sustentables de los empleados en el hogar.

La teoría del comportamiento planificado predice un comportamiento bastante bien en comparación con el límite impuesto por la fiabilidad del comportamiento; es por ello que se debe tener en cuenta las intenciones de implementación ya que pueden ser eficaces porque crean compromiso indicando cuándo, dónde, y cómo se va a realizar la acción pretendida. Un compromiso para que exista es preciso que haya conocimiento. No podemos estar comprometidos a hacer algo si desconocemos los aspectos de ese compromiso, es decir las obligaciones que este implica. De todas formas podemos considerar que una persona está realmente comprometida con un proyecto cuando actúa en pos de alcanzar mejores resultados que los planeados.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para la estructuración de la entrevista se buscó información en internet sobre prácticas sustentables que ya realizan las empresas y las nuevas que se podían implementar. Se realizó una entrevista a Elba Salvador de Torres, empleada de una empresa de turismo el caso de Huaxteca.com, siendo ésta empresa recientemente acreedora a un premio otorgado por El Corredor Ecológico de la Sierra Madre Oriental (CESMO) llamado Innovación Productiva Sustentable, cuya información proporcionada nos ayudó a cuestionarnos sobre cuántos empleados y empresas más se están preocupado por llevar a cabo prácticas sustentables.

De igual manera la empresaria Ena Buenfil de huaxteca.com nos proporcionó la política de su empresa enfatizando que “la sustentabilidad no es sólo el ámbito ecológico, sino también el económico y social”, menciona que las políticas sustentables se necesitan mostrar a los colaboradores como parte de sus obligaciones para que se lleven a cabo. Pudimos constatar que dichas prácticas, muchos de los empleados

las llevan a cabo fuera del trabajo; el caso de Elba Salvador de Torres, quien realiza las actividades sin tener que recibir una orden, nos menciona que estas se vuelven parte de su vida cotidiana.

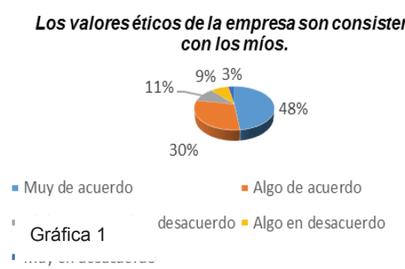
Se realizaron encuestas utilizando la plataforma Qualtrics en línea, con una muestra de 400 empleados en empresas con diferentes giros, se decidió incentivar a quienes apoyaron contestando la encuesta con una rifa de 4 tarjetas Spotify. Fueron utilizadas las redes sociales como principal medio para hacer llegar la encuesta a los empleados, como Facebook y WhatsApp. Se utilizaron las escalas “Creencias en relación a la empresa” (Biehal Sheining, 2007), “Compromiso hacia la compañía (general)” (Brown, Barry, Dacin, Gunst, 2005), para medir la percepción sustentable hacia la empresa y el compromiso. Para lograr éxito en la investigación, fue realizado un levantamiento bibliográfico en las bases de datos ScienceDirect; Sistema Integrado de Bibliotecas de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y de la Universidad Autónoma de Coahuila.

Esas fuentes tuvieron acceso en el mes de julio de 2016 y, en esas bases de datos fueron entrelazadas las siguientes palabras-clave: desarrollo sustentable, prácticas sustentables, empresas sustentables y compromiso sustentable, fueron evaluados y seleccionados los artículos más relevantes. Sin embargo, dado a su carácter relevante de prácticas sustentables, para la construcción de empresas sustentables, posibilidad de su aplicación en las diferentes tipos de empresas, como también en los diferentes lugares de trabajo, se justifica su investigación a través de este artículo.

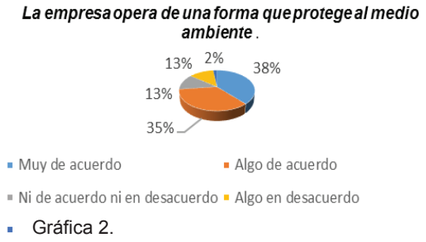
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo con la escala “Creencias en relación a la empresa” (Biehal Sheining, 2007), para medir la percepción sustentable hacia la empresa, nos muestra en la siguiente (grafica 1), que el 48% se siente identificado y está muy de acuerdo con los valores éticos de la empresa complementando con un 30% estar algo de acuerdo, y el 38% está muy de acuerdo en la forma que se protege al medio ambiente, apoyando estar algo de acuerdo un 35% (grafica 2), siendo este resultado favorable de modo que la nueva perspectiva que tienen los empleados hacia las empresas los motiva a llevar a cabo su trabajo y apoyar en lo que ellos puedan para seguir manteniendo ese nivel de responsabilidad.

En la escala “Compromiso hacia la compañía (general)” (Brown, Barry, Dacin, Gunst, 2005) la cual pretende medir el compromiso sustentable hacia la empresa, encontramos que el 62% de los empleados está muy de acuerdo en el compromiso de su relación con la empresa, apoyando un 24% que dice estar algo de acuerdo en la Grafica 4, siendo este resultado punto clave para incluir prácticas sustentables que ellos realizarán para seguir manteniendo el prestigio de su lugar de trabajo y enfatizan dar su máximo esfuerzo estando muy de acuerdo según la Grafica 5, un 58% y afirmando estar algo de acuerdo un 25%. Obteniendo más de la mitad con un buen nivel de compromiso.



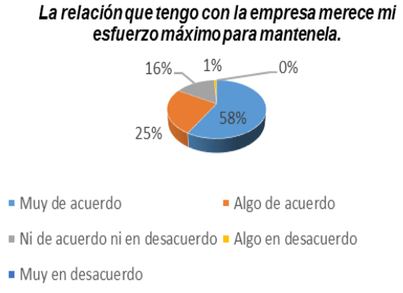
Gráfica 1



Gráfica 2.



Gráfica 4.

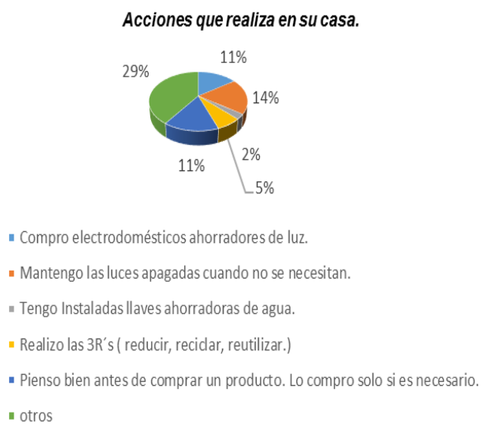


Gráfica 5.

La inquietud de saber si hay un balance de prácticas sustentables entre la vida laboral y la personal nos llevó a cuestionar a los empleados, encontrando que un 42% realiza acciones sustentables en su lugar de trabajo, acompañado de un 22% que nos dice que la mayoría de las veces las realiza; teniendo así más de la mitad del personal apoyando tanto la economía de la empresa como al medio ambiente.

Para comparar este resultado se preguntó cuáles eran las acciones que realizaban en sus respectivos hogares, lo cual arrojó entre ellos acciones que la empresa llevaba a cabo y que ellos de alguna manera ya sea de forma consciente o inconsciente por la rutina lo hacían. El 71% de los empleados realiza acciones sustentables en sus casas que habitualmente se llevan a cabo en los lugares de trabajo. El 29% de las acciones son propias del hogar, mismas que la mayoría de personas ya realizaba. Se ha visto el impacto que ha traído consigo el que las empresas se sumen a ser responsables con el ambiente.





CONCLUSIONES

Podemos concluir que el aumento de las prácticas sustentables en los empleados de la empresa si tienen un impacto en el hogar, ya que el empleado en la empresa de manera consciente o inconsciente hace réplicas de las prácticas sustentables en su respectivo hogar.

Esto debido al compromiso y a la percepción de sustentabilidad que se tiene hacia la empresa, permite llevar a cabo las actividades que se realizan dentro de la empresa poniéndolas en práctica de manera eterna, haciendo conciencia de los beneficios que implica llevarlas a cabo, estando seguro que son cosas necesarias y que traerán consigo cosas productivas, siendo estas necesarios para fomentar la motivación y la participación de modo que se notará la velocidad del cambio y la calidad de cambio tanto en el trabajo como en el hogar.

Esto compromete a los empresarios a sumarse a realizar talleres donde impartan cursos de prácticas sustentables, que al hacerlo ciertamente tienen que invertir parte de las utilidades de la empresa, pero que esto se verá reflejado en el compromiso que cada empleado tomará a su trabajo, porque el empleado al ver que se preocupa por una vida mejor este va a corresponder de la misma manera y ambos tienen que estar conscientes que será un trabajo fácil solo si se trabaja como equipo, apoyándose mutuamente. Este trabajo de investigación se concluye mencionando que la comprobación de la moderación de las variables queda pendiente.

BIBLIOGRAFÍA

Artículos en línea

B.L. Donia,M., & Tetrault Sirsly, C. (2016). Determinants and consequences of employee attributions of corporate social responsibility as substantive or symbolic. *European Management Journal, 34,* 232-242. Recuperado de http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026323731630010X. Fecha de consulta 06-06-2016.

Dueñas Ocampo, S., Perdomo-Ortiz, J., & Vill.a Castaño, L.E. (2014) El concepto de consumo socialmente responsable y su medición. Una revisión de literatura. *Estudios Gerenciales, 30*, 287-300. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v30n132/v30n132a10.pdf. Fecha de consulta 06-06-2016.J. Zink, K. (2014) Designing sustainable work systems: The need for a systems approach. *Applied Ergonomics, 45*, 126-132. doi:10.1016/j.apergo.2013.03.023. Recuperado de http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0003687013000641. Fecha de consulta 06-06-2016.Klade, M. Mert, W. & Seebacher, U. (2013). Sustainable behavior at work and in private life: the contribution of enterprises. *International Journal Innovation and Sustainable Dvelopment, 7*(4), 321-332. **doi:** http://dx.doi.org/10.1504/IJISD.2013.057035. Recuperado de.

http://www.inderscienceonline.com/doi/abs/10.1504/IJISD.2013.057035?journalCode=ijisd. Fecha de consulta 06-06-2016.
Lulewicz-Sasa,A., &Godlewskaa, J. (2015). Assessment of environmental issues of corporate social responsibility by enterprises in Poland - results of empirical research. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 213,* 533 – 538. doi:10.1016/j.sbspro.2015.11.446. Recuperado de http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042815058012. Fecha de consulta 06-06-2016.
Ruepert, A.,Keizer, K., Steg, L., Maricchiolo, F., Carrus, G., Dumitru, A., García Mira, R., Stancu, A., Moza, D. (2016).

Environmental considerations in the organizational context: A pathway to pro-environmental behaviour at work. *Energy Research & Social Science, 17*, 59–70. Recuperado de http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214629616300664. Fecha de consulta 07-06-2016.
Webb, D.J., Mohr, L.A., & Harris, H.E. (2008). A re-examination of socially responsible consumption and its measurement. *Journal Of Business Research, 61*(2), 91-98. Recuperado de http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296307001634. Fecha de consulta 08-06-2016.

Wells, V.K., Taheri, B., Gregory-Smith, D., & Manika, D. (2016). The role of generativity and attitudes on employees home and workplace water and energy saving behaviours. *Tourism Management, 56*, 63-74. doi:10.1016/j.tourman.2016.03.027. Recuperado de: http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517716300425. Fecha de consulta 08-062016.
Wesselink, L., Blok, V., van Leur, S., Lans,T., & Dentoni, D. (2015). Individual competencies for managers engaged in corporate sustainable management practices. *Journal of Cleaner Production, 106,* 497-506. Recuperado de http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652614011652. Fecha de consulta 09-06-2016.
Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179-211.doi:10,1016/0749-5978(91)90020-T. Recuperado de http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/074959789190020T. Fecha de consulta 10-06-2016.

LA CALIDAD EN EL SERVICIO RESTAURANTERO EN LA CIUDAD DE GUANAJUATO

Zaira Alejandra Díaz García[1] y Betzabeth Dafne Morales[2]

RESUMEN

Se realizó un estudio sobre La Calidad en el Servicio Restaurantero en la Ciudad de Guanajuato. El objetivo principal es investigar el nivel de la calidad en el servicio ofrecido por los establecimientos de alimentos y bebidas, contemplando la calidad de los alimentos y la relación precio– cantidad, así como también analizar las estrategias comerciales utilizadas por los restaurantes. Por medio de dos instrumentos uno dirigido a comensales tomando una muestra de 400 comensales mientras que el segundo va dirigido a los propietarios de los restaurantes tomando una muestra de 50 establecimientos. En ambos instrumentos se realizó a personas mayores de 18 años de ambos géneros.

Después de realizar las respectivas investigaciones de campo se sintetizaron e interpretaron los datos, se llegó a la conclusión de que los restaurantes cumplieron con las expectativas del 96.8% de los comensales además que un 97.3% los recomendaría y un 98% volvería visitarlo. Las hipótesis tratan temas como expectativas, servicio, alimentos y medios de difusión utilizados por los restaurantes.

Palabras Clave: Servicio, Satisfacción, Calidad, Restaurante.

ABSTRACT

A study on service quality of restaurants in the Guanajuato City was performed. The main objective of the study is to investigate quality level in the service provided by restaurants regarding food and beverage, considering the quality of food and the price-quantity ratio, as well as to analyze trading strategies used by the restaurants. Two instruments were used in the research process, one aimed at customers taking a sample of 400 individuals, while the second is aimed at the restaurant owners taking sample of 50 establishments. Both instruments were used in individuals above the age 18 of both genders.

After performing the respective field investigations data was synthesized and interpreted, it was concluded that restaurants meet expectations of 96.8%, in addition 97.3% of the customers recommend them and 98% would visit them again. The hypotheses are about expectations, service, foods and communication channels used by the restaurants.

Keywords: Service, Satisfaction, Quality, Restaurant.

INTRODUCCIÓN

Cuando se encuentra con el concepto de calidad en el servicio, se hace referencia a cumplir con las expectativas del cliente así como satisfacer sus necesidades, y bien, cuando este concepto gira en torno al

[1]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Urbano Villalón #500 Col. La Ladrillera, C.P.:78363, San Luis Potosí, S.L.P., 130434@upslp.edu.mx
[2]Universidad de Guanajuato, División Ciencias Económico Administrativas; Fraccionamiento El Establo C.P.:36250, Guanajuato, Gto, dafne@ugto.mx

ámbito de alimentos y bebidas sigue siendo el mismo objetivo pero este comienza a complicarse para los restauranteros ya que implica diversos factores, que regirán el transcurso de la siguiente investigación.
Se realizó un proyecto de investigación sobre la calidad en el servicio restaurantero de la Ciudad de Guanajuato, lugar donde se encuentra una gran variedad gastronómica siendo también una de las principales ciudades turísticas en México dejando con ello un amplio análisis de los restaurantes establecidos en la ciudad así como hacer partícipes a sus respectivos comensales.

Con el motivo de saber las principales opiniones que tienen los turistas y residentes al momento de visitar un restaurante. Del mismo modo, brindar propuestas que abarquen estrategias comerciales para la mejora del servicio al cliente. La investigación es relevante ya que no existen estudios pasados que abarquen este tema enfocado a la Ciudad de Guanajuato. Dando como resultado una enriquecedora investigación.

MARCO TEÓRICO

Para lograr un mejor entendimiento respecto a las variables de investigación, se sintetizaron los conceptos utilizados a lo largo del estudio. A continuación en la Tabla 1 se describen estos términos según su autor.

Tabla. 1. Principales Conceptos.

Termino	Definición
Restaurante	Un restaurante es considerado como aquel establecimiento público donde, a cambio de un precio, se sirven comidas y bebidas para ser consumidas (Barrows citado en Domínguez, 2006).
Calidad en el servicio	La calidad en el servicio es cumplir los requerimientos del cliente y garantizar que todas las actividades de la organización contribuyan a satisfacer sus necesidades. (Castillo, 2012).
Satisfacción del cliente	La satisfacción del cliente es el nivel de estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. (Kotler citado en Castillo, 2012).
Lealtad del cliente	La lealtad de un cliente es un aspecto importante en la provisión de un servicio para mantenerlo y generar un alto perfil de atracción hacia otros que por parte suya visiten por primera vez el restaurante (Reichheld y Detrick citado en Parasuraman, Zeitham & Berry, 1985).

Principales Restaurantes en Guanajuato

Los principales restaurantes de la Ciudad de Guanajuato se encuentran en la zona centro de la ciudad, que es la más concurrida tanto por visitantes como por residentes, con ellos se encuentran los tres restaurantes más importantes de la ciudad: Restaurante Valadez, La Trattoria y El Truco 7. Estos restaurantes son

reconocidos por sus instalaciones donde crean un ambiente agradable para el comensal y la calidad en el servicio del personal, sin embargo el punto fuerte de cada uno de ellos son sus alimentos y bebidas de gran calidad, sabor y una extraordinaria presentación del platillo y/o bebida.

Difusión de los restaurantes

Se encontró como mayor medio de difusión el prestigio que tiene cada restaurante así como la imagen física del establecimiento sin necesidad de una cantidad excesiva de publicidad tradicional como son volantes, carteles, folletos, etc. O bien la publicidad vía internet, llegó a conseguir ese gran impacto en las personas para que asistieran al establecimiento.

MÉTODOS Y MATERIALES

Objetivo general

Investigar el nivel de la calidad en el servicio ofrecido por los establecimientos de alimentos y bebidas, contemplando la calidad de los alimentos y la relación precio– cantidad, así como también analizar las estrategias comerciales utilizadas por los restaurantes de la Ciudad de Guanajuato.

Hipótesis

H_1: Se espera que los restaurantes de la Ciudad de Guanajuato hayan cumplido en general las expectativas por lo menos del 90% de los comensales turistas.
H_2: Se estima que más del 50% de los residentes califiquen como malo la dimensión de servicio particularizando en el ítem de rapidez en el servicio.

Diseño instrumento

Se diseñaron dos tipos de instrumento, uno cualitativo que es la entrevista dirigida a los restauranteros que cuenta con un apartado para saber los datos personales del dueño o administrativo después se divide en tres categorías que son datos generales del restaurante, mercadotecnia y organización, por ultimo un breve espacio para comentarios. El diseño de estas categorías lo conforman preguntas abiertas y preguntas cerradas en éstas últimas se brindan opciones para agilizar su implementación.
El segundo instrumento es cuantitativo siendo la encuesta dirigida a los comensales turistas o residentes, esta cuenta con un apartado para conocer los valores demográficos como son ocupación, edad y género. Cuenta con instrucciones para el llenado donde se califica diferentes aspectos de un restaurante de acuerdo a una escala linket donde 1 es excelente, 2 es bueno, 3 es malo y 4 es muy malo.
La elaboración de esta encuesta se basa en seis dimensiones de la calidad del servicio y consigo las variables que las integran según Vera y Trujillo (2009), sin embargo se tomaron solo cinco dimensiones ya que eran las que cumplían con el objetivo general de la investigación.

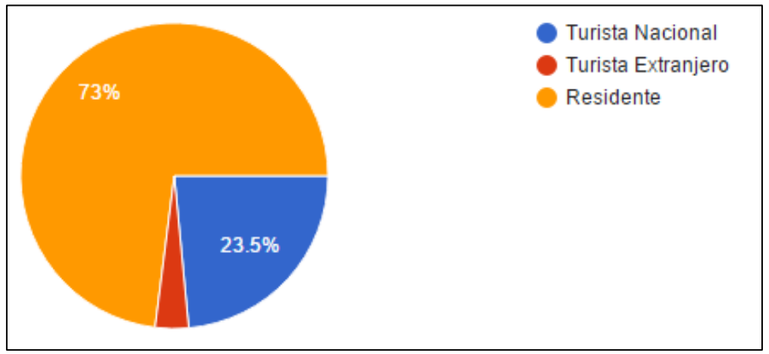
RESULTADOS

Al paso de sintetizar, analizar e interpretar los datos obtenidos a lo largo del estudio se tienen los siguientes resultados.

Análisis de valores demográficos de encuesta a comensales

Según los resultados arrojados se tiene un total de 400 comensales encuestados, los cuales el 50% fueron hombres y 50% mujeres, que de acuerdo a las edades la gran mayoría se concentra en el rango de 18 a 25 años con 141 encuestados seguido del rango 26 a 35 con 105 personas.

Por ultimo esta la procedencia de los comensales donde se obtuvó que 73% de los encuestados son residentes quedando 27 % que fueron turistas y de éste el 23.5 % son nacionales y 3.5 % son extranjeros. A continuación se muestra la Gráfica 1 con tales porcentajes.



Gráfica 1. Procedencia.

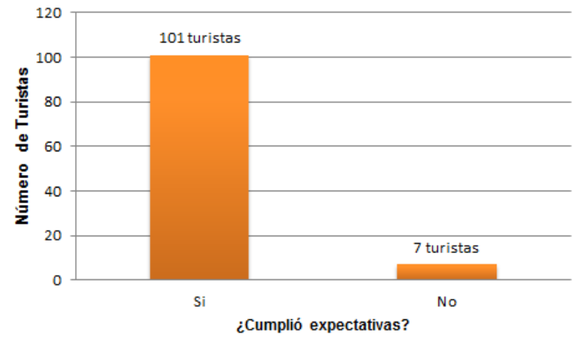
Análisis de valores demográficos de encuesta a dueños y/o administrativos

Según los resultados arrojados se tiene un total de 50 entrevistas dirigidas a restauranteros, de las cuales el 46% fueron hombres y 54% mujeres, que de acuerdo a las edades la gran mayoría se concentra en el rango de 26 a 35 años con 21 encuestados seguido del rango 36 a 50 con 14 personas. Cabe mencionar que se encontró el género femenino dominante en cuestión de los puestos autoritarios con los que cuenta un restaurante.

El siguiente análisis tiene lugar en las variables del puesto que ocupan en el restaurante respecto a su escolaridad. Donde se encontró que el 74% de los entrevistados tiene mínimo una carrera universitaria porcentaje que se concentra en los puestos de gerente y propietario. Aunque el 22% tan solo llega a una escolaridad de preparatoria lo cual dependería de la función que lleva acabo dentro del restaurante y con qué eficiencia la realiza para no requerir personal con una escolaridad mayor.

Análisis de hipótesis

H_1: Esta hipótesis indica que los restaurantes de la Ciudad de Guanajuato cumplieron con las expectativas generales por lo menos del 90% de los turistas y se aprueba según el análisis llevado acabo donde se tienen 108 turistas (extranjeros y nacionales) en total, donde el 90% es de 97 turistas teniendo como resultado que 101 turistas mencionaron que cumplieron con sus expectativas del restaurante. Entonces este número esta encima del mínimo que indica la hipótesis para su aprobación, como muestra la Gráfica 2.



Gráfica 2. Expectativas según turistas.

H_2: La siguientes hipótesis consiste en que más del 50% de los residentes califiquen como malo la dimensión de servicio particularizando en el ítem de rapidez de servicio. Lo que según resultados de campo ésta hipótesis se rechaza ya que solo un 17.81% de los encuestados mencionaron no estar satisfechos con la rapidez del servicio lo que quiere decir que escogieron malo o muy malo. Mientras un 89.19% estuvo de acuerdo con la rapidez seleccionando excelente o bueno. A continuación se muestra la Tabla 2 con los resultados anteriormente explicados.

Procedencia	Rapidez del servicio				Total general
	Bueno	**Excelente**	**Malo**	**Muy malo**	
Residente	128	112	49	3	292
Total general	**128**	**112**	**49**	**3**	**292**

Tabla. 2. Residentes con relación a la rapidez del servicio.

CONCLUSIONES

Con base en los análisis previos y una indagación contextual respecto al tema de la investigación "La Calidad en el Servicio Restaurantero de la Ciudad de Guanajuato" se concluye que gran parte de los restauranteros tiene a la mira su mercado meta siendo éstos los turisteadas, sin embargo se descuida la atención a los residentes son los comensales que más recurren a estos establecimientos.
En relación a sus estrategias comerciales o de difusión, se estima que el uso de publicidad vía internet sigue siendo la mejor opción para atraer a clientes potenciales sin embargo el prestigio que ha adquirido cada restaurante a lo largo del tiempo ha sido de gran ayuda para sus ventas, así como las instalaciones con las que cuenta cada uno de estos.

Por último, como resultado en el uso del instrumento cualitativo (entrevista a los propietarios y/o administrativos) se concluye que casi la mitad de los restaurantes son de especialidad, esto nos indica que existe un amplio arte culinario para el paladar de todo tipo de comensal en la Ciudad de Guanajuato, los

comensales están de acuerdo a los precios establecidos ya que recibieron alimentos y un servicio de calidad logrando así cumplir con sus expectativas; consiguiendo con ello una segunda visita del comensal.
Después de un exhaustivo análisis de resultados las recomendaciones son las siguientes: primero, como ya se mencionó las instalaciones son un factor indispensable para atraer a más clientes, de acuerdo a esto, se recomienda un mantenimiento de las mismas cada cierto tiempo porque la gran mayoría sus edificios antiguos, así como una decoración según la temporada implementando así la innovación y creatividad al establecimiento.

Por otro lado, se encuentra la capacidad instalada que realmente tienen y otra la que piensan que es, esto suele suceder en los días más concurridos sin embargo surge el problema de fallar con la rapidez del servicio o la calidad al momento de la preparación de alimentos. Con ello, se recomienda delimitar la capacidad instalada con la que cuentan teniendo en cuenta el servicio para llevar que de acuerdo a la investigación solo el 32% de los restaurantes cuentan con éste servicio y cuando llegue al límite informar a sus clientes para evitar inconvenientes de ofrecer un servicio de mala calidad.

Finalmente tenemos las capacitaciones que recibe el personal del restaurante que agregan un plus al personal, a los alimentos, a las instalaciones, mejoras en el servicio e incluso al propietario, esto con el fin de crear compromiso y lealtad en la empresa teniendo con ello utilidades a cambio de la satisfacción del cliente; y para saber su satisfacción es importante utilizar un instrumento que permita evaluar el restaurante para después trabajar en sus áreas de oportunidad.

BIBLIOGRAFÍA

Artículos de revista
Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L, (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Further Research*. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.

Vera, M, & Trujillo, A. (2009). *El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente.* (Spanish). Panorama Socioeconómico, 27(38), 16-30.

Tesis
Dominguez, B. (s.f.). *Catarina UDLAP*. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/dominguez_b_a/capitulo2.pdf

Castillo. (2012) *La Calidad en el Servicio al Cliente del Restaurante Terraza 282*, Ubicado en la Delegación Cuauhtémoc, D.F.

INFLUENCIA DEL VALOR DE MARCA EN LA MOTIVACIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN EL MERCADO DE TELEFONÍA CELULAR EN LA ZONA CONURBADA DE RIOVERDE, S.L.P.

Cristina Díaz Gómez[1] y David Gómez Sánchez[2]

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo evaluar la influencia del valor de marca y analizar la motivación de los consumidores en el mercado de telefonía celular en la zona conurbada de Rioverde, S.L.P. La investigación es de enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y explicativo además de diseño transversal. Se obtuvo un tamaño de la muestra de 381 elementos. Se utilizó la técnica de encuesta personal conformada por tres ítems para cada dimensión del valor de marca, además de 15 preguntas para evaluar la variable motivación del comportamiento del consumidor. Los resultados arrojaron que la dimensión notoriedad es la más importante del valor de marca; asimismo que los consumidores se motivan más por las necesidades básicas al momento de adquirir un teléfono celular.

ABSTRACT

This research aims to evaluate the influence of brand value and analyze the motivation of consumers in the mobile phone market in the metropolitan area of Rio Verde, S.L.P. The research is quantitative approach, descriptive and explanatory scope also cross design. Sample size of 381 elements was obtained. Personal survey technique consists of three items for each dimension of brand value was used, in addition to 15 questions to assess the variable motivation of consumer behavior. The results showed that the reputation is the most important dimension of brand value; also that consumers are motivated more by basic when purchasing a cell phone needs.

Palabras Clave: Valor de marca, motivación y telefonía celular.

INTRODUCCIÓN

En las dos últimas décadas el tema del valor de marca ha sido de gran relevancia para el campo de investigación en mercadotecnia; esto ha dado lugar a la publicación de una gran cantidad de información teórica y empírica. El valor de marca puede ser más importante en los mercados de bienes industriales que en el marketing de consumo. Las marcas son un elemento ubicuo de los tiempos modernos. Existen porque ofrecen valor a los consumidores, al asegurar calidad, al simplificar un proceso de elección y, especialmente, al constituirse en medios para que los individuos consigan una gran cantidad de metas en su vida privada y pública, desde necesidades fisiológicas hasta realización personal (Aaker, 1991).

Para lograr el éxito en el mercado moderno, la empresa debe tomar en cuenta la demanda de sus productos. Si la empresa adopta como parte de su misión la satisfacción de las necesidades de los consumidores, el responsable de marketing debe determinar los intereses, metas y motivos de compra; los deseos, anhelos y demandas del consumidor. Sin embargo, el caso de la telefonía celular no es la excepción puesto que ha evolucionado a lo largo de los años acorde con el desarrollo tecnológico de los elementos utilizados para

[1]Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí Carretera Rioverde -San Ciro Km 4, Col. Puente del Carmen, .CP. 79617, Rioverde, S.L.P., México, cristy.digo@gmail.com
[2]Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí Carretera Rioverde -San Ciro Km 4, Col. Puente del Carmen, .CP. 79617, Rioverde, S.L.P., México, david.gomez@uaslp.mx

proporcionar dicho servicio, pero se hace evidente que las tendencias de consumo actuales están orientadas hacia la utilización de un servicio que no simplemente sea el medio de comunicación entre dos personas, sino que además el usuario del mismo pueda hacer uso de elementos adicionales como el acceso a internet, video llamadas, localización, mensajería, entre otros.

El estudio es importante ya que beneficiará a las empresas de telefonía celular a saber su posicionamiento en el mercado. Dicho esto, se analizaron las diferentes compañías de telefonía celular que existen en la zona conurbada de Rioverde de las cuales se consideraron: Telcel, Movistar, Unefon e Iusacell teniendo como objetivo evaluar la influencia del valor de marca y analizar la motivación de los consumidores en el mercado de telefonía celular en la zona conurbada de Rioverde, S.L.P. Las encuestas fueron aplicadas en el periodo de enero y febrero del 2016 a usuarios de la telefonía celular mayores de 15 años pertenecientes de la zona conurbada de Rioverde, S.L.P.; donde se conforma por Ciudad Fernández, Puente del Carmen, El Refugio y Rioverde.

MARCO TEORICO

Para fines de esta investigación se tomó en cuenta la definición de valor de marca propuesta por Schiffman y Wisenblit (2015) que la describen como el valor intrínseco de un nombre de marca, desarrollado a partir de la percepción que tienen los consumidores respecto de su superioridad, la estima social que se deriva de su uso, y la confianza e identificación que sienten hacia ella. La tabla 1 muestra las definiciones por diferentes autores de cada una de las dimensiones del valor de marca propuestas por Oviedo (2014) mismas que se tomaron como referencia para el estudio:

Tabla 1. Conceptualización de las dimensiones del valor de marca

Dimensión	*Autor(es)*	*Concepto*
Lealtad	Loudon y Della Bitta (1995)	Compras repetitivas debido al compromiso con una marca.
Notoriedad	Munuera y Rodríguez (2007)	Es la capacidad de un individuo para identificar, reconocer o recordar una marca como miembro de una categoría de productos.
Imagen	Lambin, Gallucci y Sicurello (2009)	Conjunto de percepciones, asociaciones o creencias, tanto cognitivas como afectivas, que el cliente tiene sobre una marca.
Calidad	Kotler y Armstrong (2013)	Las características de un producto o servicio dependen de su habilidad de satisfacer las necesidades expresadas o implícitas de los consumidores.

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, la motivación es la búsqueda de la satisfacción de la necesidad, la cual, generalmente, se centra en la realización de actividades específicas tendientes a disminuir la tensión producida por la necesidad (Arellano, 2002).
Por ende, para esta investigación se tomó en cuenta las dimensiones de la teoría de jerarquía de necesidades de Maslow definidos por López (2001), como se muestra en la tabla 2:

Tabla 2. Conceptualización de las dimensiones de motivación

Dimensión	*Concepto*
Básicas	Se constituyen la primera prioridad del individuo y se encuentran relacionadas con su supervivencia. Dentro de éstas encontramos la alimentación, el saciar la sed, dormir, entre otras.
Seguridad	Dentro de estas encontramos la necesidad de estabilidad, la de tener orden y la de tener protección, entre otras. Estas necesidades se relacionan con el temor de los individuos a perder el control de su vida y están íntimamente ligadas al miedo, miedo a lo desconocido, a la anarquía.
Sociales	Estas tienen relación con la necesidad de compañía del ser humano, con su aspecto afectivo y su participación social. Dentro de estas necesidades tenemos la de comunicarse con otras personas, la de establecer amistad con ellas, la de manifestar y recibir afecto, la de vivir en comunidad, la de pertenecer a un grupo y sentirse aceptado dentro de él, entre otras.
Autoestima	Este grupo radica en la necesidad de toda persona de sentirse apreciado, tener prestigio y destacar dentro de su grupo social, de igual manera se incluyen la autovaloración y el respeto a sí mismo.
Autorrealización	En este nivel el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, desarrollar su talento al máximo.

Fuente: Elaboración propia.

MÉTODOS Y MATERIALES

Esta investigación es de enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y explicativo además de diseño transversal (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). El tamaño de la población es de 59,002 habitantes de la zona conurbada de Rioverde, S.L.P. donde pertenecen las personas de 14 años o más para el objeto de estudio de esta investigación. Mediante análisis estadísticos se obtuvo que el tamaño de la muestra es de 381 elementos, el muestreo empleado en esta investigación es probabilístico, polietápico, estratificado, y sistematizado.

Para obtener la información se aplicó la encuesta personal; para esta investigación se utilizó el instrumento para evaluar el valor de marca que consta de cuatro dimensiones integrado por tres ítems cada uno, que se midieron utilizando la escala ordinal, Likert de 5 puntos: desde 1= Totalmente en desacuerdo hasta 5= Totalmente de acuerdo.

También incluye variables sociodemográficas de clasificación como: sexo, edad, trabaja, nivel de estudios, nivel socioeconómico, estado civil, e hijos. Además, de 15 preguntas que permitan determinar la variable motivación del comportamiento del consumidor utilizando la misma escala ordinal previamente mencionada. Así como ítems que permitan evaluar la participación del mercado, preferencia, satisfacción, precio y canales de distribución.

RESULTADOS

Análisis de las variables sociodemográficas
A partir de los datos obtenidos se pudo observar que el 59.6% de las personas encuestadas eran de sexo femenino, mientras que el 39.1% eran de sexo masculino. La edad promedio que presentaron los encuestados fue de 31.64 con una edad mínima de 15 y una máxima de 75 años. Por otro lado, la mayoría de las personas encuestadas son solteras representando un porcentaje del 51.8% sobre el tamaño de la muestra, seguido del 37.1% los casados, y en su minoría se encuentran unión libre, divorciado y viudo. El nivel de estudios terminado con mayor porcentaje fue preparatoria con 42.4%, después se encuentra secundaria con un porcentaje del 29.6% y profesional en tercer lugar con 19.4%.

La mayoría de las personas encuestadas tenían una ocupación de empleado con un porcentaje del 51.6%, seguido de estudiante con 20.5% y en tercero se ubica ama de casa con 19.4%. Dominando con un porcentaje del 74.5% se ubica el tipo de uso de pre-pago, dejando con un mínimo de porcentaje del 21.3% al tipo de uso de plan. Cabe mencionar que Telcel abarcó la mayoría de cuota de mercado con un porcentaje del 86.8%, Movistar con 11.9% y Unefon e Iusacell en tercer lugar con un porcentaje de mucha menor proporción. Además de ser la más utilizada también fue la más preferida por los usuarios, Telcel destaca con el porcentaje del 78.6% y Movistar con un 17.7% en segundo lugar.

Análisis descriptivo

En la figura 1 se muestran las dimensiones del valor de marca y el grado de importancia de cada una que consideraron los encuestados, cabe mencionar que la dimensión notoriedad fue la más importante en el constructo del valor de marca obteniendo un valor de 3.7892, seguido de la calidad con un valor de 3.6441, lealtad con 3.6225 y por último la imagen de la marca con un valor de 3.5107.

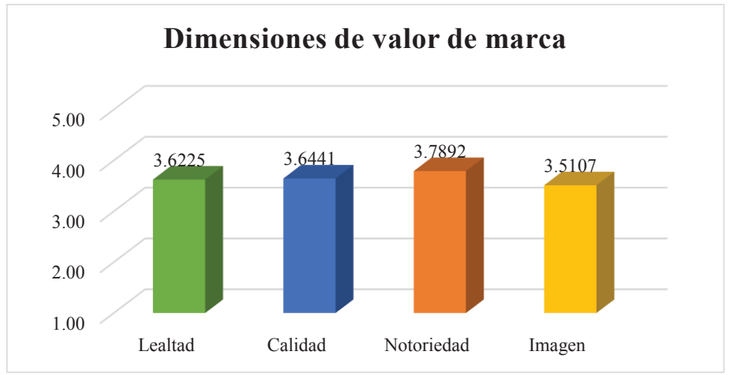


Figura 1. Dimensiones del valor de marca
Fuente: Elaboración propia.

En la figura 2 se puede apreciar el grado de motivación que presentaron los consumidores al momento de comprar un teléfono celular, con un valor de 4.1014 los encuestados dijeron que tener un teléfono celular es fundamental como medio de comunicación; por lo que pertenece a las necesidades básicas, las necesidades de seguridad mostraron un valor de 3.9660 ya que las personas se sienten seguras al tener un celular porque pueden estar comunicados con sus familiares, seguido de las necesidades sociales se ve reflejado en el valor de 3.3501 donde los encuestados se identifican con un mayor status y aceptados por la sociedad, con un valor de 2.3485 se ubican las necesidades de autoestima y por último lugar se encuentran las necesidades de autorrealización con un valor de 2.2022.

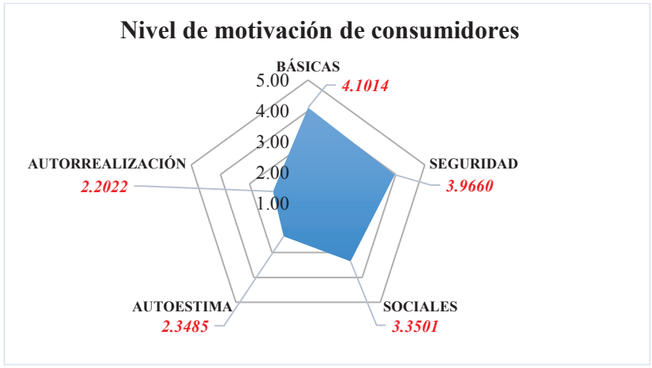


Figura 2. Nivel de motivación de los consumidores
Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Partiendo de la formulación planteada ¿Cuál es la influencia del valor de marca y la motivación de los consumidores en el mercado de telefonía celular en la zona conurbada de Rioverde, S.L.P.?, se puede concluir que la dimensión notoriedad es un factor importante al momento de evaluar el constructo de valor de marca, ya que las personas conocen la marca, determinando así su presencia en la mente del cliente y generando una ventaja competitiva de aquellas empresas de telefonía celular que presenten mayor notoriedad de marca.

Además, Telcel abarca la mayor parte de la cuota de mercado posicionándose como la más utilizada y preferida por los usuarios de telefonía celular dejando muy atrás a sus competidores. Las personas encuestadas centraron su motivación de tener un teléfono celular en las necesidades básicas ya que lo utilizan como un principal medio de comunicación que les permite estar en contacto continuo con sus familiares y amigos.

BIBLIOGRAFIA

Aaker, D. (1991). *Managing brand equity: capitalizing on the value of a brand name* (1ª ed.). New York: Free press.

Arellano, R. (2002). *Comportamiento del consumidor: enfoque América Latina* (1ª ed.). México: McGraw-Hill.

López, C. (2001, julio 11). *La jerarquía de necesidades de Maslow.* Recuperado de http://www.gestiopolis.com/jerarquia-necesidades-maslow/

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6° ed.). México: Mc Graw Hill.

Lambin, Gallucci, y Sicurello. (2009). *Dirección de marketing: gestión estratégica y operativa del mercado* (1ª ed.). México: McGraw-Hill.

Loudon, D., y Della Bitta, A. (1995). *Comportamiento del consumidor: conceptos y aplicaciones* (4ª ed.). México: McGraw-Hill.

Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (11ª ed.). México: Pearson Educación.

Munuera, J., y Rodríguez, A. (2007). *Estrategias de marketing: un enfoque basado en el proceso de dirección* (1ª ed.). Madrid: Esic editorial.

Oviedo, R. (Enero de 2014). *Construcción del Valor de Marca en el mercado de telefonía celular. Rioverde, San Luis Potosí.* (Tesis de Maestría). Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media-Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Schiffman, L., y Wisenblit, J. (2015). *Comportamiento del consumidor* (11ª ed.). México: Pearson educación.

BENEFICIOS OTORGADOS A LOS USUARIOS DE SERVICIOS FINANCIEROS POR LA REFORMA FINANCIERA DE 2013 EN MÉXICO

Juan Diego Félix Sánchez[1] y Carlos E. Arcudia Hernandez[2]

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación es mostrar tanto los efectos positivos y negativos de la reforma financiera aprobada en México en 2013. Iniciamos mostrando los antecedentes que dieron origen a esta reforma, y la vez indagar sobre el organismo encargado de vigilar que se lleven a cabo estas modificaciones: la Condusef, su importancia y nuevas enmiendas otorgadas, además complementando esto, con información relacionada con el IPAB, cuyo organismo es de gran importancia para los ahorradores mexicanos y por tal la importancia de tener conocimiento de él. Por último mostrar los resultados y conclusiones de la investigación

ABSTRACT

The main objective of this research is to show both positive and negative effects of the financial reform approved in Mexico in 2013. We started showing the background that gave rise to this reform , and the time investigate the body responsible for monitoring to be carried out these modifications : Condusef , given its importance and new amendments also complementing this with information related to the IPAB , whose body is of great importance for Mexican savers and so the importance of having knowledge of it. Finally show the results and conclusions of the investigation

Palabras claves: reforma financiera, IPAB, Condusef

INTRODUCCIÓN

¿Qué es la reforma financiera de 2013?
Es respuesta a los compromisos 62, 63 del pacto por México, los cuales son transformar la banca y el crédito en palanca de desarrollo de hogares: siendo la banca de desarrollo el compromiso 62 y banca comercial el compromiso 63, pacto que fue firmado por las principales fuerzas partidarias del país y el presidente Enrique Peña Nieto en diciembre de 2012, y fue hasta 2 años después, el 9 de enero de 2014 que fue promulgada esta reforma por EPN, misma que es publicada en el Diario Oficial de la Federación al día siguiente de dicho evento, para que ésta, entrara en vigencia.

Con ella buscando conseguir los siguientes objetivos:
· Incrementar la competencia en el sector financiero.
· Fomentar el crédito a través de la Banca de Desarrollo.
· Ampliar el crédito a través de las instituciones financieras privadas.
· Mantener un sistema financiero sólido y prudente.
· Hacer más eficaces a las instituciones financieras y el actuar de las autoridades en la materia.
Mencionar que su objetivo general es otorgar más créditos y que estos sean más baratos.

[1] Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca, Romualdo del Campo 501, Fracc Rafael Curiel, Cd Valles, SLP djdream_21@hotmail.com
[2] Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca, Romualdo del Campo 501, Fracc Rafael Curiel, Cd Valles, SLP carlos.arcudia@uaslp.mx

Para lograr lo anterior se realizaron modificaciones a 34 ordenamientos jurídicos entre los cuales se encuentran: Incorporar una investigación sobre la situación competitiva del sector financiero, fortalecer las funciones de la CONDUSEF, integrar un esquema de corresponsalías para el sector de Ahorro y Crédito Popular, fortalecer el marco legal, el mandato y la capacidad operativa de la Banca de Desarrollo, simplificar el régimen de otorgamiento y ejecución de garantías, modernizar el régimen de concursos mercantiles de las empresas comerciales, modernizar el régimen de los Almacenes Generales de Depósito, mejorar la operación del Mercado de Valores, mejorar la regulación de las Sofomes, flexibilizar el régimen de los Fondos de Inversión, actualizar y flexibilizar el régimen de Agrupaciones Financieras, ajustar la operación de las Uniones de Crédito, incorporar un régimen de insolvencia bancaria más adecuado y los estándares de Basilea III, reforzar los mecanismos de coordinación y cooperación entre autoridades financieras, mejorar los procedimientos de sanciones en diversas leyes financieras.

Ahora bien de las modificaciones realizadas en la reforma financiera, solo unas van enfocadas a la protección de los derechos de los usuarios de servicios financieros. Entre las cuales se encuentran: el fortalecimiento de la Condusef, el refuerzo de medidas contra ventas atadas así como la creación de un Buro de Entidades Financieras.

MARCO TEORICO

Definido así por la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros como: usuario, en singular o plural, como la persona que contrata, utiliza o por cualquier otra causa tenga algún derecho frente a una Institución Financiera como resultado de una operación o servicio prestado.

Y por Institución Financiera, en singular o plural, se entiende a las sociedades controladoras, instituciones de crédito, sociedades financieras de objeto múltiple, sociedades de información crediticia, casas de bolsa, especialistas bursátiles, fondos de inversión, almacenes generales de depósito, uniones de crédito, casas de cambio, instituciones de seguros, sociedades mutualistas de seguros, instituciones de fianzas, administradoras de fondos para el retiro, PENSIONISSSTE, empresas operadoras de la base de datos nacional del sistema de ahorro para el retiro, Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores, sociedades cooperativas de ahorro y préstamo, sociedades financieras populares, sociedad des financieras comunitarias, y cualquiera otra sociedad que requiera de la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público o de cualesquiera de las Comisiones Nacionales para constituirse y funcionar como tales y ofrecer un producto o servicio financiero a los Usuarios.

Concluyendo, un usuario financiero es todo aquel que tenga relación o derecho por la razón mencionada en el primer concepto con cualquiera de las entidades financieras que requieran autorización de la SHCP.

Para abordar los aspectos relacionados con la protección de los usuarios primero definiremos lo que es la Condusef. (Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros). El cual es un Organismo Público Descentralizado, cuyo objeto es promover, asesorar, proteger y defender los derechos e intereses de las personas que utilizan o contratan un producto o servicio financiero ofrecido por las Instituciones Financieras debidamente autorizadas que operen dentro de la República Mexicana, así como crear y fomentar entre los usuarios una cultura adecuada respecto de las operaciones y servicios financieros.

Realizan dos tipos de acciones:
Preventivas: (orientar, informar, promover la Educación Financiera), y
Correctivas: (atender y resolver las quejas y reclamaciones de los usuarios de servicios y productos financieros)

En si es el organismo al que debemos acudir en caso de encontramos ante alguna situación de insatisfacción o desacuerdo en contra de algún acto o comportamiento perjudicial en nuestra contra, por parte de una entidad financiera.

Beneficios otorgados a los Usuarios por esta reforma:

Fortalecimiento de la Condusef.
De manera específica, se facultó a la CONDUSEF para: i) emitir recomendaciones a las instituciones financieras; ii) eliminar cláusulas abusivas en contratos, así como para definir las actividades que se apartan de las sanas prácticas y usos relacionados con el ofrecimiento y comercialización de operaciones y servicios financieros; iii) emitir opinión sobre las contraprestaciones que reciben las referidas instituciones por los servicios que ofrecen; iv) crear un Buró de Entidades Financieras; y v) regular las prácticas de los despachos de cobranza.

También se fortaleció el alcance de las resoluciones emitidas por esta institución, lo cual beneficiará a los clientes de las entidades financieras y evitará litigios innecesarios, previendo la posibilidad de que el dictamen técnico que emita en favor de los usuarios, sea título ejecutivo.

Refuerzo contra las ventas atadas
Se estableció de manera explícita a nivel de ley que las entidades financieras tienen prohibido condicionar la contratación de determinados productos a la compra de otros. De esta manera, estará en poder de los usuarios financieros tomar la decisión respecto de qué entidad les conviene más contratar para servicios financieros conexos.

Que sin duda es un beneficio en pro de todos los usuarios, pues con anterioridad los instituciones bancarias hacían que contratáramos un servicio complementario o conexo en la contratación de otro, con esta reforma se modifican los estatutos para que sea libre de elección ya sea de contratarlos con la misma institución o hacerlo en otra, lo cual a su vez ayuda a que exista mayor competencia en este mercado y consigo mejorar los precios en estos servicios.

Creación de un Buro de Entidades Financiera
Es una herramienta de consulta y difusión con la que podremos conocer los productos que ofrecen las entidades financieras, sus comisiones y tasas, las reclamaciones de los usuarios, las prácticas no sanas en que incurren, las sanciones administrativas que les han impuesto, las cláusulas abusivas de sus contratos y otra información que resulte relevante para informar sobre su desempeño. Con ello, podremos comparar y evaluar a las entidades financieras, sus productos y servicios y tendremos mayores elementos para hacer la elección que más nos convenga y beneficie.

En fin se trata de que como usuarios tengamos acceso a información de cualquier entidad financiera así como ellas tienen de nosotros, y partir de ahí, para hacer la mejor elección posible, para la contratación o uso de una de ellas, logrando así evitar problemas legales posteriores. Lo que consigue a su vez evitar gastos innecesarios así como una elección de servicios acertada a las necesidades y alcances personales

IPAB
Por otra parte una institución de gran importancia para la protección al usuario de un servicio financiero es la Institución para la Protección del Ahorro Bancario, mejor conocido como IPAB.

Breve historia del IPAB
En los años 80´s no existía como tal un seguro de depósitos, en estas fechas el gobierno federal a través del banco de México generaba esta garantía, actuaba como prestamista de última instancia para aquellos bancos que tuvieran problemas financieros, mas sin embargo nunca hizo efecto esta disposición debido a

la estatización realizada a la banca a finales del sexenio del presidente López Portillo(1982), decisión basada en la crisis por la que pasa el país, creyendo que con esto la economía mexicana resurgiría, más sin embargo, no fue así a casi un año de haber iniciado su sexenio Miguel de la Madrid se vio en la necesidad de convocar a la cámara de diputados a aprobar la mayor indemnización jamás pagada por el gobierno mexicano a los banqueros afectados por esta decisión, en resumen uno de los peores sexenios en materia económica para el país. Ya en el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari, hablando de 1990, es creado el Fondo Bancario de Protección al Ahorro (Fobaproa) el cual fue un mecanismo utilizado para rescatar a las bancos que tenían problemas con su cartera vencida, debido a la imposibilidad de pagos por parte de los deudores, aunque la implementación de este programa no fue suficiente por lo cual fue necesaria la privatización de la banca, sucedido esto entre 1990-1992. Lo cual se unió con el Tratado de Libre comercio de América del Norte 1992 y el famoso error de diciembre en 1994, lo cual ocasiono otra gran crisis para el país y con ello la devaluación del peso.

Ya para 1998 el H. Congreso de la Unión presento la iniciativa de ley llamada Ley de Protección al Ahorro Bancario, la cual fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 19 de enero de 1999, que entro en vigor al día siguiente de su publicación y eh de aquí, de las mismas disposiciones de esta ley que nace el Instituto para la Protección del Ahorro Bancario (IPAB) que paso a sustituir al Fobaproa. Con la diferencia que ésta, presentaba un seguro de depósitos explícito y limitado a cargo del IPAB.

Hoy en día el IPAB es el encargado de garantizar los depósitos que los ahorradores han realizado en los bancos. En caso de que un banco quiebre, tiene la obligación de pagar los depósitos de dinero que las personas hayan realizado en ese banco, hasta por un monto equivalente a 400,000 UDIs por persona y por institución bancaria. Tener en cuenta que el valor de las unidades de inversión (UDIs), es relativamente estable, más sin embargo su valor llega tener leves modificaciones.

MÉTODOS Y MATERIALES

Se realizó una investigación documental y doctrinal en documentos, publicaciones en revistas, en internet y libros relacionados a la historia de la Banca en México, la Condusef, el IPAB

RESULTADOS

Mencionar que ha no ha sido una reforma estructural como lo fueron la de telecomunicaciones o la energética o como lo fueron en su momento la privatización o estatización de la banca, ya que en esta reforma encontramos modificaciones en cuanto al actuar de los organismos encargados de vigilar que se cumplan estas disposiciones de ley. Sin duda la más importante es el fortalecimiento de la Condusef, lo cual hace que se equipare a la Profeco en su ámbito, claro. ya que en cierta forma la Condusef se encontraba limitada en su accionar, con lo que hoy consigue facultades de gran relevancia para la protección de los usuarios.

A continuaciòn presentamos en la siguiente tabla los principales cambios realizados en la reforma financiera:

Tabla 1.- Antes y después de la reforma financiera

Antes		Ahora
Los bancos solo se sujetaban a la imposición de intereses moratorios, intereses sobre intereses (práctica conocida como anatocismo), gastos y sistemas de cobranza extrajudicial, asignación de notas negativas en el Buró de Crédito.	Cobro de créditos incobrables	En los nuevos contratos, se podrán establecer clausulas para facilitar el cobro de los créditos incobrables. Las instituciones tendrán la posibilidad de retener bienes de un cliente cuando exista un temor fundado de que este disponga de ellos los enajene o los

		dilapide.
Los clientes eran los únicos reportados o incluidos en los registros de las sociedades de información crediticia, conocidas como el buró de crédito o circulo de crédito, donde – según su nivel de cumplimento o morosidad- reciben notas o calificaciones positivas y negativas, que facilitan o reducen las posibilidades de ser sujeto de crédito, según las políticas de cada banco.	Buró de entidades financieras	Se integra un Buró de Entidades Financieras, que concentrara y publicara la información sobre las prácticas de cada uno delos bancos y las sanciones administrativas que han recibido; con ello los usuarios determinaran si les conviene celebrar un contrato
Las diferencias entre los bancos y el público se resolvían solo en las unidades de atención y servicios al cliente mediante un recurso de conciliación o queja ante la Condusef o el inicio del juicio.	Arbitraje financiero	Se instaura un sistema arbitral en materia financiera, como un procedimiento de solución de controversias entre las instituciones y los usuarios.
Las entidades crediticias condicionaban el otorgamiento de un crédito (personal, hipotecario, empresarial o automotriz), la compra de seguros, apertura de cuentas u otros servicios adicionales o complementarios.	Cero Condicionamientos	No podrán condicionar la compra de un producto financiero a la adquisición de un producto; es decir, se prohíben ventas atadas.
Los clientes estaban imposibilitados a transferir sus créditos al consumo u operaciones bancarias a otra entidad.	Trasferencias de créditos	Esto será posible y con ello, se espera que las condiciones, servicios y ventajas que ofrece cada institución mejores, para conservar y captar nuevos usuarios
La única forma de competencia financiera eran los programas propios, medidas de autorregulación, promociones, nuevos esquemas de crédito y la preferencia de los clientes por uno u otro servicio.	Competencia	La comisión federal de competencia económica (CFCE) deberá realizar investigación sobre las condiciones de competencia del sistema financiero.
Este organismo solo se encargaba de orientar, apoyar y conciliar o atender quejas de los usuarios de servicios financieros, ante algún tipo de abuso	Aumento de facultades para la Condusef	Podrá suscribir convenios de intercambio de información con autoridades financieras
El monto, las condiciones y los sistemas para la aplicación de tales cargos estaban determinados por cada institución.	Comisiones e intereses	El banco de México se encargara de regular las comisiones y las tasas de interés que rigen los créditos

Puntos en contra de los usuarios:

Algo a tener presente con esta reforma y que es de gran importancia es la facultad otorgada a los bancos de poder “secuestrar los bienes del deudor” o retención de bienes cuando el banco tenga el “temor fundado” de que los bienes puedan ser maltratados, ocultos o insuficientes para cubrir el adeudo contraído.

Otro punto en contra de la reforma es que cuando un deudor se encuentre bajo una demanda mercantil este puede que sea arraigado y obligado a permanecer en un solo lugar hasta que su situación legal se aclare o resuelva.

CONCLUSIONES

A pesar de mencionar que el crédito generara intereses más bajos no se explica detalladamente en números fríos, por lo cual uno se pregunta cuánto es que bajara los intereses de un crédito, lo cual hace pensar que es una suposición del estado al pensar que en la aplicación de esta reforma exista mayor competencia y por ende una reducción en los costos de los servicios ofrecidos.

Sin duda la Condusef adquirió facultades que son para el beneficio del usuario mas sin embargo si lo vemos de lo otro lado de la moneda podemos darnos cuenta que solo son para resolver problemas legales que pudieran llegar a incurrir.

Por su parte el IPAB, cumple funciones de seguro con lo cual en cierta forma existe la seguridad de que nuestros ahorros están seguro.

En si lo que busca le reforma es poder cobrar la cartera vencida de la manera más rápida y eficaz posible y partir de ahí para poder generar más crédito sin embargo no plasma de manera concreta si es cierto el punto de que este será más barato.

BIBLIOGRAFIA

ARCUDIA HERNÀNDEZ, C Privatizaciòn y reestrucutraciòn de la banca en Mèxico: especial referencia a los aspectos legales *Revista E-Mercatoria* Vol 14 No 12 pp 1-30

DÁVALOS MEJÍA, C *Banca y Derecho,* Editorial Oxford, México, 2014

DE LA FUENTE RODRÌGUEZ, J *Tratado de Derecho Bancario y Bursátil* Editorial Porrùa, Mèxico, 2010

MURILLO, J La banca en México después de la privatización. Auge, crisis y reordenamiento. En *Cuando el Estado se hizo banquero. Consecuencias de la nacionalización bancaria.* Editado por Gustavo del Ángel Mobarak, Carlos Bazdesch y Francisco Suárez. México: Fondo de la Cultura Económica, 2005 pp 247-290

Sitios web:

http://reformas.gob.mx/wpcontent/uploads/2014/06/Explicacion_ampliada_de_la_Reforma_Financiera.pdf
http://www.condusef.gob.mx/index.php/conoces-la-condusef
http://www.ipab.org.mx/IPAB/acerca-del-ipab

JUSTIFICACIÓN DE LA CORRUPCIÓN EN NIVELES SOCIOECONOMICOS ALTOS Y BAJOS

Germán Armando García Avila[1] y Christian Enrique Cruz Torres[2]

RESUMEN

Estudios previos demuestran que las personas justifican sus prácticas corruptas para restarles importancia. Aquí se muestran los niveles de justificación de la corrupción en 581 participantes de las regiones centro y sur de México, comparando los niveles socioeconómicos alto y bajo. Se espera que, a menor nivel socioeconómico, mayor será la justificación de la corrupción. Los resultados se obtuvieron mediante la aplicación de un instrumento que muestra buenos niveles de validez y confiabilidad. En los dos primeros factores (negación al daño y beneficio endogrupal) se encontraron diferencias significativas entre ambos NSE, obteniendo puntajes mayores los participantes de menor NSE. En los otros dos factores (indefensión ante la corrupción y ponderación social) no se encontraron diferencias significativas.

ABSTRACT

Previous studies show that people justify their corrupt practices to giving it less importance. Here, levels of justification of corruption are shown in 581 participants from the central and southern regions of Mexico, comparing between the high and low socioeconomic levels. It is expected that lower socioeconomic status, the greater the justification for corruption. The results were obtained by applying an instrument showing good levels of validity and reliability. In the first two factors (denial of harm and benefit ingroup) significant differences between NSE were found, observing higher scores for lower NSE. In the other two factors (helplessness against corruption and social weight) no significant differences were found.

Palabras Clave: Corrupción, nivel socioeconómico, justificación de la corrupción.

INTRODUCCIÓN

En México y otros país actualmente la corrupción es un problema muy grave, un estudio realizado por Transparencia Internacional (TI) (2016) mostro resultados sobre el Índice de Percepción de la Corrupción 2015, en donde menciona que fueron investigados 169 país, midiendo los niveles de corrupción en una escala del 0 al 100, donde el país con menor corrupción es Dinamarca con una calificación de 91, mientras que Corea del Norte y Somalia fueron percibidos con mayor corrupción con solo 8 puntos; México obtuvo una calificación de 35 puntos lo que lo ubico en el lugar 95 de los países.

En una búsqueda previa de información no se ha encontrado información sobre la relación entre la corrupción y variables socio demográficas básicas como el nivel socioeconómico. Debido a ello surge la duda si esto se relaciona con el nivel socioeconómico de las personas, y más en México ya que es uno de los países con un alto índice de corrupción según la TI, sin embargo, actualmente no se ha registrado investigaciones relacionadas a ello.

[1]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Unidad acadêmica de Mercadotecnia: Urbano Villalón #500, Colonia La Ladrillera , C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, german.avila2904@gmail.com
[2]Universidad de Guanajuato Campus León, Departamento de Psicologia: Blvd. Puente Milenio #1001, Fracc. Del predio San Carlos, C.P: 37670, León Gto., christian.cruz@ugto.mx

Es por esto que el objetivo de la presente investigación es conocer cómo influye el nivel socioeconómico de las personas en la justificación de la corrupción. Se tiene como variable dependiente *Justificación de la Corrupción* y cuatro variables dependientes (*la negación del daño, beneficio endogrupal, indefensión ante la corrupción y ponderación social)*. La hipótesis que se presenta es que a menor nivel socioeconómico será mayor la justificación de la corrupción.

MARCO TEORICO

La investigación se basó en cuatro factores, dos de ellos por Sykes y Matza (1957), Ashforth y Anand (2003), los cuales propusieron dos diferentes argumentos a favor de comportamientos corruptos, que son los siguientes: *La negación del daño* – los ciudadanos corruptos están convencidos de que sus acciones no causan ningún daño a nadie y hacen que un acto corrupto sea menos ofensivo comparándolo con formas más extremas. *Ponderación social* - los ciudadanos corruptos utilizan la comparación social selectiva, donde ellos se comparan con otras personas que aparecen aún peor.

Por otro lado, *Beneficio endogrupal*, donde se define endogrupo a el "*grupo de naturaleza primaria donde todos los miembros son familiares o parientes"* (Cosacov, 2007), por lo tanto en este factor los individuos buscan un beneficio de la corrupción hacia su grupo, y el ultimo *Indefensión ante la corrupción*, que se define como la *"expectativa, basada en experiencias previas de falta de control, de que todos los esfuerzos conducirán al fracaso"* (Woolfolk, 2009), esto quiere decir que los actores corruptos consideran que de nada sirve hacer algo para evitar la corrupción si será algo inútil.

En México el nivel socioeconómico está clasificado A/B el nivel de vida más alto en el país representando el 3.9%de los hogares en el país, C+ el segundo nivel con el nivel más alto del país representado con un 9.3% de los hogares, C, caracterizado por un nivel de vida practico representado por 26.2% de los hogares , C- este nivel se caracteriza por tener cubierto el espacio y sanidad , es representado por el 29.45% de los hogares, D+ se caracteriza por tener cubierta la mínima infraestructura sanitaria de su hogar, representada por el 39.2% de los hogares y D como el segundo segmento con menor calidad de vida, representando el 31.8% de los hogares del país y el 23.8% de los hogares en localidades (AMAI, 2016). Cabe destacar que en este estudio se compararán solamente los niveles más extremos de NSE (A/B y D) para poder identificar claramente el comportamiento de las dependientes.

MÉTODOS Y MATERIALES

El instrumento fue aplicado a 238 hombres y 343 mujeres con una edad promedio de 35 años, de los cuales el 46% son del estado de Guanajuato, 20% de la Ciudad de México, 15.8% de Jalisco, 1.1% de Michoacán, 7.3% de Tabasco, 8% de San Luis Potosí y el 1.9% de Aguascalientes. El 9.1% de los encuestados tiene un nivel socioeconómico "D", 12.5% "D+", 22.1% "C-", 24.8% "C", 27.1% "C+" y el 4.5% "A/B", cabe mencionar que solo un participante se encontraba con un nivel socioeconómico "E", por lo cual fue descartado ya que no era representativo.

Con base en la investigación de Tanja Rabl and Torsten M. Ku¨hlmann (2009) se elaboraron 42 reactivos para realizar el instrumento sobre la justificación de la corrupción; se utilizó una escala Likert a cinco puntos para medirlo, donde se les pidió a los participantes que indicaran su nivel de acuerdo o desacuerdo.

Las respuestas fueron sometidas a un análisis factorial de componentes principales con rotación Varimax, obteniéndose cuatro factores. El primer factor se llama *Negación del daño* y habla sobre cómo es que los ciudadanos consideran que no causa ningún daño la corrupción, este factor fue derivado de 13 reactivos en el instrumento, y se obtuvo una consistencia interna de α=.886. El segundo factor es *Beneficio endogrupal* y mide como es que las personas aceptan la corrupción si beneficia a personas cercanas, este factor se deriva de tres reactivos en el instrumento, y se obtuvo una consistencia interna de α=.765. El tercer factor es *Indefensión ante la corrupción* y habla sobre cómo es que la gente piensa que es inútil

hacer algo para evitar la corrupción, este factor es derivado de tres reactivos y se obtuvo con una consistencia interna de α=.664. Y el cuarto factor es la *Ponderación Social* que habla sobre cómo es que la gente corrupta se compara con personas que parecen aun peor, este factor se deriva de tres reactivos y se obtuvo con una consistencia interna de α=.648.

El instrumento fue aplicado por estudiantes universitarios, de los estados de Guanajuato, Ciudad de México, Jalisco, Michoacán, Tabasco, San Luis Potosí, y Aguascalientes, a personas cercanas a ellos como familiares o amigos que cumplieran la condición de ser mayores de edad. El muestreo utilizado fue no probabilístico por conveniencia. Y se obtuvo que en promedio las personas tardaban 15 minutos en contestar el instrumento.

RESULTADOS

Para poner a prueba la hipótesis se utilizó una prueba T para muestras independientes entre los niveles más bajos y altos de la muestra (D y A/B) para cada factor. Como se observa en la figura 1, en el primer factor *Negación del daño*, las personas de bajo nivel socioeconómico reportan una mayor percepción de que la corrupción no causa ningún daño, obteniéndose un valor de t=2.6 con 66.02 g.l. y un nivel de p= .011. En el segundo factor *Beneficio endogrupal*, las personas de bajo nivel socioeconómico reportan una mayor percepción de que mientras se beneficie a su grupo aceptan la corrupción, obteniéndose un valor de t=2.7 con 76 g.l y un nivel de p=.007.

En el tercer factor *Indefensión ante la corrupción* las personas de bajo nivel socioeconómico reportan una mayor percepción que es inútil hacer algo para evitar la corrupción, aunque estas diferencias no son estadísticamente significativas, obteniéndose un valor de t=1.3 con 76 g.l y un nivel de p=.189. Y el cuarto factor *Ponderación social* las personas que se encuentran con un alto nivel socioeconómico reportan una mayor percepción de que los ciudadanos son corruptos por que se comparan con otras personas que parecen aun peor, aunque estas diferencias tampoco son estadísticamente significativas obteniéndose un valor de t=-.243 con 37.7 g.l y un nivel de p=.809.

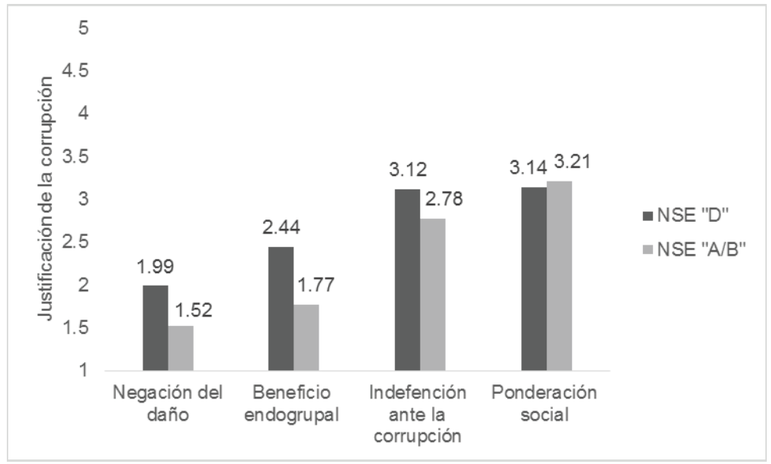


Figura 1. Niveles de la justificación de la corrupción entre los niveles socioeconómicos altos (NSE A/B) y bajos (D)

CONCLUSIONES

La hipótesis planteada se cumple parcialmente debido a que los participantes justifican poco la corrupción, ya que los resultados están muy por debajo de la media teórica (3). En los primeros dos factores que son *Negación del daño* y *Beneficio endogrupal* se observó que efectivamente las personas con bajo nivel socioeconómico reportaban mayor justificación a la corrupción. Es necesario saber cuáles son los factores que orillan a estas personas a pensar de esta manera.

Algunos de ellos pueden ser las diferentes situaciones que se les presentan, por ejemplo, al realizar trámites legales o de servicios, donde por ayudar algún familiar o conocido a salir de alguna situación difícil prefieren pagar para acelerar trámites que los puede hacer tardar más tiempo, incluso cuando no existe un ingreso socioeconómico alto. Por lo tanto, dar dicho soborno les afecta más a personas con pocos recursos.

El factor *Indefensión ante la corrupción* muestra poca diferencia entre los niveles, por lo tanto, no cumple con la hipótesis ya que estas no son significativas, entonces el resultado es que las personas en general consideran inútil hacer algo para evitar la corrupción. Esto pudiera deberse a que actualmente se escucha que se hacen actos ilícitos en el país donde no se hace justicia, por ello la gente tiende a generalizar que ninguna situación realizada en contra de las normas se va a castigar. En este punto considero que será más difícil quitar esta idea, aunque ya se trabaja en ello por medio de campañas que hacen los gobiernos donde invitan a los ciudadanos a denunciar este tipo de actos.

Por otro lado, el factor *Ponderación social* tampoco cumple con la hipótesis planteada ya que se observa que la gente con un alto nivel socioeconómico reporta una mayor percepción de que la gente corrupta se justifica comparándose con gente aún peor, sin embargo, esta diferencia no es significativa, entonces ambas partes coinciden con el mismo pensamiento. Algo que puede orillar a que en general la gente tenga este pensamiento es que se escucha como actualmente existe gente con cargos políticos importantes que son corruptos.

Los resultados obtenidos abren camino a poder seguir investigando más acerca del tema de la corrupción en el país, esto puede ser desde personas con bajo nivel socioeconómico hasta las instancias donde se reporten estos actos corruptos.

BIBLIOGRAFIA

AMAI. (2016). *AMAI*. Obtenido de Niveles Socioeconomicos: http://nse.amai.org/nseamai2/

Anand, V. B. (2004). Business as Usual: The Acceptance and Perpetuation of Corruption in Organizations. En *Academy of Management* (págs. 39–53).

Ashforth, B., & Anand, V. (2003). The normalization of corruption in organizations. *Research in Organizational Behavior, 25*, 1-25.

Cosacov, E. (2007). En E. Cosacov, *Diccionario de Terminos Tecnicos de la Psicologia* (pág. 119). Argentina : Brujas .

G.M, S., & Matza , D. (1957). Techniques of neutralization: a theory of delinquency. *American Sociological Review, 22*(6), 664-70.

Internacional, T. (2016). *Indice de Percepción de la Corrupción 2015*. Trasnparencia Mexicana. Obtenido de www.tm.gob.mx

Rabl, T., & Torsten M. , K. (2009). Why or why not? Rationalizing corruption in organizations. *Esmerald Insight*, 271-273.

Woolfolk, A. (2009). Psicologia educativa . En A. Woolfolk, *Psicologia educativa* (pág. 125). México: Pearson Education .

GESTIÓN DE LA MARCA EN LA MODA

José Carlos García Corpus[1] y Edith Reyes Ruiz[2]

RESUMEN

El presente trabajo aporta la manera en que las empresas dedicadas a la industria de la ropa de moda gestionan la marca para generar un cierto comportamiento de compra; y como los consumidores reaccionan ante esto. La gestión de una marca en la moda es un proceso para la creación de valor; trata no sólo de construir identidad, sino también una entidad propia de marca, dotando a los productos en este caso ropa del poder de la misma. A partir del análisis estadístico se identifica que la gente no compra características, compra por emociones y no por la razón, necesita experimentar un sentimiento que las marcas de ropa de moda que ofrece.

ABSTRACT

The present work provide the way that companies dedicated to the industry of fashion clothing brand manage to generate a shopping behavior; and how consumers react to this. The management of a brand in fashion is a process for creating value; about not only of build identity; but also an entity own from brand, endowing the products in this case clothing than power of the same. Starting statistical analysis it is identifies that the people don't buy characteristics; they buy them emotions and not for the reason; they need to experience a feeling that clothing brands fashion offers.

Palabras Clave: Gestión, marca, moda, ropa, consumidor

INTRODUCCIÓN

El objetivo de la investigación es identificar la manera en que las empresas dedicadas a la industria de la ropa de moda gestionan la marca para generar un cierto comportamiento de compra, como estimulan los sentimientos y emociones; y como los consumidores reaccionan ante esto de forma positiva o negativa.

En la actualidad la marca se convierte en instrumento clave para generar una estrategia de comunicación del valor añadido de las empresas dedicadas a la ropa de moda. Una marca fuerte es la forma más eficiente de crear y mantener una valiosa ventaja competitiva dentro de este mercado. En este sentido, en el sector de la moda cada vez es más importante la apuesta que hacen las marcas en sus estrategias de comunicación, sobre todo cuando estas empresas tienen buenas expectativas de crecimiento nacional e internacional (Núñez, Cuesta, & Gutiérrez, 2013) ofreciendo los distintos productos que van a satisfacer las necesidades o emociones de los consumidores.

La noción de marca se ha instalado en la mente y en la vida diaria cotidiana de los consumidores como algo natural. En la sociedad actual los consumidores entienden la "marca" como un elemento completo: un conjunto de conceptos buscados donde están considerados la imagen visual, la identidad, valores y promesas. El poder adquisitivo, la clase social, la educación, son algunas de las variables que permiten establecer diferentes parámetros a las empresas de la ropa de marca para desarrollar productos y servicios, los cuáles por medio de sus marcas intentarán obtener el reconocimiento de los consumidores en cuanto a emociones, sentimientos y lealtad. (Moscoso & Roxana, 2012)

[1]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Mercadotecnia Internacional; Urbano Villalón num.500, Col. La Ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, 120425@upslp.edu.com
[2]Universidad Autónoma de Coahuila, UAdeC, Facultad de Mercadotecnia; Prolongación David Berlanga sin número Unidad Campo Redondo, Colonia Centro, M. Pl. Edith Reyes Ruiz Maestra investigadora, C.P: 25000, Saltillo, Coahuila, edithreyesruiz@hotmail.com

MARCO TEORICO

Gestión de marca
La gestión de marca, como proceso de creación de valor de marca trata de construir no sólo identidad, sino también una entidad propia de marca, dotando a los productos del poder de la misma. (Costa, 2014)
La industria de la moda y el glamour, es una de las más competitivas a nivel mundial. La búsqueda de nuevos clientes y la apertura a los mercados, ha originado que el nombre de marca sea un referente para las personas. (Beard, 2015)
Para (Ábrego, 2004) La gente prefiere y compra con mayor frecuencia productos de marca, y está dispuesta a pagar más, a trabajar más o a viajar más lejos para adquirirlos.
Cuando los consumidores compran un traje Gucci o uno de Giorgio Armani, saben que pagarán más porque están comprando la imagen que la marca representa. En el caso de Armani, los consumidores saben que están comprando calidad, sofisticación, moda y valores intemporales de atractivo mundial. En el caso de Gucci, es la combinación de un estilo clásico, junto con una apariencia más sexy y moderna". (Consolación & Sabaté, 2008)

Consciente de la marca
La gente tiene ideas diferentes sobre lo que la palabra 'marca' significa. Para algunos una marca es un logo, para otros un eslogan y hay quienes creen que representa a la gente, productos o servicios de una compañía que han visto en los medios. (Windels, 2015)
Para (ESPADA, 2014) evidentemente, la ropa de marca tiene que tener algo que haga que mucha gente la compre o la quiera comprar ya que suele ser considerada ropa muy bien elaborada y por ello se puede pensar que es ropa que va a durar más tiempo.

Sentimiento hacia la marca
El sentimiento hacia la marca y su imagen tiene dos significados principales:
Dentro de la teoría de (Costa, 2014) el primero sentimiento es un objeto material, que puedes utilizar en cualquier momento u ocasión; y el segundo como representación mental que implica el prestigio, una fuente de estilo y una mejor categoría y posición dentro de la sociedad a la que se pertenece; generando psicológicamente un status buscado.
Por lo tanto la marca es al mismo tiempo, cosas reales y simbólicas. (Costa, 2014)

Resonancia de Marca
La resonancia de la marca: se refiere a la naturaleza de la relación que mantiene el consumidor con la marca y a cómo cree el consumidor que sintoniza con esta última. (BOTIN, 2013)
Según Kevin Keller Líder internacional en el estudio de las marcas (Lane & Kotler, 2009), la resonancia de marca refiere al nivel de aceptación e identidad que un consumidor tiene sobre una marca; consiste incluso en una serie de pasos para lograr construirla, no solo se trata de una guía estricta a seguir para desarrollar una marca dentro de la moda, se trata de auto responderse preguntas básicas que tan solo sirven para definirse como marca/empresa; preguntas que profundizan temas desde:

1. Cómo es percibida la empresa por el público meta,
2. Que beneficios ofrece y
3. Cuál será el punto diferencial que generara esa correlación de intereses mutuos entre la marca y el consumidor.

METODOLOGIA

La investigación para un mejor desarrollo y un resultado exitoso fue dividida en varias etapas; las cuales son:
La primer etapa se inició con una revisión de literatura; en la segunda etapa se realizó una investigación cuantitativa, descriptiva con un tipo de muestreo aleatorio simple, utilizándose la encuesta como el instrumento de investigación; aplicándose a 51 personas como muestra representativa, en la ciudad de Saltillo, Coahuila; la muestra es considerada influida por los efectos de la ropa de marca.

La tercera etapa fue la cuantificación y procesamiento de datos descriptivos así como la elaboración de tablas de tabulación cruzada, donde se utilizó el programa estadístico SPSS Statistics 21.

RESULTADOS Y DISCUSION

El trabajo de campo evidencia los resultados de la encuesta; observando como las mujeres dan un menor significado a la tropa que usan y a la moda, caso contrario de los hombres que en un mayor porcentaje reflejan su preocupación e interés por la ropa que adquieren y/o usan, claramente bajo la influencia de las tendencias de moda.

Se realizó un análisis de tablas cruzadas de las variables para obtener porcentajes de análisis bivariados encontrándose los siguientes resultados:

*Tabla 1. Género*Significado de la ropa*

			Significado de la ropa		Total
			usarla tiene poco significado	significa mucho usarla	
Género	Mujer	Recuento	34	2	36
		% dentro de Género	94.4%	5.6%	100.0%
		% dentro de Significado de la ropa	73.9%	40.0%	70.6%
		% del total	66.7%	3.9%	70.6%
	Hombre	Recuento	12	3	15
		% dentro de Género	80.0%	20.0%	100.0%
		% dentro de Significado de la ropa	26.1%	60.0%	29.4%
		% del total	23.5%	5.9%	29.4%
Total		Recuento	46	5	51
		% dentro de Género	90.2%	9.8%	100.0%
		% dentro de Significado de la ropa	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	90.2%	9.8%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 1 se observa que el 94.4% del género mujer usar ropa de moda tiene poco significado y para un 5.6 % significa mucho usarla, lo que significa que la mayoría de las mujeres dan poco significado a usarla; en el género hombre el 80% usarla tiene poco significado y para el 20% significa mucho usarla.

De acuerdo con la variable usarla tiene poco significado el 73.9 representa a las mujeres y el 21.1% son hombres. En cuanto a la variable significa mucho usarla 40% son mujeres y el 60% son hombre, lo que significa que para los hombres significa más usar la ropa.

En cuanto a las combinaciones específicas se presenta que usarla tiene poco significado con un 66.7% en mujeres y un 23.5% en lo hombres, lo que señala que las mujeres dan menos significado a la ropa que usan; en el caso de significa mucho usarla el 3.9% son mujeres y el 5.9% representa a los hombres.

*Tabla 2. Género*Interés por la ropa de moda*

			Interés por la ropa de moda		Total
			no siento interes por la moda	Tengo mucho interés por la moda	
Género	Mujer	Recuento	24	12	36
		% dentro de Género	66.7%	33.3%	100.0%
		% dentro de Interés por la ropa de moda	75.0%	63.2%	70.6%
		% del total	47.1%	23.5%	70.6%
	Hombre	Recuento	8	7	15
		% dentro de Género	53.3%	46.7%	100.0%
		% dentro de Interés por la ropa de moda	25.0%	36.8%	29.4%
		% del total	15.7%	13.7%	29.4%
Total		Recuento	32	19	51
		% dentro de Género	62.7%	37.3%	100.0%
		% dentro de Interés por la ropa de moda	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	62.7%	37.3%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

En tabla 2 se puede ver que en el género mujer no siento interés por la moda representa un 66.7% y para el 33.3% Tengo mucho interés por la moda; en cuando al género hombre no siento interés por la moda representa un 53.3% y para el 46.7% Tengo mucho interés por la moda; significa que las mujeres sienten un menor interés por la moda que los hombres.

De acuerdo con la variable no siento interés por la moda el 75% representa a las mujeres y el 25% a los hombres. En cuanto a la variable Tengo mucho interés por la moda 63.3% son mujeres y el 36.8% son hombres; las mujeres sienten un menor interés por la moda.

En las combinaciones específicas se presente que no siento interés por la moda el 47.1% son mujeres y un 15.7% son hombres, lo que señala que para las mujeres siente poco interés por la moda; en el caso de Tengo mucho interés por la moda el 23.5% son mujeres y el 13.7% representa a los hombres.

La siguiente tabla representa los resultados de acuerdo al nivel de estudios comparados con la importancia de vestir a la moda.

*Tabla 3. Nivel de Estudios *Uso de Vestimenta de MOda*

			Uso de Vestimenta de MOda		Total
			No me importa vestir a la moda	Es importante vestir a la moda	
Nivel de Estudios	secundaria	Recuento	8	0	8
		% dentro de Nivel de Estudios	100.0%	0.0%	100.0%
		% dentro de Uso de Vestimenta de MOda	17.8%	0.0%	15.7%
		% del total	15.7%	0.0%	15.7%
	preparatoria	Recuento	34	5	39
		% dentro de Nivel de Estudios	87.2%	12.8%	100.0%
		% dentro de Uso de Vestimenta de MOda	75.6%	83.3%	76.5%
		% del total	66.7%	9.8%	76.5%
	universidad	Recuento	3	1	4
		% dentro de Nivel de Estudios	75.0%	25.0%	100.0%
		% dentro de Uso de Vestimenta de MOda	6.7%	16.7%	7.8%
		% del total	5.9%	2.0%	7.8%
Total		Recuento	45	6	51
		% dentro de Nivel de Estudios	88.2%	11.8%	100.0%
		% dentro de Uso de Vestimenta de MOda	100.0%	100.0%	100.0%
		% del total	88.2%	11.8%	100.0%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3, de acuerdo al nivel educativo se percibe que en la variable No me importa vestir a la moda el 100% representa al nivel de estudios secundaria, esto expresa que en este nivel a los consumidores no les importa la ropa de moda.

Para el nivel preparatoria el 87.2 % no le importa vestir a la moda y para el 12.8% es importante vestir a la moda; para este nivel también es de poca relevancia vestir o adquirir ropa de moda.
Y para los universitarios el 75% no le importa vestir a la moda y para el 25% es importante vestir a la moda, este es el nivel con mayor porcentaje de preocupación por la moda.

En las combinaciones específicas se presente que no me importa vestir a la moda el 15.7% son de secundaria, el 66.7% son de la preparatoria y el 5.9% es de los consumidores universitarios lo que señala que para los de nivel preparatoria vestir a la moda no significa nada; en el caso de Es importante vestir a el nivel secundaria no tiene participación, el 9.8% son de la preparatoria y el 2% son del nivel universidad. En cuanto al porcentaje los de preparatoria dan una mayor importancia a vestir de acuerdo a la ropa de moda.

CONCLUSIONES

Este trabajo tuvo como resultado que las mujeres tienen un comportamiento menor ante la ropa de moda y los hombres tienen una mayor respuesta a los estímulos que ejercen las marcas; en el significado de la ropa para los géneros (hombre, mujer) las combinaciones específicas representan

que las mujeres dan menos significado a la ropa que usan y compran; en el caso de significa mucho usarla los hombres tienen mayor participación; lo cual demuestra que lo hombres dan un mayor significado a la ropa que compran y usan, determinando que los hombres tienen un mayor estimulo de emociones y sentimientos por la ropa de moda.

En el análisis de las combinaciones específicas de no siento interés por la moda; las mujeres siente menos interés por la moda; en el caso de Tengo mucho interés por la moda; un menor porcentaje de las mujeres totales piensan que la moda es importante y le dan un mayor interés.

Adentrándonos al nivel educativo los resultados fueron que en el nivel secundaria a los consumidores no les importa la ropa de moda en absoluto. En cuanto al nivel preparatoria el en su mayoría no le importa vestir a la moda; en este nivel también es de poca relevancia vestir o adquirir ropa de moda. Y para los universitarios un porcentaje mayor dijo no importarle vestir a la moda y para pacos es importante vestir a la moda, este es el nivel con mayor porcentaje de preocupación por la moda. Se puede concluir que los consumidores con estudios superiores son más susceptibles a la moda y a utilizar ropa que exprese lo que buscan de la moda.

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo de investigación fue realizado bajo la supervisión de la M. Pl. Edith Reyes Ruiz Maestra investigadora; a quien expreso mi agradecimiento, por hacer posible esta investigación, gracias por sus consejos, por sus enseñanzas y sobre todo por la paciencia, tiempo y dedicación que tuvo conmigo para que esto tuviera un resultado exitoso.
A mis padres y hermano por apoyarme en todo lo que me he propuesto y gracias por dejarme viajar a la ciudad de Saltillo, Coahuila a realizar la investigación.

BIBLIOGRAFIA

Libros

Lane, K. K., & Kotler, P. (2009). Dirección de Mercadotecnia. Pearson Educación.
Artículos en líneaÁbrego, A. (2004). Valor de marca: ¿qué significa y cuáles son sus ventajas? de Hipermarketing: http://www.hipermarketing.com/nuevo%204/columnas/artemio/nivel3valordem (fecha de consulta 23-06-2016).

Beard, N. D. (2015). The online platform for Taylor & Francis Group content. de http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.2752/175174108X346931 (fecha de consulta 21-06-2016).

BOTIN, J. (2013). BRAND EQUITY POR JAVIER BOTIN – PARTE 2. de EL ABC DEL MARKETING: https://elabcdelmarketing.wordpress.com/2013/10/27/brand-equity-por-javier-botin-parte-2/ (fecha de consulta 24-06-2016).

Consolación, C. S., & Sabaté, F. G. (2008). Asociación para el Desarrollo de la Ingeniería de Organización - ADINGOR. De http://adingor.es/congresos/web/uploads/cio/cio2008/BUSINESS_ADMINISTRATION_AND_STRATEGY//267-272.pdf (fecha de consulta 21-06-2016).

Costa, J. (2014). LA IMAGEN DE MARCA. de cvonline: http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Lic_virt/Mercadotecnia/DMKT014/unidad2/ppt__23_imagen_marca.pdf (fecha de consulta 21-06-2016).

ESPADA, B. (2014). MARCA ¿POR QUÉ PREFERIMOS ROPA DE MARCA? de http://prensacorazon.com/marca-por-que-preferimos-ropa-de-marca/ (fecha de consulta 27-06-2016).Windels, J. (2015). La importancia de la percepción de marca. de Brandwatch Blog: https://www.brandwatch.com/es/2015/10/percepcion-de-marca/ (fecha de consulta 27-06-2016).

ANÁLISIS DE VARIABLES INVOLUCRADAS EN EL PROCESO DE INNOVACIÓN DEL TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO. CASO DE ESTUDIO DEL EVENTO NACIONAL DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA, FASE REGIONAL 2015 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR DE IRAPUATO (ITESI)

María Guadalupe García Martínez[1] y Carlos Enrique Montoya Nito[2]

RESUMEN

Una forma clara de medir el grado de innovación en un país es el gasto de financiamiento en los proyectos de innovación, México cuenta con altos niveles de financiamiento para ese rubro lo cual genera una motivación o estímulo a los investigadores y/o estudiantes para crear o participar en dichos proyectos. La falta del monitoreo en los proyectos tecnológicos ocasiona que se desconozca la relación que existe entre las variables consideradas para ser un proyecto de innovación. Dichas variables se observarán para obtener una visión de cómo estas se relacionan durante el proceso de evaluación de los proyectos que participaron en el Evento Nacional de Innovación Tecnológica (ENIT) 2015 fase regional ITESI.

ABSTRACT

A clear way to measure the degree of innovation in a country is spending financing innovation projects, Mexico has high levels of funding for that category which generates a motivation or encouragement to researchers and / or students to create or participate in such projects. The lack of monitoring technology projects causes the relationship between the variables considered to be an innovation project is unknown. These variables were observed to get a glimpse of how these relate during the evaluation process of the projects that participated in the National Technological Innovation Event (ENIT) 2015 ITESI regional phase.

Palabras Clave: Innovación, Tecnología, Crecimiento, Desarrollo, Cultura.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) la innovación es la "introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio) de un proceso, de un método de comercialización o de un nuevo método organizativo en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores". Para lo cual la OECD (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, en español) define a una innovación tecnológica como una "innovación que se distingue por una mejora o novedad en las características del desempeño de los productos o servicios, y su aplicabilidad en la práctica dependerá del grado en que dichas características y su grado de novedad sean un factor importante en las ventas de una empresa o industria concerniente".

El Tecnológico Nacional de México (TecNM) especifica que un proyecto "es el conjunto de elementos o partes interrelacionados de una estructura diseñada para lograr los objetivos específicos, o resultados proyectados, con base a las necesidades detectadas, y que han sido diseñados como propuesta para presentar alternativas de solución a problemas planteados en él". Entonces un proyecto de innovación es un conjunto de actividades que se realizan para proponer posibles soluciones o resolver problemas referentes al mejoramiento de un proceso, bien o servicio.

[1] Instituto Tecnológico de Querétaro; Av. Tecnológico s/n esq. Mariano Escobedo Col Centro Querétaro, Qro. C.P: 76000, María Guadalupe García Martínez soy-comokieroser@hotmail.com
[2] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato; Carretera Irapuato-Silao 12.5, C.P: 36821, Irapuato, Gto. M.C. Carlos Enrique Montoya Nito.

El Manual de Oslo menciona que el grado de innovación en un país se genera de acuerdo a los resultados de los proyectos de investigación, que pueden crear o mejorar un bien o servicio y así estimular que las economías en conjunto con sus agentes económicos, permitan evolucionar de forma positiva. Al ejecutar una buena administración en los proyectos de investigación que son importantes en su competitividad se generan proyecto con mejores fortalezas.

La Norma Mexicana NMX-GT-002-IMNc-2008 facilita la sistematización de los proyectos tecnológicos mencionando los puntos que se tienen que cumplir para considerarlos como innovadores, así mismo permite que las organizaciones identifiquen y reconozcan posibles nuevos proyectos con el objetivo de guiar cambios tecnológicos e innovadores para el desarrollo económico, social y cultural con ayuda de la gestión tecnológica, por medio de prácticas y técnicas que ya se encuentran estandarizadas.

El Modelo Educativo 2016 propuesto por la Secretaria de Educación Pública (SEP) considera como sus principales necesidades para atender la generación de educación de calidad para todos los mexicanos, incrementando las matrículas de los estudiantes, favoreciendo así la generación de nichos de innovación de acuerdo a lo establecido por la OECD, por medio de la apertura de programas educativos de alto impacto tecnológico en dónde convergen ingenieros e investigadores que impactan el incremento del grado de innovación, para lo cual el Tecnológico Nacional de México (TecNM) tiene como propósito formar capital humano calificado, acorde con las necesidades económicas y sociales del país; un medio para lograrlo es la organización de diversas actividades académicas con enfoque en la innovación, una de ellas es el Evento Nacional de Innovación el cual tiene el objetivo de fomentar el desarrollo de la ciencia, tecnológica e innovación, mediante la aplicación de tecnologías enfocadas al desarrollo sustentable, en proyectos que den respuesta a los problemas nacionales y generen benéficos económicos, sociales y ecológicos con la participación de los Institutos Tecnológicos en toda la República Mexicana.

Con el Evento Nacional de Innovación Tecnológica (ENIT) del TecNM, se estima que aproximadamente el 5% de los proyectos tienen un seguimiento constante que toma en consideración la variabilidad comercial, y aproximadamente el 95% restante tiene un estancamiento por la falta de financiamiento económico o la escases del tiempo para gestionar los proyectos. Un análisis de las variables involucradas para determinar los factores involucrados en la obtención de resultados positivos en términos comerciales y técnicos de los proyectos da cuenta del grado del nivel de innovación de la tecnología por medio de los resultados de las evaluaciones aplicadas a los proyectos que participaron en el evento.

El crecimiento productivo en una economía puede explicarse por dos factores, el primero considera el aumento de la cantidad de insumos en el proceso productivo, el segundo se refiere a nuevas formas de obtener una mayor producción o de mayor valor con los mismos recursos. De acuerdo con cálculos de la OCDE, en los países más desarrollados la innovación explica entre dos tercios y tres cuartas partes las tasas de crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB).

Al producir mayor cantidad con la misma materia prima, al mejorar el proceso de extracción o que la materia prima tenga un grado alto de modificación y se venda a costos más elevados, es que son necesarios los proyectos de innovación. En la actualidad, el liderazgo en la materia de proyectos de innovación en México lo llevan principalmente el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) por medio de Centros de Investigación y organismos tanto públicos como privados, principalmente Tecnológicos y Universidades.

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) ha participado en el establecimiento de contactos con el extranjero y entre las instituciones asociadas, promoviendo básicamente la difusión de las ideas y el estado del arte en las comunidades académicas. Algunos otros organismos como la ADIAT y el Premio Nacional de Tecnología (PNT).

En México se incrementó el gasto para el desarrollo de investigaciones en todo el país, para lo cual el CONACyT al ser la principal organización que recibe ese financiamiento, incrementa a nivel nacional la inversión de las empresas en actividades y proyectos relacionados con la investigación, desarrollo tecnológico e innovación a través del otorgamiento de estímulos complementarios, de tal forma que estos apoyos tengan el mayor impacto posible sobre la competitividad de la economía nacional.

El TecNM a su vez ha creado los Eventos Nacionales de Innovación Tecnológica en toda la república, para motivar a los estudiantes a participar en dichos eventos y ser una plataforma para mostrar los proyectos de innovación ya sea para mejorar un bien o un servicio. El ITESI contribuye al ser participe como anfitrión en el Evento Nacional de Innovación Tecnológica 2015 y al motivar a los estudiantes para participar en el Evento Nacional Estudiantil de Innovación Tecnológica.

La problemática detectada es que no se genera ni se cuenta con una cultura en la innovación tecnológica en México, así mismo que no se tienen monitoreados los esfuerzos tecnológicos que tiene el Tecnológico Nacional de México (TecNM)porque no cuentan con el equipo necesario que les permita verificar los impactos de las innovaciones. Objetivo General para lo cual se analizará la relación que existe entre variables involucradas en la evaluación de proyectos participativos en el Evento Nacional de Innovación Tecnológica (ENIT) 2015 teniéndolos como una muestra significativa de todos los proyectos generados por investigadores y estudiantes pertenecientes al TecNM.

MARCO TEORICO

La distribución de frecuencias es una tabla con datos agrupados que se empleó por el número de variables con las que se cuenta en base a la recopilación de datos de los proyectos participantes y se agruparon los valores en intervalos que tengan la misma amplitud denominados clases. A cada clase se le asigno su frecuencia correspondiente el límite de la clase para poder identificar cuáles son las de mayor importancia en los proyectos cómo influye y poder determinar e identificar cuáles son las limitantes en el proceso de innovación en proyectos científicos.

MÉTODOS Y MATERIALES

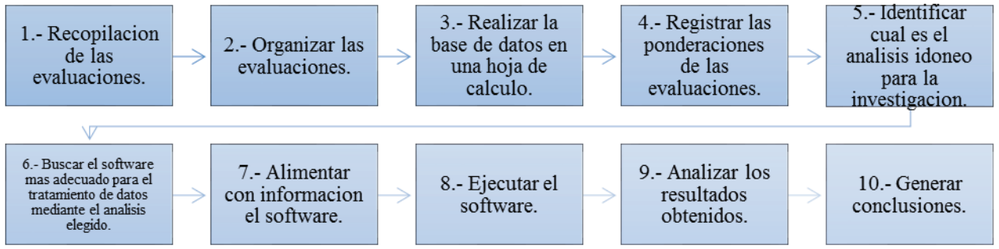


FIGURA 1

El método que se utilizo es cuantitativo en una base de datos que se recopilo con los que se tenían del Itesi del evento antes mencionado que se realizó hay mismo dentro de la institución para poder hacer los estudios necesarios en el cual todo se efectuó manualmente y después de tener los datos completos se capturaron en la paquetería de office se ejecutó por computadora con el software de Excel para poder ver su comportamiento entre las variables analizadas.

RESULTADOS

A	13
B	1
C	5
D	9
E	33
F	57
G	111
H	130
I	110
J	49

TABLA 1

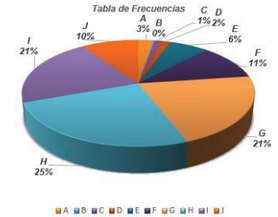


FIGURA 2

Aquí se observa que los principales que poseen la mayoría de los datos se agrupan en los rangos G, H, I, J que son 518 del formato de evaluación que corresponden a cuatro rangos los cuales son 61-70, segundo 71-80, tercero 81-90, cuarto 91-100 dichos datos que fueron tomados de las evaluaciones realizadas a los proyectos que participaron en Evento Nacional de Innovación Tecnológica Enit 2015

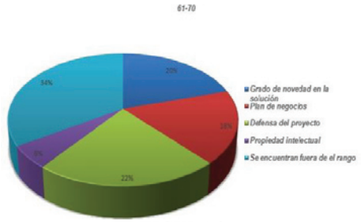


FIGURA 3

En el rango G que se muestran en la tabla anterior que corresponden a las calificaciones del 61 al 70 podemos observar que el parámetro más alto se encuentra en la defensa del proyecto y que su grado de novedad en la solución es el segundo con mayor porcentaje.

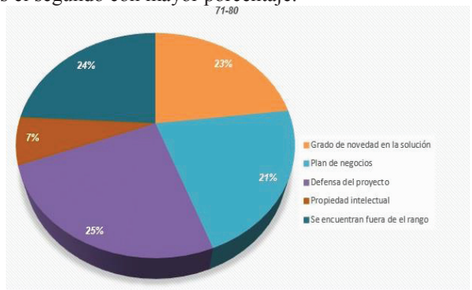


FIGURA 4

Aquí se puede observar que el parámetro más alto se encuentra en la defensa del proyecto y en segundo se tiene el grado de novedad porque en tercero está el plan de negocios que corresponde al 71-80 de calificaciones.

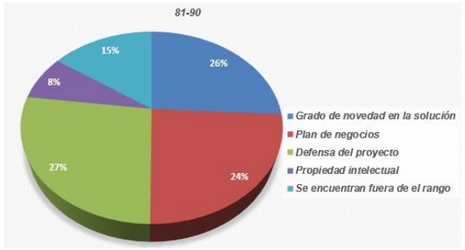


FIGURA 5

La defensa del proyecto es el parámetro con mayor porcentaje en el rango de 81-90 y como en segundo se encuentra el grado de novedad y en tercero el plan de negocios.

CONCLUSIONES

Se hizo una distribución de frecuencias donde se observaron los datos y su comportamiento es normal con ellos se realizan estudios más específicos con las variables seleccionadas por los datos obtenidos de los participantes en el evento así pudo visualizar que la calificación final es con los formatos que ya están establecidos por los cuales contienen lo que evaluaran donde algunos datos en algunos estaban con alguna faltante de datos también así se agrupan la mayor cantidad de datos se encuentran en los intervalos del 71-80 con esto lo que se pretende en los proyectos que se presentan en el Enit es poder hacer que cumplan realmente con lo que es innovación tecnológica y que trasciendan más allá del evento es buscar que con su comportamiento se logran instalar como negocios creemos que los que ganan al siguiente año no vuelven a ganar es porque contaron con un muy buen asesor o alumnado pero es ambos no se pueden tener a la vez en caso que sucediera es muy baja la probabilidad que pase con esto también se deduce que no es por el producto por lo que ganan es por los soportes que presentan por lo que los asesores solo los están preparando para poder planear productos e innovarlos pero no los están ejecutando así como los institutos tecnológicos solo les califican lo establecido en el formato sin considerar su plan de negocios que es donde se puede ver si el negocio es factible invertirle o replantear algo nuevo y algunas de las características se encuentran en los intervalos del 71-90 con un porcentaje del cual mencionaremos a continuación: Así también observamos que la mayor parte de lo evaluado se concentra en la defensa del proyecto sin importar si se pueden consolidar como empresa a un futuro, no toman en cuenta los medios con los que se cuentan solo evalúan con lo presentado.

Los intervalos de 61-70 se encuentra en la defensa del proyecto con 74.26%,71-80 con 82.24% ,81-90 con 89.75%. Lo cual nos permitió ver que es lo importante de una innovación tecnológica con lo que debe contener y lo que le falta para trabajar en algo que nos beneficiara como estudiantes futuros profesionistas.

AGRADECIMIENTO

El presente agradecimiento es para el M.C. Carlos Enrique Montoya Nito. Por a ver me permitido se parte de la colaboración del proyecto y por compartirme su conocimiento, así como el apoyo que recibí de su parte, así como de los profesores del ITESI que participaron en conjunto con nosotros.

Dr. José Antonio Vázquez Canseco por ser parte importante del conocimiento que nos impartió y por a ver nos dado la oportunidad de poner nuestro conocimiento en práctica, así como las asesorías contribuyendo a la ayuda de nosotros como alumnos en nuestro Instituto Tecnológico de Querétaro.
Al CONACyT por el apoyo que nos brindó en darnos la oportunidad de participar en un proyecto de gran relevancia e importancia ante el TecNM, así como fomentar en nosotros como estudiantes el conocimiento y la importancia de la Investigación.

Dr. José Arturo Toscano Giles de División de Estudios de Posgrado e Investigación del Instituto Tecnológico de Querétaro por estar siempre apoyándonos.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptisa Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la investigación.* México, D.F.: McGraw Hill.

Montgomery, D. C., & Runger, G. C. (2007). *Probabilidad y estadística a la ingeniería. D.F.: McGraw Hill.*

OECD, O. y. (2005). *Manual de Oslo.* Grupo Tragsa

Buenas prácticas de gestión de la innovación en centros de investigación tecnológica, José Luis Solleiro Rebolledo y Antonia Terán Bustamante (2013) México.

OCDE (2000): *Science, Technology and Industry* OCDE.

WEB

CONACyT. (s.f.). Obtenido de Concejo Nacional de ciencia y tecnología: http://conacyt.gob.mx/index.php/fondos-y-apoyos/programa-de-estimulos-a-la-innovacion

CONACyT. (2014). Obtenido de Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología: http://www.conacyt.mx/index.php/el-conacyt/desarrollo-tecnologico-e-innovacion

Instituto Mexicano de Normalización y Certificación. (2008). Obtenido de Instituto Mexicano de Normalización y Certificación: https://www.cibnor.mx/images/stories/covisti/ott_cepat/nmx-gt-002-imnc-2008-gestion-tecnologia-proyectos-tecnologicos-requisitos.pdf

Programa nacional de innovación. (2011). Obtenido de Programa nacional de innovación: http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/innovacion/Programa_Nacional_de_Innovacion.pdf

Secretaria de Educación Pública (SEP). (2016). Obtenido de Secretaria de Educación Pública (SEP): https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/114501/Modelo_Educativo_2016.pdf

TecNM. (14 de Mayo de 2015). Obtenido de Tecnológico Nacional de México: http://www.tecnm.mx/convocatorias/evento-nacional-de-innovacion-tecnologica-2015

WIPO. (Octubre de 2015). Obtenido de World Intellectual Property Organization: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2015-part1.pdf.

IMPACTO DE LAS TIC´S EN LAS MIPYMES DE MONCLOVA COAHUILA, DEL RAMO INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS

Magdalena García Rodarte[1] y Elizabeth Valdez Soto[2]

RESUMEN

En la presente investigación se muestra la importancia de conocer la situación actual de las MiPymes en el municipio de Monclova Coahuila, en relación con la aplicación de las TICs en sus empresas. El desarrollo de las llamadas micro, pequeñas y medianas empresas en nuestro país ha sido considerable. El presente proyecto se caracteriza por ser una investigación de campo, con una estrategia metodológica cuantitativa cuya derivación expositiva es de tipo descriptiva, la investigación se centra en el enfoque teórico, se elaboraron y se aplicaron ciertas encuestas que nos ayudaron a evaluar los principales factores de las PYMES; la muestra estuvo conformada por 187 empresas, del municipio arriba mencionado.

ABSTRACT

In this research the importance of knowing the current situation of MiPymes in the city of Monclova Coahuila, in connection with the application of ICT in their business shown . The development of micro calls, small and medium enterprises in our country has been considerable. This project is characterized as a field research with a quantitative methodological strategy whose exhibition derivation is descriptive, the research focuses on the theoretical approach, they were developed and certain surveys that helped us evaluate applied the main factors MiPymes ; the sample consisted of 187 companies , the above-mentioned municipality.

Palabras Clave: MiPymes, Tics, Monclova.

INTRODUCCION

Actualmente es conocida la importancia que tienen las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) y el uso que se hace de ellas en todas las organizaciones, independientemente de que sean estas pequeñas, medianas o grandes empresas. La importancia trasciende en la medida en que las organizaciones, por su tamaño, giro y sector, son capaces de incorporar a su estrategia competitiva, los antiguos sistemas de información usados, que convertían datos operacionales en indicadores de gestión (la mayor parte de las veces de económico-financiera), se han visto absorbidos y superados por un nuevo concepto del tratamiento de la información para la toma decisiones, evoluciona con fuerza en el ámbito de las Tecnologías de la Información.

El objetivo general de este proyecto es conocer la situación actual de las Mi Pymes de la Región Centro de Coahuila en relación con la aplicación de las TIC'S en su empresa, mientras tanto hoy en día en las pequeñas y medianas empresas no se encuentran en un alto nivel de tecnología, ya que estas están dirigidas por personas grandes a los cuales se les dificulta la tecnología. Sin embargo nos dimos a la tarea de conocer sobre la situación en la cual se encontrar las Mi Pymes de la Región Centro de Coahuila.

[1]Ingeniería en Gestión Empresarial, Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejército Mexicano, Carretera 57 km 4.5 Nte, Unidad Tecnológica y Universitaria, C.P:25701, Monclova, Coahuila, magitha2094@hotmail.com

[2] Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano, Acadêmica; Carretera 57 Km. 4.5 Nte, Unidad Tecnológica y Universitaria, M.A.L. Elizabeth Valdez Soto, C.P: 25701, Monclova, Coahuila, evaldez@itsmva.edu.mx

MARCO TEORICO

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado la gestión de las empresas y nuestra manera de hacer negocios para: Comunicarnos con nuestros clientes, Gestionar los pedidos y las ventas, Promocionar nuestros productos, Relacionarnos con la administración pública. En todas las áreas de la gestión empresarial, las Tecnologías de la Información y la Comunicación han transformado nuestra manera de trabajar liberándonos de las cargas más pesadas, optimizando nuestros recursos y haciéndonos más productivos. Gracias a ellas, somos capaces de producir mucho más, de mejor calidad, invirtiendo mucho menos tiempo. (rocha).

MIPYMES; el desarrollo de las llamadas Micro, pequeñas y medianas empresas MIPYMES en nuestro país ha sido considerable y es una de las áreas de la economía en la cual nuestra política económica interna invierte mayores recursos, en la actualidad es común escuchar sobre de ellas en todos los medios de comunicación y en la propaganda del Estado con sus programas de apoyo y fondos económicos.
Las MIPYMES han existido desde la segunda mitad del siglo XX, como consecuencia de los ánimos emprendedores que caracterizan a los mexicanos, es una herramienta de subsistencia y el autoempleo, pocas veces provienen de la adecuada planeación del negocio o de un grupo de inversionistas, en la mayoría comienza de una simple idea o corazonada de una familia o de un grupo de amigos para hacerse de recursos ofertando un bien o servicio, en el caso de nuestro país han tenido un considerable desarrollo en los últimos 30 años. (Cobanera, 2000)

¿Qué es una empresa industrial?
Son empresas industriales todas las actividades económicas organizadas que para el cumplimiento de su objetivo misional requieren de la transformación y/o extracción de materias primas de cualquier tipo. Las empresas industriales hacen parte del sector secundario de la economía nacional, que está conformado por todas las actividades económicas que se realizan en el país y que están relacionadas con la transformación industrial de todo tipo de bienes. El sector secundario de la economía, también denominado sector industrial se divide en dos sub-sectores:

- Industrial extractivo: extracción de todo tipo de recursos naturales
- Industrial de transformación: conversión de cualquier tipo de materias primas, mediante apoyo de máquinas y herramientas. (Queen, 2014)

¿Qué son las empresas de servicios?
Una Empresa de Servicios es aquella cuya actividad principal es ofrecer un servicio (intangible) con el objetivo de satisfacer necesidades colectivas, cumpliendo con su ejercicio económico (fines de lucro). Estas empresas pueden ser públicas, privadas o mixtas, cuando son públicas es porque el Estado está en mejor capacidad de cumplir con esta actividad que un particular (y son empleadas para cubrir las llamadas necesidades públicas), pero generalmente al ser empresas privadas la calidad del servicio es mejor. (Anonimo, 2014)

METODOS Y MATERIALES

Nuestra investigación se centró en el enfoque teórico implementando como instrumento de medida la Encuesta que evalúa los principales factores de las PYMES**.**

Etapa 1 –Recolección de datos para Identificar las Mi Pymes de la Región Centro de Coahuila.

Etapa 2 –Organización y procesamiento de datos para así poder determinar el grado de uso de las TICs que permita elaborar la propuesta para implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) en la Mi Pymes.

Etapa 3 - Difusión de resultados a través de la elaboración de reporte final
Se realizó una investigación de campo, a través una serie de encuestas en la zona de Monclova, Coahuila, para conocer si las MiPYMES hacían uso de las TIC´S, así como si disponían de los materiales necesarios. Estas encuestas podían ser contestadas por parte de los propietarios o empleados de los negocios.

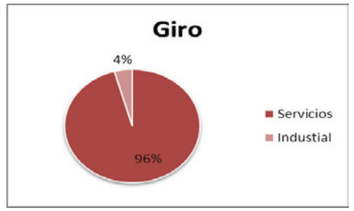
La primera parte de la entrevista era contestada por la persona, en este apartado se preguntaba el nombre del negocio y la localización de este y también la región en la que se encuentra, a continuación se interrogaba a que giro pertenecía el negocio y si contaban con los servicios de energía eléctrica, teléfono e internet.

El siguiente apartado de la entrevista era preguntar sobre si el negocio contaba con computadoras, impresoras, laptops, copiadora convencional y de tickets , scanner, rack, teléfono, celular, conexión alámbrica e inalámbrica, así como qué sistemas operativos son con los que contaban sus computadoras y de que softwares hacían uso en caso de realizar facturación electrónica.

La última parte de la encuesta era contestada por los encuestadores, y era referente a lo que se podía observar visualmente del local. Esto era si contaban con logotipo y nombre visible, así como si estaba como MR. También si tenían estacionamientos, y en caso de que si, cuantos cajones tenían disponibles. De igual manera teníamos que observar si contaban con canaletas para ocultar el cableado de sus computadoras, y puertos HUBS, y si hacían uso del internet para darse a conocer: Instagram, Facebook, Twitter, Etc.

Por último, observábamos si contaban con seguridad en su local, esto refiriéndonos a si hacían uso de cámaras, puertas de seguridad, cortinas, protectores, alarmas, o el uso de guardias de seguridad dentro y fuera de los negocios. Los materiales utilizados en esta investigación de campo fueron las encuestas, pluma, gafete de identificación y tabla para apoyar**.**

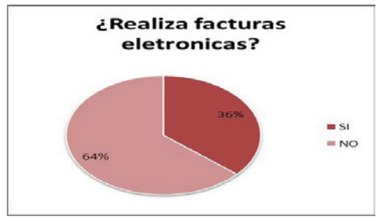
RESULTADOS



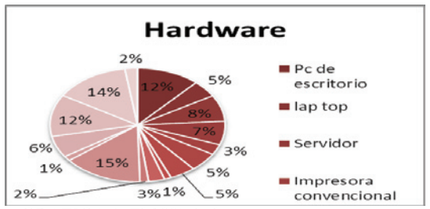
GRAFICA 1. El 96% son empresas de giro de Servicios y el 4% son Industriales.



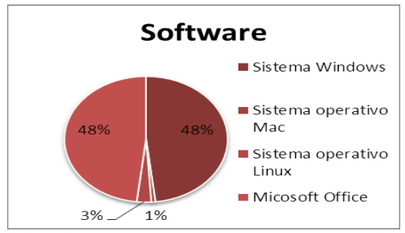
GRAFICA 2. El 41% cuenta con Luz eléctrica, el 33% a teléfono y el 26% a Internet.



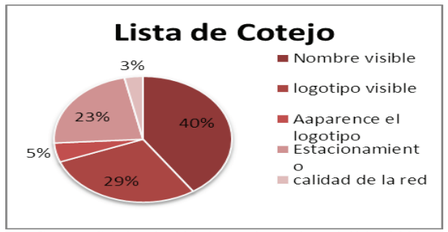
GRAFICA 3. El 36% de las empresas si realizan Facturación electrónica y el 64% no realiza.



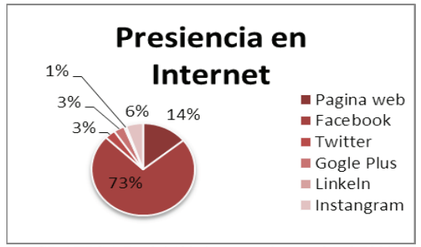
GRAFICA 4. El 12% de las empresas cuentan con Computadora, 5% laptop, 8% servidor, 7%Impresora convencional, 3% Impresa de ticket, 5% Copiadora, 1% Escáner , 3% Lector código de barras, 2% Disco duro externo , 15 % Conmutador, 1% Teléfono , 1%Rack,6% Red alámbrica, 12% Red inalámbrica, 14%Celular, 2%Tableta



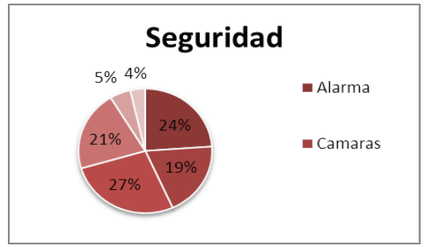
GRAFICA 5. El 48% tiene sistema Windows el 15% mac, el 3% tiene linux y el 48% cuenta con office



GRAFICA 6. El 40% tiene el nombre visible, 29% el logotipo visible, 5% aparece el logotipo, 23% calidad de la red.



GRAFICA 7. el 14% tiene pagina web, el 73% Facebook, 3% twitter, 3% gogle plus1% linkein, 6% instagram



GRAFICA 8. el 24% tiene alarma, 19% cámaras, 27% cortinas, 21% protecciones, 5% guardias y el 4% puertas de seguridad

CONCLUSIONES

Los beneficiados de este proyecto serían directamente las Mi Pymes ubicadas en la ciudad de Monclova Coahuila. Si estas empresas deciden modernizase y se adaptan a los avances tecnológicos que se abalanzan sobre la industria cada día y exigen de quienes le quieren seguir el ritmo una continua actualización y constante renovación en sus sistemas productivos obtendrán grandes logros y avances en su desarrollo.

Pero nos dimos cuenta en la investigación que hay muchos comerciantes que no quieren recibir la ayuda porque siempre quieren estar en la misma rutina por comodidad y ya que la mayoría de las personas son de edad avanzada por lo cual se les dificulta el uso de las tecnologías y su estado de apatía en aprender algo nuevo. Mientras tanto como propuesta del Instituto Tecnológico Superior de Monclova "Ejercito Mexicano", ofrece el servicio de la incubadora para poder dar apoyo a los negocios, refiriéndose por este a dar asesorías, capacitaciones y consultorías en cuando a uso de la tecnología e internet.

Para que estas personas puedan crecer en su empresa y aprender cosas nuevas para el crecimiento del mismo como lo serían realizar facturas electrónicas porque ya es muy necesario que una empresa realice dichas facturas y también como la creación de páginas web y de Facebook, con el fin de dar a conocer sus negocios, y por ende, crecer. A pesar de que la mayoría de los encuestados se negó a recibir apoyo, refiriéndonos por mayoría a un 76%, el 24% de los encuestados está dispuesto a recibir el apoyo, brindando así sus datos personales para que la institución de ponga en contacto. Unas de las gran observación que tuvimos mientras realizamos las encuestas fue que las personas no quieres dar datos personales, por miedo a que nosotros les hagamos un daño o un mal uso de esos datos, o quizás por cómo está la situación actual en país.

BIBLIOGRAFIA

Anonimo. (08 de noviembre de 2014). *concepto definicion*. Obtenido de http://conceptodefinicion.de/empresa-de-servicios/

Carrie, S. (28 de agosto de 2012). *Educamericas*. Recuperado el 1 de julio de 2016, de http://www.educamericas.com/articulos/reportajes/las-tic-y-su-influencia-en-las-pymes

Cobanera, A. (2000). *Manual básico para emprender.* Madrid, España: Editorial SPRI.

COPYRIGHT. (15 de MARZO de 2004). *Servicios TIC*. Obtenido de http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html

Queen, A. (29 de mayo de 2014). *Actualicese*. Obtenido de http://actualicese.com/2014/05/29/que-es-una-empresa-industrial/

rocha, C. (s.f.). *Servicios Tic*. Recuperado el 2016 de Julio de 3, de http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html

ANÁLISIS DE LOS REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS LOGÍSTICOS EN LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DE LA CIUDAD DE SAN LUIS POTOSÍ

Montserrat Guadalupe Gerónimo Morales[1] y Juan Carlos Portales Rodríguez[2]

RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación es conocer cuáles son los servicios logísticos que las empresas manufactureras ubicadas en la Capital de San Luis Potosí utilizan principalmente, además de realizar mediante los resultados obtenidos en las encuestas un diagnóstico tanto de las necesidades reales como también de las potenciales que tienen las empresas. Todo esto con la finalidad de implementar puntos de acción para fortalecer e impulsar a las empresas de Servicios Logísticos ubicadas en San Luis Potosí , de manera que se pueda lograr una mayor integración y promoción de las mismas.

Palabras clave: Servicios logísticos, empresas.

ABSTRACT

The main objective of the following research is to get to know the logistic services which the manufactures enterprises located in the capital San Luis Potosí mainly use. As well, we carried out a diagnostic regarding to the real life necessities and the potential ones that the companies have. All of this with the purpose to implement action points to give an impulse and straighten the logistic services located in San Luis Potosí. In a way that a better integration and promotion can be develop among them.

Keywords: Logistics Services, enterprises.

INTRODUCCIÓN

Actualmente en San Luis Potosí existe una gran deficiencia en cuanto a las empresas de servicios logísticos que existen en la ciudad, esto tanto en la variedad que ofrecen, la localización y la poca demanda que éstas empresas tienen por parte de las empresas manufactureras, debido a que la mayoría de las empresas del sector manufacturero no utilizan los servicios logísticos que en la capital se ofrecen.

En los últimos años el Clúster Logístico de San Luis Potosí A.C ha tenido una serie de acercamientos con las empresas logísticas y manufactureras asentadas en el estado de San Luis Potosí. En dichas reuniones uno de los principales temas tratados es sobre los requerimientos de servicios de logística específicos solicitados por las empresas de manufactura, ya que en la mayoría de los casos los proveedores de dichos servicios se encuentran en otros estados del país, originando que se reduzca la competitividad de las empresas, y que se incrementen los costos.

Este proyecto de investigación tiene como objeto conocer cuál es la demanda que tienen las empresas de servicios logísticos en la ciudad de San Luis Potosí, los requerimientos que las empresas manufactureras tienen en cuanto a los servicios logísticos, así como conocer las necesidades reales y potenciales para que al terminar el estudio sea posible tomar decisiones y acciones que permitan el fortalecer los servicios ya extenientes, así mismo, impulsar y promover el uso de estos servicios en el Estado de San Luis Potosí.

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Licenciatura en Administración y Gestión, Urbano Villalón 500, La Ladrillera, C.P.78369, San Luis Potosí, SLP, 130113@upslp.edu.mx.

[2] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Academia de Ingeniería en Sistemas y Tecnologías Industriales, Urbano Villalón 500, La Ladrillera, C.P.78369, San Luis Potosí, SLP, carlos.portales@upslp.edu.mx

Todo esto porque se prevé un gran crecimiento en la industria en los próximos 2 años, debido a que llegarán a la cuidad dos nuevas armadoras (BMW y FORD) y con ella se espera que más de 200 proveedores también lo hagan por lo que habrá un incremento sustancial en el uso de los servicios logísticos.

MÉTODOS Y MATERIALES

El proyecto se llevó a cabo en las Instalaciones de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí ubicado en la zona sur de la ciudad de San Luis Potosí en el periodo que va desde el 13 de junio del 2016 hasta el 15 de julio del presente año. Para ello se tomó una población de 110 empresas de las cuales se esperaba una respuesta de 40. Pero en consecuencia al periodo corto de aplicación se llegó únicamente a la cifra de 34 empresas.

El clúster Logístico de San Luis Potosí, fue el encargado de proporcionar la base de datos de las 110 empresas, la cual contaba con los números telefónicos, correo electrónico y el nombre del contacto directo.

La encuesta consta de 34 preguntas divididas en 13 apartados. Las preguntas abarcan desde los datos generales de las empresas, datos del contacto, servicios 3PL y 4PL, la carga y el uso de agencias aduanales.

Para realizar las encuestas se optó por marcar a las empresas para informarles sobre el objetivo de la investigación y la importancia de que fueran participes en ella. Una vez que los contactos estaban de acuerdo en participar en la encuesta, se les comentaba que había tres formas para contestarla:

1. La primera de ellas, mediante vía telefónica, de manera que en ese momento se obtuviera la retroalimentación de las empresas.

2. Así mismo, vía correo electrónico y de esta manera al recibir la encuesta previamente contestada se introducía la información en la base de datos y la plataforma.

3. O bien, se tenía la opción de que directamente fuera contestada en la plataforma de manera online, lo que agilizaba un poco el obtener la información y resultaba más eficiente debido al hecho de que ya no sé tenía que esperar la respuesta por parte de las empresas para vaciar la información en la plataforma, si no que se subía directamente.

Cabe mencionar que si la empresa solicitaba que se fuera personalmente para contestar la encuesta, se realizaba una visita hasta la organización, lo que era un poco más dinámico y más enriquecedor para nosotros.

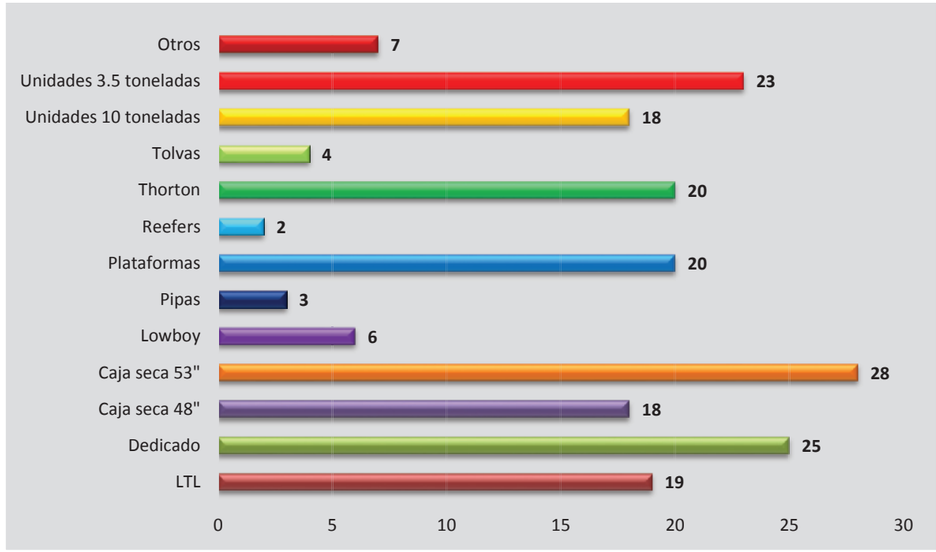
RESULTADOS

De acuerdo a los resultados de la encuesta, se observa que 28 de las 34 de las empresas encuestadas tienen un origen de capital internacional (Grafica 1), siendo EUA el país con mayor aportación a la industria. Así mismo, cabe mencionar que la mayoría de éstas empresas son pequeñas y medianas empresas.



Grafica 1: ORIGEN DE CAPITAL

En la gráfica 2 se puede observar los tipos de carga terrestre que las empresas manufactureras en la ciudad de San Luis Potosí utilizan. La CAJA SECA DE 53" es la más usada por parte de estas empresas debido a que la utilizan 28 de las 34 empresas encuestadas. Esta representa una frecuencia mayor a comparación de los REEFERS que solamente son utilizados por 2 de las empresas.

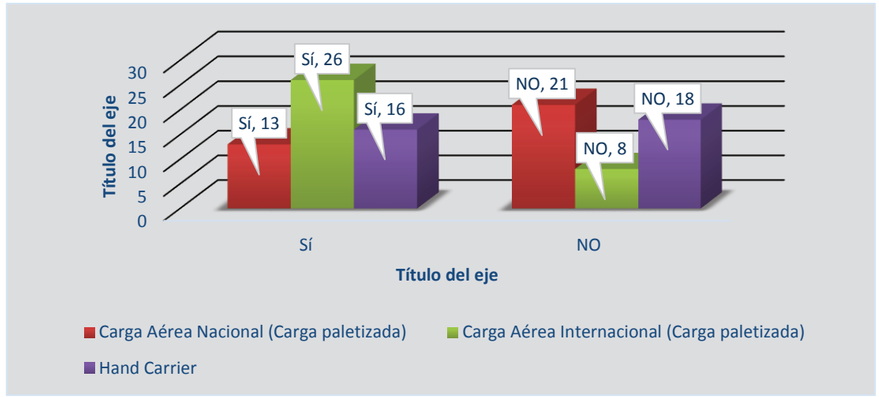


GRAFICA 2: CARGA TERRESTRE NACIONAL UTILIZADAS POR LAS EMPRESAS

Referente a los servicios de carga área (grafica 3) que las empresas utilizan se realizaron 3 preguntas:

1. ¿Utilizan Carga Área Nacional Paletizada?
2. ¿Utilizan Carga Área Internacional Paletizada?
3. ¿Utilizan Hand Carrier?

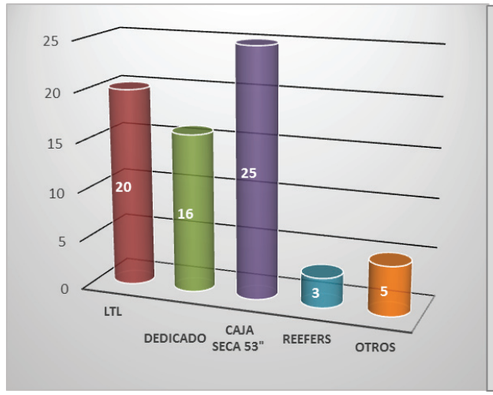
En base a estas preguntas se obtuvieron los siguientes resultados, 21 de las 34 empresas contestaron que no utilizan carga área nacional y las 13 empresas restantes no la utilizan. 26 de estas empresas utilizan la carga área internacional paletizada. Con respecto a si utilizan Hand Carrier 16 de las empresas lo hacen y el resto de las 34 no.



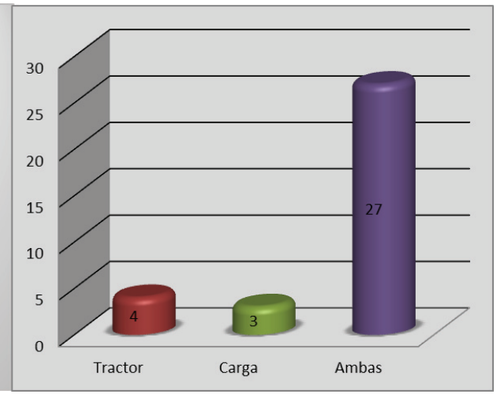
GRAFICA 3: SERVICIOS CARGA AÉREA

En el caso de la carga terrestre internacional (grafica 4) 25 empresas utilizan la CAJA SECA DE 53", también se puede apreciar que otras 20 empresas utilizan LTL, y los REEFERS nuevamente solamente muy pocas de las empresas los utilizan.

Otra de las preguntas con que contaba la empresa fue ¿En dónde requiere que las unidades cuenten con GPS?. Con forme a los resultados obtenidos se puede observar que 27 de las empresas requieren que tanto el tractor como la carga cuenten con GPS, 4 de ellas solamente lo requieren en el tractor y las 3 restantes requieren que el GPS lo tenga la carga.

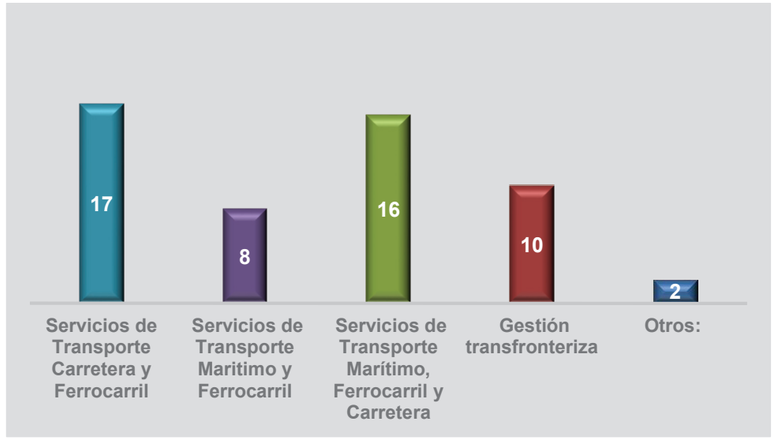


GRAFICA 4: CARGA TERRESTRE INTERNACIONAL



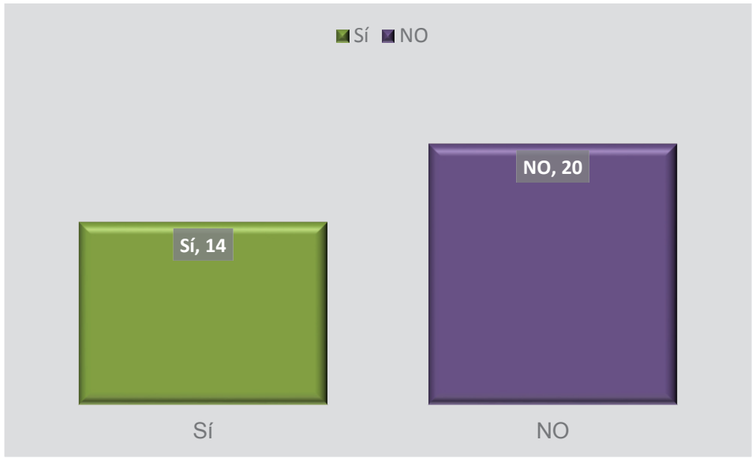
GRAFICA 5: ¿EN DÓNDE REQUIERE QUE UNIDADES CUENTEN CON GPS?

En la gráfica 5 se observan los Servicios Intermodales que las empresas emplean. Los SERVICIOS DE TRANSPORTE CARRETERA Y FERROCARRIL son los más requeridos por las empresas encuestadas, ya que 17 de ellas lo utilizan. Así mismo, solo 2 de las empresas respondieron que además de los servicios intermodales que venían como opción en la encuesta, emplean el servicio MARÍTIMO CARRETERA y CARRETERA MARÍTIMO AÉREO.



GRAFICA 5: ¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS EMPLEA SU EMPRESA?

Una pregunta fundamental de la encuesta es sobre si utilizaban la sección aduanera de San Luis Potosí. En ella se obtuvieron los siguientes resultados tal y como lo muestra la **Gráfica 6.** 20 de las empresas no la utilizan y solo el 14 respondieron que sí. Pero cabe mencionar que solo es utilizada como última medida según la mayoría de las empresas que respondieron afirmativamente.



GRAFICA 6: ¿UTILIZA ACTUALMENTE LOS SERVICIOS DE LA SECCIÓN ADUANERA DE SAN LUIS POTOSÍ?

CONCLUSIONES

En los próximos 3 años habrá un incremento considerable del número de empresas a establecerse, considerando así un aproximado de 200 empresas proveedoras de las nuevas armadoras BMW y Ford, por lo que la demanda de los Servicios logísticos se incrementará notablemente.

Es importante mencionar que en la cuidad de San Luis Potosí existen empresas dedicadas a brindar servicios logísticos pero no son muy conocidas por las empresas Manufactureras, y en la mayoría de los casos los proveedores de éstas se encuentran en otro estado.

Con la información recabada dentro de la investigación se espera realizar un diagnóstico que servirá para ver de qué manera se puede mejorar e impulsar a las empresas que brindan servicios logísticos dentro de la Ciudad, ya que una de las solicitudes que las empresas manufactureras hacen al gobierno del estado través del clúster logístico es la atracción de nuevas y más variadas empresas de servicios logísticos con el fin de eficientar sus operaciones. También cabe que la mayoría de estas empresas no utilizan la sección aduanera de San Luis Potosí y utilizan otra aduana o sección aduanera.

La información recabada es de suma importancia, a través de ésta se puede observar algunos de los motivos principales por lo que las empresas manufactureras no utilizan los servicios logísticos y la sección Aduanera de San Luis Potosí, entre ellos encontramos que es debido al costo y tiempo, por la facilidad de hacer el despacho en la frontera e inclusive por desconocimiento de la Sección Aduanera de San Luis Potosí.

BIBLIOGRAFIA

Hernández Sampieri, R. (s.f.). *Metodología de la investigación* (5ta ed.). Mc Graw Hill.

EL DIAGNÓSTICO DE LOS PRINCIPALES RETOS DE LA GESTIÓN CORPORATIVA DE LAS EMPRESAS EN LA COMARCA LAGUNERA CON RELACIÓN A LA SUSTENTABILIDAD

Gómez Aguilera Ana Karen[1]; Mendoza Wong Lilibet[2]

RESUMEN

El presente artículo es un análisis sobre el diagnóstico de los principales retos de la gestión corporativa de las empresas en la Comarca Lagunera con relación a la sustentabilidad a partir de las reformas estructurales del gobierno. Se realizó un estudio de campo mediante 95 entrevistas dirigidas a gerentes o administrativos de las empresas de la región, 78 a pequeñas empresas y 17 a medianas empresas que nos permitió conocer en qué forma ha impactado la reforma ambiental y cómo llevan a cabo el tema de sustentabilidad las pequeñas y medianas empresas laguneras.

En la actualidad el tema de *sustentabilidad* en las empresas de la Comarca Lagunera es un problema trascendente debido a que no suele formar parte de las estrategias empresariales, y por consiguiente, muchas de las empresas desaparecen en poco tiempo. La *sustentabilidad* permite aprovechar recursos para obtener beneficios a futuro; de acuerdo a los planteos del académico Badiru (2010), pensar sustentable es estar destinado a "obtener las recompensas de una mejor optimización de recursos, eficiencia operacional y efectividad de procesos" (Badiru, 2010). Esta investigación nos permitió saber cuál es el compromiso y las acciones de las empresas con relación al tema de sustentabilidad y qué acciones están tomando al respecto.

ABSTRACT

This article is an analysis on the diagnosis of the main challenges of corporate management of companies in the Comarca Lagunera regarding sustainability from structural reforms of the Mexican government. A field study was conducted through interviews directed at managers or workers from the administrative área of the companies in the region, which allowed us to know how the new environmental reform has impacted and how this médium and small enterprises take care of the sustainability. Today the topic of sustainability in companies of the Comarca Lagunera is an important problem because its not usually a part of the corporate strategies, and therefore many companies disappear shortly. Sustainability can take advantage of resources for future benefits; according to the proposals of the academic Badiru (2010), sustainable thinking is to be intended to "reap the rewards of better resource optimization, operational efficiency and effectiveness of processes" (Badiru, 2010) This research allowed us to know what is the commitment and actions of companies regarding the issue of sustainability and what actions are being taken to fulfill Sustainability

PALABRAS CLAVE: Sustentabilidad, PYMEs, Empresa Socialmente Responsable, Sustentability, SMBs, Socially Responsible Company

INTRODUCCION

La *sustentabilidad* impacta en las empresas de una manera significativa, ya que cambiando la estructura de la empresa se llevan a cabo acciones que benefician a la misma y al medio ambiente. De acuerdo al académico Montiel (2008), desde hace tiempo la *sustentabilidad* o *sostenibilidad* es un constructo teórico utilizado por múltiples disciplinas que se popularizó en la década de los 80 en la expresión desarrollo

[1] Facultad de Administración Fiscal y Financiera, Torreón; Universidad Autónoma de Coahuila
[2] Facultad de Administración Fiscal y Financiera, Torreón; Universidad Autónoma de Coahuila

sustentable. En la actualidad, algunas grandes empresas han comprendido la profundidad y trascendencia de este concepto a largo plazo, y han aprovechado esta oportunidad para hacer crecer su organización y traer mayores beneficios; inclusive, este concepto se ve reflejado en su misión y la cultura empleada desde los propietarios hasta sus empleados. Sin embargo, existe un número importante de empresas que han interpretado este concepto de manera errónea, ya que de acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación (que expondremos más adelante), muchas empresas no muestran un dominio o interés por el tema.

De acuerdo a Badiru (2010), la sustentabilidad permite "obtener las recompensas de una mejor optimización de recursos, eficiencia operacional y efectividad de procesos" (Badiru, 2010). Esta investigación tiene como fin indagar si las empresas de la Comarca Lagunera conocen lo que significa ser una Empresa Socialmente Responsable (ESR); asimismo, ver si conocen el concepto de sustentabilidad y si lo emplean en sus actividades, ya sea contribuyendo con el medio ambiente o realizando acciones en el beneficio del mismo; y a su vez, conocer si el personal recibe capacitación al respecto.

Para esta investigación se tomaron en cuenta 78 pequeñas empresas y 17 medianas empresas de la Comarca Lagunera. La muestra comprendió empresas de la ciudad de Torreón y Matamoros (ciudades pertenecientes al estado de Coahuila), y de la ciudad de Gómez Palacio (ciudad que forma parte del estado de Durango). El instrumento aplicado para este estudio fue una entrevista estructurada que se aplicó a los gerentes de las empresas o al personal administrativo de las corporaciones.

MARCO TEORICO

Una de las preguntas más recurrentes en el colectivo empresarial es ¿Por qué las pequeñas y medianas empresas tienen poca duración en el mercado? Si bien vivimos en un mundo globalizado, existen diversos factores que intervienen en los procesos de desarrollo de las pymes, entre ellos la *sustentabilidad*.

Según el estudioso Maram: "Sustentable significa literalmente que se pueda sostener, pero solo las empresas o negocios que puedan respetar el entorno, generar beneficios no solo personal sino también a la sociedad y con ello obtener un retorno de su inversión, podrán decir que realmente ellos son sustentables." (Maram, 2012 [negritas suyas]) Por otra parte, Ling menciona que: "La sustentabilidad es entendida cómo producir hoy y permitir seguir haciéndolo en el futuro, cumpliendo con justicia social para futuras generaciones. La sustentabilidad por tanto no es un empate a cero" (Ling, 1998).

Entonces, es importante reconocer la sustentabilidad como un factor que beneficia a largo plazo, es decir, ser sustentable no es vender productos por medio de campañas consideradas como benefactoras para el medio ambiente, u obtener certificaciones o reconocimientos. En este sentido, el concepto de *sustentabilidad* va más allá de un beneficio económico, ya que además busca un beneficio social y ambiental. De manera que, este concepto plantea una relación entre el medio ambiente, traer beneficios a la sociedad y tener sobre todo rentabilidad en el negocio. Ser sustentable es el futuro de las empresas exitosas.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), nace como una nueva dimensión empresarial preocupada por el concepto de sostenibilidad (AECA, 2004) marcando un cambio de paradigma con relación a la teoría económica de la empresa la cual sostenía que la única responsabilidad de la misma era obtener ganancias (Friedman, 1970) Por ende, y de acuerdo a los planteamientos de Epstein (2000) y Aguilera (2006) debe existir un balance a través de soluciones objetivas de la protección ambiental junto con la necesidad del desarrollo económico para que este tenga prosperidad y genere mayores beneficios, además que con ello se da paso a que haya una sostenibilidad en el campo empresarial.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

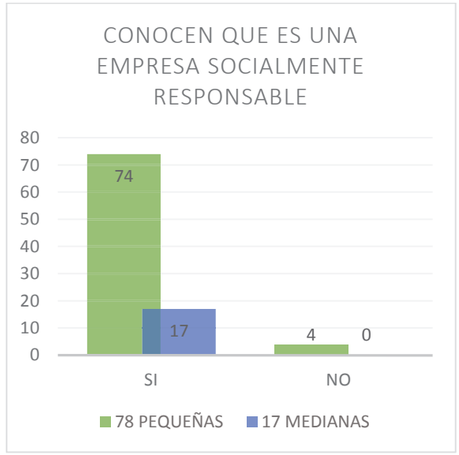
Esta investigación se basó en los requerimientos que se especifican en el manual de Oslo. Se realizó un trabajo de campo, usando el enfoque cualitativo llevado a cabo mediante la entrevista estructurada como instrumento para la recolección de los datos.

El muestreo es no probabilístico a conveniencia, se aplicaron entrevistas a 95 empresas de la Comarca Lagunera, dicha muestra se obtuvo de acuerdo a un porcentaje del 10% del total de las empresas registradas en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM). La medida de clasificación de las empresas que se uso fue de la selección de 78 pequeñas, que tienen de 11 a 50 empleados y son las que más predominan en la región; por otra parte, se aplicaron entrevistas a 17 medianas empresas, que tienen desde 51 empleados hasta 250 trabajadores. Cabe mencionar que el SIEM es un instrumento de información, promoción y consulta de las empresas industriales, comerciales y de servicios que operan en México.

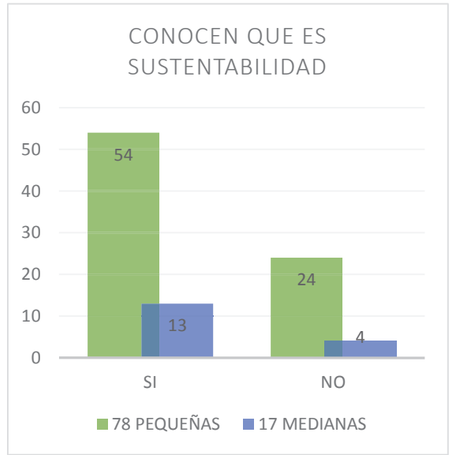
La entrevista está constituida por dos partes; en la primera, se pidieron los datos de identificación de la empresa, y en segundo, los datos del propietario, su perfil contable, así como información sobre el tema de sustentabilidad.

RESULTADOS

Después de analizar las entrevistas realizadas se obtuvieron los siguientes resultados:

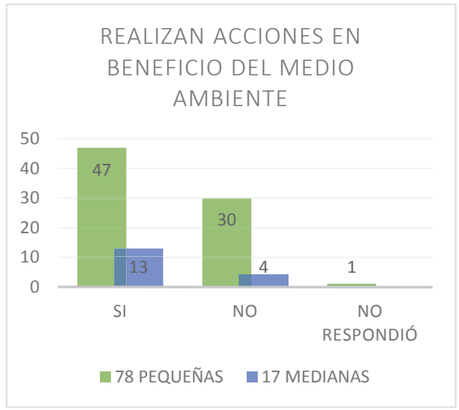


GRAFICA 1; Empresa Socialmente Responsable. Fuente: propia

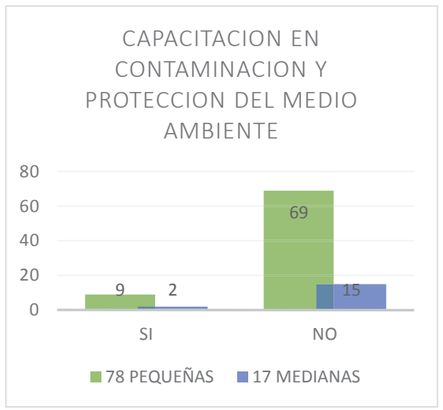


GRAFICA 2; Sustentabilidad Fuente: propia

Como se puede apreciar en la gráfica uno, 74 del total de las empresas pequeñas conocen lo que es una Empresa Socialmente Responsable, en cambio, 54 de este tipo de empresas dice saber lo que significa sustentabilidad, pero se contradicen con los resultados de la segunda grafica donde incrementa el número de pequeñas empresas (veinte) que no conocen el concepto de sustentabilidad cuando en la gráfica uno mencionan que si saben qué es una ESR; que como se mencionó en el marco teórico, son dos conceptos que poseen definiciones diferentes pero que se encuentran íntimamente ligados. Caso contrario, solo cuatro de las medianas empresas entrevistadas desconocen el concepto de sustentabilidad.



GRAFICA 4; Acciones en beneficio contaminación del medio ambiente propia



GRAFICA 5; Capacitaciones en Fuente: propia y protección del medio Fuente:

En la gráfica 4 se muestra que 47 de las pequeñas empresas realizan acciones del medio ambiente contrastándolas con las otras 30 que no ejecutan tareas que benefician al medio ambiente. En cambio, 13 de las medianas empresas realiza acciones benéficas con relación al medio ambiente y solo cuatro de ellas no lo hace.

Los resultados de la gráfica 5 exponen que tanto las pequeñas como medianas empresas no consideran la sustentabilidad, contaminación y protección del medio ambiente como una capacitación trascendente en sus actividades, centrándose más en otros tipos de capacitaciones. Según los resultados obtenidos, solo el 11% de las PyMEs les proporcionan a sus empleados estas capacitaciones y el 89% no lo contempla en sus planes.

CONCLUSIONES

A partir de los resultados obtenidos podemos sacar algunas conclusiones con respecto a los tres ejes planteados en los resultados (conocimiento del tema, la aportación al medio ambiente y la inversión en la capacitación del personal sobre el tema), que además, dichos resultados nos permiten mostrar un panorama general de la situación de las PyMEs de la Comarca Lagunera con relación al tema de la sustentabilidad. En primer lugar, podemos mencionar que en cuanto al conocimiento del tema, hay una diferencia notable entre las pequeñas y medianas empresas, ya que las medianas empresas están mucho más involucradas con estos temas, los conocen, y es congruente lo que dicen ya que conocen la relación existente entre las ESR y la sustentabilidad.

En segundo lugar, podemos apreciar que las pequeñas empresas no suelen aportar económicamente ni físicamente al medio ambiente; en cambio las medianas empresas están más conscientes de lo que estas acciones significan para ser una buena ESR y sustentable, y es muy poco el porcentaje de las que no realizan estas acciones. Cabe mencionar que esas aportaciones además de ser para el medio ambiente también benefician a la sociedad y a su negocio.

Por último, en cuanto al tema de las capacitaciones notamos una diferencia importante en el poco interés por invertir en la capacitación de los empleados para que conozcan, generen consciencia y realicen acciones que favorezcan el concepto de sustentabilidad. La mayoría de las empresas consideran que las capacitaciones requieren de una inversión significativa de dinero para el tipo de empresa que son; sin

embargo, necesita haber más conocimiento de esto para que perciban que es una inversión a largo plazo, tanto de manera económica, social y ecológica, así como aprovechar de forma eficiente el uso de los recursos, generando espacios laborales limpios, mejorando su imagen ante el público y sus trabajadores, entre otras cosas. Es por ello que, consideramos que las empresas, sobre todo las pequeñas que son las que suelen estar en riesgo de liquidación, necesitan generar consciencia sobre el tema y asumir una sustentabilidad para su crecimiento, tomando como ejemplo las acciones y tareas que realizan las grandes empresas para incrementar su posicionamiento.

BIBLIOGRAFIA

Montiel, 2008 I. Montiel. Corporate social responsibility and corporate sustainability: Separate pasts, common futures. Organization & Environment. 2008; 21:245p

Badiru, A. 2010. The many languages of sustainability: IE's should push for better resource utilization across all. Industrial Engineer, 4(11): 30-37

Aguilera, A. (2006).Reconversión industrial y agrícola. En: El problema del medio ambiente en el mundo y en CUBA.52-O3-E. (p. 278). Cuba: Edición Universitas.

http://www.expoknews.com/que-significa-sustentabilidad-para-las-empresas/

Friedman, 1970 Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. New York Times Magazine, September.

RUTA HACIA LA RESPONSABILIDAD SOCIAL SEGÚN EL PACTO MUNDIAL DE LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS

Laura Martha González Reyna[1] y Alicia Prieto Uscanga[2]

RESUMEN

Desde Julio del 2013 Instituto Tecnológico de Querétaro (ITQ) y la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA) se unieron para colaborar y promover el Programa de Responsabilidad Social Empresarial hacia las empresas afiliadas a esta cámara; esta emisión del Verano de la Ciencia se centró en la identificación del nivel de satisfacción de las empresas participantes y en la realización de una Ruta hacia la Responsabilidad Social según El Pacto Mundial, en la cual se retoman las herramientas que la red local de dicho tiene disponibles en línea y se integran en un formato fluido en una lógica de etapas, que parten desde la adhesión al Pacto Mundial hasta qué hacer para permanecer y mejorar en este esfuerzo.

ABSTRACT

Since July 2013 Technological Institute of Querétaro (ITQ) and the National Chamber of Industry (CANACINTRA) joined to collaborate and promote Corporate Social Responsibility Program to companies affiliated with this camera ; this edition of the Summer of Science focused on identifying the level of satisfaction of the participating companies and making a path towards a Social Responsibility as Global Compact , in which the tools that local network that has are retaken available online and are integrated in a fluid format logic stages, which start since joining the Global Compact to stay and what to do to improve in this effort.

Palabras clave: Ruta, Responsabilidad Social, Pacto Mundial.

INTRODUCCIÓN

La Ruta hacia la Responsabilidad Social Según El Pacto Mundial se realizó en base a las necesidades y problemáticas detectadas a través de una encuesta aplicada a las empresas que han participado en el Programa de Responsabilidad Social (RS) que coordina el Instituto Tecnológico de Querétaro y la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación.

El objetivo de la Ruta es ser una guía puntual para los estudiantes que se insertan en este programa para colaborar con las empresas en la sensibilización hacia estos temas, así como su adhesión al Pacto Mundial e incorporación de prácticas alineadas a los ejes rectores del Pacto Mundial, así como para que las empresas identifiquen la gama de opciones que la red local del Pacto Mundial pone a su disposición para incorporar los principios del Pacto Mundial en sus operaciones. La integración de la ruta fue posible gracias a la información disponible en línea, se parte de considerar requisitos para adherirse al Pacto Mundial, instrumento de autoevaluación, guías técnicas, sistema de gestión de a responsabilidad social, documento para reportar avances en esta materia, así como monitoreo de los resultados.

[1] Facultad de Contaduría y Administración U.N. , Universidad Autónoma de Coahuila, Carretera 57 Km. 4.5 CP: 25710 , Monclova , Coahuila lauram-gr@hotmail.com
[2] Instituto Tecnológico de Querétaro, Investigación, Av. Tecnológico s/n, Centro, 76000 Santiago De Querétaro, Querétaro, aly_1606@yahoo.com.mx

MÉTODOS Y MATERIALES

Se realizó una investigación de campo considerando como población a las empresas adheridas al pacto mundial que han participado en las diferentes emisiones del Programa de Responsabilidad Social, se empleó como instrumento un cuestionario con el objetivo de identificar la percepción de las empresas participantes en el programa de RS que coordina CANACINTRA e ITQ en torno a la operación del programa y los beneficios derivados de su participación en el mismo, en este cuestionario se utilizaron escalas que permitieron disminuir el sesgo al realizar el análisis de la información, la aplicación fue por teléfono.

A la par se realizó una investigación de tipo documental con el propósito de integrar la Ruta hacia la Responsabilidad Social, para lo cual se consultaron documentos en línea asociados con los fundamentos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y las herramientas que la red local de dicho pacto tiene disponibles, así como documentos integrados en emisiones anteriores de este programa.

RESULTADOS

De la retroalimentación obtenida de las empresas participantes se resalta el aporte de este programa para el impulso de la Responsabilidad Social empresarial; las empresas manifiestan que se les ha brindado el apoyo necesario para la adhesión al pacto mundial de las naciones unidas así como para la identificación de prácticas de Responsabilidad Social alineadas a los ejes de dicho pacto. Se hizo evidente el desconocimiento y la falta de uso de las herramientas disponibles en la red local del pacto mundial para avanzar en sus esfuerzos por incorporar en sus procesos prácticas de Responsabilidad Social lo que refleja la necesidad de una mayor orientación en torno a estas herramientas alineadas a Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción.

A partir de estas consideraciones se realiza la Ruta hacia la Responsabilidad Social según el Pacto Mundial, con el propósito de guiar los esfuerzos de estudiantes y empresarios para adherir a las empresas al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el empleo de herramientas propuestas por dicho pacto para incorporar en sus operaciones estrategias y prácticas de Responsabilidad Social.

La Figura 1. “Ruta hacia la Responsabilidad Social según el Pacto Mundial” se integra por cinco apartados, el primero de ellos habla sobre el Pacto Mundial, abarca todo lo que es, objetivo, fundamentos, empresas aportantes, el segundo apartado habla sobre la adhesión al Pacto Mundial partiendo de los pasos a seguir para dicha adhesión así como la solicitud de adhesión y su programa de diferenciación en el cual se plasma el crecimiento de las empresas asociado a la incorporación de los principios del Pacto Mundial; Modelo de Gestión del Pacto Mundial es el segundo apartado, en este se describen los procesos de dicho modelo, los ejes rectores del Pacto Mundial, los cuales son Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción, de los que se desprenden los 10 principios del Pacto Mundial, considerando sus características así como el fundamento de los mismos y las herramientas de cada principio; el tercer apartado es Comunicación de Resultados, como un mecanismo para difundir los logros de las empresas en términos de Responsabilidad Social, se mencionan los elementos de la comunicación sobre el progreso así como cada paso que se tiene que realizar para elaborarlo, incluye la petición del logo del Pacto Mundial, contiene las situaciones especiales que se pueden presentar según las circunstancias, por último el cuarto apartado menciona los beneficios de la adhesión que obtiene la empresa, el monitoreo que procede después de la adhesión al Pacto Mundial y habla de que sigue después de la adhesión.

Figura 1. Ruta hacia la Responsabilidad Social Según el Pacto Mundial.



CONCLUSIONES

La participación de estudiantes-docentes-empresarios- mediados por un organismo empresarial como lo es CANACINTRA, ha permitido encauzar los esfuerzos hacia una promoción de una cultura de responsabilidad social, con una intención muy clara de mejorar la calidad de vida de las diferentes partes interesadas que se ven afectadas por las operaciones de las empresas.

En este sentido, el Pacto Mundial es una iniciativa internacional que promueve implementar diez principios universalmente aceptados para promover la responsabilidad social empresarial (RSE) en las áreas de Derechos Humanos y Empresa, Normas Laborales, Medio Ambiente y lucha contra la Corrupción en las actividades y la estrategia de negocio de las empresas, con el objetivo de incorporar estos principios.

La principal contribución del documento derivado de esta investigación es facilitar a las empresas adheridas una mejora de los principios y mayor involucramiento y certeza en sus programas de Responsabilidad Social.

BIBLIOGRAFIA

Documentos
Arroyo, G. López, M.A. Prieto, A. Prieto M. (2014). Guía para la gestión estratégica de la Responsabilidad Social. Instituto Tecnológico de Querétaro.
Concentrado de estudiantes y empresas adheridas al Pacto Mundial. ITQ-CANCINTRA.
Artículos en línea
Indicadores de desarrollo sustentable. Aplicación de una metodología propuesta por la Organización de las Naciones Unidas. (1999). Salud Pública Méx Salud Pública De México, 41. doi:10.1590/s0036-36341999000800013 http://www.un.org/es/index.html
Orozco, Y. V., & Bernal, D. F. (2014). Una mirada a las prácticas de anticorrupción de las organizaciones adheridas al Pacto Global en Colombia. CS Revista CS, (13), 145. doi:10.18046/recs.i13.1824
Pacto Mundial (2016) http://www.pactomundial.org.mx/
Pacto Mundial (2016) www.unglobalcompact.org

INVESTIGAR EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ DEL ESTADO DE GUANAJUATO EL MÉTODO DE VALORACIÓN FINANCIERA GOODWILL

Gonzalez Rojas Brenda Linda[1] y Anguiano Sánchez Miguel[2]

RESUMEN

El presente trabajo muestra un análisis tipo informativo respecto a la aplicación del método de valoración financiera GoodWill dentro de las empresas del sector automotriz en el estado de Guanajuato, iniciamos con una muestra de 25 empresas de forma aleatoria para aplicarles una encuesta sencilla donde con preguntas muy directas nos dan la información que necesitamos para saber la primer variable que nos interesa si tenían el conocimiento del método, de segunda fue, si se conoce como lo aplican.

Utilizando la metodología DMAIC le dimos un orden para llevar a cabo nuestro proyecto
En la etapa de definición aplicamos un Pareto donde colocamos las empresas que desconocían el método y las que si lo conocían de qué forma lo estaban contabilizando.

ABSTRACT

This document shows an informative analysis, about the application of the method of financial valuation goodwill, within automotive companies in the state of Guanajuato,

we started with a sample of 25 companies randomly to apply a simple survey, Where the questions was easy and directs ,which the questions give us the information we need to know the first variable we are interested, the firts question, if do they had knowledge about the method?, second question was, if they known it , how do they apply it?

Using the methodology DMAIC we gave an order to set up our Project In the definition we did a Pareto,where we colocatethe average of companies that don't know about the method and if they knew how they were apply.

We give a brief introduction of the points that we have to check into for the application of this method, because the type of Company, they must take into consideration because some activities they do. And we show how these attributes (advantages and disadvantages) impact on financial analysis.

Leaving exposed clearly the importance of this method of financial valuation for financial analysis not only tangible but also intangible, providing us complete information.

Palabras Clave: goodwill, valoración financiera, método, tangibles, intangibles.

[1] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, Carretera Irapuato-Silao km. 12.5 Col. El Copal C.P. 36821 Irapuato, Guanajuato; brenduzcagonzalez@gmail.com
[2] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, Carretera Irapuato-Silao km. 12.5 Col. El Copal C.P. 36821 Irapuato, Guanajuato; mianguiano@itesi.edu.mx

INTRODUCCIÓN

José Miranda (2006) describe que realizar una valuación financiera es una ciencia y un arte. Una ciencia porque se utilizan metodologías reconocidas y utilizadas por expertos a nivel mundial, un arte por los múltiples supuestos y criterios, muchos de ellos subjetivos, que se deben tomar en cuenta dependiendo del entorno y situación financiera empresarial. La valuación financiera es el proceso de estimar el valor monetario de un activo ya sea tangible o intangible.

Dentro de la valuación de empresas podemos encontrar los métodos estáticos, denominados así por el punto de partida y el análisis de una situación financiera actual, se desconoce el potencial de rendimiento futuro de la empresa, por lo que al aplicar algún método, se lograra apreciar información futura con el fin de informar y beneficiar a la empresa, en toma de decisiones futuras.

MARCO TEORICO

- **Método goodwill;**
  El método goodwill es en general el valor que tiene la empresa por encima de su valor contable o por encima del valor contable ajustado.

- **Modelo de flujo de efectivo descontado;**
  En los últimos años el tema de valuación de empresas ha tomado gran importancia debido a que juega un papel impórtate en la tomas de decisiones acertadas en relación con fusiones, alianzas estratégicas, adquisiciones, aportes de capital, etc.

- **Diagrama causa-efecto (o de Ishikawa).**
  El diagrama de causa-efecto, también conocido como diagrama de pescado o Ishikawa, sirve para ordenar las causas que afectan o influyen en la calidad de un proceso, producto o servicio.

- **Diagrama de Pareto.**
  El Análisis de Pareto es una comparación cuantitativa y ordenada de elementos o factores según su contribución a un determinado efecto.

- **Método Black-Scholes**
  el modelo se calcula con el criterio de dividendos equivalente al rendimiento real de tasa libre de riesgo, por esto mismo se puede afirmar que aunque el valor que arroja el modelo no es el que la empresa tendrá en el futuro, se puede ser considerado como elemento de referencia en cuanto a que si el valor en libros que la empresa obtenga en el futuro es inferior al valor esperado la organización no genero el valor que como mínimo se esperaba obtener o, por el contrario, si el valor en libros que la empresa obtenga en el futuro es superior al valor esperado quiere decir que genero cierto valor que rebasó las expectativas.

- **Balanced scored card**
  Es la principal herramienta metodológica que traduce la estrategia en un conjunto de medidas de la actuación, las cuales proporcionan la estructura necesaria para un sistema de gestión y medición. El acceso a los principales almacenes de información brinda la posibilidad de presentar los resultados de desempeño y entender por qué están dándose esos resultados.

- **Método de muestreo aleatorio simple**
  Es la técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo y que, por lo tanto, están descritos en el marco muestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra.

- **Método de valoración clásico**
  Los métodos compuestos se caracterizan por combinar el presente y el futuro de la empresa. Por un lado realizan una valoración estática del activo y por otro incorporan cierta dinamicidad al valor patrimonial obtenido al cuantificar el valor que generará la empresa en el futuro.

- **Valor de la empresa**
  Valor del conjunto de elementos, materiales, inmateriales y humanos, que integran o constituyen la empresa.

- **Valor de mercado de los activos**
  El valor de mercado es aquel importe que se le asigna a un bien o producto determinado entendiendo como tal aquel suma de dinero que un vendedor podría obtener por el mismo en condiciones estándares de un mercado de valores.

- **Pasivos corrientes**
  El **pasivo** corriente o **pasivo circulante** es la parte del pasivo que contiene las obligaciones a corto plazo de una **empresa**, es decir, las deudas y obligaciones que tienen una duración menor a un año. Por ello, también se le conoce como exigible a corto plazo**.**

- **Valor de la empresa proyectado**
  Generalmente los flujos de efectivo proyectados ayudan a evitar cambios arriesgados en la situación de efectivo que pueden poner en peligro el crédito de la empresa hacia sus acreedores o excesos de capital durmiente en efectivo.

MÉTODOS Y MATERIALES

DMAIC
Definir: en el estado de Guanajuato existen empresas automotrices nuevas esta tendencia puede ser una moda debido a que no existe un análisis como tal para conocer la tendencia del ciclo de vida de estas empresas es por eso que necesitamos laborar a través de una herramienta financiera que nos soporte y nos oriente Asia donde va la tendencia económica del sector automotriz.
Medir: el problema es esencial debido a un Pareto que utilizamos para conocer la dimensión del problema, la mayoría de las empresas presentan la información con estadísticos solo tangibles desconociendo la parte intangible para la valoración de su empresa.
Analizar: en base a este desconocimiento se optó por implementar la herramienta de valoración financiera goodwill para otorgar un escenario más real no solo en la parte tangible sino también en lo intangible de cada empresa.
Implementar: Determinación del valor del goodwill

- Debe hacer una proyección de los flujos de caja sin tener en cuenta los cargos financieros y la amortización de la deuda durante un plazo justo.
- Todas las proyecciones deben realizarse a precios corrientes.

La tasa de descuento utilizada sería una tasa de oportunidad de mercado que contemple el riesgo de acuerdo con la naturaleza del negocio. A medida que aumenta la tasa de descuento disminuye el valor de intangibles.

- Se debe de calcular el goodwill con base en el flujo de caja y no con base en el estado de resultados.

	Valor de la Empresa
Método de valoración clásico	V = A + (n x B) para empresas industriales, ó V = A + (z x F) para el comercio minorista. A = valor del Activo neto n = coeficiente comprendido entre 1,5 y 3 F = facturación; B = beneficio neto z = porcentaje de la cifra de ventas
Método simplificado de la "renta abreviada del *goodwill*" ó método de la UEC[22] simplificado	$V = A + a_n (B - i_A)$ A = activo neto corregido. a = valor actual, a un tipo t, de n anualidades unitarias, con n entre 5 y 8 años B = beneficio neto del último año o del previsto para el año próximo. i = rentabilidad de una inversión alternativa $a_n (B - i_A)$ = fondo de comercio o *goodwill.* $(B - i_A)$ se suele denominar superbeneficio.
Método de la UEC	Si se despeja V = A + an (B – iV), se obtiene: $V = [A + (a_n \times B)] / (1 + i\, a_n)$

Tabla # 1 método para el valor de una empresa

EJEMPLO de cómo valorar una empresa para esto se presentan los estados financieros y la información adicional requerida para proyectar durante 5 años la situación financiera de la compañía para esto se toman en cuenta lo siguiente.

- El flujo de caja.
- El estado de resultados.
- Información adicional.
  1. Los ingresos y los costos se incrementan en un 25% anual, durante 5 años.
  2. El 90% de las ventas son de contado y el 10% restante se recupera en el siguiente año
  3. El total de los costos y gastos se cancelan de contado en el mismo periodo.
  4. La depreciación será de $20 anuales durante cada uno de los 5 años.
  5. La tasa de oportunidad del mercado es de 32% anual.
- Si se obtuviera la información anterior, se podría proyectar los flujos de caja anuales durante 5 años.
- Por último se obtuviera un flujo de caja proyectada.

Por otro lado también existe el método de valoración clásico el cual nos dice que el valor de una empresa es igual al valor de su activo neto más el valor del fondo de comercio.

Método de valoración clásico	V = A + (n x B) para empresas industriales, ó V = A + (z x F) para el comercio minorista. A = valor del Activo neto n = coeficiente comprendido entre 1,5 y 3 F = facturación; B = beneficio neto z = porcentaje de la cifra de ventas

Tabla # 2 Método de valoración clásico

VALOR DE LA EMPRESA= (VALOR DE MERCADO DE LOS ACTIVOS – PASIVOS CORRIENTES) + VALOR DE LA EMPRESA PROYECTADO

Con la formula anterior obtenemos el valor de la empresa real.

RESULTADOS

Después de un análisis exhaustivo y a ver encuestado 25 empresas utilizando el método de muestreo aleatorio simple, el 80% de estas empresas desconocen el método de valoración financiera goodwill utilizando el método black-scholes este último método solamente nos arrojan resultados de pronósticos tangibles habiendo cierta incertidumbre para un análisis confiables además una vez que se les explica el método goodwill y su aplicación la mayoría de las empresas que desconocen el método coinciden en que este método sería de gran ayuda para un análisis más certero por lo tanto el resultado de este proyecto es "el meto de valoración financiera goodwill es muy importante para la certeza de un análisis completo cubriendo lo tangible y lo intangible dentro de una empresa".

CONCLUSIONES

En la actualidad sobrevivir dentro del mercado industrial automotriz es cada día más complicado cubrir las estrategias de producción, calidad, atención al cliente y financiera dentro de una herramienta llamada balanced scorecard agrupa estas cuatro estrategias siendo la financiera si no la más importante una de las principales, desafortunadamente el análisis financiero solo se pronostica en los bienes tangibles por eso con esta herramienta que proponemos se incluya en todas las empresas para el pronóstico y análisis de la valoración financiera .

BIBLIOGRAFIA

Bolaji Tunde Matemilola & Rubi Ahmad (2015) Debt financing and importance of fixed assets and goodwill assets as collateral: dynamic panel evidence, Journal of Business Economics and Management,(16 Dec 2014.) http://www.tandfonline.com/loi/tbem20

Valuación de empresas con los métodos de valor en libros, de mercado; múltiplo precio utilidad, goodwill y black y scholes", *en contaduría y administración,*UNAM, octubre de 1997, pp 110-143.

Damodaran, A. (2006), Damodaran on Valuation, 2ª ed ., John Wiley & Sons Inc.

BESLEY Scott y BRIGHAM Eugene, Fundamentos de administración financiera, Edit. McGraw Hill, México, 2011 BEST SELLER INTERNACIONAL.

GITMAN, LAWRENCE J , PRINCIPIOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA. Edicion 3 Español, MEXICO. Editorial:PEARSON EDUCACION DE MEXICO, S. A. DE C. V.,2003

ROSS,WESTERFIELD,JORDAN, Fundamentos de finanzas corporativas, Edit. McGraw Hill, México, 2011.

DETERMINAR LAS TIC'S UTILIZADAS EN LAS MIPYMES CASO CUATROCIÉNEGAS

Diana Laura Guel Cortez[1] y Claudia Rodríguez Campos[2]

RESUMEN

En el presente reporte se muestran los resultados obtenidos de la investigación de campo aplicada a MIPYPES en relación con las TIC'S, del Municipio de Cuatrociénegas y Sierra Mojada. Posteriormente se aplicó a la población un instrumento de recolección de datos a pequeñas y medianas empresas de giro comercial, con el fin de conocer su situación actual conforme al uso de tecnologías en su ambiente laboral .Así mismo se le proporciono a los propietarios o empleados la oportunidad de ofrecerles información de apoyo en cuestión a los nuevos cambios o también capacitación, asesoramiento o consultoría por parte de la institución tecnológica de la Cd. de Monclova sin costos adicionales.

ABSTRACT

In the present report there appear the obtained results of the field investigation applied to MYPES as regards the TIC'S, of the Municipality of Four Ciénegas and Wet Saw. Later there was applied to the population an instrument of compilation of information to kidlings and medium enterprises of commercial draft, in order to know its current situation in accordance with the use of technologies in its labor ambience. Así himself provided to the owners or personnel the opportunity to offer them support information in question to the new changes or also training, advice or consultancy on the part of the technological institution of Cd. Of Monclova without additional costs.

Palabras Clave: Tecnologías de la Comunicación, Encuesta, Software, Red, Seguridad.

INTRODUCCIÓN

Conforme pasa el tiempo y evoluciona la mentalidad del hombre se ha ido presentando día con día una serie de cambios en la sociedad. Las industrias e instituciones actuales requieren tecnologías complejas de satisfacción en cuanto a sus necesidades, es por tal razón que el hombre tiende a adaptarse a los cambios que se le presenten .Para muchas personas esto es difícil, dado que no tienen la inteligencia o el potencial adecuado para dicho proceso.

Actualmente se vive en constante cambios y transformaciones para bien de la comunidad, las personas de edad adulta tienden a tener deficiencia por no recibir la educación actualizada en cuanto a tecnologías, lo contrario a la juventud de hoy en día, los cuales gozan de lo más nuevo en cuanto a ciencia y tecnología con el fin de poder ser el mañana de un mundo desarrollado.

La Institución Tecnológica de la cuidad de Monclova realizo un proyecto para conocer la relación que tiene la MIPYMES de la región de Cuatrociénegas con la tecnología y así mismo poder proporcionarles apoyo en cuanto a capacitación y asesoramiento en cuestión de no contar con ellas o no saber manejarlas, de esta forma se implementara mejoras en las empresas beneficiando a sus propietarios.

[1] Instituto Tecnológico Superior de Monclova "Ejército Mexicano",Ing. Gestión Empresarial, Miguel Alessio Robles #810,Col.Libertad,C.P.:25870,Castaños,Coahuila,diana_cortezz@hotmail.com
[2] Instituto Tecnológico Superior Monclova "Ejercito Mexicano", Departamento de Ciencias Básicas, Unidad Tecnológica y Universitaria, Carretera 57 Km 4.5, Claudia Rodríguez Campos, C.P.:25701 Monclova, Coahuila.
claudia_rdz3116@hotmail.com

Objetivo General: Conocer la situación actual de las PYMES de Cuatrociénegas en relación con la tecnología y a su vez proporcionarle ayuda a sus propietarios en cuanto a avances tecnológicos, capacitación y asesoramiento de mejora para su negocio.

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de las MIPYMES.
Las MIPYMES han existido desde la segunda mitad del siglo XX, como consecuencia de los ánimos emprendedores que caracterizan a los mexicanos, es una herramienta de subsistencia y el autoempleo, pocas veces provienen de la adecuada planeación del negocio o de un grupo de inversionistas, en la mayoría comienza de una simple idea o corazonada de una familia o de un grupo de amigos para hacerse de recursos ofertando un bien o servicio, en el caso de nuestro país han tenido un considerable desarrollo en los últimos 30 años. (LOPEZ)

MIPYMES:
Pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con una alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal.

La tecnología, aliada de las PYMES. Actualmente sólo 50% de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) mexicanas usan equipos de cómputo, ya sea por desconocimiento o porque los precios son prohibitivos, de acuerdo con estimaciones de la consultora de comunicaciones Limbergy. La innovación permanente de la tecnología permite a las Pymes manejarse como una multinacional, ya que facilita la gestión de recursos, el control de activos y permite monitorear constantemente las finanzas y los clientes. (M.Moreno, 2009) **.**Existen diversos obstáculos que impiden el desarrollo de proyectos de tecnología en las empresas, entre los que destacan la resistencia al cambio y la mala definición de los requerimientos. (TIC.) (katz, 2009).

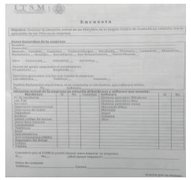
Encuesta
Es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población. (Ferrado)

MÉTODOS Y MATERIALES

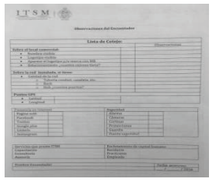
Para evaluar la relación que existe entre las MIPYMES y las tecnologías de la muestra, se implementó un instrumento de medición de datos. Dicho instrumento consta de preguntas que permiten obtener la información requerida, cuenta con una diversidad de reactivos cuyas respuestas se presentan en opción múltiple, preguntas dicotómicas, abiertas, entre otras. La recolección de la información se realiza en dos etapas. En la primera se aplica la técnica de la observación en el lugar donde se aplica la encuesta. Con ella se pudo identificar si la empresa cuenta con un nombre visible, logotipo, marca registrada, estacionamientos (incluyendo en ello el número de cajones), tubería para la red de las tecnologías utilizadas, entre otras variables.

La segunda parte de la encuesta consta de una serie de preguntas dirigidas directamente al encargado de la empresa, las cuales permiten conocer el uso de las TIC´s, tales como computadoras, teléfonos, red de internet, equipo de impresoras de ticket o convencional, y por último el tipo de software administrativo que maneja. La muestra consiste en 31 dependencias en el municipio de Cuatrociénegas y 7 en el Municipio de Sierra Mojada. Dichas dependencias se clasificaron en un solo giro: El comercial, puesto que es el más variado en las regiones. Se empleó como material de apoyo una tabla especial de soporte de encuestas, bolígrafo color negro y un celular para localizar el lugar mediante el GPS tomando como coordenadas la latitud y longitud del mismo. Como suele pasar en ciertos casos verídicos actualmente,

los encuestadores se enfrentaron a una serie de trabas al momento de encuestar las mipymes de las regiones mencionadas, ya que los propietarios de negocio, por instinto tenían incertidumbre de proporcionar información a personas desconocidas, por miedo a la inseguridad y delincuencia que actualmente se está viviendo o simplemente por no tener tiempo ni querer hacerlo. Sin embargo, se les explicó con la finalidad de la encuesta y el beneficio que traería consigo a su empresa; varias personas cedían sin dicho problema y amablemente, mientras que otros simplemente respondían con un "NO". El instrumento de evaluación mencionado es el siguiente:



Encuesta aplicada en las empresas.Primer parte



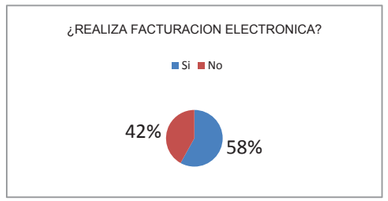
Segunda parte de la encuesta aplicada.

RESULTADOS

En esta sección se muestran los resultados que se obtuvieron de las encuestas aplicadas de las regiones ya mencionadas anteriormente representadas por gráficas .El instrumento fue aplicado a una muestra de 31 dependencias de Cuatrociénegas y 7 de Sierra Mojada ambas de giro comercial.



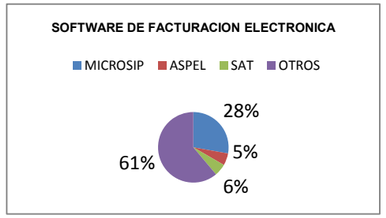
Gráfica 1. Cantidades de empresas que cuentan con servicios generales en ambos municipios



Gráfica 2. Porcentajes de Facturación Electrónica en el municipio de Cuatrociénegas

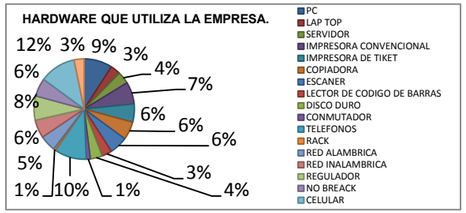
La primera pregunta del instrumento de evaluación consiste en mencionar los servicios generales con los que cuentan las empresas encuestadas. Analizando los resultados, se concluyó que en la región de Cuatrociénegas todas las empresas encuestadas cuentan con luz, lo mismo para Sierra Mojada, en cuestión del teléfono algunas no tienen y por ese motivo tampoco el internet.

En la segunda pregunta se cuestionó si la empresa utilizaba facturación electrónica, los resultados obtenidos fueron: por parte del municipio de Cuatrociénegas el 58% de la población encuestada si realizaba facturación el 42% no. Lo contrario al municipio de Sierra Mojada que de todas las empresas encuestadas ninguna realizaba facturación electrónica.



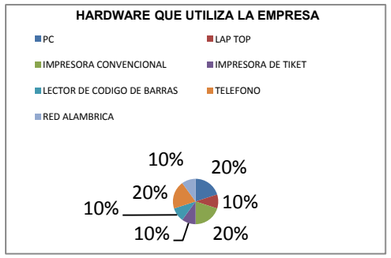
Gráfica 3. Porcentajes de software de Facturación Electrónica.

El tipo de software más común que se emplea para la realización de las facturas es el Microsip obteniendo un 28% en el municipio de Cuatro Ciénegas, un 5% para Aspel , 6% para SAT mientras que el 61 % utilizaban otros medios o tenían contador propio para su negocio que realizaba dicho movimiento.



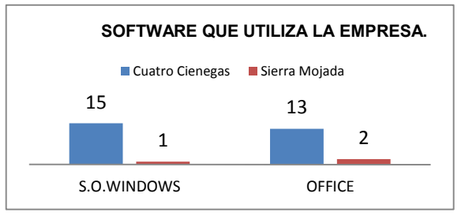
Gráfica 4. Porcentajes de las empresas en relación al hardware en el municipio de Cuatrociénegas.

La pregunta 4 de la encuesta se fundamenta en el tipo de hardware que la empresa utiliza para su manejo y administración .Se formularon 18 respuestas de las cuales se arrojaron los siguientes resultados. Por parte de Cuatro Ciénegas el mayor puntaje lo obtuvo el celular con un 12% por ser el más utilizado en la región, mientras que como mínimo porcentaje se encuentra lo que es el conmutador y el rack con 1 %.



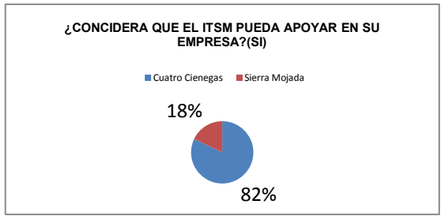
Gráfica 4. Porcentajes de las empresas en relación al hardware en el municipio de Sierra Mojada.

Mientras que en la región de Sierra Mojada el hardware es menos común, ya que pocas empresas manejan este tipo de herramientas tecnológicas. Como porcentaje mayor se encuentran con un 20% el teléfono, la impresora convencional y la red alámbrica mientras que con un 10 % están la PC de escritorio, lap top impresora de tiket y lector de código de barras.



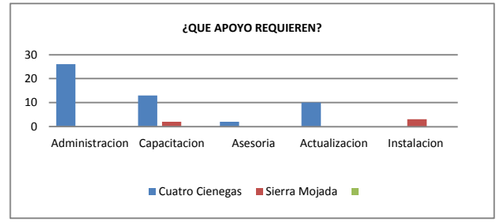
Gráfica 5. Porcentajes en relación con el Software que utilizan las empresas en Cuatro Ciénegas y Sierra Mojada

Los datos anteriores muestran los resultados de la pregunta 5, la cual consiste en el software que maneja la empresa. En el municipio de Cuatrociénegas el 46 % utilizan el sistema operativo Windows, 54 % utiliza el office de cualquier versión .En el municipio de Sierra Mojada el 33 % tiene el sistema operativo Windows en sus computadoras, mientras que el 67 % cuenta con el office.



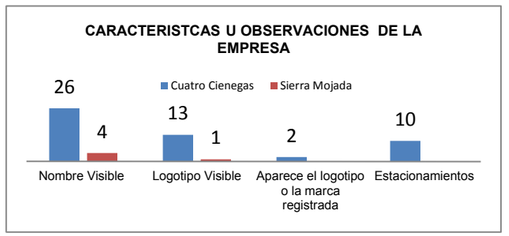
Gráfica 6. Porcentaje de empresas que consideran la ayuda del ITSM.

Estos datos muestran los resultados positivos que se obtuvieron de la pregunta 6 en cuestión de las empresas que consideran al ITSM como un apoyo a su empresa. En el municipio de Cuatro Ciénegas el 82 % opino que sí. Mientras que en el municipio de Sierra Mojada solo el 18% opino lo mismo.



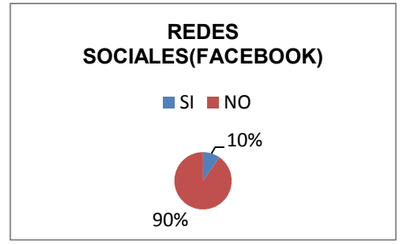
Gráfica 7. Cantidades de empresas y el tipo de apoyo que solicitan.

En los datos anteriores se muestran las cantidades de empresas de ambos municipios que requieren el apoyo del ITSM; solicitando desde una capacitación, administración, instalación de equipo, hasta una asesoría.



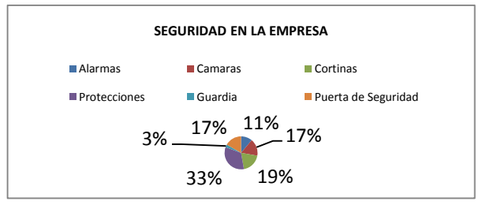
Gráfica 8. Cantidades de empresas que cumplen con las características establecidas en la encuesta.

En esta grafica se muestran las cantidades de empresas, tanto del municipio de Cuatrociénegas como de Sierra Mojada que cuentan con las características establecidas en la encuesta como las siguientes: Nombre visible, Logotipo Visible, Marca registrada y estacionamiento. Por tanto se deduce que en el municipio de Sierra Mojada solo las empresas tienen nombre y logo visible puesto que es un municipio pequeño de poco desarrollo tecnológico.

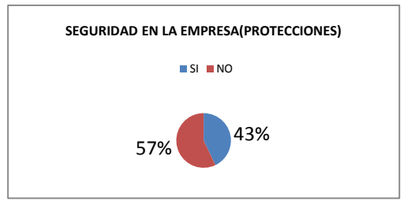


Gráfica 9. Porcentajes en relación al uso de redes sociales en el municipio de Cuatrociénegas.

En la gráfica anterior se muestra el porcentaje que se obtuvo en el municipio de Cuatrociénegas referente a las redes sociales que utilizaba cada empresa. Los resultados arrojados fueron, que solo se utiliza la red social Facebook con un 90 %, mientras que el 10 % restante no sabía utilizarla. Lo contrario al municipio de Sierra Mojada que desconoce las redes sociales por falta de conocimiento en avances tecnológicos



Gráfica 10. Porcentaje en relación a la seguridad en las empresas de cuatro Ciénegas.



Gráfica 10. Porcentaje en relación a la seguridad en las empresas de Sierra Mojada.

En esta grafica se observa el porcentaje de las empresas que cuentan con soportes de seguridad para su negocio en el municipio de Cuatrociénegas. Se puede observar que el puntaje más alto corresponde al 33% referente a las protecciones metálicas en los negocios, mientras que el mínimo puntaje es de 3% correspondientes a una puerta de seguridad con tecnología mejorada y avanzada.

En la gráfica anterior se puede observar que en el municipio de Sierra Mojada solo se cuenta con un solo tipo de seguridad de todas las empresas, esta corresponde a protecciones metálicas con un 43%, mientras que el 57% restante no cuenta con dicha protección y mucho menos ningún otro tipo de seguridad para su empresa.

CONCLUSIONES

En base a los resultados obtenidos en el apartado anterior se concluye que en lo referente a las encuestas aplicadas en los municipios de Cuatrociénegas y Sierra Mojada, ambos municipios carecen de nuevas tecnologías de mejora para su negocio, no todos cuentan con herramientas y mucho menos sistemas actualizados , tienen poco conocimiento sobre los cambios tecnológicos actuales y administrativos, no cuentan con un ambiente desarrollado , dicho caso trae consigo una deficiencia de adaptación ante los nuevos avances. Por dicha razón el proyecto establecido por el Tecnológico de Monclova se pone en marcha para ofrecer a los establecimientos de la región centro de Coahuila entre ellos estos dos municipios mencionados anteriormente la oportunidad de apoyo mediante capacitación, asesoramiento y la oportunidad de proporcionar información de mejora para su negocio y así mismo dar la oportunidad de enfrentar el mundo de hoy globalizado ante diversos cambios tecnológicos. Como se percató anteriormente en la encuesta aplicada se dio a conocer que ambos municipios aceptaron la ayuda que el tecnológico ofrece, por tal motivo el objetivo general del proyecto es concluido puesto que se conoció la situación actual de las mipymes en relación con las tic's en las empresas.

BIBLIOGRAFIA

Artículos en Línea.

Ferrado, G. (s.f.). *estadistica.mat.uson.mx.* Recuperado el 09 de 08 de 2016, de estadistica.mat.uson.mx: http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/queesunaencuesta.pdf

Libros.

katz, R. (2009). *El Papel de las TIC en el Desarrollo.* Ariel.S.A.

Páginas de Internet.

LOPEZ, H. R. (s.f.). *monografias.com.* Recuperado el 06 de 07 de 2016, de monografias.com: http://www.monografias.com/trabajos93/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia.shtml

M.Moreno, T. (2009). La tecnologia ,aliadaalas PYMES. *expansion.mx*.

LA INNOVACION ORGANIZACIONAL Y LA SUSTENTABILIDAD EN LAS PyMEs DE LA COMARCA LAGUNERA

Parrilla Guerrero Jose Angel[1] y Mendoza Wong Lilibet[2]

RESUMEN

El presente artículo es un análisis del entorno de la comarca lagunera sobre la innovación organizacional y su impacto en la sustentabilidad de las PYMES, se realizó un estudio de campo en la región el cual nos permitió conocer el impacto de la innovación organizacional Se realizó un estudio exploratorio, con un enfoque cualitativo, tomando un muestreo a conveniencia y tomando como referencia un padrón de Empresas del SIEM, Se realizaron entrevistas a un total de 95 PYMES , y se identificaron actividades de innovación que realizan dichas empresas y el impacto que han tenido.

ABSTRACT

This article is an analysis of the environment of the lagoon region on organizational innovation and its impact on the sustainability of SMEs, a field study was conducted in the region which will allow us to know how informed are businesses on the subject before indicated. A total of 95 SMEs which provided all the necessary data for this research were interviewed.

Palabras Clave: Innovación Organizacional, Sustentabilidad, PYMES.

INTRODUCCIÓN

La comarca lagunera integrada por las ciudades de Torreón, Matamoros, San Pedro de las Colonias, Francisco I. Madero y Viesca del estado de Coahuila, y las ciudades de Gómez Palacio, y Lerdo del estado de Durango. De las cuales se tomaron muestras de algunas PYMES para realizar dicha investigación. Porter (1996) considera: "las estrategias de innovación son importantes medios para el desarrollo organizativo, ya que por la falta de sostenibilidad de la ventaja competitiva de los mercados y las tecnologías se han tenido que adoptar herramientas estratégicas que puedan proporcionar una posición única y valiosa para la eficacia corporativa", desde el punto de vista de Amiolemen y colaboradores (2013), también menciona que: "la innovación es una variable fundamental para la ventaja competitiva en el desarrollo de las economías de todo el mundo y tiene el potencial para estimular el crecimiento en los niveles micro y macro". El presente artículo tiene la finalidad de dar a conocer la innovación organizacional y su impacto en la sustentabilidad de las PYMES en la comarca lagunera.

DESARROLLO

- Innovación: Literalmente Acción y efecto de innovar. La palabra proviene del latín innovare. Asimismo, en el uso coloquial y general, el concepto se utiliza de manera específica en el sentido de nuevas propuestas, inventos y su implementación económica. En el sentido estricto, en cambio, se dice que de las ideas solo pueden resultar innovaciones luego de que ellas se implementan como nuevos productos, servicios o procedimientos, que realmente encuentran una aplicación exitosa, imponiéndose en el mercado a través de la difusión.[1]

[1] Facultad de Administración Fiscal y Financiera, Torreón. Universidad Autónoma de Coahuila
[2] Facultad de Administración Fiscal y Financiera, Torreón. Universidad Autónoma de Coahuila

Dentro del manual de Oslo (2005) se menciona que existen 4 categorías de innovación:

1) Innovación del producto,
2) Innovación de proceso,
3) Innovación organizativa,
4) Innovación de marketing.

- Sustentabilidad: la sustentabilidad empresarial se traduce en un reto a la innovación, a la creatividad y a la experimentación de nuevas formas de producir y hacer negocios; en el cumplimiento de los retos mencionados, las empresas han encontrado que:

1. Se producen ahorros significativos al reciclar o reducir la materia prima; consideran que el desecho es a su vez materia prima, y por lo tanto tiene un valor.

2. La importancia de la actitud y nivel de conciencia de todos sus empleados repercute en grandes ahorros económicos.

3. El costo-beneficio de implementar soluciones ecoeficientes es indispensable para ser competitivos.

4. El crecimiento en la imagen de la empresa como una marca ética y ambientalmente consciente lleva de la mano un crecimiento en las ventas

- Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), constituyen la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y asimismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país.

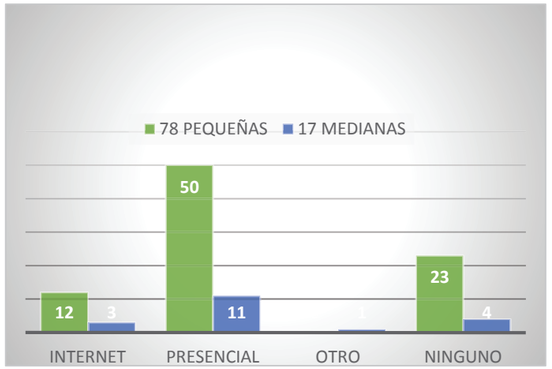
Podemos mencionar algunas de las ventajas de las Pymes:

- Son un importante motor de desarrollo del país.
- Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.
- Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.
- Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de generar empleos.
- Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.
- Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.
- Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal del o los dueños del negocio.

Algunas desventajas de las PYMES:

- No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.
- Es difícil contratar personal especializado y capacitado por no poder pagar salarios competitivos.
- La calidad de la producción cuenta con algunas deficiencias porque los controles de calidad son mínimos o no existen.

- No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.
- Algunos otros problemas derivados de la falta de organización como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos o calidad mala, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos y falta de financiamiento adecuado y oportuno.



METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

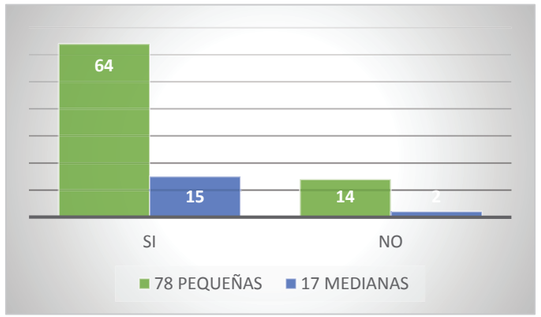
El enfoque de investigación es Cualitativo, y el diseño es no experimental se aplicó técnica de entrevista en base a cuestionario estructurado, con un muestreo no probabilístico a conveniencia, tomando como base el padrón del SIEM y se obtuvo una muestra de 95 empresas de las cuales fueron 78 pequeñas y 17 medianas, se les visito y entrevisto al gerente administrativo de cada una de ellas. Para la realización de esta investigación se realizó trabajo de campo e investigación documental, basada en artículos de biblioteca digital y otras fuentes secundarias.

RESULTADOS

Después de realizar la investigación de campo estos fueron los resultados que nos arrogaron las entrevistas que se les realizaron a las PYMES.

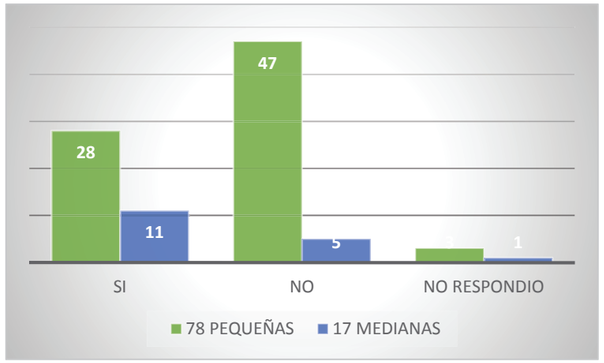
Como se observa en la gráfica la mayoría de las PYMES usan como medio de capacitación principal el presencial sobre los demás medios solo hay pocas empresas que no capacitan a su personal

Figura 1: Medios de capacitación



Las mayoría de las empresas han utilizado el outsourcing ya sea contratando personal de limpieza que es lo más común o simplemente al contratar a un despacho contable para que lleven la contabilidad de la empresa.

Figura 2: Han utilizado outsourcing en el último año



Como podemos observar muchas empresas no han realizado reingeniería en los procesos durante el último año

Figura 3: Han aplicado reingeniería a algún proceso en el último año

CONCLUSION

Posteriormente a la investigación realizada concluimos que este trabajo nos permitió conocer las actividades de innovación organizacional que realizan las empresas de la laguna, dentro de las empresas se realizan actividades de innovación que repercute en la sustentabilidad , ayudándoles a disminuir costos e impactando de mejor manera , a traves de cambios de procedimientos o medidas administrativas , que permiten fortalecer dicha sustentabilidad, tb se encontró que muchas de las empresas entrevistadas , desconocían el concepto de sustentabilidad, y es menos probable que obtengan certificaciones como la de ESR(Empresa socialmente responsable) de igual manera los resultados nos dicen que las empresas, están más familiarizadas con el concepto de innovación. Llama la atención que las empresas pequeñas estén interesadas en la innovación, aunque cuentan con poco recurso para su implementación Y por lo tanto no pueden realizar otras actividades de la innovación organizacional.

BIBLIOGRAFIA

- Porter, M. E. (1996). What is strategy? Harvard Business Review, 74(6), 61-78.
- Amiolemen, S., Babalola, O., Adegbite, S., Ologeh, O., Adekola, O., Ojo, E. (2013). An investigation of the Four Dimensions of Innovation in Small Scale Firms in Lagos State Nigeria. International Journal of Innovation Science, 5(2), 113-118.
- 1-Tobias Müller-Prothmann, Nora Dörr (2009). Innovationsmanagement. Strategien, Methoden und Werkzeuge für systematische Innovationsprozesse. ver p. 7. Cita: „Innovation = Idee + Invention + Diffusion" (Innovación = idea + invención + difusión. München: Hanser. ISBN 978-3446417991
- http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html

INVESTIGACIÓN DE DESARROLLO DE COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE TEQUILA A SEÚL, COREA DEL SUR

Andrea Guerrero Zaragoza[1] y Rafael Ernesto Torres Labra[2]

RESUMEN

Éste proyecto consiste en realizar una investigación de estudio de mercado en Corea del sur por medio de información primaria (cuestionarios); para integrar información y crear un plan de exportación; distribución y comercialización de Tequila. Investigar sobre los requerimientos aduanales. Buscando al investigar integrar un caso de exportación real de un producto mexicano.

ABSTRACT

This project is to perform a market study investigation in south korea by using primary information (questionaries'); to gather information and create an exportation plan; distribution and commercialization of tequila. Investigate all about the customs requirements, trying to integrate an exportation case of a real Mexican product.

Palabras Clave: Corea del Sur; Comerciante exportador; Tequila; Encuesta; TICs.

INTRODUCCIÓN

ProMéxico (2015) es y se le reconoce como una entidad mexicana relevante para la promoción de negocios internacionales, que propicia la culminación de proyectos de manera efectiva; y de acuerdo con ésta organización, México ha sido reconocido como la principal nación exportadora de América Latina y la decimoquinta a nivel global. Un estudio reciente pronostica que para 2050 será el sexto exportador. Este favorable panorama está fundamentado en las acciones emprendidas hace 20 años, cuando el país decidió basar su desarrollo económico en el comercio y la apertura de mercados, lo cual implicó un profundo crecimiento. Actualmente, el comercio exterior representa el 63% de nuestro producto interno bruto, cuando en 1994 este porcentaje alcanzó tan solo 27%. Lo mismo sucedió con las exportaciones totales per cápita, que se multiplicaron cerca de cinco veces en los últimos 20 años.

Nuestra ubicación geográfica es estratégica ha incidido en que México sea una verdadera plataforma logística no solo con América del Norte, sino también con América Latina, Asia y Europa. En 2017 nuestro país cumplirá 55 años de relaciones diplomáticas con la república de Corea, es así que, la relación que existe entre estos dos países es muy relevante en la búsqueda y construcción de nuevos vínculos con Asia-Pacífico y el Sudeste Asiático. En cuanto al Marco Económico Bilateral, se sabe que se rige entre otros instrumentos, por un Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI), un Convenio para Evitar la Evasión y la Doble Tributación del Impuesto sobre la Renta, y múltiples acuerdos sectoriales en materia de cooperación económica, técnica y científica. (Gallo, 2016)

El *objetivo general* de éste proyecto es conocer sobre los requerimientos y procesos a seguir para convertirse en un comerciante exportador de Tequila hacia el mercado surcoreano.

[1]Instituto Tecnológico de Querétaro; Academia de Ingeniería Industrial; Av. Tecnológico S/N, Centro, C.P. 76000, Santiago de Querétaro, Querétaro, andrea-gz06@hotmail.com
[2]Instituto Tecnológico de Querétaro; Academia de Ingeniería Industrial; Av. Tecnológico S/N, Centro, C.P. 76000, Santiago de Querétaro, Querétaro, rtorres@mail.itq.edu.mx

MARCO TEORICO

¿Qué es la exportación?, la exportación es el envío legal de mercancías nacionales o nacionalizadas para su uso o consumo en el extranjero. La legislación nacional (Ley Aduanera) contempla dos tipos de exportación: la definitiva y la temporal. Entendiendo así que la definitiva es cuando el producto ya no regresa al país de origen, y la temporal el producto sale del país originario pero regresa después de un periodo de tiempo y proceso; este aplica a muestras comerciales y material de publicidad.
La exportación exige realizar una adecuada planeación. Para ello se deben contestar y tener en cuenta las siguientes preguntas:

• ¿Qué producto deseo exportar? TEQUILA
• ¿A qué mercado quiero exportar? COREA DEL SUR
• ¿Cuál es la fracción arancelaria de mi producto? 22089003
• ¿Qué arancel debo pagar? EX
• ¿Qué normas debo cumplir? NOM-006-SCFI-2012 (Cuando se exporte una cantidad no mayor a 12 litros y el tequila ostente la contraseña oficial que identifique su cumplimiento, no se anexa al pedimento el original del certificado que compruebe el cumplimiento de la NOM)
(CONFEDERACION LATINOAMERICANA DE AGENTES ADUANALES, A.C., 2016)

De acuerdo con (ProMéxico, 2015), la documentación básica exigida en cualquier proceso de exportación es la siguiente:

-Factura comercial
-Encargo conferido (autorización ante la autoridad aduanera para que el agente aduanal lleve a cabo el despacho a nombre del exportador)
-Carta de instrucciones al agente aduanal (información específica y detallada de la operación y se entrega directamente al agente aduanal)
-Lista de empaque
-Certificado de origen
-Documento del transporte
-Documentos que avalen el cumplimiento de las regulaciones y restricciones no arancelarias, tales como: certificados sanitarios, certificados de calidad, permisos, etc.

Como se dijo anteriormente el propósito de éste proyecto es ver lo que se necesita para ejercer como comerciante exportador, y ya se revisó cuáles son los requisitos para cualquier proceso de exportación, pero también es importante saber cuál es el papel del comerciante o empresa comercializadora, y como se define.

Un comerciante exportador compra, exporta y vende por cuenta propia; le brinda experiencia práctica y el control sobre la operación en el exterior. Es ideal para las PYMEs que no cuentan con amplios recursos financieros o humanos, contratar a una empresa comercializadora para poder experimentar con la internacionalización. SUSTA detalla que a través de esta opción, el comerciante exportador es el que decide qué producto puede ser vendido en el extranjero, asumiendo las tareas de investigación de mercados y administración de la exportación. (connect americas, 2014)

MÉTODOS Y MATERIALES

Para conocer las preferencias del mercado meta se aplicó una encuesta online a un grupo de 30 personas que viven en corea del sur, misma que se tradujo al coreano y se llevó a cabo mediante la plataforma Survey Monkey®
Ésta aplicación permite crear y compartir encuestas, Usar filtros personalizados e informes de los miembros del equipo y Dar acceso a los resultados y a las herramientas de exportación.
La encuesta aplicada se muestra a continuación:

* 1. 자신의 연령대를 선택해주세요:

- 19-22 세
- 23-30세
- 31-40세
- 40 세 이상

* 2. 직업:

- 학생
- 교수
- 기타

* 3. 성별:

- 여자
- 남자

* 4. 테킬라에 대해서 알고 계시나요?

- 네
- 아니오

* 5. 테킬라의 기원이 멕시코 라는 것에 대해서 알고 계시나요?

- 네
- 아니오

* 6. 알고 있는 경우, 테킬라의 만족도에 대해서 알려주세요.
(해당 빈칸에 만족하는 정도로 보았을 때 1이면 '매우 그렇지 않다', 5이면 '매우 그렇다'라고 했을 시 해당 숫자를 적어주세요)

- 맛과 향
- 알코올 포함량(35도~55도)
- 포장되기 이전의 숙성공정
- 마실 때의 강렬함
- 테킬라가 가지고 있는 감성적인 부분

7. 시중에서 보신 적 있거나 경험해 본 적 있는 테킬라 브랜드를 알고 있으면 서술해주세요.

* 9. 강렬한 맛을 가지고 있는 좋은 품질의 수제 테킬라를 한 병 산다면, 어느 정도 지불하실 수 있나요?

- 30,000 a 40,000 원
- 41,000 a 50,000 원
- 51,000 a 60,000 원
- más de 60,000 원 이상

RESULTADOS

Para que un proceso de exportación sea exitoso, se necesita hacer una buena recopilación de información. Por ello se realizó en primera instancia, una investigación documental que permitiera establecer un plan estratégico de negocios de exportación (fig.1), para así tener la idea clara y concisa de cómo se llevaría a cabo el negocio. El modelo de plan de negocios canvas es un gráfico con clasificaciones que describen en sí la propuesta de producto, y ayuda a tener un orden de las actividades a realizar.

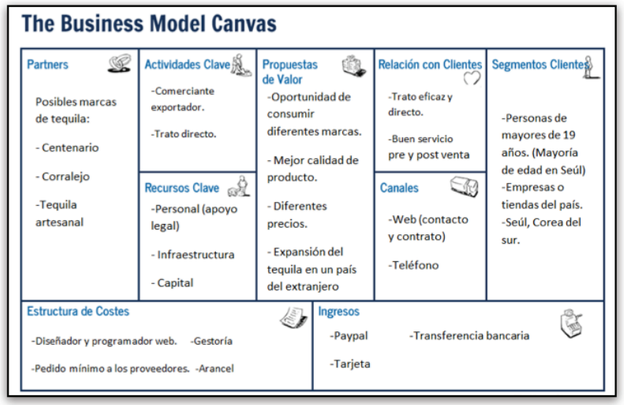
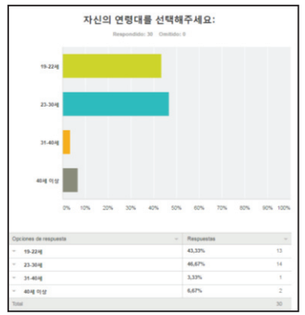


Figura 1. Plan Estratégico de negocios para la exportación



En segundo término, tenemos las gráficas de resultados de la encuesta (ya antes mencionada) aplicada en línea al mercado meta. En la figura 1.1, se presenta la gráfica de barras de los diferentes grupos de edades, el grupo más frecuente fue el de 23 a 30 años.

Figura 1.1 Rango de edad

En la figura 1.2 se muestran las tablas de resultados de las preguntas: 2, 3, 4 y 5. En la pregunta dos podemos ver que 20 de las 30 personas encuestadas son estudiantes; en la pregunta 3, 22 de las personas son hombres y solo 8 mujeres; en la pregunta 4 referente a si gustan del tequila, los 30 contestaron que sí; y por último, en la pregunta 5, 25 de los encuestados sabían que el tequila es de origen mexicano y 5 no tenían idea.

Ocupación

Opciones de respuesta		Respuestas	
학생	Estudiante	66,67%	20
교수	Profesionista	6,67%	2
기타	Otro	26,67%	8
Total			30

Sexo

Opciones de respuesta		Respuestas	
여자	Muier	26,67%	8
남자	Hombre	73,33%	22
Total			30

¿Le gusta el tequila?

Opciones de respuesta		Respuestas	
네	Sí	100,00%	30
아니오	No	0,00%	0
Total			30

¿Sabe que el tequila es de origen mexicano?

Opciones de respuesta		Respuestas	
네	Sí	83,33%	25
아니오	No	16,67%	5
Total			30

Figura 1.2 Preguntas 2, 3 y 4

¿Qué es lo que más le agrada del tequila? (Evalúe del 1 al 5, siendo 1 lo que menos le gusta y 5 el atributo que usted más aprecia)

6.-알고 있는 경우, 테킬라의 만족도에 대해서 알려주세요.
(해당 빈칸에 만족하는 정도로 보았을 때 1이면 '매우 그렇지 않다' 5이면 '매우 그렇다'라고 했을 시 해당 숫자를 적어주세요)

Sabor y aroma — 맛과 향_____
Nivel de graduación alcohólica — 알코올 포함량(35도~55도)_____
El proceso de añejamiento que recibe antes de ser envasado — 포장되기 이전의 숙성공정_____
La intensidad de la bebida — 마실 때의 강렬함 _____
Las sensaciones que produce en usted su consumo — 테킬라가 가지고 있는 감성적인 부분 _____

En ésta pregunta se tuvo que revisar en cada encuesta y hacer una tendencia de respuestas a lo que se obtuvo que, lo que más disfrutan del tequila, son las sensaciones que producen en ellos su consumo.

7.-시중에서 보신 적 있거나 경험해 본 적 있는 테킬라 브랜드를 알고 있으면 서술해주세요.
Mencione las marcas de tequila que ha probado ó ha visto de ésta bebida en su país:

Al igual que en la pregunta anterior, las respuestas se tuvieron que checar encuesta por encuesta ya que la pregunta era abierta, a lo que el 100% de los encuestados contestaron: José Cuervo.
En la figura 1.4 referente a la pregunta 8, se obtuvo que 26 de los encuestados contestaran que sí les gustaría que se comercializaran otras marcas en su país, para tener más variedad para escoger.

¿Le gustaría conocer otras marcas?

Opciones de respuesta		Respuestas	
네	Si	89,66%	26
아니오	No	3,45%	1
관심 없음	Me es indiferente	6,90%	2
Total			29

Figura 1.4

Y por último en la pregunta 9 (figura 1.5), se muestra en la gráfica como en la tabla, que 17 de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre 30,000 y 40,000 won (entre 400 y 600 pesos mexicanos).

Opciones de respuesta	Respuestas	
30,000 a 40,000 원	58,62%	17
41,000 a 50,000 원	34,48%	10
51,000 a 60,000 원	3,45%	1
más de 60,000 원이상	3,45%	1
Total		29

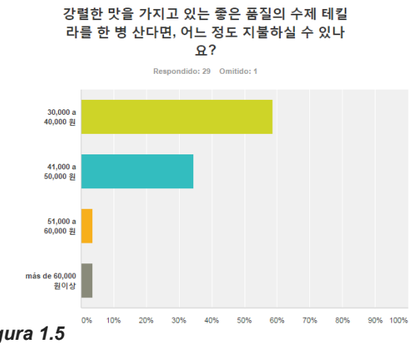


Figura 1.5

Conclusión general: Al concentrar la información y analizarla, encontramos que hay un área de oportunidad; un nuevo mercado, que desea probar más variedad de tequilas; podemos decir que ejercer como comerciante exportador de tequila es bastante viable ya que, solo conocen el tequila "José Cuervo" en Corea del Sur. Por lo cual, no deja la posibilidad abierta de una vez concluida esta encuesta entre los prospectos compradores; definir la etapa de exportación, que conlleva tramites y procedimientos, para empezar a participar en el comercio exterior de la forma más preparada y que haga él su mejor aliado para eficientar las ventas.

BIBLIOGRAFÍA

CONFEDERACION LATINOAMERICANA DE AGENTES ADUANALES, A.C. (05 de agosto de 2016). *CONFEDERACION LATINOAMERICANA DE AGENTES ADUANALES, A.C.* Obtenido de http://www.aduanas-mexico.com.mx/cgi-bin/ctarnet/ctarnet.exe/creahtml?num_frac=22089003&TF_cca=&jusuario=CLAA

connect americas. (2014). *connect americas*. Obtenido de https://connectamericas.com/es/content/exportaci%C3%B3n-directa-o-indirecta-%C2%BFcu%C3%A1l-es-la-mejor

Gallo, R. M. (05 de mayo de 2016). *Embajada de México en Corea*. Obtenido de https://embamex2.sre.gob.mx/corea/index.php/la-embajada/2016-04-27-03-35-47

ProMéxico. (diciembre de 2015). *PROMÉXICO, inversión y comercio.* Obtenido de http://www.promexico.gob.mx/es/mx/capacitacion

LA SEGUNDA VUELTA ELECTORAL EN AMÉRICA LATINA Y LA PROPUESTA DE IMPLANTACIÓN EN MÉXICO: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS CASOS BRASIL, ARGENTINA Y PERÚ (2010-2016)

Julio César Guzmán Echeverría[1] y Fernando Barrientos Del Monte[2]

RESUMEN

El presente trabajo tiene la finalidad de analizar la Segunda Vuelta Electoral en América Latina tomando como unidades de estudio a Brasil, Argentina, Perú en cada uno de ellos analizando las leyes y lineamientos para llevarse a cabo si se diera el caso la Segunda Vuelta Electoral, de tal manera se estudiaran las elecciones comprendidas entre 2010-2016 al igual que se estudia el caso de México que aunque no contempla la SVE en su constitución esta ha sido propuesta ante el congreso. El estudio es un análisis comparativo de los gobiernos comprendidos entre este periodo para conocer el desarrollo de estos tomando como variables de estudio los efectos de la conformación del Ejecutivo en relación con el legislativo y gobernabilidad.

ABSTRACT

This paper has the purpose of analyze the runoff election in Latin America taking as units of study to Brazil, Argentina and Peru in each analyzing the laws and guidelines to be implanted if the case the runoff election was given, so the elections between 2010-2016 as the case of Mexico that although not contemplate the runoff election in his constitution that has been in the congress is studying be explored. The study is a comparative analysis between this period including Governments to know the development of these variables takings as study the effects of the formation of the Executive in relation to the legislative and governance.

Palabras Clave: Segunda Vuelta Electoral, legitimidad, gobernabilidad.

INTRODUCCIÓN

La Segunda vuelta electoral como mecanismo de búsqueda de legitimidad del Ejecutivo dada la inestabilidad con la que se caracterizaban la mayoría de los países de América latina debido a la implantación de dictaduras, golpes de estado; ha sido implantada en varios países de América Latina. "En 1979 solamente dos países en América latina, de dieciocho con sistema presidencial habían introducido el sistema de SVE; para el 2003 trece países lo contemplaban en su Constitución." (Barrientos, 2004: 4).

México tiene un sistema electoral de mayoría simple contemplado en su constitución aunque las propuestas para implantar la Segunda vuelta electoral se han presentado ante el congreso estas no han logrado el cambio en el sistema.

Los objetivos de esta investigación son definir el termino de Segunda Vuelta Electoral, así como describir los tipos de segunda vuelta electoral y realizar un análisis breve de la implantación en Brasil, Argentina y Perú tomando como referencia las últimas dos elecciones de cada país para a partir de los postulados teóricos de la SVE contrastar con los gobiernos en relación con los efectos de conformación

[1]Universidad Autónoma de Aguascalientes, Ciencias Políticas y Administración Pública; Avenida Universidad 940, Ciudad Universitaria, Villas de la Universidad, 20131 Aguascalientes, Ags. julio_guzman98@hotmail.com

[2] Universidad de Guanajuato, Departamento de Estudios Políticos; Calle Pedro Lascurain de Retana 5, Centro, Calzada de Guadalupe, 36000 Guanajuato, Gto. f.barrientos@ugto.mx

del Ejecutivo y Legislativo de cada país. Para este trabajo me he plateado la interrogante de ¿Qué tipo de Segunda Vuelta Electoral es viable para México? A la cual tratare de dar respuesta en base al análisis comparativo de los cuatro países en los contextos y la efectividad de la SVE en los gobiernos.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para el análisis de los cuatro países (Brasil, Argentina, Perú y México) se ha hecho una descripción normativa de los artículos que contemplan sus constituciones en materia electoral, así como una revisión teórica de investigaciones sobre el tema para nutrir la investigación y la confrontación de ideas. Las herramientas utilizadas son tablas comparativas en donde se señalan las variables de estudio para así sintetizar la información y cimentar los argumentos con base en datos.

Para el fortalecimiento de las habilidades como estudiantes y potenciales investigadores se nos fueron proporcionados dos talleres el primero titulado curso de introducción a la política comparada con los temas 1.¿Qué es la política comparada? ¿Por qué comparar? 2. ¿Cuáles son las principales perspectivas teóricas que las respaldan? 3. ¿Cuál es el meto y cuales las técnicas de comparación? 4. ¿Cuáles son los principales objetos de estudio de la política comparada? con una duración de 16 horas el cual fue impartido por el Dr. Fernando Barrientos; así mismo se nos impartió el taller de Formación en la investigación el cual contemplaba los tema: 1. Diseño de protocolo de investigación, 2. Sistemas de referenciado, 3. Taller de revistas arbitradas. Este curso fue presentado por el Dr. Daniel Añorve Añorve con una duración de 8 y media horas.

RESULTADOS

¿Qué es la Segunda Vuelta Electoral?

La Segunda Vuelta Electoral tiene sus orígenes en Francia con el término conocido como *Ballotage* como señala Aníbal Pérez este término es empleado en la Quinta República en la cual se contemplaba la elección a tres vueltas aunque su aplicación y las normas han variado y continúan variando desde su aparición en 1787 en la constitución francesa, su instauración en las constituciones de varios países de Latino América con el objetivo de que la figura electa cuente con un alto grado de aceptación por parte del electorado logrando así legitimidad del gobernante.

Se aplica cuando el requisito legal para ganar un cargo exige la mayoría absoluta o un umbral de votación previamente definido, el cual de no alcanzarse por ningún candidato en la primera vuelta, da lugar a una SVE en la que se restringe la participación a los dos candidatos más votados y en la que para ganar solo basta obtener la mayoría simple de los votos. (Barrientos, 2004:11).

Análisis de la SVE en Brasil (2010 y 2014)

La Segunda Vuelta Electoral se consagra en la constitución desde el año de 1988 en el artículo 77 con las características señaladas en el tabla 1. donde si ninguno de los candidatos obtiene la mayoría absoluta se convoca a segunda vuelta. Desde su instauración Brasil ha tenido cinco elecciones con segunda vuelta sobre las dos últimas la de 2010 y 2014 serán sobre las que centrare mi investigación.

Elección de 2010

En la primera ronda celebrada el 03 de octubre los dos candidatos más votados fueron Dilma Vana Rousseff por el partido de los trabajadores (PT) y José Serra por el partido de social democracia brasileiro (PSDB) con una porcentaje de 46.9% y 32.6% respectivamente, situación que llevo a convocar la segunda vuelta el 30 de octubre saliendo victoriosa Dilma Vana Rousseff 56.1%. Desde su instauración Argentina solo ha llevado sus elecciones a una segunda vuelta la cual corresponde al año de 2015.

Tras dos mandatos de gobierno de Luis Inacio Lula llega al poder la primera presidenta de la Republica bajo el mismo partido siendo victoriosa en primera vuelta pero sin contar con mayoría en el congreso lo que aunado a las coaliciones formadas con los otros partidos llevo a contar con gran apoyo en el congreso donde llevaría a cabo sus políticas de innovación y continuación del desarrollo con el principal objetivo de erradicar la pobreza extrema del país y garantizar seguridad.

La pacificación militar de las favelas y el movimiento huelguístico de funcionarios y policías en 2012 pusieron a prueba la pericia y la determinación de la presidenta para asegurar la paz social en un país que debía dar al mundo una imagen de modernidad y solvencia de cara a los Mundiales de 2014 y las Olimpiadas de Rio de 2016[….] Rousseff, que vio peligrar su presidencia por los disturbios y las movilizaciones masivas, asumió el diagnóstico sociológico e hizo importantes concesiones apaciguadoras, incluida la propuesta, polémica, de convocar un plebiscito para abrir un proceso constituyente.(Ortiz, R,2014).

Elección de 2014

En las elecciones convocadas el 5 de octubre se presenta a relección por el PT Dilma Rousseff obteniendo 41.6% del total de la votación contra la segunda posición Aécio Neves da Cunha por el PSDB con 33.6%, situación que llevo a la organización de la segunda vuelta el 26 de octubre quedando nuevamente victoriosa la candidata del PT con 51.6%. Con la nueva victoria del PT fueron necesarias la formación de coaliciones y negociaciones al no contar con mayoría en la cámara de diputados con el aumento de partidos la distribución de escaños en el congreso ha generado un fragmentación, situación que dificulta la gobernabilidad del Ejecutivo. Además de eso, el rol opositor del Presidente de la Cámara de Diputados, Eduardo Cunha(PMDB) ha generado una ruptura en el apoyo de la base aliada del gobierno y, consecuentemente a fragilizado el ejecutivo en el parlamento.(Alcantar, S y Tagín M.L).

Análisis de la SVE en Argentina (2011 y 2015)

La Segunda Vuelta Electoral en Argentina se instaura en el año de 1994 en el artículo 96. Tabla 1. La cual se realizara entre los dos candidatos más votados de no haber obtenido el 45% de la votación o el 40% con una diferencia del 10% respecto al segundo. Desde su instauración Argentina solo ha llevado sus elecciones a una segunda vuelta la cual corresponde al año de 2015.

Elección de 2011

Cristina Fernández de Kirchner representante del Frente para la Victoria (FV) obtuvo 54.1% de la votación en relación con el segundo lugar Hermes Juan Binner del Frente Amplio progresista (FAP) con 16.8% situación que llevo a decidir la elección en primera vuelta. La reelección de Cristina Fernández esposa del expresidente Nestor Kirchner a los 12 años comprendidos de los Kirchner en el poder se le conoce como el Kirchenismo caracterizado por grandes avances en materia de derechos humanos; el segundo mandato de Cristina Fernández tuvo que afrontar la crisis económica por la que pasaba el país.

Elección de 2015

Los dos candidatos más votados para esta elección convocada el 25 de octubre fueron Daniel Scioli del FV con 36.9% y Mauricio Macri por Alianza Cambiemos (AC) con 34.3%. La pequeña diferencia entre los candidatos llevo a la segunda vuelta el 22 de noviembre donde el resultado se invirtió quedando como victorioso Mauricio Macri con 51.4%. Maurico Macri es el primer presidente de Argentina electo por segunda vuelta electoral quien gano la segunda contienda pero al no contar con mayoría en el congreso situación aunada a problemas económicos por los que atraviesa el país, las estrategias emprendidas por su gobierno lo ha llevado a reunirse desde el principio con los líderes de la oposición para las negociaciones, luego de la salida de 12 diputados del bloque Frente para la Victoria (FPV) el bloque Cambiemos se ha mantenido como la primera minoría al contar con 91 “desplazando al Frente para la Victoria (FPV), que quedó con unas 81 bancas, luego del alejamiento de algunos diputados de ese espacio.” (La nación, 2016). Situación que posibilita la aprobación de leyes propuestas por el Ejecutivo dado el número y las coaliciones formadas en el congreso.

Análisis de la SVE en Perú (2011 y 2016)
La Segunda Vuelta Electoral fue instaurada en la constitución de 1993 en el artículo 111. Tabla 1. Sí ninguno de los candidatos obtiene la mayoría absoluta en la primera ronda pasan a la segunda los dos más votados. Desde su instauración solo en la elección de 1995 no fue necesario convocar a segunda vuelta.

Elección de 2011
En la primera contienda celebrada el 10 de abril los dos candidatos más votados fueron Ollanta Humala Tasso por Gana Perú (GP) con 31.7% y Keiko Fujimori Higuchi por el partido Fuerza 2011 (F2011) con 23.5% la segunda vuelta se llevó a cabo el 5 de junio obteniendo Ollanta Humala el 51.5%. Si bien el resultado se confirmó en la segunda vuelta al arribo conto con gran legitimidad y con índice del 55% de aprobación según señala el periódico tele sur, situación que no duro todo su gobierno puesto que las malas políticas así como la crisis económica y política además de la inseguridad que iba en incrementó en el país con las que tuvo que lidiar lo llevaron a descender hasta el 18% de aprobación.

Elección de 2016.
La elección se celebró el 10 de abril con la reaparición de Keiko Fujimori Higuchi por Fuerza Popular (FP) con 39.9% de la votación y en segundo lugar con 21.1% Pedro Kuczynski Godard por Peruanos Por el Kambio (PPK) la segunda vuelta se llevó a cabo el 5 de junio con la victoria de Pedro Kuczynski con 50.1% El gobierno de Pedro Kuczynski a casi un año es aun difícil de definir lo que si bien es un reto puesto que no cuenta con mayoría en el congreso; los puntos principales en su agenda son el tema de seguridad con la refundación de la policía nacional, cambiar la composición general del consejo de magistraturas, el aumento del sueldo mínimo, mayor transparencia entre otros puntos.

Análisis del caso México y la posible implantación de la SVE
Uno de los grandes problemas en México y en otros países es la búsqueda de legitimidad en las elecciones y la formación de gobiernos divididos tras las elecciones concurrentes e intermedias que desde la reforma de 1997 ha traído una fragmentación en el congreso lo cual puede traducirse en mayor representación, también puede llevar a parálisis legislativa aunque este problema puede no presentarse o solucionarse con la capacidad de negociación y gobierno de coaliciones.

En el estudio titulado "cinco tesis sobre la segunda vuelta electoral" Fernando Barrientos señala que no existe un único modelo de segunda vuelta sino que los divide en tres: 1. SVE sin barrera de acceso, 2. SVE con mecanismo de acceso simple y 3. SVE con mecanismo compuesto de acceso. El primero ya antes mencionado es el caso de Francia donde en los postulados en la constitución de 1787 de no haber mayoría simple se convocaban nuevamente a elecciones con todos los partidos, la barrera consiste en que a ella solo acceden los candidatos más votados; la segunda clasificación podría ser definido como el caso de Brasil y Perú expuestos en la Tabla 1. La tercera clasificación cuenta con mayores arbitrajes al señalar las reglas bajo las cuales se deberá convocar a segunda vuelta, tal es el caso de Argentina.

Uno de los puntos contemplados en la iniciativa del reforma electoral de 2009 señalaba la introducción de la SVE en el sistema electoral mexicano entre otros puntos como las iniciativas ciudadanas, candidaturas independientes y elecciones consecutivas de alcaldes y otras figuras, la finalidad de la reforma era garantizar mayor legitimidad así como gobernabilidad al reducir el número de partidos en el congreso.

De tal manera respondiendo a la pregunta ¿Qué tipo de segunda vuelta electoral es viable para México? En base al análisis propongo que la mejor forma sería la tercera clasificación que hace Fernando Barrientos "SVE con mecanismos compuestos de acceso" de tal forma se delimitaría las normas bajo las cuales con un umbral de diferencia respecto a la segunda posición si se debería convocar o no a SVE.

En un con texto como el mexicano, en donde progresivamente se va asentando la tendencia hacia un sistema tripartito acompañado de un nivel de polarización ideológica importante, la fórmula que se propone difícilmente podrá alcanzar los mismos resultados. (Astudillo, 2010). Con la creencia en México de que el PRI y PAN tendrían un lugar asegurado en la segunda ronda de ser necesaria dado que forman parte de las tres fuerzas nacionales tendrían que negociar con el PRD para así lograr la victoria en la segunda contienda, lo cual no da un resultado especifico puesto que por ideología se pensaría que el PRD se aliaria con el PRI pero esto no se sabe con certeza.

CONCLUSIÓN

Con el análisis de las elecciones con SVE podemos observar en el caso de Argentina con una única elección a segunda vuelta como se observa en la tabla 2. La SVE trajo como resultado la victoria de la segunda posición con lo cual Macri cuenta con minoría en el congreso al igual que la elección de 2016 en Perú. El caso de las dos elecciones analizadas en Brasil y la elección de 2011 en Perú se observa que el resultado en la SVE se repite constatando el triunfo que en la primera vuelta con mayoría simple se habría efectuado. Uno de los problemas de la elección a Segunda vuelta es el primer caso señalado el cual con la inversión del resultado provoca que el gobernante llegue con poco apoyo por parte del legislativo situación que podría no ser desventaja si se tiene la habilidad de negociación y la capacidad para formar gobierno de coaliciones como es el caso de Pedro Kuczynski en Perú. El segundo problema es el alto costo de las elecciones pudiendo definir está en una primera vuelta, a lo cual propongo que para ello se debe limitar los casos en los cuales se convoca a SVE teniendo normas como en el caso de Argentina con una SVE con mecanismos compuestos de acceso. Definitivamente la implementación de la SVE en México es un tema de debate puesto que el país no cuenta con las condiciones necesarias para llevar a cabo elecciones efectivas sin que se fraccione el sistema de partidos; es necesario avanzar en materia de transparencia así como en el fortalecimiento de las instituciones. Como ya se señalaba la implementación en México traería el fortalecimiento del tripartidismo dejando a las dos primeras posiciones la búsqueda de negociación con los pequeños partidos así como con la tercera posición que traería a efecto la victoria, el problema es la negociación que debe ser permanente buscando el acuerdo entre partidos no solo en las elecciones sino en el trabajo en conjunto como gobierno. A consideración mía la mejor forma de SVE para México es la SVE con mecanismo de acceso compuesto la cual podría garantizar un margen que lleve a la Segunda vuelta de ser necesaria pudiendo reducir costos en comparación con los otros tipos de SVE pero la implementación por sí misma no resuelve los problemas de gobernabilidad, puesto que el resultado de la elección no garantiza la legitimidad duradera en el gobierno, situación que como ya se mencionaba queda a la capacidad de gobernar de y negociar puesto que las elecciones intermedias así como la conformación del legislativo en elecciones concurrentes puede traer gobiernos divididos pero no necesariamente parálisis legislativa.

Tabla 1. Segunda Vuelta Electoral en América Latina

País	*Segunda Vuelta Electoral*	*Legislación*	*Normas*	
			Primera vuelta	*Segunda Vuelta*
Argentina	Sí	Art. 96 constitución 1994	45% 40% y diferencia de + 10% respecto al 2º	2 fórmulas más votadas Mayoría simple
Brasil	Sí	Art. 77 constitución 1988	Mayoría Absoluta	2 candidatos más votados Mayoría Simple
México	No	Art. 41 Constitución 1917	Mayoría Simple	
Perú	Sí	Art. 111 Constitución 1993	Mayoría Absoluta	2 candidatos más votados Mayoría Simple

Fuente: Barrientos, F. (2004)"La Segunda Vuelta Electoral y la Gobernabilidad en los Sistemas Políticos Latinoamericanos": *Revista del Instituto Electoral del Estado de México, Apuntes Electorales.*IV. No. 15, [pp. 532].

Tabla 2. Resultados Electorales 2010-2016 (Argentina, Brasil, Perú).

País	*Periodo*	*Primera Vuelta Electoral*		*Segunda Vuelta Electoral*	
Argentina	2011	Cristina Fernández de Kirchner Victoria (FV)	54.1%	-	-
		Hermes Juan Binner (FAP)	16.8%	-	-
	2015	Daniel Scioli del (FV)	36.9%	-	-
		Mauricio Macri (AC)	34.3%.	Mauricio Macri	51.4%.
Brasil	2010	Dilma Vana Rousseff (PT)	46.9%	Dilma Vana Rousseff	56.1%.
		José Serra (PSDB)	32.6%	-	-
	2014	Dilma Rousseff (PT)	41.6%	Dilma Vana Rousseff	51.6%
		Aécio Neves da Cunha (PSDB)	33.6%		
Perú	2011	Ollanta Humala Tasso (GP)	31.7%	Ollanta Humala	51.5%
		Keiko Fujimori Higuchi (F2011)	23.5%	-	-
	2016	de Keiko Fujimori Higuchi (FP)	39.9%	-	-
		Pedro Kuczynski Godard (PPK)	21.1%	Pedro Kuczynski	50.1%

Fuente de consulta: Adam Carr's Election Archive disponible en http://psephos.adam-carr.net/ (fecha de consulta 22-06-2016).

BIBLIOGRAFIA

Libros

1. ALCANTARA, S y TAGÍN, M.L (2016) Elecciones y cambio de elites en América Latina 2014,2015 *"¿Cambio o continuidad en la política brasileña? Las elecciones presidenciales y parlamentarias de 2014"*: Ediciones Universidad de Salamanca. Hernandez M, y Henrich, N.
2. GONZÁLEZ, J (2007) La segunda vuelta electoral, experiencias y escenarios: Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, México.

Artículos de revista

1. Astudillo, C. "Segunda vuelta electoral para la elección presidencial" *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, vol. XLIII, núm. 129, septiembre-diciembre, 2010, pp. 14111428
2. Barrientos, F. (2004)"La Segunda Vuelta Electoral y la Gobernabilidad en los Sistemas Políticos Latinoamericanos": *Revista del Instituto Electoral del Estado de México, Apuntes Electorales.*IV. No. 15,[pp. 507-534].

Artículos en línea

1. Barrientos, F. (2010) "Cinco tesis sobre la segunda vuelta electoral". Consultada en https://criticacida.wordpress.com/2010/01/13/cinco-tesis-sobre-la-segunda-vuelta-electoral/ (fecha de consulta 04-07-2016)
2. La Nación "Cambiemos oficializó su interbloque en Diputados y desplazó al FPV como primera minoría" Consultado en http://www.lanacion.com.ar/1871881-cambiemos-oficializo-su-interbloque-en-diputados-y-desplazo-al-fpv-como-primera-minoria 17-02-2016 (fecha de consulta 23-07-2016)

3. Pérez, A. (2002) La reversión del resultado en la doble vuelta electoral: Una evaluación institucional del Balotaje. Consultada en http://www.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/c3a3b1_lareversiondelresultadodeladoblevueltaelectoral.pdf (fecha de consulta 23-06-2016).
4. Sánchez. "Segunda vuelta ¿Para qué? Consultada en http://investigadores.cide.edu/aparicio/refpol/Talanquer_SegundaVuelta_ene10.pdf (fecha de consulta 18-06-2016).
5. Ortiz, R. (2014) "Dilma Rousseff" consultada en CIDOB (Barcelona Centre For International Affairs) http://www.cidob.org/biografias_lideres_politicos/america_del_sur/brasil/dilma_rousseff (fecha de consulta 22-07-2016)

REVISIÓN EN ORIGEN HACIA LA AUTOREVISIÓN FISCAL

Agustín Hernández Félix[1] y Porfirio Tamayo Contreras[2]

RESUMEN

El proceso de revisión de las contribuciones en materia de comercio exterior por parte de la autoridad aduanera exige, cada día una metodología más eficaz y eficiente. En éste contexto surge el Programa de Revisión en Origen (RO) con el propósito de permitir a los grandes importadores y a las empresas que tienen un Programa de la Industria Manufacturera Mexicana de Exportación (IMMEX) realizar la revisión de sus importaciones y determinar si existe la obligación, espontánea, del pago de contribuciones y aprovechamientos omitidos. Para la determinación de los mismos utilizan las fórmulas de margen de error (ME) y Porcentaje de contribuciones y cuotas compensatorias omitidas (PCO).

El objetivo de esta investigación es conocer qué tanto el ME y PCO son los instrumentos adecuados para la autocorrección en materia de contribuciones y aprovechamientos. La metodología utilizada fue documental. Se concluye que efectivamente la RO tiene un proceso de detección de errores y omisiones en las contribuciones y aprovechamientos. Sin embargo, carece del mecanismo para prever la situación de las empresas que cumplen correctamente con sus obligaciones fiscales y que tiene una alta probabilidad de no ser revisadas mediante el mecanismo del PCO, lo que no les permite medirlos adecuadamente el resultado de sus operaciones de comercio exterior.

Palabras Clave: Revisión en origen (RO), margen de error (ME), porcentaje de contribuciones omitidas (PCO).

ABSTRACT

The review process of the contributions in foreign trade by the customs authority requires every day more effective and efficient methodology. In this context, the Program Review in Source (RO) was created with the purpose of allowing large importers and companies that have a Program Manufacturing Industry Mexican Export (IMMEX) conducting the review of its imports and determine whether there is obligation, spontaneous, payment of contributions and exploitations omitted. To determine the formulas used the same margin of error (ME) and Percentage of contributions and omitted countervailing duties (PCO). The objective of this research is to know how much the ME and PCO are right for self-correction on Contributions and exploitations instruments.

The methodology used was documentary. It is concluded that the RO has effectively detecting process errors and omissions on contributions and uses. However, it lacks the mechanism to provide for the situation of companies that comply correctly with their tax obligations and which has a high probability of not being reviewed by the mechanism of PCO, which does not allow them to properly measure the results of its trading operations Exterior.
Keywords: Review in origin (RO), margin of error (ME), percentage of unpaid taxes (PCO).

[1]Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca, Romualdo del Campo 501, Rafael Curiel, 79060, Ciudad Valles, San Luis Potosí, nitsuga_930115@hotmail.com
[2]Universidad de Guanajuato, División de Ciencias Económico Administrativas; Fraccionamiento 1; Col. El Establo S/N, C.P: 3625, Guanajuato, Gto. aeinegocios@prodigy.net.mx

INTRODUCCIÓN

El programa de revisión en origen nace en el sexenio del doctor Ernesto Zedillo Ponce de León, quien promueve modificaciones a la Ley Aduanera para facilitar a los grandes importadores y a las grandes empresas (IMMEX) que realizan importaciones temporales para la transformación de mercancías para así poder tener un mejor control en sus operaciones. Las modificaciones quedan plasmadas en la Ley Aduanera publicada el 15 de diciembre de 1995 en el Diario Oficial de la Federación, y entrando en vigor el primero de Abril de 1996.

Cabe resaltar qué, en la Ley Aduanera de 1996, se define con mejor precisión el objetivo de el comercio exterior para regular la entrada y la salida de mercancías al territorio nacional y de los medios en que se transportan o conducen (Art. 1°, Ley Aduanera 2016). Así como el despacho aduanero y los hechos o actos que deriven de éste o de dicha entrada o salida de mercancías, con el propósito de fortalecer el programa de revisión en origen.

De acuerdo a Velázquez, Alvarado y Reyes (2011), en su investigación titulado "*Procedimientos de revisión en origen: Facilitador operativo de las agencias aduanales de Manzanillo, Colima, México"* considera que el programa de revisión nace como consecuencia de las afectaciones que se generaron en las operaciones de comercio exterior de las agencias aduanales del puerto de Manzanillo, en Colima, México. Ya que, el despacho aduanero tenía un proceso tardado perjudicando las operaciones aduaneras de los grandes importadores.

Por otro lado, en opinión de Zenkor Trade Solutions (2016) en su estudio titulado *Procedimiento de Revisión en Origen* concluye que el presente procedimiento es un medio utilizado en operaciones de importaciones temporales. Es principalmente, un esquema en el que el importador verifica y acepta como ciertos (bajo su responsabilidad) la información brindada por el proveedor en cuanto a las mercancías que son objeto de la importación con base en la cual el agente aduanal realiza el pedimento respectivo (Art. 98, Ley Aduanera 2016), sin tener este último la necesidad de realizar actos de conservación, inspección, examen y toma de muestras (Art. 25, Ley Aduanera 2016).

En la Ley en comento, el programa de revisión en origen simplifica y reduce el tiempo de despacho de mercancías. Asimismo, se constituye un procedimiento de las importaciones definitivas y temporales. Cuando se habla de las importaciones temporales, la revisión de mercancía en origen es aplicable a las maquiladoras o empresas con programas de exportación autorizados por la Secretaría de Economía. Actualmente, conocidas como Industria Manufacturera Mexicana de Exportación (IMMEX) (Ley Aduanera 2016. Art. 98. Reglamento 2016. Art. 128).

El registro de revisión en origen lo pueden adquirir las empresas que tengan ingresos o importaciones superiores a $106, 705,330.00 pesos del año anterior a aquél en que se está solicitando su inscripción. El requisito anterior tiene cambios cada año mediante Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior. Los datos en la presente investigación es la aplicable para el año 2016. Asimismo, pueden obtener el programa las maquiladoras o empresas que cuenten con el programa IMMEX (Industria Manufacturera, Maquiladora y de servicios de Exportación). Para tramitar el programa las empresas antes indicadas tienen que cubrir como pago de derechos la cantidad de $5,337.00 pesos y la vigencia es de un año, contado a partir de la fecha en que se otorga el registro.

Tomando en cuenta lo anterior, el objetivo de investigación es conocer qué tanto el ME y PCO son los instrumentos adecuados para la autocorrección en materia de contribuciones y aprovechamientos. Por tanto, la hipótesis es la siguiente: las formulas PCO y ME sirven como instrumento para la autoridad aduanera en detectar errores u omisiones en el pago de contribuciones y aprovechamientos en materia de comercio exterior.

MÉTODOS Y MATERIALES

El presente documento es una investigación de tipo cualitativo, ya que se realizó la selección, recolección y análisis de la información sobre el tema en comento. En donde el procedimiento, consistió en indagar en cada una de las leyes aduaneras que han existido en México para así determinar los antecedentes y el origen de la revisión en origen.

Asimismo, se investigo en cada una de las resoluciones misceláneas sobre las modificaciones de la Ley Aduanera con respecto al tema de investigación. En donde las principales fuentes de consulta fueron libros, Leyes Aduaneras, Reformas, Reglamento, páginas web y el SAT en el cual se habilito una línea telefónica para recabar la información necesaria para enriquecer la investigación con la asesoría de expertos en el tema.

RESULTADOS

Los importadores que realicen operaciones por el procedimiento de revisión en origen, deberán calcular durante el mes de enero, las contribuciones y cuotas compensatorias que pagarán por las importaciones hechas durante el ejercicio inmediato anterior. Para saber si habrá pago de contribuciones o cuotas compensatorias, el acreedor al programa de revisión en origen aplicará la formula denominada margen de error (ME) que da la opción de realizar pagos espontáneos de las contribuciones o aprovechamientos omitidos con actualizaciones y recargos, sin la ejecución de multas, en las importaciones que no sean objeto de fiscalización por parte de la autoridad aduanera en el primer reconocimiento aduanero. O en su caso, en la verificación de mercancías en tránsito o visita domiciliaria.

El resultado que se extraiga tiene que compararse con el obtenido al aplicar la fórmula del porcentaje de contribuciones y cuotas compensatorias omitidas (PCO). El PCO comprende la revisión por parte de la autoridad aduanera de las importaciones realizadas por el contribuyente, dentro del primer reconocimiento aduanero, en la verificación de mercancías en tránsito y en visita domiciliaria. Si la autoridad aduanera en éste ejercicio de facultades detecta contribuciones o cuotas compensatorias omitidas, estas se tendrán que cubrir con actualizaciones, recargos y multas.

En caso de que, el resultado de PCO sea mayor al del ME se tendrán que pagar las contribuciones o cuotas compensatorias omitidas sobre la revisión realizada por la empresa, mediante la aplicación del ME. Las contribuciones o cuotas compensatorias omitidas, antes indicadas, se pagarán al presentar el informe anual sin actualizaciones, ni recargos y multas.

Las formulas del ME y PCO de acuerdo con el artículo 99 de la Ley Aduanera son las siguientes:

Margen de Error

$$ME = \left(\frac{CE}{CE + CDV} \right) \times 100$$

CE= Monto total de contribuciones y cuotas compensatorias pagadas por el importador espontáneamente.

CDV= Monto total de contribuciones y cuotas compensatorias declaradas por el importador en los pedimentos.

Donde CE es lo que el importador revisa que no fue objeto de inspección por parte de la autoridad aduanera y detecta alguna omisión de contribuciones y/o aprovechamientos que pagará de manera espontánea, que como ya se indicó incluyen las actualizaciones y recargos. Por otra parte, el CDV es el valor de las contribuciones y aprovechamientos asentados en los pedimentos de importación que tampoco fueron objeto de revisión por la autoridad aduanera, y en los que no se encontraron irregularidades.

CO incluye el valor de las importaciones que tuvieron omisiones de contribuciones y/o aprovechamientos. Y se tomará como CDR, contiene el valor de las importaciones que fueron objeto de revisión y no se encontraron irregularidades fiscales. Una vez determinado el margen de error (ME) y el porcentaje de contribuciones omitidas (PCO) se compararán ambos resultados, si el porcentaje de contribuciones es mayor al margen de error se pagará el impuesto a razón del excedente. Si el margen de error es menor o igual al porcentaje de contribuciones no habrá lugar al pago de impuestos.

Porcentaje de contribuciones y cuotas compensatorias omitidas

Margen de error

$$\left(\frac{PCO - ME}{100} \right) \times (CDV + CE)$$

CE=Monto total de los impuestos y cuotas compensatorias que no fueron tomadas en cuenta en los pedimentos de importación, detectadas por la autoridad aduanera.

CDV=Monto total de impuestos y cuotas compensatorias pagadas con motivo de la importación de mercancías, que no fueron objeto de inspección física al llegar a la aduana o al ser inspeccionadas en el lugar en que se encuentran almacenados.

Porcentaje de contribuciones y cuotas compensatorias omitidas

$$PCO = \left(\frac{CO}{CO + CDR} \right) \times 100$$

CO=Monto total de los impuestos al comercio exterior y las cuotas compensatorias omitidas

CDR=Monto total de los impuestos y cuotas compensatorias que si fueron reconocidas por la autoridad aduanera

CONCLUSIONES

Toda mercancía que llega a una aduana es sometida bajo un sistema automatizado previamente establecido por la autoridad aduanera en el que se determina si estas son objeto de inspección. Es por eso que se necesitan los instrumentos de ME y PCO, que el ME viene siendo determinado por el importador y el PCO por las autoridades aduaneras para así poder tener una base para poder comparar y juzgar si es correcto los cálculos realizados por el importador.

Todos los importadores que cumplen en tiempo y forma con sus obligaciones fiscales, su agente aduanal es eficaz y eficiente en cuanto al ejercicio de su profesión al igual que su transportista y nunca a introducido al territorio nacional mercancía sobrevaluada o que presenten cierto recelo por provenir de países como China que de antemano tienen que ser inspeccionadas, por lo que la autoridad aduanera las toma en cuenta y las considera como puntos a su favor y estas se van acumulando ya que es una de las características del nuevo sistema aduanero. Cuando una empresa se considera que es muy cumplido y ha acumulado los puntos suficientes ya no se les hace la inspección de las mercancías por lo que es una deficiencia que presenta dicho procedimiento ya que no considera a las grandes empresas que cumplen adecuadamente con sus contribuciones y/o aprovechamientos.

Cuando una empresa grande o una IMMEX no es inspeccionada la autoridad no realiza el calculo del PCO por lo que no tiene una base para poder juzgar y precisar si el ME determinado por el importador es correcto, entonces el ME viene siendo considerado como el correcto.
Se concluye que efectivamente la RO tiene un proceso de detección de errores y omisiones pero debería expandirse a otras empresas y no solamente a las IMMEX y a las grandes empresas. No obstante existe la deficiencia en el sentido de que no considera a las empresas que cumplen adecuadamente con sus obligaciones fiscales y que tiene alta probabilidad de no ser revisadas lo que no les permitirá medirse adecuadamente en sus operaciones de comercio exterior.

BIBLIOGRAFIA

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2010). "Comercio exterior, despacho de mercancías, inscripción en el registro de despacho de mercancías de las empresas (revisión en origen)" en *SAT Servicio de Administración Tributaria.* Consultada en http://www.sat.gob.mx/comext/despacho_mercancias/Paginas/inscripcion_d_mercancias.aspx, el 02-07-2016.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2013). "Capítulo II Definitivos de importación y de exportación, Sección primera de importación" en *La Ley Aduanera*, No. 56, pp. 56- 59. Consultada en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12_291214.pdf, el 01-07-2016.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2009). "título segundo, de los derechos y obligaciones de los contribuyentes, capitulo único" en *El Código Fiscal de la Federación*, No. 17, pp. 17-24. Consultada en http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_mex_anexo6.pdf, el 01-07-2016.

Zenkor Trade Solutions. (2016). "Procedimiento de revisión en origen" en *Zenkor Trade Briefings,* No. 1, pp. 1-2. Consultada en http://www.zenkormexico.com/uploads/3/2/9/8/3298382/zenkor_trade_briefings_-_revisin_en_origen.pdf, el 01-07-2016.

TRIBUTACIÓN ADUANERA, German Pardo Carrero (2009). *Reglas de origen de la mercancía,* México: LEGIS Editorial

LEY ADUANERA (2016). Capítulo II Definitivos de importación y de exportación "De importación", pp. 56-60. Consultada en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12_291214.pdf (fecha de consulta 13-06-2016).

ANÁLISIS DE LOS REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS LOGÍSTICOS EN LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DE LA CIUDAD DE SAN LUIS POTOSÍ

Hernández Fernández Martha Berenice[1] y Portales Rodríguez Juan Carlos[2]

RESUMEN

Actualmente la ciudad de San Luis Potosí está teniendo un crecimiento considerable gracias a la llegada de nuevas empresas manufactureras y la ampliación de algunas ya existentes, por lo que, se necesita hacer frente a los nuevos retos relacionados a su logística. Por esta razón, se requiere hacer un análisis de los servicios logísticos necesarios para el funcionamiento adecuado de estas empresas, el instrumento empleado para llevar a cabo esta investigación fue una detallada encuesta acerca de los servicios logísticos que ellas ocupan en su organización, ya sea que ellas mismas se ocupen de esos servicios o empresas especializadas les hagan frente a esas necesidades.

ABSTRACT

Currently the city of San Luis Potosi is having considerable growth thanks to the advent of new manufacturing companies and the expansion of some existing ones, so that, the enterprises need to face the new challenges related to logistics. For this reason, the companies require to analyze logistics services necessary for the proper operation from the same, the instrument used to carry out this investigation was a detailed survey of logistics services they occupy in their organization, whether themselves dealing with such services or specialized companies make them meet those needs.

Palabras claves: empresas manufactureras, servicios logísticos, medios de transporte.

INTRODUCCIÓN

San Luis Potosí cuenta con una moderna red de carreteras y ferrocarriles, convirtiéndolo en el centro neurálgico de comunicaciones del país. Su ubicación permite ahorrar costos, con ello se ofrece a la actividad productiva agilidad, logística y economía respecto al almacenamiento de materias primas, así como en la distribución de productos terminados a los principales mercados nacionales y del exterior.

Actualmente en la ciudad de San Luis Potosí existe una deficiencia en la variedad y localización de los servicios logísticos específicos requeridos por las empresas del sector automotriz. Con la llegada de las dos nuevas armadoras BMW, Ford y sus proveedores se prevé un incremento sustancial del uso de servicios logísticos. En 2015 San Luis Potosí se ubicó como la sexta entidad del país en atracción de inversión extranjera directa, al registrar 1,584.8 millones de dólares, la mayoría en empresas ubicadas en la región centro. Esta cifra supera en un 67% la inversión recibida en 2014 (PED, 2015-2021).

En los últimos años el uso de los servicios logísticos se ha convertido en una pieza clave para que las empresas puedan ser más eficientes y rentables., ya que permite dedicarse y centrarse a las empresas en su verdadera misión específica y dejar en manos de empresas especializadas los problemas logísticos (Maeso González, 2003).

[1] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, Ingeniería en Logística, Carretera Irapuato- Silao Km 12.5, El Copal, CP 36821, Irapuato, Guanajuato, atramzero@gmail.com.
[2] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Coordinación de Ingeniería en Sistemas y Tecnologías Industriales, Urbano Villalón #500, La Ladrillera, C.P. 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, carlos.portales@upslp.edu.mx

Por estos motivos es necesario conocer la situación logística de esta ciudad y además hacer frente a los retos que se aproximan. Para ello se realizó esta investigación, el instrumento a utilizar es una encuesta que lleva por nombre "encuesta de las necesidades logísticas demandadas por las empresas manufactureras". El objetivo de este proyecto es analizar los requerimientos de servicios logísticos en las empresas manufactureras de la ciudad de San Luis Potosí.

MARCO TEÓRICO

De acuerdo a R. Ballou (1999) la logística es todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar al consumidor el nivel de servicio adecuado a un costo razonable.

La planeación logística trata de responder a las preguntas qué, cuándo y cómo, y tiene lugar en tres niveles: estratégica, táctica y operativa. La principal diferencia entre ellas es el horizonte de tiempo para la planeación. La cuestión es cómo mover el producto de manera efectiva y eficiente a través del canal de logística estratégicamente planeado. En mayor medida que cualquier otro factor, el nivel proporcionado de servicio logístico al cliente afectará en forma notable el diseño del sistema. Los bajos niveles de servicio permiten inventarios centralizados en sólo unas cuantas ubicaciones y también permiten el uso de formas de transporte menos costosas. Los altos niveles de servicio por lo general requieren justamente lo contrario. Sin embargo, cuando se presionan los niveles hacia sus límites superiores, los costos de logística se elevarán a una razón desproporcionada con respecto del nivel de servicio. Por ello, la primera preocupación en la planeación estratégica de logística deberá ser el adecuado establecimiento de los niveles de servicio al cliente. (Ballou, L, 2004).

Un proveedor de servicios logísticos es una compañía que provee o coordina funciones logísticas entre múltiples vínculos en la cadena de aprovisionamiento logístico. La compañía actúa como una "tercera parte" facilitadora entre vendedor/productor (la primera parte) y el comprador/ usuario (la segunda parte)". (Carranza & Sabría, 2004).

MÉTODOS Y MATERIALES

Para la elaboración de esta investigación se optó emplear una muestra por conveniencia, esto a raíz de las limitaciones del proyecto, puesto que los encargados del área de logística no era posible contactarlos con facilidad, por ello, se solicitó el apoyo de conocidos que laboran en ciertas empresas para la aplicación de una entrevista estructurada a cada una, la cual fue elaborada pensando en la forma en que las empresas manufactureras suelen llevar a cabo sus operaciones logísticas, esa fue la manera de la recolección de datos.

Después la información recolectada se organizó en una base de datos que se agrupó de esta forma: Servicios de Mensajería y Paquetería, Carga Aérea (carga paletizada), Servicios de Carga Terrestre, Servicios de Almacenamiento, Servicios de Aduana y Servicios Intermodal.

Con ello se pudo preparar la información para el análisis, mediante la elaboración de gráficas, posteriormente se pasó a la revisión de los datos para obtener un panorama general de la situación.

RESULTADOS

El total de entrevistas realizadas fue 34, de ellas 28 son de capital internacional, también se observó que las pequeñas y medianas empresas son las que predominan con 22 apariciones en las entrevistas.

El 97% de las empresas realizan actividades de importación o exportación.

Respecto a los servicios de Mensajería y Paquetería, la entrega al día siguiente es la más utilizada por las empresas como se muestra en la siguiente figura.

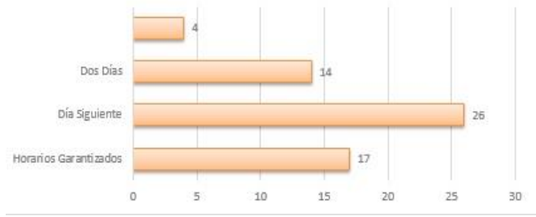


Figura 1: Uso de los Servicios de Mensajería y paquetería

Respecto al Servicio de Carga Aérea (Carga paletizada), esta se dividió en Carga Aérea Nacional, Carga Aérea internacional y Hand Carrier, de ellos 26 empresas utilizan el servicio de carga aérea internacional, 13 el servicio de carga aérea nacional y 16 Hand carrier.



Figura 2: Uso del servicio de Carga Aérea.

En los servicios de carga terrestre, se dividió en servicios de carga terrestre nacional e internacional, cada uno con subdivisiones sobre los diferentes vehículos a utilizar en cada categoría, para la carga terrestre nacional se tuvieron 18 tipos de vehículos diferentes y para la carga terrestre internacional fueron 4, esto por las especificaciones en los vehículos necesarias para entrar a los diferentes países.

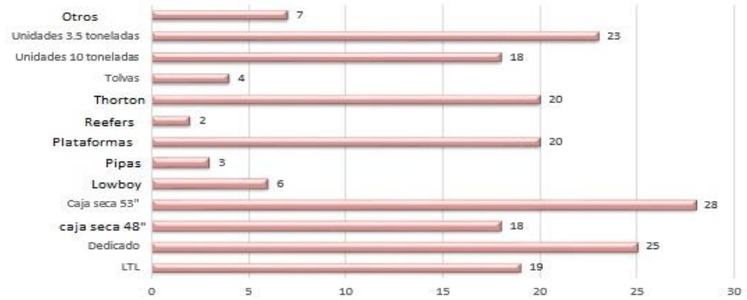


Figura 3: Servicios de Carga Terrestre Nacional.

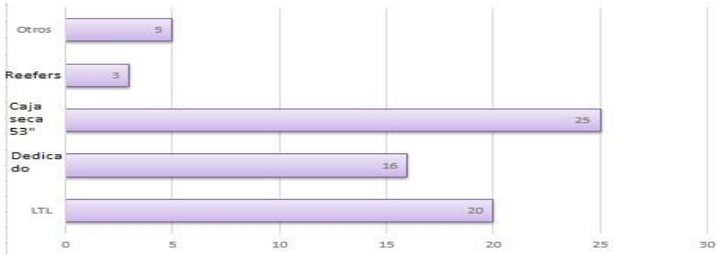


Figura 4: Servicios de Carga Terrestre Internacional.

Para los servicios de almacenamiento se manejaron 5 diferentes tipos de servicios de almacenamiento: almacenaje bajo esquema IMMEX, almacenaje dedicado, almacenaje compartido, y almacenamiento a temperatura controlada, depósito fiscal, siendo el primero mencionado con 19 empresas el más utilizado.

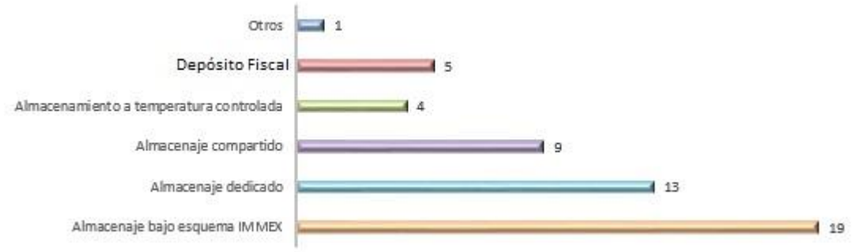


Figura 4: Uso de los Servicios de Almacenamiento.

Respecto a los Servicios de Aduana se encontró que la aduana fronteriza 240 correspondiente a Nuevo Laredo es la más al ser utilizada por 26 empresas, en cambio 20 empresas no utilizan los servicios de la sección aduanera de San Luis Potosí.



Figura 5: Uso de los servicios de la sección aduanera de San Luis Potosí.

CONCLUSIONES

El análisis de los requerimientos de servicios logísticos en las empresas manufactureras de la ciudad de San Luis Potosí ha servido de aporte para conocer la situación cotidiana de las empresas entrevistadas.

Los servicios de transporte terrestre (carretero o ferroviario) son los más utilizados por las empresas encuestadas, al ser la mayoría relacionadas al giro automotriz, es común que utilicen más la aduana de Nuevo Laredo. Otro servicio logístico utilizado es el almacenamiento, el más utilizado por las empresas entrevistadas es el Almacenaje bajo esquema IMMEX, este ayuda a mantener un inventario de mercancía dentro del país, además de mejorar los tiempos de respuesta hacia los clientes.

En general la aportación de este proyecto es conocer la situación actual de las empresas manufactureras en relación a las oportunidades que tiene la ciudad de San Luis Potosí para saciar las necesidades de la industria, además de prepararse a los nuevos retos que tiene esta ciudad con la llegada de nuevas empresas de talla internacional.

BIBLIOGRAFÍA

Ballou, R. H. (1999). Business Logistics Management. Pearson.

Ballou, R. H. (2004). Logística: Administración de la Cadena de Suministro. México: Pearson Educación.

Carranza, O., & Sabría, F. (2004). Mejores Prácticas Logísticas en Latinoamérica. México: Thomson.

Gobierno del Estado de San Luis Potosí. (2015 -2021). Plan Estatal de Desarrollo. San Luis Potosí: Gobierno del Estado de San Luis Potosí.

Maeso González, E. (2003). Presente y Futuro de los servicios logísticos en Andalucía. Sevilla: Universidad de Sevilla: Consejería de Obras Públicas y Transportes.

PATENTES DE LAS ORGANIZACIONES EN MÉXICO DURANTE EL PERÍODO 1993 – 2015

Hernández García Andrés[1] y Pastor Pérez María del Pilar[2]

RESUMEN

El objeto de estudio de esta investigación fueron las patentes otorgadas a organizaciones en México como medidor de los resultados de innovación; el indicador utilizado fue las “patentes otorgadas” por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), utilizando los datos desde 1993 hasta 2015. El principal resultado fue que la mayoría de las organizaciones mexicanas cuyas patentes fueron otorgadas por el IMPI son principalmente centros de investigación e instituciones de educación superior además de unas cuantas empresas mexicanas, a diferencia de 24 países que recibieron más de 100 patentes otorgadas por el IMPI durante el año 2015.

ABSTRACT

The objective of this research was to use patents granted to organizations in Mexico as a measure of innovation; the used variables was "patents granted" by the Mexican authority (IMPI), using data from 1993 to 2015. The main result of the research was that most of the Mexican organizations which patents were granted are mainly research centers and high education institutions beside of some Mexican businesses. By the contrary, enterprises from other 24 countries received more than 100 patents granted by the IMPI during 2015.

Palabras Clave: Innovación tecnológica, patentes, México.

INTRODUCCIÓN

La innovación constituye un mecanismo óptimo para garantizar la competitividad de un país a largo plazo, contribuyendo a un crecimiento económico sostenible. En el contexto de un mundo globalizado la búsqueda de alternativas que permitan producir más con menores recursos es uno de los factores críticos que impulsa el crecimiento económico de los países, permitiendo transformaciones económicas de alto impacto (Campo, 2012). Las patentes son uno de los indicadores más utilizados para comparar qué tan innovadores son los países u organizaciones. Este documento reporta los resultados de una investigación cuyo objetivo fue analizar la tendencia de la tasa de crecimiento anual de las patentes otorgadas a titulares mexicanos durante el período 1993 a 2015 y describir las características de las empresas que tuvieron más de 100 patentes otorgadas por el IMPI en México durante el año 2015.

MARCO TEÓRICO

Lawson y Samson (2001, p. 384) definen la capacidad de innovación como la habilidad continua para transformar las ideas y el conocimiento en productos, procesos y sistemas para el beneficio de la empresa y sus *stakeholders*. Consideran que la capacidad de innovación no solo es la habilidad de una empresa para efectuar procesos de negocio exitosos o gestionar capacidades de negocio tradicionales, sino que

[1] Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Coordinación Académica Región Huasteca Sur, Km. 5 Carretera Tamazunchale-San Martín, C.P. 79960, Tamazunchale, San Luis Potosí, AndresHG@alumnos.uaslp.edu.mx
[2] Universidad Autónoma de San Luis Potosí - Facultad de Contaduría y Administración, Francisco I. Madero, No. 849 Col. Centro, San Luis Potosí, San Luis Potosí, pilar.pastor@uaslp.mx

sincroniza de manera unida estos dos paradigmas. Desde el contexto tecnológico, Gallego (2005) define la innovación como la fuente del cambio; sin embargo, la innovación se refiere no solamente al cambio tecnológico sino que en su extensión se incluyen, también, la innovación social y las innovaciones generadas en los métodos de gestión empresarial. Escorsa y Valls (2003) consideran la innovación como una nueva idea hecha realidad, transformada para ser vendida o usada de forma análoga. Sostienen que la innovación será tecnológica cuando tenga que ver con ciencia y tecnología, y partiendo de una idea o invención que suponga para la empresa la introducción de un cambio técnico en los procesos para desarrollar un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD & Statistical Office of the European Communities, 2005) define la innovación como la introducción de un nuevo o significativamente mejorado bien o servicio, producto de novedades tecnológicas, un nuevo método de comercialización o un nuevo método organizativo.

En cuanto a los resultados, un indicador de la actividad innovadora reconocido internacionalmente lo constituyen las patentes (Castañón & Solleiro, 2005, p. 190). Trens y Morales (2009) argumentan que las patentes son consideradas como la figura de protección más representativa y emblemática del sistema de propiedad intelectual, el cual surge a partir de argumentos naturales, económicos y jurídicos, dichos argumentos han establecido la base para atender las condiciones del entorno económico y comercial.

El Manual de Oslo (OECD & Eurostat, 2005, p. 32) define que las patentes son un derecho de propiedad legal sobre una invención, que es concedido por las oficinas de patentes nacionales, permitiendo a su titular el derecho único de explotar la invención patentada y con el fin de permitir una utilización colectiva más amplia. El número de patentes concedidas a una empresa o a un país puede reflejar su dinamismo tecnológico. Sin embargo, considerar a las patentes como indicadores implica algunos inconvenientes, debido a que muchas innovaciones no se patentan, mientras que otras están protegidas por una multiplicidad de patentes. Algunas patentes tienen un gran valor tecnológico pero nulo valor económico, mientras que otras son valiosas en ambos aspectos. (OECD, 2009, p. 27).

METODOLOGÍA

Esta investigación consistió en usar las patentes como un indicador para medir los resultados de innovación en las organizaciones ubicadas en México durante el período de 1993 a 2015, a partir de los datos proporcionados por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). El enfoque de esta investigación es cuantitativo, su diseño es no experimental longitudinal, y el alcance es exploratorio descriptivo. Para la construcción del marco teórico se recopilaron publicaciones, artículos de páginas web y libros que sustentaron la base para definir el rumbo de dicha investigación y la técnica de análisis de información fue la estadística descriptiva. La variable analizada fue “patentes otorgadas”. Según el IMPI, una “patente otorgada” es un privilegio que confiere un derecho exclusivo de explotación concedido por el Estado.

RESULTADOS

Los resultados de esta investigación muestran que durante el año 2015 en México se otorgaron un total de 4461 patentes a titulares procedentes de 25 países, entre los que destacan Alemania, Estados Unidos, Francia, Japón, México, Países Bajos, República de Corea del Sur y Suiza, los cuales acumulan el 90.74% de las patentes otorgadas (ver figuras 1 y 2).

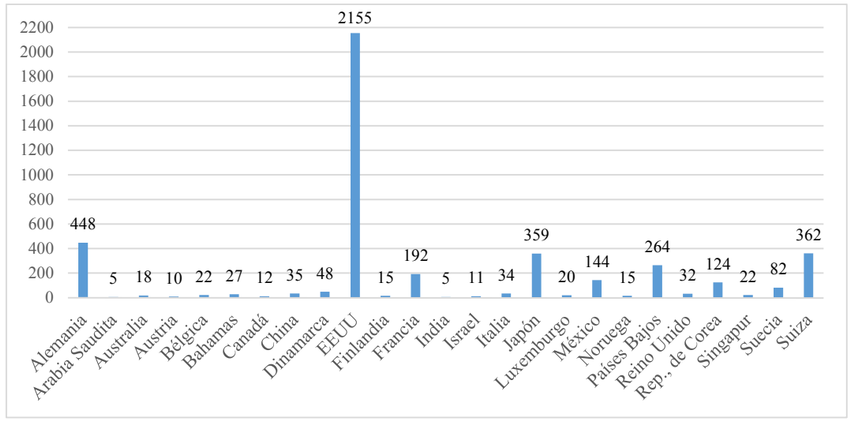


Figura 1. Principales titulares de patentes en México por país de origen, 2015
Fuente: Elaboración propia, con base en IMPI (2016).

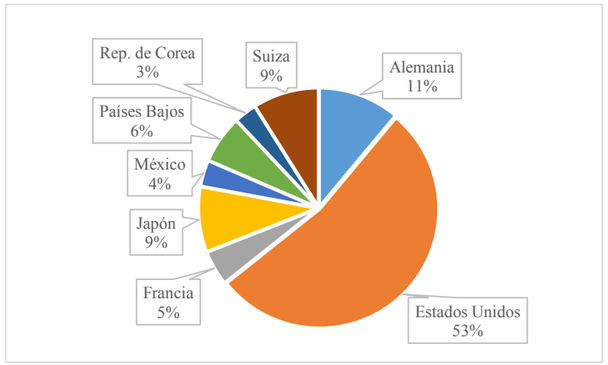


Figura 2. Principales titulares de patentes en México, según país de origen, 2015 (porcentajes)
Fuente: elaboración propia con base en IMPI (2016)

Si se observan las características de las organizaciones pertenecientes a los ocho países que más patentaron en México durante el año 2015, se aprecia que los giros más comunes son: industria farmacéutica y electrónica e industria petrolera y química, las cuales se encuentran parcialmente incluidas en otras empresas (ver tabla 1).

Tabla 1. Organizaciones pertenecientes a principales países titulares de patentes en México, 2015

País	Organización	Giro	Fundación
Alemania	Basf SE	Química	1865
	Bayer	Farmacéutica	1863
	Siemens	Energética	1847
Estados Unidos	P&G	Bienes de consumo	1837
	Colgate-Palmolive	Higiene Personal	1806
	Halliburton	Energética	1919
	Kimberly-Clark	Papel	1872
	Microsoft	Licencias y Equipo de Software	1975
Francia	Saint-Global	Materiales de construcción	1665
	Thomson Licensing	Licencias a productores de bienes electrónicos	1999
	Sanofi-Aventis	Farmacéutica	2004
	CGGVeritas	Petróleo y Geofísica	1931
Japón	Nissan	Automotríz	1933
	Sony	Electrónica	1946
	Nippon Steel & Sumitomo	Aceros	2012
	Fujitsu	Servicios Tecnológicos	1935
México	CINVESTAV	Educación	1961
	UNAM	Educación	1551
	ITESM	Educación	1943
	Instituto Mexicano del Petróleo	Petróleo	1965
Países Bajos	Schlumberger	Petróleo	1965
	Unilever	Bienes de consumo	1929
	Philips	Electrónica de consumo	1891
País	**Organización**	**Giro**	**Fundación**
Rep., de Corea del Sur	DSM	Química	1902
	Samsung	Electrónica y TI	1969
	LG	Electrónica y TI	1958
Suiza	Nestec	I+D de Nestlé	1926
	Novartis	Farmacéutica	1996
	Hoffman-La Roche	Farmacéutica	1896
	Philip Morris	Tabacalera	1900

Fuente: Elaboración propia con base en IMPI (2016).

Finalmente, se presenta la tasa de crecimiento anual de las patentes otorgadas a titulares mexicanos desde el año 1993 al año 2015. Durante los años de 1993 a 1995 la tendencia es negativa, posiblemente influido por la crisis económica que aconteció en 1994 en México. En el año 2000, no hubo variación, a partir de 2001 hasta 2005 se refleja mayormente la inestabilidad hasta que la tendencia de crecimiento se estabiliza a un promedio de 9.99% a partir del año 2007 hasta el año 2015 (ver figura 3).

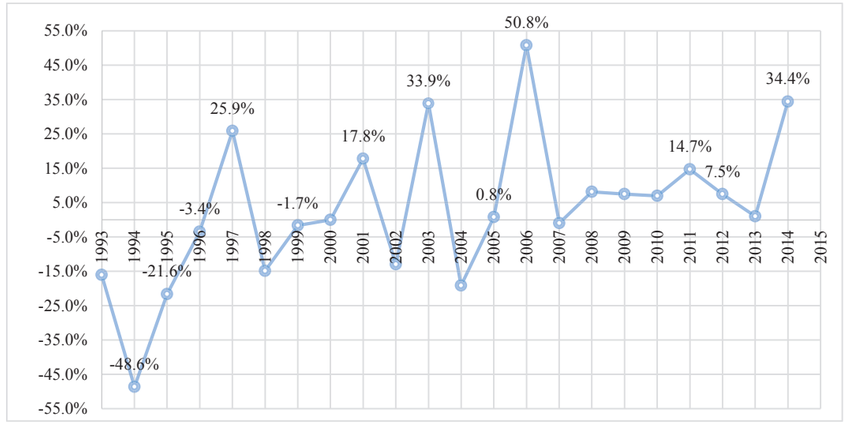


Figura 3. Tasa de crecimiento anual, patentes otorgadas a México, período 1993-2015
Fuente: Elaboración propia con base en el IMPI (2016).

CONCLUSIONES

Las patentes mostraron ser un indicador aceptable que permiten medir de manera cuantitativa la capacidad de innovación de una organización, sin embargo a la hora de evaluar aspectos cualitativos que son parte de la innovación como la organización laboral y procesos de trabajo y manufactura éste indicador pierde un importante grado de validez. Se concluye que el crecimiento de las patentes en México ha sido lento y constante, en comparación a países como Alemania, Francia, Corea del Sur, Japón y Suiza, los cuales mostraron la capacidad para mantener un elevado número de patentes otorgadas cada año.

La capacidad de México para patentar es aceptable, sin embargo la tasa de crecimiento refleja poca estabilidad de las instituciones para mantener un determinado número de patentes ya que disminuye o aumenta mucho en un año. La capacidad de un país para innovar no sólo se definirá por el número de patentes otorgadas, sino también por la capacidad de sus organizaciones para innovar sus procesos y entorno laboral así como mencionar la importancia de establecer vínculos con organizaciones e instituciones educativas para mejorar la calidad de las patentes que se otorguen.

BIBLIOGRAFIA

CAMPO, J. (2012). “Impacto de las patentes sobre el crecimiento económico: Un modelo panel co-integrado” en *Industria y Comercio, Superintendencia,* Núm. 2, [pp. 1-16].

CASTAÑÓN, R. & SOLLEIRO, J.L. (2005). “Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el contexto global” en *Temas de Iberoamérica, Globalización, Ciencia y Tecnología,* Núm. 5, [pp. 165-197].

ESCORSA, P. & VALLS, J. (2003). *Tecnología e innovación en la empresa*. España: Universidad Politécnica de Cataluña.

GALLEGO, J.B. (2005). “Fundamentos de la gestión tecnológica e innovación” en *Tecno Lógicas*, Núm. 15, [pp. 113-131].

INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL [IMPI] (2016). *IMPI en cifras.* México: IMPI.

LAWSON, B. & SAMSON. D. (2001). “Developing innovation capability in organizations: a dynamic capabilities approach” en *International Journal of Innovation Management,* Núm. 5, Vol. 3, [pp. 377-400].

ORGANIZATION FOR ECONOMIC AND COOPERATION DEVELOPMENT [OECD] & Statistical Office of the European Communities (2005). *Oslo Manual. Guidelines for collecting and interpreting innovation data*. Paris: OECD.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC AND COOPERATION DEVELOPMENT [OECD]. (2009). *Patent Statistics Manual.* Paris: OECD.

TRENS, E. & MORALES, V. M. (2009). “La vinculación de patentes al registro sanitario de medicamentos, ¿es un estímulo a la innovación? El caso México” en *Revista de Facultad de Medicina de la UNAM*, Núm. 1, Vol. 1, [pp. 34-36].

EQUIDAD DE GÉNERO EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE RIOVERDE, S.L.P.

Brenda Hernández García[1] y Jorge Horacio González Ortiz[2]

RESUMEN

La presente investigación planteó como objetivo analizar la equidad de género en las PYMES de la ciudad de Rioverde S.L.P. mediante un cuestionario de 28 preguntas el cual se aplicó a los propietarios y empleados de empresas representativas de la zona. La investigación se realizó mediante el enfoque cuantitativo y descriptivo. A la pregunta ¿Consideraría que existe discriminación por razones de género en esta empresa? El intervalo de confianza nos indica que la población opina que no existe discriminación por razones de género en un porcentaje del 90.39% a 98.17%.

ABSTRACT

This research proposed to analyze gender equity in PYMES in the city of Rioverde S.L.P. through a questionnaire of 28 questions which the owners and employees of companies representative of the area applied. The research was conducted through quantitative and descriptive approach. To the question you consider that there is gender discrimination in this company? The confidence interval indicates that the population believes that there is no gender discrimination in a percentage of 90.39% to 98.17%.
Palabras clave: equidad de género, PYMES**.**

INTRODUCCIÓN

En México el tema de la equidad de género en los últimos años se ha vuelto un tema de discusión política, religiosa y social muy controvertido debido a que involucra derechos humanos como la educación, el empleo, el número de hijos que desean tener, pero lo que más ha causado debate entre el sector político y religioso es el derecho a la autonomía sexual y reproductiva. En la actualidad la equidad de género sigue siendo un tema interesante ya que el machismo sigue existiendo en algunas zonas del país, lo que genera que se les prohíba a las mujeres seguir estudiando o en algunos casos trabajar, pues algunos hombres consideran que el lugar de la mujer está en la casa realizando las labores del hogar, atendiendo al marido y cuidando a los hijos.

Desde el año de 1948 a nivel internacional se reconoce la igualdad de género en el artículo 2 de la declaración universal de los derechos humanos, en México hasta el año de 1974 con la reforma al artículo 4 constitucional se dan una serie de acciones para fomentar la igualdad de género y el respeto hacia los derechos de las mujeres, además se implementó la Ley del Instituto Nacional para Mujeres y la ley General de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia.

En la actualidad se sigue trabajando por la igualdad de hombres y mujeres, ya que el gobierno reconoce que en México existen brechas de género en todos los ámbitos, por lo que en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 contempla la necesidad de realizar acciones especiales orientadas a garantizar los derechos de las mujeres y evitar que las diferencias de género sean causa de desigualdad, exclusión o discriminación. Por lo que surge las siguientes pregunta: ¿Existe equidad de género en las pequeñas y

[1] [1]Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media Universidad Autónoma de San Luis Potosí carretera Rioverde-San Ciro Km 4 Col. Puente del Carmen C.P.79617 Rioverde S.L.P
brendahdz.garcía@gmail.com
[2] [2]Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media Universidad Autónoma de San Luis Potosí carretera Rioverde-San Ciro Km 4 Col. Puente del Carmen C.P.79617 Rioverde S.L.P jorgonzz@uaslp.mx

medianas empresas de la ciudad de Rioverde S.L.P? ¿La desigualdad en el trato del empleado por razones de género es un rasgo de la cultura laboral local? Para tratar de dar respuesta a las preguntas anteriores se aplicó una encuesta a las propietarios y empleados de diferentes empresas de la ciudad.

MARCO TEÓRICO

> El concepto de **género** nos lleva a una construcción social y cultural que hace referencia al conjunto de prácticas, símbolos, representaciones, normas valores, y derechos que las sociedades elaboran a partir de las diferencies sexuales. Se trata de una dimensión históricamente construida, que asigna roles, espacios, características e identidades diferentes a hombres y mujeres en función de su sexo biológico, de acuerdo al modelo de relaciones dominante (Rubio Serrano, 2007, pág. 3) .

De ahí que surge el modelo de "esferas separadas" en donde el hombre incorpora el rol de suministrador principal de los recursos familiares y a las mujeres se les adjudica un espacio que se categoriza como subordinado, el reproductivo. La relación y el lugar que ocupan las mujeres en el tejido económico en general y en el mercado de trabajo en particular están definidos por tres vectores:

1. La ausencia (inactividad, paro, temporalidad)

2. La discriminación (directa e indirecta)
3. **discriminación directa:**
   Se da de forma objetiva o explícita. Por ejemplo, cuando las ofertas de trabajo establecen el sexo de la persona que se desea contratar, se discrimina al otro sexo de poder postular a esa oferta simplemente por el hecho de ser hombre o mujer.
   Discriminación indirecta.
   Se da cuando, sin estar indicada o ser explícita, establece condiciones de acceso que penalizan a las mujeres. Aunque son condiciones iguales para ambos sexos, por su roles tradicionales como esposas, madres y cuidadoras, las mujeres no cuentan con los mismos recursos o disponibilidad que los hombres para acceder a la oportunidad que se presenta. (Levaggi, 2014, pág. 15).

3.- Hablamos de **segregación horizontal y vertical** en el trabajo: la primera se refiere a las dificultades de las personas en acceder a determinadas profesiones. Por ejemplo cuando las mujeres tienen la dificultad para acceder a cargos generalmente estipulados como "masculinos". Sin embargo también los hombres experimentan dificultades en el acceso a profesiones, cargos u ocupaciones, como enfermería, auxiliares administrativos o ser reconocidos como amos de casa debido a que estas actividades se consideran típicamente femeninas.

En cambio las mujeres son más afectadas por la **segregación vertical** en el trabajo es decir las dificultades que tienen para poder desarrollarse profesionalmente. Tal es el caso que limitan a la mujer para que ocupe puestos con poder decisorio, así como las condiciones laborales que las afectan pues son las que trabajan más a tiempo parcial o en formas laborales de flexibilidad o jornada continuada y el salario femenino, para el mismo cargo y las mismas funciones, es frecuentemente más bajo que el salario masculino.

Por la existencia de los puntos anteriores se debe trabajar diariamente en las empresas, organizaciones y en la sociedad en general para lograr la **equidad *de* género:**
Que permite brindar a las mujeres y a los hombres las mismas oportunidades, condiciones, y formas de trato, sin dejar a un lado las particularidades de cada uno(a) de ellos (as) que permitan y garanticen el acceso a los derechos que tienen como ciudadanos(as). (Tribunal Federal de Conciliación y Arbitraje, 2014).

MÉTODOS Y MATERIALES

Este estudio se realizó mediante la aplicación del enfoque cuantitativo y descriptivo, es una investigación transversal, no experimental. La unidad de análisis son las PYMES de la ciudad de Rioverde, S.L.P. y la unidad de observación son los empleados y propietarios de las PYMES. Se consideró una nivel de confianza para el estudio del 95% y un error muestral del 8.2%. Se aplicaron 142 cuestionarios de 28 preguntas, la forma de muestreo fue aleatoria simple. De las cuales 10 corresponden a variables sociodemográficas tales como género, edad, estado civil, número de personas dependientes económicamente, número de hijos, nivel académico, puesto que ocupa en la empresa, antigüedad, tipo de empresa y número de empleados. Además de 6 preguntas relacionadas con el desempeño laboral y por último 12 preguntas de discriminación de género.

Los cuestionarios fueron aplicados por alumnos del 8vo. Semestre de programa de Licenciatura en Administración, los cuales fueron previamente capacitados, se les proporcionó además una carta de presentación por parte de la dirección de la escuela. La información de la encuesta se capturó en una hoja de Excel 2003, formando una base de datos que una vez depurada, se transformó en información mediante el análisis estadístico con ayuda del módulo de Excel.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación se presenta una tabla del análisis de las variables sociodemográficas según los resultados que arrojó la encuesta, se puede observar que de los encuestados 82 son mujeres y 57 son hombres, la mayor cantidad de la población que actualmente se encuentra en el mercado laboral tiene alrededor de 16 a 25 años, seguido de las personas de entre los 26 a 35 años, los que menos laboran en este tipo de empresas son los que tienen 56 años en adelante.

De los encuestados 66 personas están casados, 59 están solteros lo que significa que el estado civil no influye en el hecho de que tengan que trabajar o no. Además también se pudo observar que la mayoría de las personas son responsables de por lo menos 1 o 2 personas más, por lo que también se encontró que la mayor parte de las personas que trabajan no tienen hijos en este momento. Respecto al nivel académico 70 de los encuestados tienen una carrera técnica/ bachillerato, 32 tienen licenciatura y sólo 6 de ellos tienen únicamente la primaria terminada.

La muestra estuvo integrada por más empleados que dueños, la gran mayoría con menos de 5 años de antigüedad en la empresa y por último se puede decir que en la zona de Rioverde predominan las empresas dedicadas al sector comercio con 1 a 10 empleados, esto de acuerdo a la estratificación establecida en la fracción III del artículo 3 de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y en el Acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de junio de 2009 (DOF, 2009).

En la siguiente tabla se muestra la estadística descriptiva de la pregunta ¿Consideraría que existe discriminación por razones de género en esta empresa?, además de algunos cálculos con lo cual se puede decir con un intervalo de confianza del 95% que del 90% - 98% no hay problemas de discriminación por razones de género y si los hay son mínimos.

El motivo por el cual se eligió esta pregunta de entre las 28 del cuestionario es porque nos arroja la respuesta clave de nuestro estudió con la cual podemos dar respuesta a nuestra interrogante principal. Sin embargo aún queda la inquietud de conocer más sobre este tema, por lo cual se puede utilizar esta información recabada para un estudio más amplio como la realización de alguna tesis ya que actualmente en el CIA de esta unidad académica no se cuenta con algún estudio similar al que se propone.

Tabla 1. Datos sociodemográficos

Mujeres	**Hombres**	**Nivel académico**	
82	57	Primaria	6
Intervalo de edad	**No. de personas**	Secundaría	31
16-25 años	37	Carrera técnica	70
26-35 años	36	Licenciatura	32
36-45 años	15	Posgrado	0
46-55 años	23	Sin estudio	0
56-65 años	4	Otro	1
66-75 años	1	**Puesto actual**	
76-85 años	1	Dueño	55
Estado Civil		Responsable	23
Soltero(a)	59	Empleado	64
Casado(a)	66	**Antigüedad en la empresa**	
Unión libre	7	0 a 5 años	72
Separado(a)	5	6 a11 años	34
Divorciado(a)	1	12 a 17 años	11
Viudo(a)	2	18 a 23 años	7
No. de personas que dependen económicamente de usted		24 a 29 años	4
Nadie	46	30 a 35 años	0
1 a 2	50	36 a 41 años	0
3 a 4	32	42 a 47 años	1
Más de 4	14	**En qué tipo de empresa trabaja**	
No. de hijos de las siguientes edades		Comercio	53
0 a 5 años	32	Servicio	20
6 a 12 años	30	Industria	4
13 a 15 años	16	**No. total de empleados**	
6 a 19 años	14	1 a 10	64
Más de 19 años	29	11 a 30	8
No tiene hijos	56	Más 30	2

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Estadística descriptiva de discriminación por razones de género

Media	**0.94285714**
Error típico	0.01968777
Mediana	1
Moda	1
Desviación estándar	0.23294883
Varianza de la muestra	0.05426516
Curtosis	13.0651284
Coeficiente de asimetría	-3.85728792
Rango	1
Mínimo	0
Máximo	1
Suma	132
Cuenta	140
Nivel de confianza (95.0%)	0.03892622

Fuente: elaboración con ayuda de Excel 2003.

Según (Spiegel & J., 2009, pág. 276) se pueden definir intervalos de confianza de 95%, 99% u otros intervalos. De esta manera puede estimarse la media poblacional *u* dentro de determinados niveles de confianza, entonces el intervalo de confianza para t de 95% es:

$$\overline{X} \pm Z \frac{s}{\sqrt{n}}$$

Proporción de la muestra es p= 132/140 = 0.9428
Intervalo de confianza del 95% corresponde un valor Z de 1.96

Estadístico población (P) se expresa en términos de un intervalo:
P_1 = Media - Z_{95}; P_2 = Media + Z_{95}
P_1 = 0.9428 - 0.389 y P_2 = 0.9428 + 0.0389
P_1 = 0.9039 y P_2 = 0.9817

CONCLUSIONES

Los resultados de nuestra investigación realizada en las PYMES de esta ciudad nos ayudaron a dar respuesta a las siguientes interrogantes planteadas al inició de nuestro estudio ¿Existe equidad de género en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Rioverde S.L.P? Se llegó a la conclusión de que si existe equidad de género ya que según el intervalo de confianza del 95% existe discriminación en un 90.39% a 98.17%, además de que solamente 3 personas de las encuestadas han sido excluidas de alguna actividad, premio, permiso o promoción por ser hombre o mujer.

¿La desigualdad en el trato del empleado por razones de género es un rasgo de la cultura laboral local? Por lo tanto podemos decir que la desigualdad en el trato del empleado por razones de género no es un rasgo cultural de la vida empresarial local. Otros de los puntos relevantes de esta investigación fue que la mayoría de las personas consideran que se les paga de manera justa por su trabajo y que no hay actividades que sean mejor desempeñadas por un género.

En general en este trabajo de investigación participamos alumnos del octavo semestre de la carrera de Licenciado en Administración haciendo un trabajo de campo en colaboración con el Dr. Jorge Horacio González Ortiz, en lo que respecta a mi participación me encargue de analizar la información y de elaborar este reporte con la ayuda de mi asesor. Los aprendizajes que me llevo son muy gratificantes por lo que me motivan a continuar en el área de la investigación para la realización de mi tesis de licenciatura.

BIBLIOGRAFÍA

DOF. (2009). Recuperado el 9 de Agosto de 2016 de http://laspymes.com.mx/clasificacion-pymes.html

Levaggi, V. (2014). *Igualdad de género y la no discriminación en la gestión del empleo*. Costa Rica.

Rubio Serrano, F. (2007). *Equidad de Género en las Empresas: Herramientas para el Cambio y la Excelencia*. Asturias.

Spiegel, M. R., & J., S. L. (2009). *Estadística.* México: McGraw Hill.

Tribunal Federal de Conciliación y Arbitraje. Recuperado el 19 de Julio de 2016, de http://www.tfca.gob.mx/es/TFCA/cbEG

CORRUPCIÓN Y SUS ASOCIACIONES CON EL NIVEL SOCIOECONÓMICO EN MÉXICO

Gloria Ma. Hernández-Landeros[1] y Christian Enrique Cruz Torres[2]

RESUMEN.

La presente investigación tiene por objetivo medir la corrupción y el nivel socioeconómico en una muestra de habitantes de diferentes habitantes del país para analizar posibles asociaciones estadísticas entre ambas variables. Esta aproximación permite estudiar el fenómeno de la corrupción en la ciudadanía en general. Los resultados muestran una asociación estadísticamente significativa entre ambas variables, donde se observa que los niveles más altos en el ejercicio de la corrupción se presentan en los niveles socioeconómicos más bajos. Se discuten estos resultados en el contexto de la vulnerabilidad de los sectores más pobres de la población.

ABSTRACT

This research aims to measure corruption and socioeconomic status in a sample of people of different states to explore possible statistical associations between both variables. This approach allows to study the phenomenon of corruption in the general public. The results show a statistically significant association between the two variables, which shows that the highest levels in the exercise of corruption are presented in the lowest socioeconomic levels. These results are discussed in the context of the vulnerability of the poorest sectors of the population.

Palabras clave: Corrupción, Niveles socioeconómicos.

INTRODUCCIÓN

México es un país que a lo largo de su historia se ha visto representado por un mal, la corrupción.

La corrupción es un problema serio por las consecuencias que atrae no solo a la población en particular sino al país.

Según los resultados del estudio de Transparencia Internacional (2014) "México obtuvo una calificación de 35 puntos que lo ubica en la posición 103 de 175 junto con Bolivia, Moldavia y Níger" y permanece sin cambio respecto al año anterior.

Según Transparencia Internacional (2014) México cuenta con acuerdos de libre comercio con 11 países de la región. De ellos, solamente Guatemala y Honduras se encuentran por debajo de México. Con respecto a sus principales socios comerciales, Canadá se ubica en la posición más alta seguido por Estados Unidos. Para la OCDE México obtuvo el último lugar de sus países miembros.

Los costos obtenidos por la corrupción van desde aspectos económicos, políticos, de violencia y bienestar social. En los costos económicos se ubican pérdidas de empleo, menor crecimiento del PIB,

[1] 1 Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Económico-Administrativas; Av. Universidad #940, Ciudad Universitaria, C.P. 20131, Aguascalientes, Aguascalientes, gloriahedez3@gmail.com
[2] Universidad de Guanajuato Campus León, Departamento de Psicología; Blvd. Puente Milenio #1001, Frac. Predio San Carlos, C.P. 37670, León, Guanajuato, christian.cruz@ugto.mx

menor inversión extranjera, poca confianza en los políticos, en la democracia y en sus sistemas de justicia. De igual manera existe una relación entre la corrupción y la violencia, que al mismo tiempo trae consigo un bajo bienestar para la población en lo referente a la seguridad.

Preocupados de este mal y siendo conscientes de que nos concierne a todos, es necesario entender qué factores están asociados a la corrupción. Como un primer ejercicio de exploración a este respecto, este proyecto tuvo por objetivo investigar sobre la relación que existe entre la corrupción y los niveles socioeconómicos de la población.

Se plantea como hipótesis que las personas que tienen niveles socioeconómicos más altos reportarán haber participado más veces en prácticas de corrupción, dado que contarán con más recursos económicos para ofrecer sobornos para acelerar procesos o evitar alguna multa, entre otras formas de corrupción.

MARCO TEORICO

Para hablar de corrupcion es necesario primeramente conocer su concepto. La convención de las Naciones Unidas, consideró que no es posible dar un concepto a la corrupción, ya que esta puede significar diferentes cosas según el lugar y las personas. “La corrupción tiene un referente esencialmente histórico y cultural, lo que significa que la noción de la corrupción cambia de acuerdo al lugar, al tiempo y a la sociedad. Es un fenómeno universal con manifestaciones particulares en cada época y en cada nación” (Edmundo, S/A, pág. 51) Lo que es sumamente claro es que se trata de algo que tiene que ver con los valores, es decir, lo que por la sociedad es o no aceptado, esto nos lleva al punto en el que su definición pueda llegar a ser un tanto ambigua.

Para dicha investigación se usara como concepto de corrupción el presentado por la administración vigente “Consiste en el abuso del poder para beneficio propio. Puede clasificarse a gran escala, menor y política, según la cantidad de fondos perdidos y el sector en el que se produzca”. (Secretaria de la Función Pública, 2013). Se menciona que la corrupción a gran escala, es la que consiste en actos que involucran a los más altos rangos del gobierno, beneficiándose a través del bien común y distorsionando políticas o funciones del estado.

La corrupción de actos menores, son el abuso cotidiano de funcionarios públicos hacia ciudadanos comunes, quienes intentan acceder a bienes y servicios.

Corrupción Política, es el abuso de los responsables de las decisiones políticas para manipular las normas, procedimientos y políticas para conservar su poder y patrimonio.

Por tanto en una forma base, se considera la corrupción como aquel acto desleal que los servidores públicos llevan a cabo para su propio beneficio.

Cabe mencionar que la corrupción no es solo un asunto de servidores públicos, sino de la población en general ya que al ser parte de una comunidad y regulado por una legislación, estamos expuestos a cometer dichos actos. Generalmente es en el ámbito de los servidores públicos donde se estudia más el caso de la corrupción, pero en esta ocasión nuestro interés se centra en los mismos ciudadanos.

Esto dado que el ser humano mediante experiencias va forjando criterio y conocimiento sobre la acción, esta se puede dar desde el ser individual desde los valores inculcados en la familia, cada individuo tiene la opción de participar o no en un acto de corrupción. Esta acción puede ser simple o llegar hasta grados más complejos como es el ejemplo de la corrupción de actos menores hasta llegar a aspectos políticos. Por estas razones, estudiar al miembro de la comunidad es parte esencial para conocer el origen de dicho comportamiento y el alcance que estos pueden tener.

Como se ha mencionado antes México ha ocupado los primero lugares en los índices de corrupción por varios años consecutivos. Según los datos publicados a principios de este año, “México obtuvo una calificación de 35 puntos que lo ubican en la posición 95 de 168 junto con Armenia, Filipinas y Mali” (Transparencia mexicana, 2016).

Así mismo, México se encuentra en la posición número 17 de 19 en el G20; en el 34 de 34 de la OCDE; y en el continente americano ocupa la posición 15 sin tener cambios con respecto al año anterior. Pero más que saber que lugares ocupa en listas, lo realmente preocupante es como se ve afectada su población por la corrupción, “Existe una relación bastante lineal entre la corrupción y la pobreza. Cuanto mayor es el nivel de corrupción más pobreza hay en el país” (Pobreza Mundial, 2009).

Además que al incrementar la corrupción, su población se ve en peligro ya que estos provocan a su veas más y nuevos actos deshonestos que solo se pueden llevar a cabo por medio de la complicidad de otros sectores, cuya consecuencia es que la población más desigual no se pueda defender al no tener los recursos necesarios para hacerlo.

Pero en realidad los efectos más dañinos de la corrupción los encontramos en lo económico ya que reduce la productividad del gasto público, distorsiona la asignación de recursos, inhibe la inversión extranjera, incrementa la desigualdad etc. “La auditoría Superior de la Federación, la falta de sanciones a los actos corruptos costó a México 86 mil millones de dólares, que se atribuyen a desvíos, subejercicios y despilfarros de recursos públicos, así como pagos indebidos al gobierno” (Cazar, 2015).

Según el Informe Ejecutivo del INCBG (2010), ese mismo año 200 millones de actos de corrupción se llevaron a cabo en el uso de servicios públicos previstos por autoridades federales y otros servicios particulares, lo que represento un costo en promedio a los hogares mexicanos de $165.00; y un aproximado de 32 mil millones de pesos en servicios públicos por los hogares, cuyo destino por estos fue del 14% de su ingreso. Para los ingresos de hasta 1 salario mínimo, este impuesto represento el 33% de su ingreso. Lo que representa un impuesto regresivo para los más pobres.

Otros resultados arrojados por el informe pero del 2007, es que el índice con mayor incidencia en los actos de corrupción los tenían los jefes de hogar jóvenes y aquellos que tenían una mayor escolaridad (preparatoria, universidad); y a la inversa los de menor incidencia son los jefes de hogar mayores a 50 años y aquellos con menores ingresos.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para el levantamiento de datos, se realizaron encuestas a 585 participantes, de los cuales 238 fueron hombres y 344 mujeres, distribuidos en algunas ciudades de los estados de Guanajuato, Ciudad de México, Jalisco, Michoacán, Tabasco, San Luis Potosí y Aguascalientes. Los instrumentos para la medición socioeconómica se basaron en el cuestionario de la AMAI para la medición del nivel socioeconómico de la (NSE) 8X7, el cual presenta ocho variables que conforman el modelo para su estimación.

El cuestionario para la medición de niveles de corrupción, está conformado por 20 reactivos de prácticas de corrupción, en la cual se les pidió que contestaran el número de veces con la que se han realizado, en un periodo de doce meses (e.g. Dar un soborno para evitar una multa). Después de sumar todos los actos de corrupción en una sola variable, se creó un indicador en una escala de 0 a 3, cada nivel conformado por la frecuencia en la que ha incurrido el participante en actos de corrupción en general considerando las 20 diferentes prácticas. El nivel 0 describirá a la población más honesta al no haber incurrido en ninguna ocasión en dichos acto; el nivel 1 agrupa a la población que incurrió en una o dos ocasiones; nivel 2, de 3 a 4; y nivel 3, de 5 a más ocasiones.
El muestreo que se llevó a cabo para el levantamiento de datos fue accidental y no probabilístico. Las

encuestas fueron aplicadas por alumnos de diferentes universidades a familiares y conocidos mayores de edad. La aplicación tenía un tiempo aproximado entre 10 y 15 minutos.

RESULTADOS

En los niveles de corrupción 0, se observa que los mayores porcentajes los tiene el nivel socioeconómico AB, mientras que los más bajos el C-, C. En los niveles de corrupción más altos (3), el nivel AB ocupa los porcentajes más bajos y los D, D+ los más altos. El grupo que concentra los porcentajes más altos es el grupo de quienes cometieron solo uno o dos actos de corrupción, donde las frecuencias más altas pertenecen nuevamente a los niveles socioeconómicos más altos (AB y C+).

Dicho resultados se obtuvieron mediante un análisis de tablas cruzadas, utilizando la prueba Ji^2 como criterio de significancia estadística. Los resultados de esta prueba muestran que esta distribución difiere estadísticamente de una distribución al azar teniendo como valores Ji2=26.125 con 15 grados de libertad; y una significancia de .037), dando cuenta de que puede considerarse que existe una asociación entre el nivel socioeconómico y la práctica de corrupción.

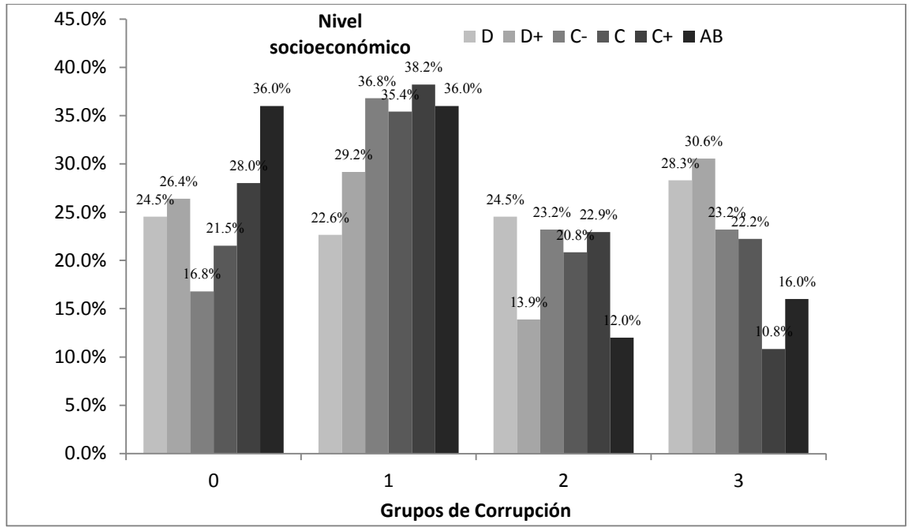


Figura 1. Porcentajes de niveles de corrupción según el nivel socioeconómico.

CONCLUSIONES

Por medio de la investigación se obtuvo como resultado que en los grupos de corrupción más bajos la población de mayor nivel socioeconómico obtuvo los más altos niveles, y en los grupos más altos de corrupción obtuvieron los más bajos, por lo que se concluye que dicha población participa menos en actos de corrupción. Este patrón resulta contrario a la hipótesis planteada para este proyecto, donde se esperaba que los sectores de la sociedad con mayor nivel de ingreso participaran con mayor frecuencia en prácticas de corrupción. Esta tendencia puede estar indicando que en un sistema altamente corrupto como el de México, ser corrupto es más barato que no serlo. Si consideramos que quienes se ubican en los sectores más desfavorecidos están motivados por maximizar sus recursos, es probable que la corrupción

sea justo una estrategia para ello. Quienes tienen más recursos económicos quizá puedan esperar más por un trámite o buscar otros medios para resolver sus necesidades ante dependencias de gobierno. Por ejemplo, quizá puedan darse el lujo de pagar una multa más alta que un soborno, pero alguien con menos recursos no tiene más opción que participar de actos de corrupción a fin de no ver afectados sus ingresos aún más.

Consideramos que los principales aportes de este trabajo son el ubicarse como un primer intento de trasladar el enfoque para estudiar la corrupción en la población en general y no solo en los funcionarios; así como identificar en los estratos socioeconómicos más bajos a una población vulnerable ante un contexto social altamente corrupto.

BIBLIOGRAFÍA

Cazar, M. A. (mayo de 2015). *México: Anatonía de la Corrupcion.* Recuperado el Agosto de 2016, de http://imco.org.mx/wp-content/uploads/2015/05/2015_Libro_completo_Anatomia_corrupcion.pdf

Edmundo, G. L. (S/A). Recuperado el agosto de 2016, de http://bibliohistorico.juridicas.unam.mx/libros/4/1680/6.pdf

Indice Nacional de Corrupcion y Buen Gobierno. (2010). Recuperado el Agosto de 2016, de http://www.tm.org.mx/wp-content/uploads/2013/05/01-INCBG-2010-Informe-Ejecutivo1.pdf

Pobreza Mundial. (20 de octubre de 2009). *Pobreza Mundial.com*. Recuperado el agosto de 2016, de http://www.pobrezamundial.com/la-corrupcion-y-la-pobreza/

Secretaria de la Función Pública. (9 de Diciembre de 2013). Recuperado el 30 de Julio de 2016, de http://www.programaanticorrupcion.gob.mx/index.php/internacionales/practicas-exitosas/mejores-practicas-internacionales/combate-a-la-corrupcion.html

Transparencia Internacional. (2014). *Transparencia Internacional.* Obtenido de https://issuu.com/transparenciamexicana/docs/mexipc2014issu

Transparencia mexicana. (27 de Enero de 2016). Recuperado el Agosto de 2016, de https://issuu.com/transparenciamexicana/docs/informe_ipc_2015

LA INNOVACION ORGANIZACIONAL Y LA SUSTENTABILIDAD EN LAS PyMEs DE LA COMARCA LAGUNERA

Parrilla Guerrero Jose Angel[1] y Mendoza Wong Lilibet[2]

RESUMEN

El presente artículo es un análisis del entorno de la comarca lagunera sobre la innovación organizacional y su impacto en la sustentabilidad de las PYMES, se realizó un estudio de campo en la región el cual nos permitió conocer el impacto de la innovación organizacional Se realizó un estudio exploratorio, con un enfoque cualitativo, tomando un muestreo a conveniencia y tomando como referencia un padrón de Empresas del SIEM, Se realizaron entrevistas a un total de 95 PYMES , y se identificaron actividades de innovación que realizan dichas empresas y el impacto que han tenido.

ABSTRACT

This article is an analysis of the environment of the lagoon region on organizational innovation and its impact on the sustainability of SMEs, a field study was conducted in the region which will allow us to know how informed are businesses on the subject before indicated. A total of 95 SMEs which provided all the necessary data for this research were interviewed.

Palabras clave: Innovacion Organizacional, Sustentabilidad, Pymes.

INTRODUCCIÓN

La comarca lagunera integrada por las ciudades de Torreón, Matamoros, San Pedro de las Colonias, Francisco I. Madero y Viesca del estado de Coahuila, y las ciudades de Gómez Palacio, y Lerdo del estado de Durango. De las cuales se tomaron muestras de algunas PYMES para realizar dicha investigación. Porter (1996) considera: "las estrategias de innovación son importantes medios para el desarrollo organizativo, ya que por la falta de sostenibilidad de la ventaja competitiva de los mercados y las tecnologías se han tenido que adoptar herramientas estratégicas que puedan proporcionar una posición única y valiosa para la eficacia corporativa", desde el punto de vista de Amiolemen y colaboradores (2013), también menciona que: "la innovación es una variable fundamental para la ventaja competitiva en el desarrollo de las economías de todo el mundo y tiene el potencial para estimular el crecimiento en los niveles micro y macro".

El presente artículo tiene la finalidad de dar a conocer la innovación organizacional y su impacto en la sustentabilidad de las PYMES en la comarca lagunera.

DESARROLLO

- Innovación: Literalmente Acción y efecto de innovar. La palabra proviene del latín innovare. Asimismo, en el uso coloquial y general, el concepto se utiliza de manera específica en el sentido de nuevas propuestas, inventos y su implementación económica. En el sentido estricto, en cambio, se dice que de las ideas solo pueden resultar innovaciones luego de que ellas se implementan como nuevos productos, servicios o procedimientos, que realmente encuentran una aplicación exitosa, imponiéndose en el mercado a través de la difusión.[1]

[1] Universidad Autónoma de Coahuila Facultad de Administración Fiscal Y Financiera, Torreón.
[2] Universidad Autónoma de Coahuila Facultad de Administración Fiscal Y Financiera, Torreón.

Dentro del manual de Oslo (2005) se menciona que existen 4 categorías de innovación:
1) Innovación del producto,
2) Innovación de proceso,
3) Innovación organizativa,
4) Innovación de marketing.

- Sustentabilidad: la sustentabilidad empresarial se traduce en un reto a la innovación, a la creatividad y a la experimentación de nuevas formas de producir y hacer negocios; en el cumplimiento de los retos mencionados, las empresas han encontrado que:

1. Se producen ahorros significativos al reciclar o reducir la materia prima; consideran que el desecho es a su vez materia prima, y por lo tanto tiene un valor.

2. La importancia de la actitud y nivel de conciencia de todos sus empleados repercute en grandes ahorros económicos.

3. El costo-beneficio de implementar soluciones ecoeficientes es indispensable para ser competitivos.

4. El crecimiento en la imagen de la empresa como una marca ética y ambientalmente consciente lleva de la mano un crecimiento en las ventas

- Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), constituyen la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y asimismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país.

Podemos mencionar algunas de las ventajas de las Pymes:

- Son un importante motor de desarrollo del país.
- Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.
- Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.
- Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de generar empleos.
- Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.
- Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.
- Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal del o los dueños del negocio.

Algunas desventajas de las PYMES:

- No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.
- Es difícil contratar personal especializado y capacitado por no poder pagar salarios competitivos.
- La calidad de la producción cuenta con algunas deficiencias porque los controles de calidad son mínimos o no existen.

- No pueden absorber los gastos de capacitación y actualización del personal, pero cuando lo hacen, enfrentan el problema de la fuga de personal capacitado.
- Algunos otros problemas derivados de la falta de organización como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos o calidad mala, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos y falta de financiamiento adecuado y oportuno.

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

El enfoque de investigación es Cualitativo, y el diseño es no experimental se aplicó técnica de entrevista en base a cuestionario estructurado, con un muestreo no probabilístico a conveniencia, tomando como base el padrón del SIEM y se obtuvo una muestra de 95 empresas de las cuales fueron 78 pequeñas y 17 medianas, se les visito y entrevisto al gerente administrativo de cada una de ellas. Para la realización de esta investigación se realizó trabajo de campo e investigación documental , basada en artículos de biblioteca digital y otras fuentes secundarias.

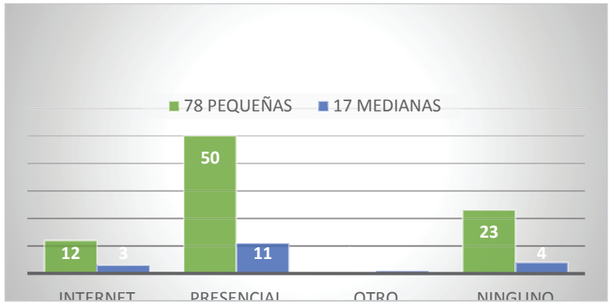


Figura 1: Medios de capacitación

RESULTADOS

Después de realizar la investigación de campo estos fueron los resultados que nos arrogaron las entrevistas que se les realizaron a las PYMES.

Como se observa en la gráfica la mayoría de las PYMES usan como medio de capacitación principal el presencial sobre los demás medios solo hay pocas empresas que no capacitan a su personal

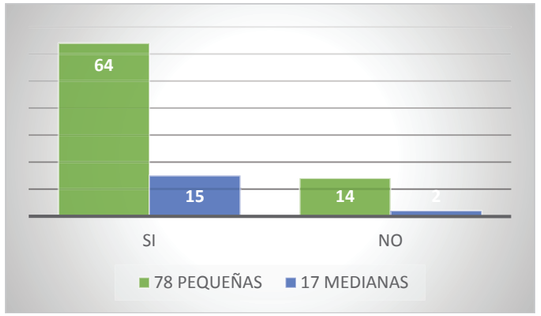


Figura 2: Han utilizado outsourcing en el último año

Las mayoría de las empresas han utilizado el outsourcing ya sea contratando personal de limpieza que es lo más común o simplemente al contratar a un despacho contable para que lleven la contabilidad de la empresa.

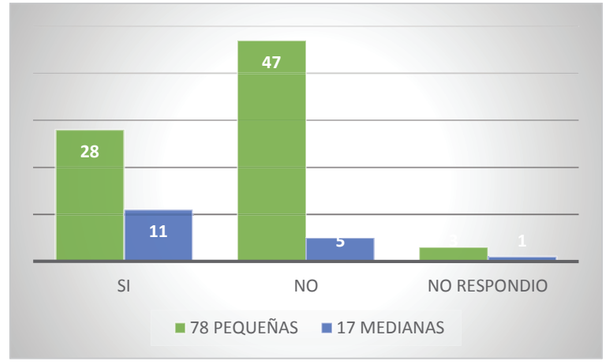


Figura 3: Han aplicado reingeniería a algún proceso en el último año

Como podemos observar muchas empresas no han realizado reingeniería en los procesos durante el último año.

CONCLUSION

Posteriormente a la investigación realizada concluimos que este trabajo nos permitió conocer las actividades de innovación organizacional que realizan las empresas de la laguna, dentro de las empresas se realizan actividades de innovación que repercute en la sustentabilidad , ayudándoles a disminuir costos e impactando de mejor manera , a traves de cambios de procedimientos o medidas administrativas , que permiten fortalecer dicha sustentabilidad, tb se encontró que muchas de las empresas entrevistadas , desconocían el concepto de sustentabilidad, y es menos probable que obtengan certificaciones como la de ESR(Empresa socialmente responsable) de igual manera los resultados nos dicen que las empresas, están mas familiarizadas con el concepto de innovación. Llama la atención que las empresas pequeñas estén interesadas en la innovación, aunque cuentan con poco recurso para su implementación Y por lo tanto no pueden realizar otras actividades de la innovación organizacional.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

- Porter, M. E. (1996). What is strategy? Harvard Business Review, 74(6), 61-78.
- Amiolemen, S., Babalola, O., Adegbite, S., Ologeh, O., Adekola, O., Ojo, E. (2013). An investigation of the Four Dimensions of Innovation in Small Scale Firms in Lagos State Nigeria. International Journal of Innovation Science, 5(2), 113-118.
- 1-Tobias Müller-Prothmann, Nora Dörr (2009). Innovationsmanagement. Strategien, Methoden und Werkzeuge für systematische Innovationsprozesse. ver p. 7. Cita: „Innovation = Idee + Invention + Diffusion" (Innovación = idea + invención + difusión. München: Hanser. ISBN 978-3446417991
- http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html

ANÁLISIS DE LOS REQUERIMIENTOS DE LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS EN LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DE LA CIUDAD DE SAN LUIS POTOSÍ

Rodrigo Hernández Teniente[1] y Juan Carlos Portales Rodríguez[2]

RESUMEN

Hoy en día, la logística resulta un área clave para las empresas debido a la necesidad de satisfacer el continuo movimiento de mercancía a niveles tanto nacional como internacional. Esta necesidad debe cubrir altos estándares de calidad y puede ser: el manejo de mercancía, almacenaje, distribución, revisión, etiquetado, empaque, entre otras. El incremento de las empresas dentro de un sector conlleva, entre otros aspectos, a una mayor demanda de necesidades logísticas. En la presente investigación se llevó a cabo un estudio de campo con las empresas manufactureras de la ciudad de San Luis Potosí para determinar cuáles son las necesidades logísticas que requieren satisfacer para realizar sus operaciones con éxito.

ABSTRACT

Today, logistics is a key area for businesses due to the need to satisfy the continuous movement of goods at both the national and international levels. This need must meet high standards of quality and can be: the handling of goods, storage, distribution, revision, labelling, packaging, among others. The increase of firms within a sector entails, among other aspects, a greater demand for logistical needs. In the present investigation was carried out a field study with the manufacturing companies of the city of San Luis Potosi to determine what are the logistical needs that require meet to perform its operations successfully.

Palabras clave: Logística, Manufactura, Servicio.

INTRODUCCIÓN

En 2015 San Luis Potosí se ubicó como la sexta entidad del país en atracción de inversión extranjera directa, al registrar 1,584.8 millones de dólares, la mayoría en empresas ubicadas en la región Centro. Esta cifra supera en un 67% la inversión recibida en 2014. Además, la industria manufacturera destaca la fabricación de equipo automotriz y autopartes, que representa el 70.9% de las mercancías exportadas por esta actividad; así como la manufactura de maquinaria y equipo, las industrias metálicas básicas, la fabricación de productos a base de minerales no metálicos y la industria alimentaria. (Plan Estatal de desarrollo 2015-2021 San Luis Potosí).

Por otro lado, San Luis Potosí cuenta con una moderna red de carreteras y ferrocarriles, convirtiéndolo en el centro principal de comunicaciones del país. Su ubicación permite ahorrar costos, con ello se ofrece a la actividad productiva agilidad, logística y economía respecto al almacenamiento de materias primas, así como en la distribución de productos terminados a los principales mercados nacionales y del exterior.
Actualmente, la ciudad de San Luis Potosí está adquiriendo un desarrollo considerable gracias a la llegada de nuevas empresas manufactureras. Este desarrollo ha llevado a la necesidad de plantearse estrategias que puedan solucionar los nuevos retos que se necesitan hacer frente en materia de logística.

[1] Instituto Tecnológico de Celaya, Departamento de Ciencias Económico Administrativas; Av. Antonio García Cubas 1200, Esquina Ignacio Borunda, Col. Alfredo Vázquez Bonfil, C.P:38010, Celaya, Guanajuato. 13030616@itcelaya.edu.mx
[2] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Departamento de Ingeniería en Sistemas y Tecnologías Industriales; Urbano Villalón 500, Col. La Ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí. carlos.portales@upslp.edu.mx

El objetivo de esta investigación es analizar los requerimientos de servicios logísticos en las empresas manufactureras de la ciudad de San Luis Potosí.

METODOLOGÍA

La elaboración de la investigación se realizó en dos etapas; la primera etapa, previa a la presentación de estos resultados, consistió en la elaboración del instrumento de recolección de datos donde se definieron los indicadores por categoría necesarios para el estudio, donde también se realizaron pruebas piloto a dos empresas para revisar que el instrumento se elaboró de manera correcta y se definió el universo de empresas a encuestar. La segunda etapa consistió en la aplicación de la encuesta a las empresas, la recopilación de la información y finalmente el análisis de resultados.

El instrumento empleado para llevar a cabo la investigación fue una detallada encuesta acerca de los servicios logísticos que las empresas manufactureras ocupan en su organización, ya sea que ellas mismas se ocupen de esos servicios o alguna empresa especializada hagan frente a esas necesidades. Las categorías que se utilizaron en la encuesta fueron las siguientes: Datos generales de la empresa, Servicios de Mensajería y Paquetería, Carga aérea (carga paletizada), Servicios de carga terrestre, Servicios de almacenamiento, 3PL y 4PL, Servicios de Agencia Aduanal (Asesoría y Capacitación en materia aduanera y comercio exterior), Servicios de Agencia Aduanal (Despacho Aduanal), Servicios de Agencia Aduanal (Servicios Administrativos), Servicios de Agencia Aduanal (Trámites ante Gobierno), Servicios Aduanales y Servicios Intermodal.

Para la elección del universo de empresas se consideró un directorio de empresas proporcionado en colaboración con la SEDECO (Secretaria de Desarrollo Económico) del estado de San Luis Potosí, el Clúster Logístico de San Luis Potosí, A.C, y de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí. Del cual se tuvieron un total de 103 empresas, de las cuales al final se logró obtener la información de 34 empresas que respondieron la encuesta dentro del periodo establecido.

RESULTADOS

En la aplicación de la encuesta encontramos que, de las 34 empresas en el 82% de las empresas su origen del capital es extranjero y de este el 46% es solamente de Estados Unidos de América; representando el país con más inversión en la ciudad de San Luis Potosí (ver Figura 1). También, encontramos que el 35% de las empresas son del sector automotriz, 38% son empresas manufactureras con diferentes sectores productivos y el resto son de metal-mecánica, maquiladoras o alimenticias (ver Figura 2).

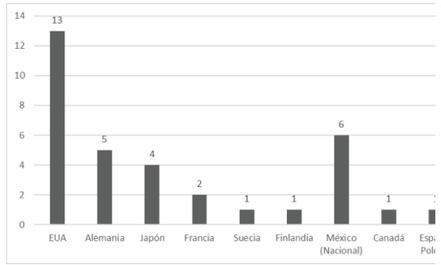


Figura 1. Países del origen del capital

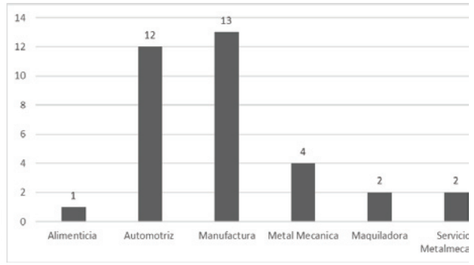


Figura 2. Clasificación de las empresas según su número de empleados

En la categoría de servicios de mensajería y paquetería, el 97% de las empresas utilizan este servicio para la importación y exportación (ver Figura 3). Y del tipo de servicios de mensajería nacional el 76% utilizan “Día siguiente”, siendo este el más ocupado para realizar sus operaciones; el de “Horarios

Garantizados" fue el segundo con el 50%, y finalmente el 41% de las empresas utiliza el servicio de "Dos días" (ver Figura 4).

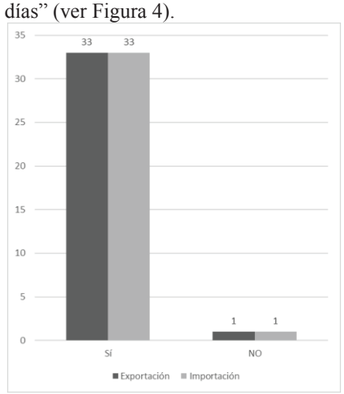


Figura 3. Uso de la mensajería y paquetería para exportación e importación

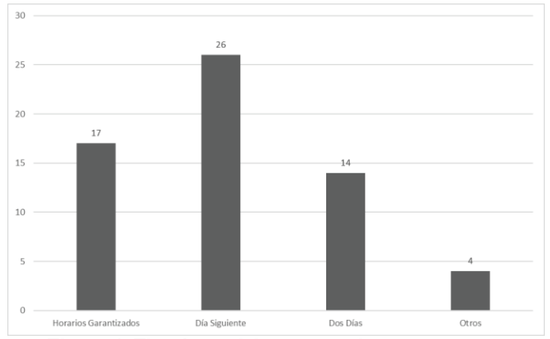


Figura 4. Tipo de servicio en mensajería y paquetería nacional

Con respecto al uso de la carga aérea paletizada (ver Figura 5), el 76% la utiliza para envíos internacionales, mientras únicamente el 38% para envíos nacionales. En tanto al uso de Hand Carrier para el traslado de mercancía, solamente el 47% lo ha llegado a utilizar alguna vez.

Para la categoría de carga terrestre encontramos que, para el uso nacional, los servicios que más se llegan a utilizar son: Caja seca de 53" (pies) con el 82%, el transporte dedicado (un solo cliente) con el 74%, las Unidades de 3.5 toneladas con el 68%, y con el 59% tenemos las Plataformas y Thorton seguido finalmente por el de LTL (menor que camión completo) con el 56%. (ver Figura 6). Por otro lado, para el uso carga terrestre internacional tenemos también a la Caja seca de 53" (pies) con el 74%, seguido de LTL con el 59% y por último el transporte dedicado con el 59% (ver Figura 7), también se incluye el uso de plataformas para transportar mercancías internacionalmente marcado en el indicador de Otros con el 15%.

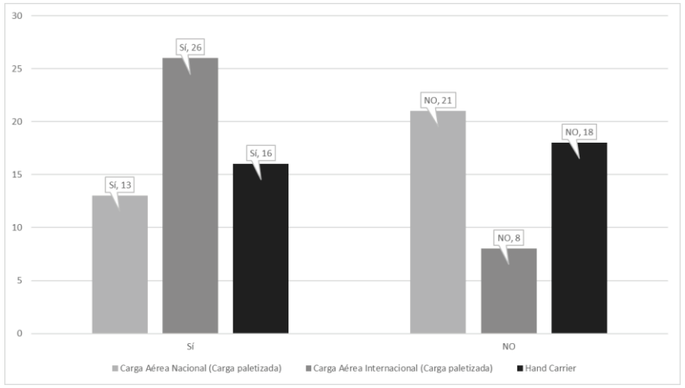


Figura 5. Uso de la carga aérea (carga paletizada) nacional e internacional y Hand Carrier

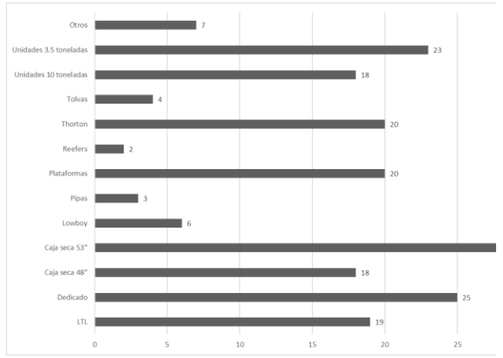


Figura 6. Servicios de carga terrestre nacional

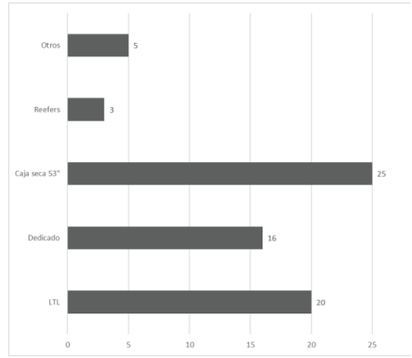


Figura 7. Servicios de carga terrestre internacional

En la categoría de servicios de almacenamiento, 3PL y 4PL tenemos que 56% de las empresas utilizan un esquema de almacenaje IMMEX, 38% utiliza el almacenaje dedicado, 26% un almacenaje compartido y el resto utiliza algún otro tipo de almacenaje. También tenemos que 91% utiliza la administración y control de inventarios, 53% utiliza la administración de contenedores retornables, el 47% una administración y rastreo de pedidos y, por último, el 20% utiliza una administración de patios (ver Figura 8 y 9).

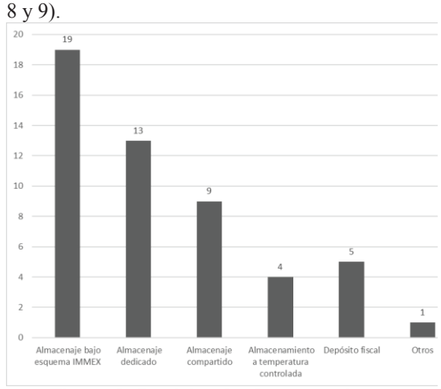


Figura 8. Servicios de almacenamiento

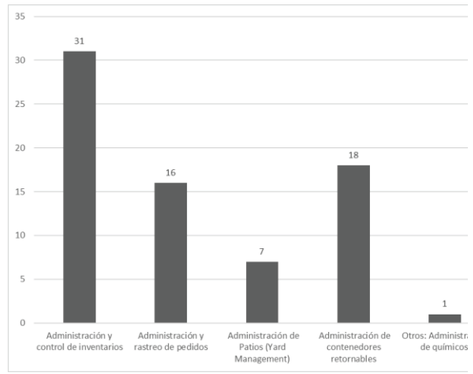


Figura 9. Servicios de administración de inventarios

El siguiente indicador en la categoría de servicios de almacenamiento, 3PL y 4PL, tenemos los servicios de manejo de materiales, donde se obtuvieron los siguientes resultados: el 53% de las empresas utilizan el servicio de cross drock, el 41% utilizan el llenado de órdenes al igual que la entrega a línea de ensamble, el 38% requiere del servicio de reempaque y por último el 35% el de etiquetado (ver Figura 10).

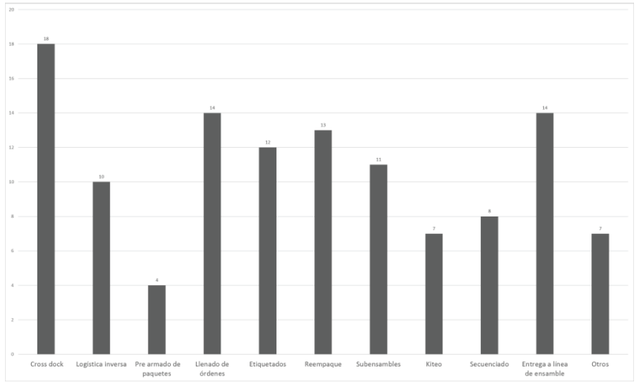


Figura 10. Servicios de manejo de materiales

En los servicios de agencia aduanal, la mayoría de las empresas requieren en cuanto a asesoría y capacitación en materia aduanera y comercio exterior; la información sobre la clasificación arancelaria, auditorias para corregir y proponer alternativas sobre irregularidades en materia de comercio exterior, atención de indecencias aduanales y establecer estrategias para la correcta importación y exportación de mercancías. Por parte del despacho aduanal, se requieren el servicio de importación y exportación de mercancías, consolidación y desconsolidación de mercancías, cambios de régimen de temporales a definitivos, la exportación virtual por residentes en el país y regularización de mercancías.

De entre los servicios administrativos se requieren; capacitación al personal de su empresa e In House para el control de sus operaciones. Y por parte de los trámites ante gobierno se requieren los siguientes: certificados de origen para exportación de mercancías, inscripción al programa de fomento IMMEX, inscripción al registro de empresas certificadas, devolución de impuestos en comercio exterior, pagados en exceso o de manera indebida, inscripción al programa PROSEC y la devolución de impuestos Draw Back.

En cuanto a los servicios aduanales, se encontró que el 70% de las empresas no utilizan la sección aduanera de San Luis Potosí (ver Figura 11) por los siguientes motivos: reducción de costos, mejor manejo y rapidez, estrategia geográfica y capacidad, simplificación de operaciones y desconocimiento de información de la sección aduanera. Una pregunta en la encuesta con el fin de saber cuál es la aduana principal que utilizan revelo que el 62% utiliza la aduana de Nuevo Laredo, seguido de un 26% Manzanillo y 20% Altamira.

Por último, de los servicios intermodales que más utilizan son: 50% Servicios de transporte carretera y ferrocarril, 47% Servicios de transporte Marítimo, Ferrocarril y Carretera, 29% Gestión transfronteriza y 24% Servicios de transporte Marítimo y Ferrocarril (ver Figura 12).

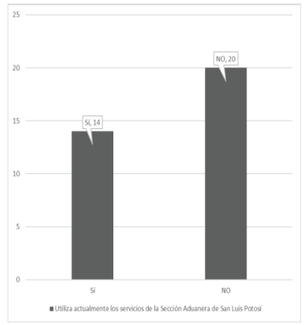


Figura 11. Uso de la sección aduanera de San Luis Potosí

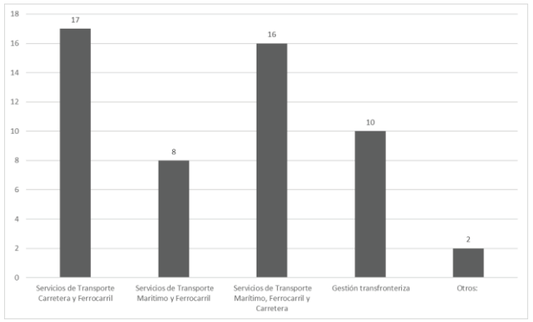


Figura 12. Servicios intermodales utilizados por las empresas

CONCLUSIONES

Entre algunos de los datos más relevantes son: los servicios de transporte terrestre (carretero o ferroviario) son los más utilizados por las empresas encuestadas, al ser la mayoría relacionadas al giro automotriz, es común que utilicen más la aduana de Nuevo Laredo. En lo referente a los servicios de almacenaje, al ser empresas manufactureras exportadoras e importadores están bajo el programa IMMEX. El cross dock es la forma más empleada de servicios de manejo de materiales, aunque también son muy utilizados el llenado de órdenes y entrega a línea de ensamble.

Con la información obtenida de esta investigación se llegó a explorar y conocer sobre algunos de los servicios logísticos que más se están demandando en las empresas manufactureras en la ciudad de San Luis Potosí, se tiene como objetivo que con esto se puedan analizar planes de acciones para desarrollar y/o promocionar los servicios logísticos y conseguir una mayor integración entre las empresas que brindan estos servicios logrando fortalecer a las empresas de servicios logísticos instaladas en el estado de San Luis Potosí.

BIBLIOGRAFÍA

Artículos en línea
(2015). “Plan Estatal de desarrollo de San Luis Potosí 2015-2021” pp. 5-6 Consultada en: http://www.slp.gob.mx/plan2015-2021/assets/plan2016_eje1.pdf (fecha de consulta 01-08-16)

IMPORTANCIA DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN EN LAS MIPYME´S EN EL MUNICIPIO DE IRAPUATO

Maritza Elizarraras Pérez[1] e Irma Cecilia Ortiz Chávez[2]

RESUMEN

Conocer la importancia de los sistemas de información aplicado en las MiPyME´s del municipio de Irapuato del sector textil. La presente investigación se realizó de acuerdo a la investigación exploratoria cualitativa ya que el tema estudiado se enfoca a la industria textil automotriz, en específico, a las empresas que se enfocan a hacer uniformes para dicho sector, y a aquellas que hacen asientos y otros objetos para los vehículos de motor.

ABSTRACT

Knowing the importance of information systems applied in the municipality MiPyME´s of Irapuato in the textile sector. This research was performed according to qualitative exploratory research because the subject studied focuses on the automotive textile industry, specifically, companies that focus on making uniforms for the sector, and those who make seats and other objects to motor vehicles

Palabras Clave: Sistemas de Información, MiPyME´s, Textil, Automotriz

INTRODUCCIÓN

El estado de Guanajuato se divide en 46 municipios, abarca una extensión de 30,460 kilómetros cuadrados que representan el 1.6% del territorio nacional; su capital es Guanajuato. El 0.2% de las empresas en Guanajuato son grandes y generan 50% del PIB estatal y 19.8 % del empleo. El 95.5 % de los establecimientos son micro empresas, las que contribuyen con 25 % del PIB estatal y con 47.2 % del empleo. Estos datos dan cuenta de la importancia que tienen en la economía estatal las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyME's) pues son generadoras de empleo y riqueza. El líder de los industriales del vestido informó que se tienen registrados 650 socios y cerca de mil empresas en el estado, de las cuales 6 por ciento fabrican uniformes y podrían ser proveedores para el sector automotriz en los próximos años.

También podrían participar en la costura de asientos, pero los contactos no han llegado a acuerdos porque la manera de negociar de estas empresas extranjeras del sector automotriz es muy diferente a la mexicana. En la actualidad los principales clientes en México son las tiendas departamentales, boutiques, autoservicio. El sector textil no ha tenido oportunidad de incorporarse a la industria automotriz, aunque hay empresas que han estado buscando oportunidades de negocio y están en proceso de certificación y acreditación para poder conseguirlo.

Hoy en día, es imposible concebir una empresa exitosa sin el apoyo de tecnologías de información y comunicación (TIC´s) para administrar sus procesos de negocio.
Por ello, proveedores mundiales de software Empresarial de Planeación de Recursos ERP se han asociado con firmas de consultoría para ofrecer distintas soluciones de negocios a sus clientes. Resulta evidente que los sistemas de administración basados en el valor están cada vez más presentes en las tecnologías de

[1] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, Carretera Irapuato-Silao km. 12.5 Col. El Copal C.P. 36821 Irapuato, Guanajuato. Mary_pumas7@hotmail.com
[2] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, Carretera Irapuato-Silao km. 12.5 Col. El Copal C.P. 36821 Irapuato, Guanajuato. ceortiz@itesi.edu.mx

información, y ciertamente han llegado para quedarse en el mundo empresarial como una solución para lograr la maximización de la riqueza de los accionistas.

MARCO TEORICO

La definición que da Laudon en su libro Administración de los sistemas de información: "Desde el punto de vista de negocios, un SI es una solución de organización y administración basada en la tecnología de información a un reto que surge del medio ambiente" nos muestra la importancia de la naturaleza organizacional y el manejo o administración de los sistemas de información. Es así que cuando queremos analizar a los sistemas de información estos se reflejan como parte de las instituciones, de la tecnología y de la administración.

Componentes de un sistema de información.
Los componentes de un SI son:

• Los recursos humanos: referido a las personas que utilizan y producen información en las diferentes actividades de la empresa. Para muchos autores estas personas pueden ser entendidas como los usuarios del sistema y por otro lado aquellas personas que desarrollan los sistemas.
• Los datos como esencia de la información y además se tomará en cuenta, en este componente, a las bases de datos y de conocimiento.
• Los computadores que se constituyen hoy en día en elementos esenciales para el desenvolvimiento de la gestión empresarial.
• El software que serán los programas computacionales que permitirán el funcionamiento del computador y el desarrollo y puesta en marcha de los sistemas.
• Los medios de comunicaciones referidos a las redes que muchas empresas cuentan internamente y otras que se sirven de redes para estar informados.

Estos componentes se muestran en la figura 1.

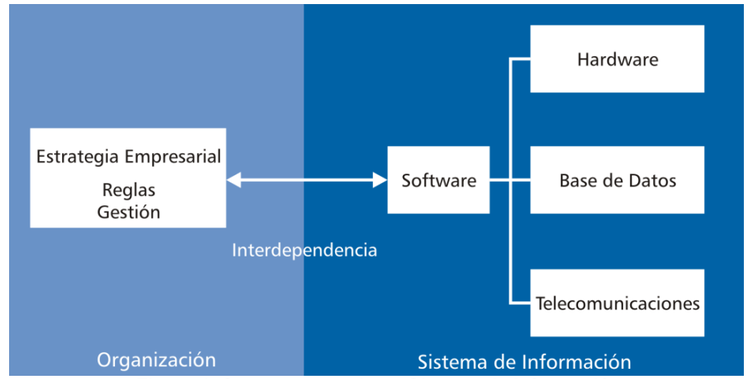


Figura 1. Componentes de un Sistema de Información

Las empresas deben valorar cuatro aspectos en el momento de organizar sus sistemas de información:

1. Una compañía que mantenga una estructura organizativa descentralizada debe tener los recursos de información descentralizados también y viceversa.

2. La cultura corporativa en relación a la actitud de los usuarios ante la innovación tecnológica. La alta dirección debe conocer las oportunidades que brindan las tecnologías de la información por lo que

necesitan una formación formal e informal sobre ellas mediante comités de gestión cuyos objetivos son los de garantizar la educación necesaria y que todos los miembros la absorban. Ellos serán los profesionales que más van a utilizarla, pero también el personal en general será usuario de las tecnologías por lo que su formación es totalmente necesaria

3. La evolución en la adopción de la tecnología de la información en la empresa

4. El impacto estratégico de la nueva tecnología de la información.

Los aspectos a valorar se muestran a continuación en la figura 2.

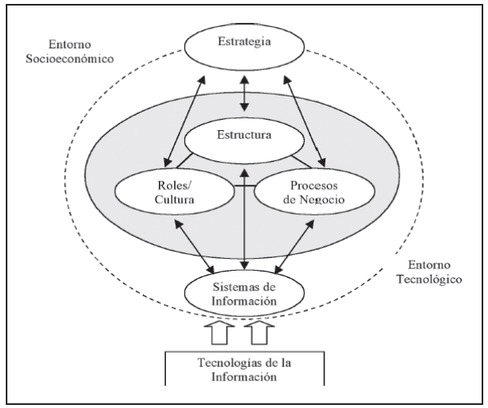


Figura 2. Aspectos a valorar para un Sistema de Información

MÉTODOS Y MATERIALES

La investigación desarrollada implementa una metodología combinada donde se incluyen elementos cualitativos y cuantitativos.

- Identificar las MiPyME´s del sector textil automotriz en el municipio de Irapuato, realizamos una búsqueda de las empresas dedicadas a este sector en la base de datos DENUE en INEGI y en otros medios de internet.
- Hacer investigación de campo en las MiPyME´s del sector textil automotriz, visitamos algunas empresas de las encontradas en búsqueda de información de los sistemas de información que ellos utilizan y como los manejan y en búsqueda de información sobre lo que para ellos es importante.
- Recopilar datos de los tipos de sistema de información de las MiPyME´s, en base a los datos recopilados en las empresas.
- Analizar los sistemas de información que las MiPyME´s manejan después de la visita y la recopilación de datos realizamos el análisis de la información para encontrar las similitudes de la información para generar un modelo.
- Proponer mejoras para la implementación de los sistemas información de las MiPyME´s, en base a los resultados de la investigación en las empresas, se propuso en lo personal a cada una las mejoras en sus sistemas de información.

Industria Textil
Agrupa las actividades dedicadas a la fabricación y obtención de fibras, hilado, tejido, tintado, y finalmente el acabado y confección de las distintas prendas.

El término industria textil (del latín texere, tejer) se refería en un principio al tejido de telas a partir de fibras, pero en la actualidad abarca una amplia gama de procesos, como el punto, el tufting o anudado de alfombras, el enfurtido, etc.

Leon J. Warshaw

RESULTADOS

Las organizaciones se consideran cada vez más como sistemas de información. Frente a los recursos tradicionales de la empresa como son el capital, el material y los recursos humanos, surge con fuerza el recurso más importante, la información, y su vehículo, los sistemas de información. Los sistemas de información se pueden estudiar desde varios puntos de vista: el de la empresa que necesita el beneficio de los nuevos sistemas de información, el de los profesionales de TI que necesitan comprender mejor la manera de ayudar a la empresa, el de los usuarios que se ven abocados a adoptar una nueva cultura informática, y por último, el del departamento de comunicación interna, que ve en la informática y las telecomunicaciones una herramienta imprescindible para comunicar dentro de la organización.

Hoy, las empresas optan por una situación mixta o intermedia: un servidor y los demás ordenadores conectados en red a este servidor. Cada ordenador es autónomo pero ofrece la posibilidad de conexión entre los distintos ordenadores de la empresa para compartir datos.
La centralización de los sistemas de información tiene la cualidad de permitir un control más sencillo, ya que es la mejor forma de captar, manipular y usar la información cuando es necesario que un gran número de usuarios puedan acceder a ella.

Los sistemas de información se han ido convirtiendo con el tiempo, en otra área funcional de la empresa, tal como la de contabilidad, finanzas, mercadotecnia, recursos humanos, compras, ventas y producción. En la actualidad toda organización exitosa se ha concientizado de la importancia del manejo de las tecnologías de información (TI) como elemento que brinda ventajas competitivas con respecto a la competencia. Es importante tener en cuenta que un sistema de información necesita justificar su implementación desde el punto de vista costo / beneficio. Los beneficios se pueden medir a nivel intangible y tangible de acuerdo a la organización.

Hoy en día es de vital importancia utilizar tecnologías de información y comunicación adecuadas para el procesamiento y transmisión de los datos que se gestionarán en el sistema de información. La implementación del sistemas de información dentro de una empresa u organización, brindan la posibilidad de obtener grandes ventajas, incrementar la capacidad de organización de la empresa, y así tornar de esta manera los procesos a una verdadera competitividad, con ello también impacta sobre la toma de decisiones. Para ello, es necesario un sistema eficaz que ofrezca múltiples posibilidades, permitiendo acceder a los datos relevantes de manera frecuente y oportuna.

CONCLUSIONES

La investigación desarrollada podría transformarse en una base formal y práctica para las MiPyME´s del municipio de Irapuato dado que los sistemas de información aplicados de la manera correcta son de suma importancia para las empresas por los beneficios que estos traen consigo sin duda una de ellas es la oportuna toma de decisiones.

BIBLIOGRAFIA

EDWARDS Chris – Wark John – Bytheway Andy, “Fundamentos de sistemas de información”, Ed. Prentice Hall, Edición 2da, España, 1995

LAUDON Kenneth y LAUDON Jane, “Administración de los sistemas de información”, Ed. Prentice Hall, Edición 3era, México, 1996

OZ Effy, “Administración de sistemas de información”, Ed. Thomson, Edición 2da, México, 2001

Hernández, R. . (2016, Marzo 11). Proveer armadoras, poco rentable para empresas textiles del Bajío. El Financiero, 1, 1., De http://www.elfinanciero.com.mx/bajio/proveer-armadoras-poco-rentable-para-empresas-textiles-del-bajio.html Base de datos.(22-06- 2016)

Vega, J. . (2016, Mayo). Sistemas de información y la interacción humana: cuestionamientos actuales para las empresas y retos del futuro para la sociedad Los sistemas de información y la interacción humana.... ResearchGate, 1, 1., De ResearchGate (23-06-2016)

Muñoz, J. . (2004, Junio). La influencia de las tecnologías de la información y las comunicaciones en las pymes del sector textil. Efecto de la implantación del comercio electrónico.. Universidad Politecnica de Valencia , 1, 252, De Tesis doctoral (23-06-2016)

Araya, S.. (2004, Enero). Los sistemas de información y su interacción con la dimensión cultural de las organizaciones. ResearchGate, 1, 1., De ResearchGate. (23-06-2016)

LA RELACIÓN ENTRE EL GASTO AMBIENTAL Y LA INNOVACIÓN EN LAS RAMAS MANUFACTURERAS DE MÉXICO

Karen Lizbeth Herrera Valdez[1] y Roberto González Acolt[2]

RESUMEN

El propósito de este trabajo consistió en analizar como inciden las decisiones ambientales de las unidades económicas sobre la innovación, particularmente, se estudió la influencia del gasto ambiental en la investigación para la innovación de las ramas manufactureras de México. El método utilizado para probar esta relación fue un modelo de regresión simple, los resultados arrojan un efecto positivo entre el gasto ambiental y la investigación propia para la innovación que realizan las industrias manufactureras. Otro hallazgo relevante encontrado fue que la división Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo del sector manufacturero contribuye mayormente al gasto ambiental.

ABSTRACT

The purpose of this work consisted to analyze how they affect the environmental decisions of the economic units on the innovation, particularly, we studied the influence of environmental spending in the innovation research in manufacturing industries of Mexico. The method used to prove this relationship was a model of simple regression, the result was a positive effect between the environmental spending and innovation research. Another important finding was which division metal products, machinery and equipment contributes more to environmental spending.

Palabras Clave: Gasto ambiental, Innovación, Sector manufacturero.

INTRODUCCIÓN

Las industrias desprenden emisiones de contaminantes perjudiciales al realizar sus procesos de producción que comúnmente ocasionan daños al medio ambiente, los cuales no son tomados en cuenta por los mismos empresarios, por lo tanto es necesario que el gobierno regule mediante políticas ambientales o las mismas empresas se autorregulen. Una manera de influir para que adopten procesos productivos más limpios que les permita una disminución de estas emisiones es mediante una serie de instrumentos, como son las medidas de comando y control (leyes, normas y reglamentos); incentivos económicos (impuestos); inversión gubernamental (infraestructura gubernamental) e información y esquemas voluntarios (publicidad, divulgación) (Romo et.al. 2005).

Sin embargo no todas las empresas perciben de la misma manera el aspecto de mejora ambiental, algunas adoptan actitudes negativas y de rechazo y en otro extremo, otras visualizan oportunidades para ser más competitivas y líderes en el mercado (Azqueta, 2007). El empleo de estos instrumentos impulsa a las empresas manufactureras a realizar prácticas innovadoras en su producción, teniendo un efecto positivo en su competitividad (Domínguez, 2006).
En Estados Unidos, Brunnermeier y Cohen (2003) llevaron a cabo un estudio con 146 industrias manufacturas, en el periodo de 1983 hasta 1992, emplearon modelos de panel de datos con el objetivo de

[1] Instituto Tecnológico Superior de Monclova “Ejercito Mexicano”, Área Académica de Ing. Gestión Empresarial, Carretera 57 km 4.5, Unidad Tecnológica y Universitaria, C.P: 95245, Monclova, Coahuila, mfc.juvenil@hotmail.com
[2] Universidad Autónoma de Aguascalientes, Departamento de Economía: Avenida Universidad Nº 940, Ciudad Universitaria, C.P: 20131, Aguascalientes, Aguascalientes, rgonza@correo.uaa.mx

analizar cómo responden las plantas a los costos y regulaciones gubernamentales ambientales. Este estudio arrojó que la innovación ambiental (medida por el número de patentes aplicadas exitosamente) respondió favorablemente al incremento del gasto en el combate a la contaminación; también se encontró que cientos de nuevas patentes son concedidas cada año para desarrollar nuevos métodos de reducción o tratamiento de emisiones, reciclaje o para encontrar nuevas fuentes de energía limpia.

Por su parte, en México, se han realizado estudios para evaluar la gestión y el desempeño ambiental en la industria manufacturera, particularmente en las empresas siderúrgicas. Por ejemplo, Mercado (2008) analiza los impactos ambientales en la industria del acero y el tipo de planta que tiende a lograr una mayor gestión ambiental, sus resultados muestran que los efectos composición y tecnológico de la apertura comercial han teniendo un efecto favorable al cuidado del medio ambiente del sector. Además el tipo de planta que tiende a lograr una mayor gestión ambiental es aquella orientada a la exportación.

En este trabajo también se pretende estudiar cómo influyen las decisiones ambientales de las unidades económicas sobre la innovación, específicamente, el objetivo de esta investigación es analizar la influencia de los gastos ambientales[3] en la investigación para la innovación en las ramas manufactureras de México.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para demostrar el efecto de los gastos ambientales en la investigación para la innovación en las ramas manufactureras de México, se propone el siguiente modelo de regresión semilogarítmico.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \ln X + \mu \quad (1)$$

Donde:
Y es el número de unidades económicas por rama manufacturera que realizaron investigación propia para la innovación en el año 2008[4]. ln X es el logaritmo natural de la suma del gasto de inversión (instalaciones y equipo) y corriente que realizan las unidades económicas por rama del sector manufacturero (INEGI, 2009a). β_0 y β_1 son los parámetros del modelo y μ representa el termino de error.

Cabe decir que en el modelo de la ecuación (1) el efecto parcial de la variable X sobre Y es igual a $\Delta Y = (\beta_1/100)\ \%\ \Delta X$. Los datos para calcular la ecuación (1) provienen de INEGI (2009b) y el método de estimación de la ecuación fue por Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), empleando el paquete estadístico gretlw32.

La hipótesis que se pretende demostrar es que el gasto en inversión y corriente que realizan las ramas manufactureras no incide en la realización de investigación propia para la innovación que efectúan las unidades económicas de este sector, es decir la hipótesis nula a probar H_0: $\beta_1 = 0$ contra la hipótesis alterna H_1: $\beta_1 > 0$

RESULTADOS

[3] Se nombrará el gasto ambiental como el gasto de inversión y corriente para prevenir, reducir o eliminar la contaminación ambiental.

[4] INEGI (2009b) conceptualiza la innovación de acuerdo a la OECD (2006), quien define a esta como la entrada de un nuevo o mejorado producto, servicio, proceso, técnica comercial o nueva estructura organizacional; introduciendo nuevas o mejoradas formas de relación laboral. Se clasifica en cuatro tipos, a) innovación por producto (nuevas o mejoradas características o uso del producto) b) innovación de proceso (cambios en técnicas, materiales y programas) c) innovación de mercadotecnia (mejoras en diseño, posicionamiento, promoción o tarificación) d) innovación de organización (prácticas organizacionales).

Primeramente se presenta un panorama de los indicadores ambientales de las ramas manufactureras en México (INEGI, 2009b), agrupadas en nueve grandes divisiones (INEGI, 1995)[5]. Obsérvese en las figuras 1, 2, y 3 que la división manufacturera VIII (Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo) cuenta con la mayor proporción de personal ocupado dedicado a actividades de protección al medio ambiente, además tiene la mayor participación en cumplimiento con alguna norma ambiental, también se percibe que la división antes mencionada cuenta con el mayor porcentaje en la realización de gastos totales para prevenir, reducir o eliminar la contaminación.

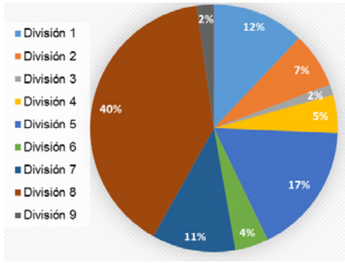


Figura 1. Porcentaje por división manufacturera que contaron con personal dedicado a actividades de protección al ambiente.

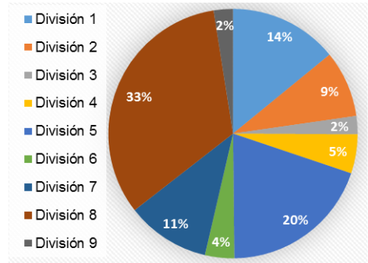


Figura 2. Porcentaje por división manufacturera sujeta a cumplir una normativa ambiental.

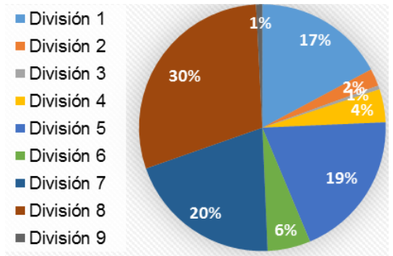


Figura 3. Porcentaje por división manufacturera que realizo gastos totales para prevenir, reducir o eliminar la contaminación ambiental

[5] División 1: Productos Alimenticios, Bebidas y Tabaco. División 2: Textiles, Prendas de Vestir e Industria del Cuero y del Calzado. División 3: Industria y Productos de la Madera. División 4: Papel, Productos de Papel, Imprenta y Editoriales. División 5: Sustancias Químicas, Derivados del Petróleo, Productos de Caucho y Plásticos. División 6: Industria de Minerales No Metálicos, Excepto Derivados del Petróleo y el Carbón. División 7: Industrias Metálicas Básicas. División 8: Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo. División 9: Otras Industrias Manufactureras.

Los resultados arrojados de la regresión lineal de la ecuación (1) se expresan en la tabla 1, donde se muestra que existe una relación positiva entre los gastos ambientales con la variable investigación propia para la innovación. Una interpretación cuantitativa de los hallazgos nos revela que cuando las unidades económicas destinen un peso más al gasto de inversión y corriente, se incrementara aproximadamente en 0.09 % el número de unidades económicas que realicen investigación propia para la innovación. Recordemos que la hipótesis alternativa del trabajo es de una cola (H_1: $\beta_1 > 0$). Ahora bien, con un nivel de significancia de 5% y con 68 grados de libertad, se tiene un valor critico en la distribución *t* aproximadamente de 1.67, dado que el estadístico *t* para β_1 estimada es 3.66, por lo tanto supera al valor crítico, se rechaza la hipótesis nula. β_1 es estadísticamente mayor que cero a un 5% de nivel de significancia.

Tabla 1. Resultados de la ecuación 1

	Coeficiente	**Estadístico *t***	**Valor *p***
Intercepto	-54.1701	-2.1942	0.03132
Ln X	9.00416	3.6640	0.00046
Observaciones	**70**		
R Cuadrado	.151826	R Cuadrado corregido	0.140517

Los resultados de esta investigación son similares al estudio realizado por Aigner y Lloret (2013), quienes aplicaron una encuesta a 103 industrias mexicanas, sobre las prácticas empresariales de sostenibilidad ambiental y el impacto que generan en su competitividad. Los autores encontraron que el 81.3% de las empresas entrevistadas estimaron que la innovación en productos, servicios y marketing genera en su compañía una sostenibilidad ambiental, mientras que el 83.4% consideró la innovación en sus modelos de negocios y procesos.

Por otro lado, como se expresó anteriormente, la división manufacturera VIII comprendida por industrias de fabricación de equipo aeroespacial, industrias de la computación, fabricación de partes de vehículos, fabricación de equipo de transporte entre otras, es la división que genera un mayor gasto ambiental, aspecto que coincide con lo mencionado por López (2014), en el sentido que aquellas unidades económicas de gran tamaño vinculadas a ocupaciones modernas son las que realizan un mayor esfuerzo por realizar actividades o intervención en la investigación y desarrollo tecnológico con fines de protección y control del medio ambiente.

CONCLUSIONES

En este proyecto de investigación se encontró que la división manufacturera VIII es la que mayormente ocupa el personal dedicado a la protección al medio ambiente, cumple con la normatividad ambiental y contribuye más a la participación en los gastos ambientales, además que cuando las industrias manufactureras destinen más dinero al gasto de inversión y corriente se incrementara el número de unidades económicas que realicen investigación propia para la innovación.

Una variable utilizada en el presente trabajo fue el gasto de inversión y corriente, conceptualizado a partir de los censos económicos 2008, la cual tiene sus limitaciones ya que no se incorpora exclusivamente la calidad ambiental, como lo expresa Giner de los Ríos (2014) no existe una similitud entre una empresa que no ha hecho una inversión en el último año, a una que no ha realizado ninguna inversión en evitar emisiones, ni corregir problemas contaminantes en medios particulares.

Por su parte, Sánchez (2014) nombra al gasto ambiental como el equipo y maquinaria etiquetada estrictamente como ambiental, dejando de lado a la inversión que originalmente no tiene un fin ambiental, y que probablemente tenga un impacto en el ambiente, realza que es necesario tener una serie

de datos lo suficientemente larga que permita ver si las empresas están contribuyendo realmente a mejoras ambientales. Otra limitación encontrada en esta investigación fue trabajar con información de solo dos variables, careciendo de una variable que mida la innovación ambiental en las industrias mexicanas, orillando a realizar una regresión simple, concluyendo en un modelo de regresión poco confiable, en donde la información para desarrollarlo fue analizada por rama manufacturera y no por unidad económica, asimismo, teniendo una limitación más, la no vigencia de la información proporcionada por la institución encargada.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS

AZQUETA, D. (2007). *Introducción a la economía ambiental,* España: McGraw-Hill / Interamericana de España, S.A.U

DOMINGUEZ, L. (2006). *México: Empresa e innovación ambiental,* México: H. Cámara de Diputados, LIX Legislatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Miguel Ángel Porrúa

ROMO, D., ROMERO, O., & SAMANIEGO, R. (2005). *Industria y medio ambiente en México,* México: H. Cámara de Diputados, LIX Legislatura, Instituto Tecnológico Autónomo de México, Miguel Ángel Porrúa

Artículos de libros

GINER DE LOS RIOS, F. (2014). "¿Qué es lo que en realidad medimos como inversión ambiental?" en Mercado A. y López R. (Eds.) *La estadística ambiental en México,* México, D.F: El colegio de México, Centro de Estudios Económicos, Programa sobre Ciencia Tecnología y Desarrollo, CEPAL, [pp. 89-97].

LOPEZ, R. (2014). "Desarrollo tecnológico y sustentabilidad" en Mercado A. y López R. (Eds.) *La estadística ambiental en México,* México, D.F: El colegio de México, Centro de Estudios Económicos, Programa sobre Ciencia Tecnología y Desarrollo, CEPAL, [pp. 191-213].

MERCADO, A. (2008). "La industria mexicana del acero: Una evaluación de su comportamiento ambiental" en Jenkins R. y Mercado A. (Eds.) *Ambiente e industria en México: Tendencias, regulaciones y comportamiento empresarial*, México, D.F: Colegio de México, Centro de estudios económicos, [pp. 247-290].

SÁNCHEZ, J. (2014). "Estadística de la empresa y el medio ambiental en México: Fuentes y retos" en Mercado A. y López R. (Eds.) *La estadística ambiental en México,* México, D.F: El colegio de México, Centro de Estudios Económicos, Programa sobre Ciencia Tecnología y Desarrollo, CEPAL, [pp. 149-160].

Artículos de revista

AIGNER, D. & LLORET, A. (2013). ""Sustainability and competitiveness in Mexico" en *Management Research Review,* Núm. 12, Vol. 36, [pp.1252-1271].

BRUNNERMEIER, S. & COHEN, M. (2003). "Determinants of environmental innovation in US manufacturing industries" en *Journal of Environmental Economics and Management,* Núm. 2, Vol. 45, [pp. 278-293].

Artículos en línea

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GEOGRAFIA. (2009a). "Cuestionario para la industria manufacturera", Consultada en:

http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/privado-paraestatal.asp (fecha de consulta 17/06/2016)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GEOGRAFIA. (2009b). "Censos económicos 2009", Consultada en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/privado-paraestatal.asp (fecha de consulta 17/06/2016)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA. (1995). "Clasificador de Actividades Económicas de la Encuesta Nacional de Empleo (CAE-ENE)", Consultada en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/encuestas/hogares/Cae_ene.pdf (fecha de consulta 17/06/2016)

OECD, EUROSTAT. (2006). "Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación", Consultada en: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDOsloManual05_spa.pdf (fecha de consulta 10/06/2016)

PRINCIPALES POSTURAS A FAVOR Y EN CONTRA DE LA REFORMA EDUCATIVA Y LA INTRODUCCIÓN DEL CIVISMO FISCAL EN LA EDUCACIÓN

Mariana Iparrea Magaña[1] y Sara Oranday Davila[2]

RESUMEN

La presente investigación se desprende del trabajo del verano de la ciencia llevado a cabo en junio de 2016 en la Facultad de Administración Fiscal y Financiera de la U A de C, la cual tiene como objetivo conocer el impacto de la reforma educativa en el estudiantado, profesorado y la población en general, y las más representativas posturas, ya que es interesante conocer cómo se ha tomado la aprobación y la difusión de ésta reforma.

ABSTRACT

This research is the work of summer science conducted in June 2016 at the Facultad de Administración Fiscal y Financiera of the U A de C, which aims to know what has been the impact of educational reform in the business sector SMEs, as well as the general public, because it is interesting to know how is taken the approval and dissemination of this reform because it has economic and administrative implications in this business sector.

Palabras Clave: Reforma educativa, impacto, civismo fiscal, educación, a favor o en contra, educational reform, impact, quality.

INTRODUCCIÓN

La reforma educativa fue declarada constitucional en el mes de febrero del año 2013. En ésta se incluye la Ley General de Educación, la Ley del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación y la Ley General del Servicio Profesional Docente, las cuales exponen que la obligación del Estado es la de garantizar la calidad de la educación pública obligatoria (preescolar, primaria, secundaria y media superior).

Sin embargo, ponerse en los zapatos del otro, permitir la posibilidad de dialogar, negociar, abrir el panorama y la opción de modificar las formas en que se llevan a cabo los procesos de implementación de los cambios decisivos que incluye la reforma educativa, son algunas de las peticiones de los opositores de ésta.

Son el estudiantado, el magisterio, el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) y la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE), los principales grupos sociales directamente perjudicados o beneficiados por la reforma educativa, y por supuesto, el resto de la población mexicana consecutivamente, como el sector empresarial, el cual se encuentra ligado de manera

[1] Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera. Carretera Torreón matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P: 27276, Coahuila, Torreón, Teléfono (871) 7-12-28-58. 2

[2] Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera. Carretera Torreón matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P: 27276, Coahuila, Torreón, Teléfono (871) 7-87-47-00; saraoranday@hotmail.com

estrecha a la confrontación de esta problemática. En este artículo se pretende mostrar que el diálogo entre políticos, autoridades, docentes y empresarios, es la vía más adecuada para brindar a la población mexicana un sistema de educación basado en el respeto de los derechos educativos, laborales y empresariales.

DESARROLLO

La reforma educativa pertenece a la Constitución, es decir, ya está hecha. En lugar de inhabilitarla o suprimirla, en este artículo se considera que podrían hallarse las diversas soluciones para cumplir con el mejoramiento de la educación y a su vez con la protección laboral y empresarial debida y merecida. Para esto, es de vital importancia conocer cuáles son las principales posturas a favor y en contra.

"Una medida crucial es abrir el total de las plazas docentes al concurso nacional, incluidos los puestos de directores de la escuela, ya que en la actualidad incluso con el examen fijado por la administración Calderonista, cerca de la mitad de los maestros son contratados directamente por el SNTE" (Gurría Treviño José Ángel, 2014). Abrir el total de las plazas docentes a través del concurso nacional es una propuesta con la que podría conseguirse que exista una visión más participativa y competitiva en los procesos de selección de plazas, lo cual empujaría a la sociedad docente a tener una preparación más amplia, siempre y cuando haya justicia al darle una alternativa o solución para aquellas personas que por algún motivo no pudieran ser seleccionadas, es decir, que no formen parte de la comunidad de afectados por el desempleo.

El proceso de evaluación docente de la reforma educativa comienza por capacitar a los maestros y posteriormente evaluarlos. Se considera que la evaluación a los docentes es una medida de bastante relevancia para mejorar la calidad en la educación, encaminada directamente a la exigencia debida hacia los maestros. Sin embargo, hay un contraste que se puede evidenciar: ¿qué ocurrirá con los docentes que no tienen las bases de conocimientos ni la capacitación suficiente para aprobar el (los) examen(es) obligatorio(s) y mantener su plaza?, ¿qué medidas podría tomar el Gobierno Federal para abrir nuevas opciones y alternativas económicas, en las que se incluyeran cursos de capacitación y apoyos financieros para quienes se quedaran sin su trabajo?, ¿acaso incursionando en el sector empresarial, generando nuevas PyMES de acuerdo a los intereses y capacidades de los profesores sustituidos? En otras palabras, ha habido declaraciones que manifiestan que el reemplazamiento de los profesores por otros profesionistas mayor preparados formaría parte de un crecimiento en la educación, lo cual no se refuta en lo absoluto.

Es decir: sustituir a los maestros que no tienen la capacidad de aprobar el examen obligatorio, por otros que sí la tengan, puede parecer al principio una vía encaminada a una mejora en el ámbito educativo. Sin embargo, ¿qué ocurrirá en el ámbito económico?, ¿qué ocurrirá con estos profesores? ¿De qué manera la reforma educativa planea resolver la situación de desempleo en la que se hallarán miles de maestros que fueron sustituidos por otros profesionistas?

La propuesta de este artículo es una obligatoria y más potente y estricta capacitación para los profesores. La vía aceptable es velar por los docentes, instruyéndolos, capacitándolos con los nuevos e innovadores procedimientos, en busca de garantizar una mejor educación. Y por supuesto, es de vital importancia continuar con el concurso nacional docente que permite la admisión de cualquier ciudadano para ejercer la docencia.

Es en virtud de lo anterior expuesto por lo que los maestros pertenecientes a la sección 22 de la CNTE han hecho evidente su postura opositora a la presentación de la reforma educativa, manifestándose en protestas que han concluido en acontecimientos desafortunados, tal como lo ocurrido en Nochixtlán, Oaxaca, el 19 de junio, donde los enfrentamientos entre maestros, simpatizantes del movimiento magisterial, policías y personas no identificadas, presenciaron el saldo de seis muertos y más de un centenar de lesionados. En consecuencia de esto, diferentes ciudades han demostrado su apoyo, tal como

la ciudad de Torreón, Coahuila, en la que se reunieron ciudadanos y maestros para armar una movilización masiva primordialmente en apoyo a sus colegas de Oaxaca el miércoles 22 de junio, donde las autoridades municipales contabilizaron cerca de cinco mil personas.

Mientras que el magisterio vela por sus respectivos derechos como trabajadores, otros grupos opositores tienen una perspectiva más nacional, más enfocada al futuro de los mexicanos, puesto que su preocupación es la de cuestionarse si la reforma educativa encamina a la privatización de la educación: "La privatización de la educación aún no ha sido develada oficialmente como el objetivo central del presidente Enrique Peña Nieto, pero su afán de servir a los grandes intereses financieros internacionales sin duda forma parte de los compromisos adquiridos a cambio de la legitimación de su gobierno, colocando en oferta no sólo los recursos naturales de la nación, sino también sus grandes mercados de consumo, conformando así un nuevo peligro para la nación." (Calderón Alzati Enrique, 2016).

Y como consecuencia de esto, otro enfoque contrario expone que con la reforma educativa hará surgir una necesidad colectiva de solicitar créditos bancarios, lo que se conoce como el endeudamiento de la población: "Adquirir un crédito para la educación de los hijos será relativamente sencillo. Los bancos ofrecerán líneas de crédito para este noble fin y, a lo mejor exentos del IVA, sus montos serán similares al de un auto, entre 12 mil y 18 mil dólares por toda la educación básica y cantidades similares por la educación superior, dependiendo de la calidad. Invierte hoy para el futuro podría ser un bonito lema. Para quienes, por su condición de pobreza, se queden sin acceso a alguno de estos servicios, existirá una nueva educación popular, administrada por la Secretaría de Desarrollo Social, donde podrán instruirse para realizar actividades básicas con salarios mínimos en el sector informal" (Calderón Alzati Enrique, 2016).

MÉTODOS Y MATERIALES

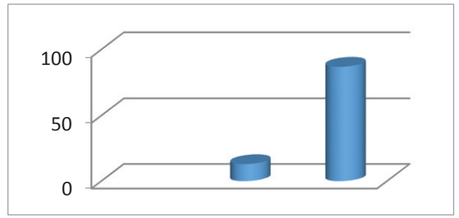
La presente investigación es de tipo descriptiva, ya que al llevar a cabo la revisión de literatura se observó que aunque es un tema novedoso ya existe suficiente información para enumerar las principales características del problema abordado. De igual manera, dentro de las técnicas y herramientas de recolección de datos se realizó la aplicación de encuestas, la observación directa y se graficó y se elaboraron los análisis respectivos obteniendo como primera instancia algunos resultados preliminares.

La muestra se diseñó en base a las listas publicadas en internet por las asociaciones de empresarios, como las del Sistema de Información Empresarial Mexicano, al cual se encuentran afiliados todos los elementos tomados en cuenta. Se consideró una muestra representativa de 100 individuos encuestados en grupos que corresponden a las pequeñas y a las medianas empresas (PYME). Dichas encuestas se llevaron a cabo en las ciudades de Torreón, San Pedro, Matamoros y Viesca en el estado de Coahuila; y Gómez Palacio y Lerdo en el estado de Durango.
Para efectos de éste artículo, en cuanto a la aplicación de encuestas, sólo se tomaron en cuenta algunos cuestionamientos que tienen una relación con la reforma educativa y su afectación en estas empresas.

RESULTADOS

En una encuesta realizada en el mes junio del año 2016 en Comarca Lagunera, se cuestionó a empresarios sobre el conocimiento en distintos ámbitos que se tiene en relación a la reforma educativa, con la finalidad de conocer cuál es el porcentaje de habitantes informados o desinformados.

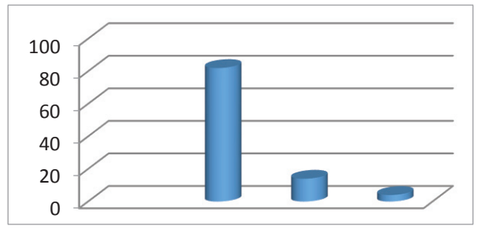
1. ¿Sabe o conoce si la reforma educativa contempla temas del civismo fiscal?



En la gráfica 1 podemos concluir que el 9% de los empresarios sí tienen conocimiento sobre la contemplación del tema del civismo fiscal en la reforma educativa, mientras que el 91% de los empresarios respondió que no tiene conocimiento respecto al tema.

De esta manera, se puede observar que de esta muestra representativa la mayoría desconoce si la reforma educativa contempla el tema del civismo fiscal, el cual ha sido considerado desde hace varios años como un tema de importancia general nacional, ya que al contar con este conocimiento desde la niñez los ciudadanos conocerían sus obligaciones fiscales y sus derechos laborales para en un futuro poder formar parte de la sociedad económicamente activa.

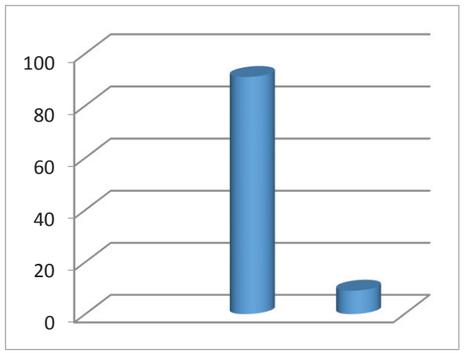
2. ¿Considera usted importante que a los maestros se les capacite en el tema del civismo fiscal?



En la gráfica 2 se puede interpretar que el 82% de los empresarios sí consideran importante que a los maestros se les capacite en el tema del civismo fiscal, mientras que el 14% de los empresarios respondieron que no y el 4% de los empresarios no lo saben.

Este dato es interesante, ya que habla del grado de conciencia de los empresarios laguneros con respecto a los temas académicos con los que deben contar los estudiantes, ya que para ellos los maestros deberán estar capacitados en este tema.

3. ¿Considera importante que los programas educativos abarquen los siguientes temas: administración personal, familiar y empresarial?



En la gráfica 3 se puede inferir que el 91% de los empresarios sí consideran importante que los programas educativos abarquen los siguientes temas: administración personal, familiar y empresarial, mientras que el 9% de los empresarios respondieron que no.

Ojalá que en los contenidos académicos de la reforma educativa se tomen en cuenta temas administrativos para sensibilizar tanto a los niños como a los padres de familia con la distribución y ahorro de sus ingresos familiares y empresariales.

CONCLUSIONES

Todos los ciudadanos del país se ven perjudicados o beneficiados por la reforma educativa. Es por esto que se decidió incluir al ámbito educativo, laboral y empresarial en este artículo. Cumpliendo con el cuestionamiento de cómo se ven involucrados los maestros, las autoridades y los empresarios posteriormente de la presentación de la reforma educativa, es bien sabido que los docentes están involucrados a través de las disposiciones laborales y las medidas y criterios que tendrán la obligación de seguir, mientras que los empresarios están involucrados a través de la educación que obtendrán sus potenciales empleados (niños estudiantes) y además por el impacto que causa en la economía esta reforma. Dejando a un lado la postura a favor o en contra en la que se encuentren ambas partes, el principal cuestionamiento de la reforma educativa, el que más le atañe a ésta y a los ciudadanos, sin importar su ocupación, vocación, postura o interés, es el de ¿a dónde van los niños?, ¿serán beneficiados por la reforma educativa?

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

http://aristeguinoticias.com/
http://eleconomista.com.mx/sociedad/2015/09/04/mexico-avanza-reformas-educativas-ocde
Ubicación: www.eleconomista.com.mx » Política y Sociedad » MÉXICO AVANZA CON REFORMAS EDUCATIVAS: OCDE
http://www.presidencia.gob.mx/reformaeducativa/
http://www.jornada.unam.mx/2016/03/16/politica/017n2pol
http://www.oecd.org/centrodemexico/

EL IMPACTO DE LA REFORMA EDUCATIVA EN LAS PYMES ASI COMO SUS IMPLICACIONES EN EL SECTOR EMPRESARIAL

Patricia Iparrea Magaña[1] y Sara Oranday Dávila[2]

RESUMEN

La presente investigación se desprende del trabajo del verano de la ciencia llevado a cabo en junio de 2016 en la Facultad de Administración Fiscal y Financiera de la UAdeC, la cual tiene como objetivo conocer cuál ha sido el impacto de la reforma educativa en el sector empresarial de las PYMES,así como a la ciudadanía en general, ya que es interesante conocer como se ha tomado la aprobación y difusión de ésta reforma debido a que tiene implicaciones económicas y administrativas en éste sector empresarial.

ABSTRACT

This research is the work of summer science conductedinJune 2016 at the Facultad de Administración Fiscal y Financiera of the UAdeC, which aims to know what has been the impact of educational reform in the business sector SMEs, as well as the general public,because it is interesting to know how is taken the approval and dissemination of this reform because it has economic and administrative implications in this business sector.

PALABRAS CLAVE: Reforma educativa, sector empresarial, impacto, calidad, educationalreform, business sector, impact, quality.

INTRODUCCIÓN

El presente artículo tiene el objeto de dar a conocer en primera instancia el impacto de la Reforma Educativa en el sector empresarial de la Comarca Lagunera, en vista de que es un tema crucial para el desarrollo y crecimiento económico de un país. Se llevó a cabo una encuesta a una muestra representativa de algunas pequeñas y medianas empresas (PYMES) de la región para conocer el grado de conocimiento sobre la Reforma Educativa, también seobservaron algunas de las consecuencias de su implementación y los efectos producidos en el país.

La reforma constitucional en materia educativa y sus tres leyes secundarias fueron recientemente aprobadas por el Congreso de la Unión.Al parecer, la reforma es creada para elevar la preparación de los docentes en busca de un sector más competitivo, al evaluar obligatoriamente sus capacidadescon el fin de ofrecer una educación de mayor calidad a los niños y jóvenes del país.

La Reforma Educativa contempla la inclusión de los padres de familia a los programas y métodos educativos para el mejoramiento de la educación y de acuerdo a las leyes federales(LGSPD, 2013, artículo 79) “La Reforma fomenta la participación de los papás. En sus artículos 70-73, la LGE establece que los padres podrán conocer los planes y programas de estudio y las evaluaciones generales de la escuela de sus hijos, resguardando los datos personales y confidenciales de cada maestro”

[1] Verano de la Ciencia Región Centro e Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera. Carretera Torreón matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P: 27276, Coahuila, Torreón, Teléfono (871) 7-12-28-58. 2
[2] Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera. Carretera Torreón matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P: 27276, Coahuila, Torreón, Teléfono (871) 7-87-47-00; saraoranday@hotmail.com

Así mismo, busca la intervención de los padres de familia en el Consejo Técnico Escolar de las escuelas con el objeto de que conozcan el presupuesto asignado, las evaluaciones y planeaciones, además de que la autoridad pondrá a disposición de los padres de familia cursos y programas que les permitan mejorar la atención a sus hijos. De acuerdo con la LGE, (artículos 65, 68-72). “Los padres de familia podrán ser miembros de los Consejos de Participación en cada plantel, municipio, estado y en el Consejo Nacional de Participación Social en la Educación”

“Para los docentes, la educación no es sólo un instrumento de progreso económico, sino el medio más poderoso para promover el desarrollo integral de los individuos, las familias y las naciones, fundado en los valores universales y en los derechos humanos.”(Díaz de la Torre, 2016)

Por lo tanto, los resultados que pueden darse a través de la Reforma Educativa en el sector de las PYMES es bastante significativo a largo plazo, ya que los jóvenes que tengan acceso a un mejor nivel educativo formarán parte de éste sector empresarial en un futuro con un desempeño de mayor calidad y con mayor oportunidad de acceder al mercado laboral, lo cual es primordial para el crecimiento del país en términos económicos y sociales y para efectos de ser un país más competitivo y desarrollado.

“México ha emprendido un conjunto de reformas educativas de enorme relevancia que son parte de la adaptación a este cambio global“(Gurría, 2015)

Consideró que “para asegurar el éxito en esta tarea tan compleja es necesario concebir dichas reformas como una prioridad nacional, enmarcada por el consenso y por políticas de largo plazo”.(Gurría, 2015)

Sin embargo, José Ángel Gurría apuntó, “México tiene aún un largo camino por recorrer para elevar la calidad de su sistema educativo y para que todos sus estudiantes alcancen, cuando menos, los niveles promedio de la OCDE“ (Gurría, 2015)

Dicha reforma ha originado una serie de reacciones y conflictos por parte de algunos docentes, rechazo de una parte de la opinión pública y diversas críticas de analistas en el tema.

Por otro lado, algunos maestros agrupados en la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación; en su legal derecho a defender sus intereses, se han manifestado en contra de la mencionada reforma a través de la movilizaciónexigiendo mayor compromiso del gobierno federal para que atiendasus propuestas y escuche sus necesidades.Buscando, como única salida, un dialogo que permita explorar posiciones y acercamientos con la Secretaría de Educación Pública.

Ambas posiciones son válidas en un estado de derecho.Desafortunadamente el desacuerdo entre las partes ha llegado a tal punto que las manifestaciones se han radicalizado en protesta por la aprobación de la reforma sin el consenso de las mayorías.
En algunos estados del país se reportan afectaciones a comerciantes, vialidades y pueblo en general; que han traído como consecuencia mermas económicas para los establecimientos comerciales, de tal manera que en enfrentamientos recientes se contabilizan personas fallecidas, sin que ninguna de las partes reconozca culpabilidad alguna y en espera del resultado que arrojen las investigaciones.

El problema aquí es que al no establecerse un diálogo para armonizar ambas posiciones,se ha provocado que los alumnos no reciban clases o las reciben de manera deficiente a consecuencia de los paros indefinidos, bloqueos y marchas, viviéndoseademás en un estado casi de terror, tendiendo a que no se logren los objetivos de la calidad educativa.Se está viviendo un tiempo de conflicto que se da entre las comunidades, profesores y autoridades educativas,generándose un estado de tensión que está lastimando el clima de la propia educación y el desarrollo económico y financiero del sector empresarial.

Por todo lo anterior tanto los niños como padres de familia y sociedad económicamente activa no cuentancon el supuesto beneficio de la reforma educativa ni el de que sus profesores mejoren su forma de vida.

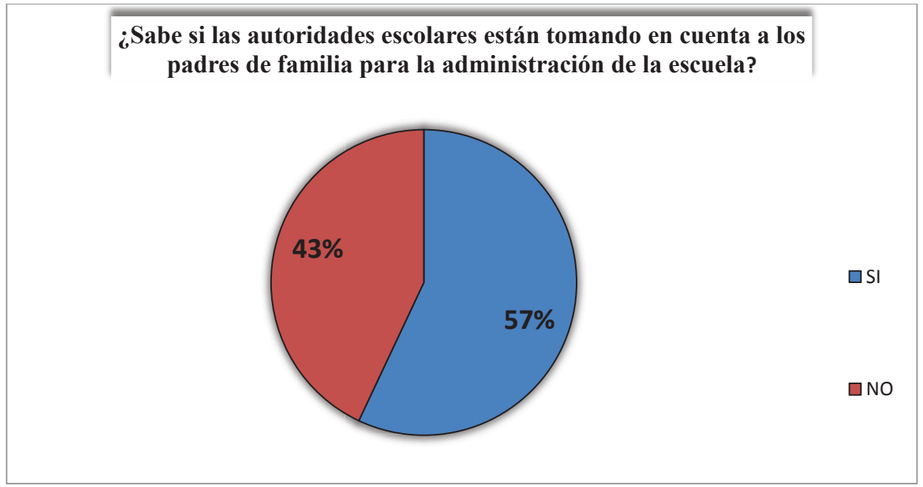
MÉTODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo descriptiva, ya que al llevar a cabo la revisión de literatura se observó que aunque es un tema novedoso ya existe suficiente información para enumerar las principales características del problema abordado, de igual manera dentro de las técnicas y herramientas de recolección de datos se llevaron a cabo el levantamiento de encuestas, la observación directa, se graficó y se elaboraron los análisis respectivos obteniendo como primera instancia algunos resultados preliminares.

La muestra se diseñó en base, tanto en las listas publicadas en internet por las asociaciones de empresarios, como las delSistema de Información Empresarial Mexicano, al cual se encuentran afiliados todos los elementos tomados en cuenta. Considera una muestra representativa de 100 individuos encuestados en grupos que correspondena las pequeñasy a las medianas empresa (PYME). Dichas encuestas se llevaron a cabo en las ciudades de Torreón, San Pedro, Matamoros y Viesca en el estado de Coahuila; y Gómez Palacio y Lerdo en el estado de Durango.
Para efectos de éste articulo solo se tomaron en cuenta algunos cuestionamientos que tienen que ver con la reforma educativa y su afectación en estas empresas.

RESULTADOS

A través de las encuestas realizadas se obtuvieron los siguientes resultados:

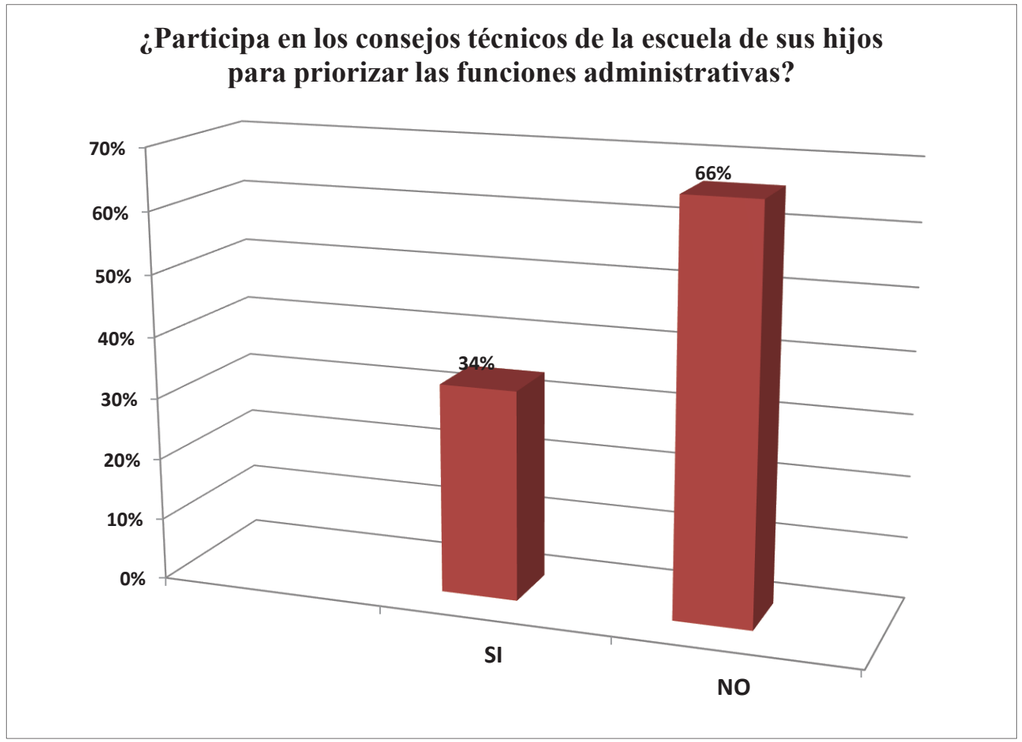


Fuente: propia

En la gráfica se observa el porcentaje de conocimiento de los padres de familia en cuanto a que si la reforma educativa los considera, se puede apreciar que el porcentaje mayor (57%) sí está enterado de que las autoridades educativas están tomando en cuenta a los padres de familia para llevar a cabo la administración de la escuela, mientras que el 43% responde negativamente.Se aprecia que no hay un consenso unificado, se recomienda que tanto las autoridades escolares como los padres de familia entablen un dialogo para mejorar esta situación y con ello se pueda cumplir con los objetivos establecidos de la reforma educativa.

¿HAY PARTICIPACIÓN DE PARTE DE LOS PADRES DE FAMILIA EN LOS CONSEJOS TÉCNICOS DE LA ESCUELA PARA PRIORIZAR LAS FUNCIONES ADMINISTRATIVAS?

En siguiente la gráfica se refleja el resultado obtenido en porcentaje sobre la participación de los padres de familia en los consejos técnicos de la escuela para priorizar las funciones administrativas de la misma.



Fuente: propia

En la presente gráfica se puede apreciar que el índice de padres de familia que participan en los consejos técnicos de las escuelas de sus hijos el66% no están participando, habría que investigar si esto obedece a que son ellos los que no están interesados o la escuela no los está tomando en cuenta, independiente de cuál es la respuesta lo interesante es que no se está llevando a cabo, por lo que la reforma educativa no está cumpliendo con sus objetivos en este sentido.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada se puede concluir que este trabajo nos permite conocer de manera más profunda los cambios generados por la Reforma Educativa, la reacción que ha provocado tanto en

algunos empresarios como en el sector educativo, dejando ver cuál es la realidad actual, para así comprender mejor el entorno que se vive en cuanto al tema de la educación en México.

Se logró comprender, que por un lado el país necesita estar inmerso en cambios y mejorasque lo transformen, dando paso a la globalización y al desarrollo,pero asimismo,no perder de vista que la adaptación de los más afectados no es sencillaya que se encuentran en un estado de desconcierto.

Se puede decir que esta es una historia a la que le falta mucho por contar pero que por la propia estabilidad del país,conviene armonizar ambas posturas para acabar con el desequilibrio y la desorganización del mencionado sector educativo y sobretodo velar por que los niños retomen las clases con normalidad.

BIBLIOGRAFÍA

http://eleconomista.com.mx/sociedad/2015/09/04/mexico-avanza-reformas-educativas-ocde
Gurría, J. A. (04 de Septiembre de 2015). México avanza con las reformas educativas: OCDE. *El economista*.
http://www.presidencia.gob.mx/reformaeducativa/
LGSPD. (2013). *Gobierno de la República.*
http://www.jornada.unam.mx/2016/03/16/politica/017n2pol
Torre, J. D. (16 de marzo de 2016). Educación, el más poderoso promotor de desarrollo. *La Jornada*, pág. 17.

POLÍTICA REGULATORIA COMO UN MECANISMO DE MODERNIZACIÓN DE LA GESTIÓN PÚBLICA. EL CASO DEL H. AYUNTAMIENTO DE SAN LUIS POTOSÍ

Laura Cecilia Jiménez Govea[1] y Juan Carlos Neri Guzmán[2]

RESUMEN

Vivimos en un mundo globalizado donde los cambios se dan de forma más rápida y se requiere la adaptación tanto como de los individuos como de las instituciones con las que interactúa día a día. Es por ello que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) sugiere a los países en vías de desarrollo alinearse a la política de mejora regulatoria con lo cual se pretende agilizar los trámites y la digitalización de los mismos con el fin de Mejorar la competitividad en México y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.
En esta investigación se muestran algunos de los resultados de su implementación en el H. Ayuntamiento de San Luis Potosí puesta en marcha en el sistema de ventanilla única.

Palabras Clave: Competitividad, digitalización, calidad de vida.

ABSTRACT

We live in a globalized world where changes occur faster and adaptation is required both as individuals and institutions with which it interacts every day. That is why the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) suggests to developing country aligned to the policy of regulatory improvement which aims to streamline procedures and digitizing them in order to improve Mexico competitiveness and improve the quality of life of citizens.
In this research, some of the results of its implementation are shown in the Municipal Government of San Luis Potosi launched in the single window system.

Key Words: Competitiveness, digitization, quality of life.

INTRODUCCIÓN

El propósito de esta investigación es dar a conocer los principios de la política de reforma regulatoria que el gobierno de México ha emprendido a nivel nacional bajo el enfoque internacional del modelo de costos estándar y conocer sus características, las instituciones participantes y los instrumentos utilizados.
México a dos décadas de su política de reforma regulatoria, reorienta sus esfuerzos para modernizarse y reducir las cargas administrativas generadas por los trámites a través del impulso de una política regulatoria multinivel acorde al modelo propuesto por la OCDE, cuyo objetivo principal es coadyuvar a mejorar la competitividad en México a través de la actualización del marco regulatorio e institucional.

En este sentido la reforma regulatoria busca mejorar el ambiente de negocio mediante la facilitación de apertura, funcionamiento y crecimiento de empresas, para lo cual favorece el aumento de la productividad, la creación de empleo, precios bajos, y aumento en la producción, lo cual deberá de reflejarse en el crecimiento del PIB y la calidad de vida de los ciudadanos. Asimismo se busca exponer cuál es el mecanismo de funcionalidad de la reforma regulatoria a través de sus principios, instrumentos e

[1]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Licenciatura en Administración y Gestión; Urbano Villalón 500, La Ladrillera, 78369 San Luis Potosí, S.L.P., lauce.jigo@gmail.com.
[21]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Licenciatura en Administración y Gestión; Urbano Villalón 500, La Ladrillera, 78369 San Luis Potosí, S.L.P., jc.neriguzman@gmail.com

instituciones como la Comisión Federal para la Mejora Regulatoria (COFEMER), la Secretaría de Economía, la Secretaría de la Función Pública y las autoridades estatales y municipales.
Esta investigación da a conocer los resultados de la implementación de esta política en H. Ayuntamiento de San Luis Potosí, bajo los lineamientos regulatorios de la metodología de la OCDE.

Su finalidad es verificar como a través de los lineamientos y recomendaciones internacionales de la OCDE, se puede mejorar la calidad regulatoria de trámites estatales y municipales e impulsar la competitividad de México. La investigación tiene como unidad de análisis el modelo propuesto por la OCDE y sus componentes, así como su estrategia de implementación en el H. Ayuntamiento de San Luis Potosí.

Para llevar a cabo este estudio se retoman los lineamientos definidos por la OCDE sobre la política y gobernanza regulatoria, destacando su modelo de intervención propuesto y sus componentes: políticas, instituciones, herramientas y sus variables correspondientes.

MARCO TÉORICO

La política de mejora regulatoria se entiende como el tener un impecable funcionamiento de las actividades comerciales, industriales, productivas, de la sociedad; mayores beneficios para la sociedad con los menores costos posibles.

Los antecedentes de las mejoras regulatorias se analizan desde la necesidad de reformas con la realización un proceso de privatización, en donde las empresas que eran del estado pasaron a ser privadas con el objetivo de generar mayores beneficios e incrementar la competencia y eficiencia que se refleja en la economía dentro del PIB nacional.

Las condiciones presentadas en Australia, Canadá, Estados Unidos, Holanda, Italia y el Reino Unido en los años de 1980, hicieron que las reformas llevadas a cabo exigieran una reglamentación que asegurara el uso eficiente de los recursos y una optimización de las actividades acabadas de privatizarse. En aquel momento, México se encontraba en una fase en la cual daba sus primeros pasos respecto al entono económico, incorporándose al mercado exterior con el Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, por lo que el tratar de llegar a los acuerdos de mejora regulatoria que se desarrollaban en los países mencionados resultaría contra producente debido a que los mecanismos serían inoportunos al analizar el contexto nacional expuesto en ese periodo.

Se realizaron varios esfuerzos de desregulación económica desde 1989 cuando el país contaba con baja actividad en el comercio internacional, resultado de esta regulación surgieron algunas leyes que a la fecha rigen mercados relevantes de la economía del país. Más adelante en 1995 se realiza un programa de desregulación y simplificación administrativa orientado a la eficacia y eliminación de tramites creándose un Consejo para la Desregulación Económica y un Registro de Tramites Empresariales comenzando de esta manera: el primer programa sistematizado de reforma regulatoria en el mundo empatando por vez primera con trámites que ahora coincidían con la actividad económica del país.

Sin embargo fue hasta el año 2000 cuando el H. Congreso de la Unión propuso una iniciativa de Reforma a la Ley Federal del Procedimiento Administrativo con el objetivo de institucionalizar la política de mejora regulatoria. La evolución en cuanto a la implementación de la mejora regulatoria ha sido la siguiente en nuestro país:

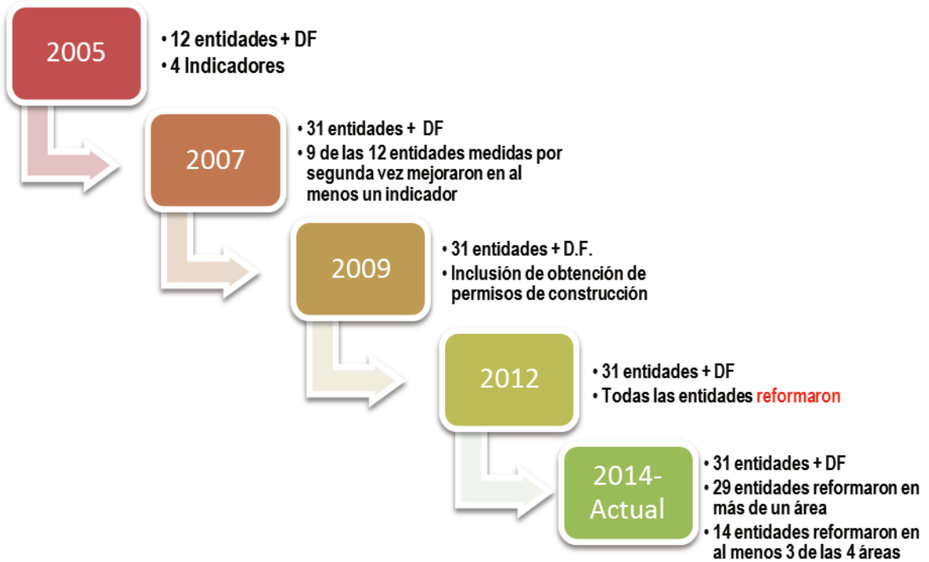


Figura 1.Mejora regulatoria en México
Fuente: Doing Business en México (2015)

Se entiende como reformar a Aquello que se propone, proyecta o ejecuta como innovación o mejora en algo. (RAE, 2016)

Como se muestra en la figura 1 la mejora regulatoria tienen poco más de una década en la que se han implementado la evaluación de 4 indicadores para medir la forma de hacer negocios en los estados del país. Estos indicadores son evaluados por el banco mundial en lo que se refiere a número de procedimientos, tiempo en días para resolverlo, costo per cápita y requisito de capital mínimo pagado (% de ingreso per cápita]) que responden a los aspectos de: apertura de empresas, manejo de permisos de construcción, obtención de electricidad, registro de propiedades, obtención de crédito, protección de inversionistas minoritarios, pago de impuestos, comercio trasfronterizo, cumplimiento de contratos y resolución de la insolvencia

MÉTODOS Y MATERIALES

En esta investigación los elementos clave de análisis fueron las entrevistas directas y acercamiento con el H. Ayuntamiento de San Luis Potosí además de una previa investigación sobre el contexto sobre la forma de hacer negocios en nuestro país y las instituciones que apoyan este modelo de mejora regulatoria. Por lo tanto responde a las características cuantitativas y cualitativas, descriptivas y correlacionadas al ser evaluada por su efectividad y también al traer cifras que serán reflejadas en el PIB nacional.
El análisis responde a sobre qué consecuencias ha traído la implementación de mejora en las instituciones. En el caso del H. Ayuntamiento de San Luis Potosí a la habilidad de hacer negocios facilitando los trámites mediante la digitalización de los mismo; lo que antes se realizaban en sus dependencias correspondientes, las cuales se encuentran en diferentes puntos de la cuidad a las cuales los ciudadanos tenían que trasladarse para solicitar alguna licencia y realizar un solo trámite en cada institución y que ahora ya se puede realizarse en la ventanilla única y enviarse a la dependencia correspondiente electrónicamente.

RESULTADOS

En 2014 San Luis Potosí fue clasificado en 4° lugar a nivel nacional en estudio Doing Business realizado por el Banco Mundial. Una vez que el Municipio de San Luis Potosí cumpla con todas las recomendaciones dentro del plazo sugerido por la OCDE se asegurará que los procesos y trámites del Ayuntamiento capitalino sean transparentes, eficientes, ordenados y competitivos, beneficiando a los emprendedores, empresarios y en general a toda la ciudadanía.

La propuesta de ventanilla única en San Luis Potosí la llevo a cabo Desarrollo Económico y responde directamente a oficialía mayor que conlleva a la estrategia digital nacional. En el H. Ayuntamiento de San Luis Potosí según la información que nos proporcionada por el coordinador de la instancia de ventanilla única, menciona que ésta comenzó su servicio en Octubre de 2015, es un programa federal el cual es un emblema de la Mejora Regulatoria. Su funcionamiento se basa en tres ventanillas especializadas, las cuales son catastro, comercio y desarrollo urbano. Además de desarrollarse funciones administrativas dentro de la ventanilla como lo es la Mesa Colegiada la cual se divide en tres áreas que dependen directamente que son: ecología, protección civil, , ingeniería vial y dos correlacionadas: seguridad pública cuerpo de bomberos. Cada una de estas áreas tiene personal comisionado de la institución especializada y reporta a su institución.

Ventanilla única de San Luis Potosí ha utilizado una estrategia para optimizar tiempos de respuesta además de mejorar la operatividad al disminuir las interacciones con el usuario, las cuales consisten en disminuir los tiempos de cobro, ya que antes no se permitían pagos en efectivos solamente por depósito de predial y licencias de funcionamiento por que trajo consigo lo que se redujera considerablemente el tiempo de los pagos. A continuación se muestra en la Figura 2 la comparación de dos trienios gubernamentales que muestran antes y después de los pagos en efectivo en las ventanillas respectos a los trámites antes mencionados.

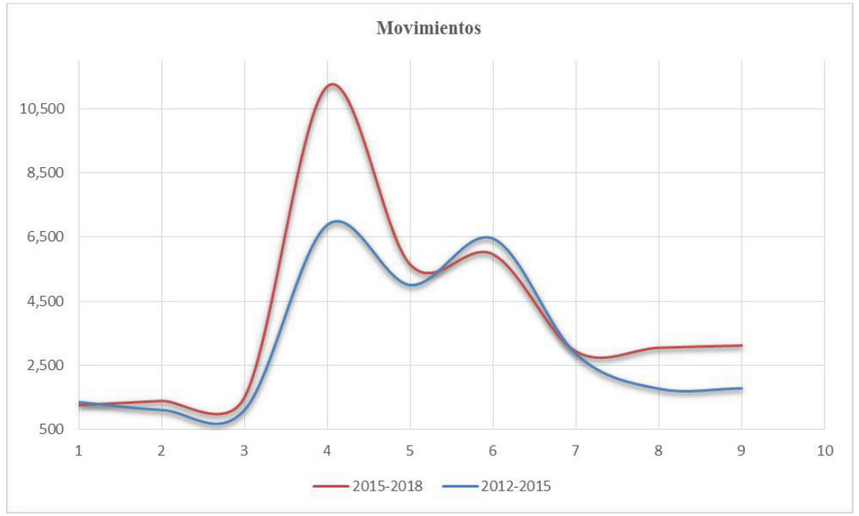


Figura 2. Número de movimientos de trámites en ventanilla única
Fuente: Ventanilla única S.L.P. (2016)

CONCLUSIONES

Actualmente San Luis Potosí esta creciendo de manera exponencial y como evidencia tenemos a dos grandes empresas armadoras en este año 2016, como son BMW y FORD que han decidido instalarse en el estado. Ya que además de contar con una ventaja geográfica en cuanto a la ubicación de San Luis Potosí en el centro del país su gobierno ha hecho una labor de atracción de inversionistas para que grandes empresas como las anteriores decidan invertir y colocar sus empresas en nuestro estado, trayendo consigo más oportunidades de empleo y crecimiento de la cuidad desarrollando nueva infraestructura.
Con esta investigación confirmamos que la simplificación de trámites propuestos por la OCDE y en convenio con el H., Ayuntamiento de San Luis Potosí ha tenido resultados favorables en beneficio de sus habitantes ya que traerán consigo el desarrollo económico del Estado.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Desarrollo Económico del H. Ayuntamiento del Estado de San Luis Potosí por la facilitación del material de consulta, disponibilidad y tiempo para resolver dudas; así como también a la coordinación de ventanilla única del estado por las atenciones prestadas. Todo está información con fines meramente académicos.

BIBLIOGRAFIA

Libros en línea
Banco Mundial. (15 de Octubre de 2015). Informe Doing Business 2016. Obtenido de Doing business: http://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2015/10/27/doing-business-report-finds-more-than-60-of-worlds-economies-improved-their-business-rules-in-past-year

COFEMER. (s.f.). Guías para la Mejora Regulatoria Municipal. Obtenido de Guía Introductoria: http://www.cofemer.gob.mx/documentos/estados/guias/guia-introductoria.pdf
Comisión Federal de Mejora regulatoria; Secretaría de Economía. (2014-2015). Informe anual de desempeño. Obtenido de cofemer.gob.mx: http://www.cofemer.gob.mx/documentos/CA/ComunicacionSocial/Informeanual_VF.PDF

OCDE. (2012). Mejores políticas para una vida mejor. Obtenido de Recomendación del conesjo sobre política y gobernanza regulatoria: http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/Recommendation%20with%20cover%20SP.pdfV

Artículos de revistas
Ruíz López, D., & Cárdenas Ayala, C. E. (2003). ¿Qué es una política pública? IUS Revista Jurídica.Wordl Bank Group. (2016). Economy profile 2016 México. Obtenido de Doing business: http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/~/media/giawb/doing%20business/documents/profiles/country/MEX.pdf

Entrevista
Ayuntamiento, V. Ú. (Junio de 2016). Manuel J. Clouthier #263 Plaza Tangamanga Local F16. (V. d. ciencia, Entrevistador)

Económico, D. d. (Junio de 2016). Unidad Administrativa Municipal. (V. d. ciencia, Entrevistador)
Fernández, C. G. (s.f.). La mejora regulatoria y su impacto en la competitividad. Política digital en línea. Innovación gubernamental.

TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA Y PRODUCCIÓN DE VAINILLA

Claudia Berenice Landeros Gámez[1] y Gloria Arroyo Jiménez[2]

RESUMEN

La vainilla por ser de origen Mexicano adquiere su importancia desde tiempos prehispánicos, actualmente México es considerado uno de los principales productores de vainilla y cuenta con las condiciones necesarias para su cultivo, a pesar de ello en los últimos años se han disminuido sus niveles de producción. El extracto de vainilla es exportado a diferentes partes del mundo, los métodos de producción y extracción son diversos y con los avances tecnológicos se busca mejorar para una rápida producción de extracto, dichos métodos son elaborados por diferentes instituciones y protegidos por organismos nacionales e internacionales para así poder ser transferidos a quien lo solicite, proceso conocido como transferencia tecnológica.

PALABRAS CLAVE: vainilla, métodos de extracción, propiedad industrial, transferencia tecnológica

ABSTRACT

Vanilla is of Mexican origin and acquires its importance from pre-Hispanic times. Now days, Mexico is considered one of the leading producers of vanilla and has the necessary conditions for cultivation, nevertheless in recent years they have reduced their production levels. The vanilla extract is exported to different parts of the world, production methods and extraction are diverse and with technological advances are improving, these methods are developed by different institutions and protected by national and international organizations in order to be transferred to those who request them, a process known as technology transfer.

KEY WORDS: vanilla, extraction methods, industrial property, technology transfer

INTRODUCCION

La vainilla en una planta de orquídea es originaria de México por lo cual tiene cierta importancia histórica y cultural, era símbolo de los dioses totonacas y aztecas, y es conocida por el mundo gracias a los españoles quienes en tiempos de la conquista conocieron este saborizante y lo transportaron a Europa. Actualmentees producida en diferentes regiones del mundo, siendo Madagascar e Indonesia los mayores productores de vainilla; México obtiene el quinto puesto, sin embargo en nuestro país se planean diferentes estrategias para recuperar el liderazgo que lo caracterizaba hace varios años.

Los métodos de extracción de vainilla son diversos, muchos de ellos cumplen con la función de ser más rápidos o mejores que los tradicionales. En México se cuenta con diferentes métodos algunos de ellos son protegidos para evitar su reproducción por alguna otra persona diferente al autor.

[1] Claudia Berenice Landeros Gámez, Estudiante de la Licenciatura en Administración y Gestión séptimo semestre, Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Urbano Villalón #500 Col. La Ladrillera, C.P. 78363, San Luis Potosí, S.L.P. 130248@upslp.edu.mx
[2] Gloria Arroyo Jiménez, Profesora Investigadora, División de Estudios de Posgrado e Investigación, Instituto Tecnológico de Querétaro, Av. Tecnológico s/n esq. Mariano Escobedo, Col. Centro Histórico, C.P. 76000, Querétaro, Qro., Tel. (442-227-44-21) garroyo@mail.itq.edu.mx

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) es quien se encarga de proteger inventos en sus diferentes formas como patentes, modelos de utilidad, diseños industriales y marcas. Inventores o solicitantes acuden ante oficinas de dicho instituto a registrar su método en este caso de extracción de vainilla, para que así nadie además de ellos puede hacer uso de ellos, Internacionalmente World Intellectual Property Organization (WIPO) es el responsable de otorgar protección con el mismo propósito con el que lo hace el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, si algún invento es registrado ante esta organización, en ninguna otra parte del mundo puede ser utilizada o reproducido. Además cada país cuenta con sus propias instituciones para proteger derechos de invención.

Al proteger los derechos se hace posible la transferencia tecnológica, proceso que consiste en compartir conocimientos y habilidades sobre algún invento. Esta investigación tiene por objetivo identificar los principales métodos de extracción de vainilla y verificar cuales están protegidos, por alguna figura ya sea una patente, desarrollo tecnológico, modelo de utilidad o desarrollo industrial.

METODOLOGIA

En este proyecto se investigó y recopilo información para conocer acerca de los métodos tradicionales y los más utilizados en México y otras partes del mundo y su estado del arte sobre la extracción e industrialización de vainilla, para esto se presentan, las patentes y modelos de utilidad registrados ante el IMPI , WIPO, LATIPAT, Pymetec con actualización del presente año 2016 y en artículos de la base de datos EBSCO; también se agrega el proceso se debe de seguir para proteger alguna tecnología y así poder transferirla. Se accedió a bases de datos y registros

REVISION DE LA LITERATURA

Vainilla

La vainilla actualmente es producida en varios países del mundo pero tiene sus orígenes en México, donde nuestros antepasados la utilizaban mezclándola con el cacao y obteniendo deliciosas bebidas. Tanto como para los Totonacas como para los Aztecas la vainilla era un fruto delicioso, el cual era símbolo de sus dioses, ellos producían vainilla en grandes cantidades. Los totonacas “la conocían como Xahanat, que significa flor negra también, en el pueblo Totonaca la vainilla llego a convertirse en un símbolo de sus dioses”. (SAGARPA, 2009).

En el antiguo México, el pueblo Totonaca era reconocido como productor de la mejor vainilla y continuo siendo el principal productor hasta mediados del siglo XIX. Momento en el que los cultivadores franceses en México aprendieron la forma de inseminar artificialmente las flores a partir de los conocimientos del pueblo Totonaca” (Centro de Investigaciones Tropicales, 2004).

Existen varias especies de vainilla pero la más importante en México es la vainilla planifolia “La vainilla es el resultado de la polinización de la exquisita flor orquídea Vainilla Planifolia que es de color blanco. Su nombre en el idioma español proviene de su particular forma y contenido” (Herrera, 2014).

En México, el cultivo de esta especie representa importancia en el aspecto económico, social y ecológico. Sin embargo, aun cuando se tienen las condiciones climáticas y culturales del uso y manejo de la vainilla, la producción no es suficiente para figurar en el mercado internacional. Esto debido a que existen diferentes factores que limitan la producción entre ellos están las enfermedades, plagas, poca mecanización, y escasa organización para la producción y comercialización del producto (Reyes et al., 2008).

La vainilla es utilizada en la Industria alimenticia como saborizante, y para otros usos culinarios también en la industria cosmética en la elaboración de productos de belleza, cuidado y limpieza personal, En la industria farmacéutica para la elaboración de medicamentos ya que sirve como estimulante del sistema nervioso. Así también en la industria tabacalera, licorera, artesanal y refresquera entre otras. “La vainilla

es considerada el saborizante de mayor consumo y el segundo condimento más caro en el mundo". (Lizalde, 2011).

México Produjo un promedio de 429.44 miles de toneladas de vainilla en el periodo comprendido entre 2015 y 2014. El país líder, Indonesia, conto con una producción promedio de 3185.67 Miles de Toneladas, seguido de Madagascar con 2794 miles de toneladas en el mismo periodo. A pesar de que la producción de vainilla en México es escasa a comparación de décadas anteriores, en los últimos años ha incrementado su nivel, en el año 2007 la producción llegó a ser de 637 miles de toneladas pero para el año siguiente se redujo, siendo de 523 miles de toneladas, para el año 2011 la producción registrada fue de 362 miles de toneladas, para el año 2013 volvió a incrementar a 463 miles de toneladas. (FAOSTAT, 2015).

México exporta vainilla a diferentes países del mundo de diferentes maneras: triturada o pulverizada o sin triturar ni pulverizar. El principal país a donde es exportada la vainilla mexicana es Estados Unidos el cual en 2014 recibió 5489 toneladas de vainilla sin triturar que equivale a 234022 dólares, y 116 toneladas de vainilla triturada con un valor de 1881 dólares. Canadá recibió 714 toneladas de vainilla sin triturar con un costo de 4560 dólares y 5 toneladas de vainilla triturada a un precio de 1118 dólares. Nuestro país también exporta a países como Alemania, Bélgica, Francia y Singapur. (Balanza comercial de mercancías de México, 2014).

La obtención de vainilla se lleva mediante un proceso largo y laborioso, el cual es realizado de manera artesanal, Los principales pasos son el curado y secado que son parte de la extracción y permiten que la vainilla cuente con aroma y sabor. "El proceso de extracción tarda aproximadamente 48 horas, después de transcurrido este tiempo, el extracto permanece en tanques con las vainas durante varios días e incluso semanas antes de ser colado a otro tanque en donde adquiere su color característico ámbar oscuro." (SAGARPA, 2007)

Propiedad Industrial

La propiedad industrial es el derecho de hacer uso de un algún invento, sin que otro interceda, a cada invento él es asignada cierta forma dependiendo de las características con las cuente. "Derecho de explotación exclusiva sobre los nombres comerciales, las marcas y las patentes, que la ley reconoce durante cierto plazo". (Diccionario de la Real Academia Española, 2014)

Existen diferentes formas de protección industrial y deben de ser solicitadas y concedidas de acuerdo con las características con las que cuenta la invención, y los requisitos que pide cada forma. Las patentes de invención son el "derecho de exclusividad que otorga el estado sobre una invención". Como modelos de utilidad "Se pueden registrar los objetos, utensilios, aparatos o herramientas que como resultado de un cambio en su disposición, configuración, estructura o forma, presenten una función distinta respecto a las partes que lo integran o ventajas en su utilidad". Las marcas son un signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en un mercado. (IMPI, 2016).

Transferencia Tecnológica

Para entender lo que transferencia tecnológica primero Hay que definir tecnología que es un conjunto de conocimientos que utiliza a la ciencia como base, se encarga de la creación y mejora técnica a situaciones prácticas. La tecnología en la industria nos permite analizar y resolver problemas en la elaboración de un producto, optimización de un proceso, o prestación de un servicio. Se entiende como esta al "desarrollo de la actividad científica aplicada al mejoramiento de nuestro medio natural y artificial, a la invención y manufactura de bienes materiales y culturales" (Bunge, 2005)

Entonces la tecnología puede ser vendida o concesionada y de esto deriva a lo que se le conoce como transferencia tecnológica, en ella se traspasan conocimientos que el cliente requiere para la elaboración de un nuevo producto, proceso o estrategia. La transferencia tecnológica es un "acuerdo por el que una

empresa adquiere las licencias de uso relativas a los derechos de propiedad de los que disponen otras empresas con el fin de acceder a la tecnología necesaria para el desarrollo de sus productos". (Hidalgo et al, 2002)

RESULTADOS

El método de extracción de vainilla que tiene como principal característica involucrar altas presiones y explosión de vapor puede ser protegido ya que se investigó los registros que se tienen tanto en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, World Intellectual Property Organization, Latipat, pymetec, en la base de datos EBSCO y en artículos y no se encontró registro de un método igual o similar.

Tabla 1. Registros de Propiedad Industrial encontrados en la base de datos del IMPI

IMPI				
Número	Fecha	Nombre	Descripción	Inventores y solicitante
PA/a/1999/008257	2001/07/31	Proceso de fabricación para obtener extracto de vainilla (método seg).	Se basa en una maceración seguida de una percolación, tal y que permita que el volumen final del extracto contenga una concentración no menor de alcohol de 35 % de volumen.	José Segoviano Meza (MX)
MX/a/2013/014920	22/07/2015	Formulación de una emulsión estable de concentrado de vainilla libre de alcohol y proceso de obtención del mismo.	Proceso en el cual interviene las nano emulsiones, que de acuerdo a sus características se requiere una formulación para obtener un producto estable atractivo sin perder sus características como producto.	José Alberto Monroy Rivera (MX); Desarrollo agro-industrial gaya s.a. C.V. (MX)
MX/a/2013/008201	2015-02-24	Proceso para la micro propagación a escala comercial de vainilla (vainilla spp.) empleando birreactores semiautomatizados.	Proceso para la micro propagación de vainilla. Mediante birreactores semiautomatizados.	Lourdes Georgina Iglesias Andreu, Jerico Jabin Bello Bello. Alma Laura Ramos Castellá, (MX) Solicitantes: Universidad Veracruzana
MX/a/2007/007866	2009-05-13	Proceso controlado de beneficiado de vaina vainilla.	Procedimiento en condiciones controladas de beneficiado de la vaina de vainilla para la obtención de vaina beneficiada de excelente calidad, este proceso permite mejorar sustancialmente la eficiencia del proceso posterior de extracción alcohólica de vainillina.	Krzysztof Napoleón Waliszewski Kubiak; Violeta Trinidad Pardío sedas; Ofelia Márquez Molina; Dirección General de Educación Superior Tecnológica
MX 318510 B	14/03/2014	Proceso de fermentación.	Proceso de fermentación en donde los frijoles de vainilla no curados maduros verdes son incubados con Bacillus subtilis en forma aislada para convertir la glucovainillina a vainillina.	Eva Christina Maria Binggeli, Thomas Muench, (CH); GIVAUDAN SA (CH)

Fuente: (IMPI, 2016)

Tabla 2. Registros de Propiedad industrial encontrados en la base de datos de WIPO

WIPO				
Número	Fecha	Nombre	Descripción	Inventores y solicitante
WO 2014/006108	09/01/2014	Método para la operación de vainillina a partir de composiciones básicas acuosas que contienen vainillina.	Consiste en la obtención de vainillina a partir de una composición acuosa que contiene vainillina, a partir de una composición producida en la oxidación, por medio de electrólisis, de composiciones alcalinas acuosas que contienen lignina, con un adsorbente de base, en particular, un intercambiador de aniones.	Florian stecker, Andreas, Fischer, axel Kirsten, Siegfried Waldvogel, (DE); BASF SE (DE)
WO 2014/006106	09/01/2014	Método para la producción de vainillina.	Consiste en la electrólisis de una suspensión o solución alcalina que contiene lignina acuosa. Una aleación de base se usa como material de ánodo, dicha aleación es seleccionado entre Co, Fe, Cu y aleaciones a base de Ni.	Florian stecker, Andreas Fischer, axel Kirsten, Siegfried Waldvogel, (DE); BASF SE (DE)
2013008201	15/01/2015	Proceso para la micropropagacion a escala comercial de vainilla (vainilla spp.) empleando birreactores semiautomatizados.	Procedimiento para el micro propagación de vainilla en una escala comercial usando un sistema de contenedores de inmersión.	Lourdes Georgina Iglesias Andreu (MX) Solicitante: Universidad veracruzana
MX/a/2008/012689	13/05/2009	Proceso para producir vainilla a partir de microorganismos inmovilizados por cultivo de superficies	Se basa en inmovilizar un microorganismo del orden de los actinomicetos en un soporte poroso inerte compresible, agregar una solución de ácido ferúlico o de alguna de sus sales, incubar para llevar a cabo la reacción de biotransformación, recuperar la solución y extraer la vainillina.	Ali Asaff torres Mayra de la Torre Martínez Roberto miguel Macías Ochoa (MX); BIOKAB S.A. DE C.V.
PA/a/2005/002654	23/10/2006	Procedimiento de pre tratamiento de la vaina beneficiada para la obtención de extracto de vainilla	Este proceso permite mejorar la extracción y obtener hasta doble de la cantidad de vainillina.	Violeta Trinidad Pardio Sedas (MX); Dirección general de educación superior tecnológica (DGEST)
2093846	01/01/1997	Procedimiento de obtención de aroma natural de vainilla por tratamiento enzimático de vainas de vainilla verde y aroma	Consiste en tratar un triturado de vainas de vainilla verde mediante un sistema enzimático capaz de destruir los sistemas membranares de las células vegetales y de hidrolizar los precursores glicolizados Este proceso permite acortar el tiempo	BRUNERIE, PASCAL, MARC; PERNOD-RICARD

		obtenido.	de transformación de los precursores aromáticos de la vaina.	

Fuente: (WIPO, 2016)

El método de extracción de vainilla que tiene como principal característica involucrar altas presiones y explosión de vapor cumple con uno de los principales requisitos “Novedad” que pide las instituciones correspondientes para solicitar el trámite de protección. En la página del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial se encontraron los pasos que hay que seguir para tramitar cualquiera de las figuras de protección. V

De acuerdo con las características de cada una de las figuras se determinó que el tipo de protección que se debe de solicitar es una patente, debido a que se cumplen con los requisitos necesarios además que el tiempo de vigencia que es de 20 años. La vainilla tiene gran importancia histórica, cultural y social en México y se planea recuperar el liderazgo en producción por lo cual se deben de desarrollar diferentes métodos para la extracción de esta en los próximos años.

CONCLUSIONES

México puede recuperar su posición número uno de producción de vainilla, con el desarrollo de métodos de extracción, recursos y experiencia con los que se cuenta. Se cumple con el objetivo de la investigación, identificando los principales métodos de extracción en México y en otros países y acerca de su registro.

Se investigo acerca de los métodos de extracción de vainilla existentes, algunos de ellos ya se encuentran patentados por la organización internacional y organizaciones nacionales, ninguno de estos coincide con las características del desarrollo que involucra altas presiones y explosiones por vapor.

Se concluye que el método de extracción de vainilla que tiene como principal característica involucrar altas presiones y explosión de vapor que se está desarrollando puede ser protegido por el Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual o por medio de World Intellectual Property Organization ya que el invento cumple con los requisitos necesarios y la forma que en los resultados se propone es de una patente.

BIBLIOGRAFÍA

Centro de Investigaciones Tropicales. (2004). Recuperado el 08 de 07 de 2016, de https://www.uv.mx/citro/category/general/

SAGARPA. (2007). Obtenido de http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/documents/estudios_promercado/vainilla.pdf

SAGARPA. (2009). Recuperado el 06 de 07 de 2016, de http://www.sagarpa.gob.mx/agronegocios/documents/estudios_promercado/vainilla.pdf

Balanza comercial de mercancías de México. (2014). Recuperado el 06 de 07 de 2016, de http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/anurio_balanza/exp_dolares/ED201401.pdf

Diccionario de la Real Academia Española. (2014). Recuperado el 07 de 07 de 2016, de http://dle.rae.es/?id=UNs0WGg

FAOSTAT. (2015). Recuperado el 08 de 07 de 2016, de http://faostat3.fao.org/browse/Q/QC/S

IMPI. (2016). Recuperado el 29 de 06 de 2016, de http://www.impi.gob.mx/servicios/patentes/Paginas/TripticodePatentes.aspx

IMPI. (2016). Recuperado el 26 de 06 de 2016, de http://siga.impi.gob.mx/content/common/principal.jsf

WIPO. (2016). Recuperado el 26 de 06 de 2016, de https://patentscope.wipo.int/search/es/result.jsf

Herrera, R. (2014). Recuperado el 06 de 07 de 2016, de http://www.aspic.edu.mx/articulos/vainilla-agradable-presencia-mexicana/

Lizalde, R. C. (2011). *El economista*. Obtenido de http://eleconomista.com.mx/columnas/agro-negocios/2011/01/06/vainilla-mexicana

REPRESENTACION DELA MUJER LEGISLADORA Y LOS DESAFIOS LABORALES POR ALCANZAR

María Concepción López Magallanes[1] y Ma. Aidé Hernández García[2]

RESUMEN

En el presente documento muestra como las mujeres han trascendiendo en la política, las personas que han llegado hasta este punto se han encontrado con grandes obstáculos, siendo el principal el de ellas mismas ya que desconfían y se creen incapaces de realizar estas actividades, todo esto debido a que dentro de la familia las costumbres de que la mujer debe dedicarse únicamente a las labres del hogar y al cuidado de los hijos y fuera, la sociedad que le parece mal el que una mujer sea quien los gobierne, quienes han llegado más allá de estos obstáculos se encuentran con uno mayor dentro del trabajo, hacer y tomar sus propias decisiones.

ABSTRACT

The women endorse the decisions of the power groups, opposite to the problems that really the women present in the society, accepting commissions that do not represent her principles and her ideals. The aim of this investigation, is to verify that the women, on having tried to develop in a political post, she faces many problems, some of these, they prevent her from realizing a satisfactory work and as proved, earn the distrust of the persons who voted for them. Of the problems that more common are, it is the almost no freedom of capture of decisions.

Palabras clave: decisión, grupos de poder y comisiones

INTRODUCCION

La sociedad actual está estructurada por individuos clasificados por género en los que cada uno se le asigna un rol sea el de hombre o el de mujer, lo cual lo coloca en una posición de desventaja frente al otro, así mismo expectativas que debe cumplir ante la sociedad por ser parte de ese rol. La clasificación de la sociedad, se diferencia entre hombre y mujer, siendo así nos conlleva hablar de sexo, diferenciándolo por los aspectos físicos y fisiológicos en los que la cultura y la misma sociedad te va asignando el comportamiento que debes tomar, si eres mujer tus deberes son en el hogar incluyendo aspectos como: sentimientos, ser sumisa, cuidar de los hijos, apoyar al esposo, ser débil, necesitada de protección, entre otros; en cambio si eres hombre debes de tener cualidades contrarias a la mujer como: control de sentimientos, tener muchas mujeres, ser trabajador intelectualmente y físicamente, proteccionista entre otras.

Según Nietzsche, (1888) ¿Qué es lo bueno? Todo lo que eleva en el hombre el sentimiento de poder, la voluntad de poder, el poder mismo. ¿Qué es lo malo? Todo lo que proviene de la debilidad. Donde los débiles y los fracasados deben perecer.

¿Cómo logramos la equidad de género? Educando. ¿Quiénes educan? Las mujeres, puesto que el hombre culturalmente en México es quien trabaja y la mujer se queda en las tareas de la casa, se nos da el trabajo de educar a los hijos, nosotras al realizar etas tareas realizamos diferencias entre los hijos, asignando diferentes tareas por sexo que tengan y haciendo comentarios como “Los hombres no lloran, eso es para las niñas”. Educar, no debería ser exclusivo de las mujeres, también debe existir una figura masculina, se debe lograr un justo medio en el que los hijos vean que ambos padres llevan a cabo las mismas actividades y aunque las haga la mamá o el papá, no pierden la importancia.

[1] Universidad Autónoma de Aguascalientes, Dpto. Ciencias Políticas y Administración Pública, Av. Universidad Nº 940, Col. Ciudad Universitaria, CP 20131, Aguascalientes México, marmaga.lopez@hotmail.com
[2] Universidad de Guanajuato, Estudios Políticos de la Universidad de Guanajuato, Lascurain de Retana Nº 5, Centro, CP 3600 Guanajuato México, maaide@hotmail.com

La sociedad espera que la actitud de la mujer solo se desempeñe en lo privado ya que en lo público aun no es muy aceptada, por tal motivo cuando lo hace se espera que las cualidades que desempeña en el hogar se vean reflejadas en lo público, por ende si no cumple con las expectativas será objeto de rechazo; “las personas que se atreven a usar su razón, como a pensar por sí mismas son las que llegan a la mayoría de edad, algunas de las causas por las que no se logra llegar a este estadio son la pereza y la cobardía” Kant I. (1784)

Si las mujeres no pasamos de esa mayoría de edad, es porque no se tiene la libertad, ni la capacidad de decidir por nosotras mismas, de pequeñas, los padres son los que se encargan de regular nuestro comportamiento, asignándonos tareas que fomentan en nosotros ciertas actitudes para nuestro futuro; mientras que cuando crecemos, se nos exige formemos una familia, donde tengamos un esposo, el cuál mantendrá cierto control sobre nosotras, el cual será la figura de autoridad que debemos respetar y obedecer para nuestro “bien”.

Las mujeres dentro de una sociedad normalmente llegan a quedar estancadas dentro del ámbito privado ya que en lo público aún siguen luchando por ser aceptadas y misma sociedad pueda aceptar el papel que representa para ellos. El espacio de la política, tradicionalmente masculino, requiere la participación de las mujeres porque es un elemento necesario de la democracia. Buscar que las mujeres estén en igualdad de circunstancias con el varón, a pesar de las diferencias y necesidades específicas, implica, por lo tanto, una visión integral que ofrezca a las mujeres su desarrollo pleno en el ámbito profesional sin menoscabo de su vida personal. Instituto Nacional de las mujeres (2001).

Las mujeres al llegar al poder, olvidando que representan a un sector social y que la gente espera de ellas un cambio mostrando cualidades como la amabilidad, trato cercano, y que sea ella quien tome las decisiones de la ciudadanía que va a representar y conozca la realidad de su sector, pero sobre todo que tengan capacidad negociadora ante los hombres. De acuerdo con Poncela Fernández Anna M. un estudio realizado en la ciudad de México el 38% cree que la mujer no puede ejercer un cargo público y de estos, el 36% argumentan que es porque son influenciables, una mujer debe ser más democrática y liberal, más emocional menos agresivas, conflictivas, con falta de carácter y competitividad, menos relacionadas con las luchas de poder y con el triunfo electoral.

Según Girón Alicia, Gonzales Marín M. L y Jiménez A. V. las mujeres en México adquieren el derecho al voto en 1953 teniendo como presidente a Lázaro Cárdenas, pero es hasta el 3 de julio de 1955 que ejercen el derecho al sufragio por primera vez, el avance que habían logrado se vio reflejado más tarde ya que los hombres seguían decidiendo por ellas, recordando que solo podías votar si tenías 18 años, siendo casado, o 21 si no lo son y teniendo un modo honesto de vivir, continuamente la mujer se aleja de estos logros ya que considera que esos temas son solo de hombres, reflexionando que los hombres no las dejen participar sino más bien ellas que no se quieren incluir. Pero no solo en el aspecto político la mujer exigía igualdad sino también en educación, trabajos remunerados, ellas resumían todo al derecho a tener derechos.

Las cuotas de género actualmente son un hecho y una realidad ya que nos encontramos en la Legislatura LXIII, donde la mitad que ocupara los curules en la cámara tiene que ser mujeres y la otra mitad hombres. Median Espino Adriana, (2010) los actores políticos parece que confunden las cuotas de género no como un punto de partida que permita aumentar gradualmente la presencia de mujeres en los espacios de representación política sino como un límite a la participación femenina al asumir que es solo una cuota a cubrir.

Anteriormente, como lo señala el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (2013) En 1993, en el plano federal, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (cofipe) llamaba a los partidos políticos a promover una mayor participación de las mujeres en la vida política del país. Tres años después, en 1996, recomendaba considerar en los estatutos partidistas que las candidaturas a diputados(as) y senadores(as) tanto de mayoría relativa como de representación proporcional, no excedieran del 70% para un mismo sexo.

Fue la reforma de 2002 al cofipe la que finalmente estableció, con carácter obligatorio, un sistema de cuotas en el que se exigía que los partidos respetaran la proporción 30-70% de candidaturas para ambos sexos en los comicios federales. En este tránsito legislativo, el 2008, con la reforma al cofipe

marca el fortalecimiento actual de las acciones afirmativas en materia electoral, determinando un porcentaje de candidaturas del 40-60%.

¿Igualdad o equidad?, bien es sabido que las cuotas de género han sufrido modificaciones en los años, a de ello las mujeres debemos ocupar la mitad de curules que los hombres, consecuentemente la cuota se debe de cumplir sin reconocer, si tanto como los hombres o como las mujeres tienen la capacidad para estar en ese puesto, sin saber que preferentemente cualquiera de los sexos tiene mayor capacidad para estar ahí y esta cuota es un limitante para que estén los que verdaderamente van a representar los intereses del pueblo.

Para exigir derechos la mujer ha pasado por diversas circunstancias que las han llevado a que la población reconozca que esta debe participar e involucrarse dentro de cualquier ámbito, sobre todo en lo político que es donde representa los intereses de esa población, Espino Medina Adriana (2010) ya desde “1948, el reconocimiento internacional de su derecho a participar en el ámbito de la política como un derecho humano fundamental, a través de la Declaración Universal de los Derechos Humanos que establece, en su artículo 21, que toda persona tiene derecho a participar en el gobierno de su país”.

MÉTODOS Y MATERIALES

En la actual legislatura de Guanajuato se encuentran ocupando curules 15 diputadas de los 63 diputados locales que ocupan los curules. Se buscó tener una cita con alguna, para conocer su opinión respecto al tema tratado, pero solo la diputada Luz Elena Govea López nos concedió la entrevista para confirmar nuestra hipótesis y las preguntas fueron:

1. ¿Cuál es el proceso que debe seguirse para formular y aprobar leyes?
2. ¿Cuántas leyes de su autoría se han aprobado? ¿en qué tema?
3. ¿Cuántas de sus propuestas han sido rechazadas? ¿en qué tema? ¿Por qué motivo?
4. ¿Quiénes conforman los grupos que aprueban las leyes?
5. ¿Cuáles son las comisiones en las que trabaja? ¿está satisfecha? ¿Por qué?
6. ¿En cuál comisión le hubiera gustado participar?
7. ¿Qué la motivo a ser diputada?

Se anexa entrevista contestada en tabla 1

TABLA 1 **Preguntas**	**Respuesta**
1. ¿Cuál es el proceso que debe seguirse para formular y aprobar leyes?	Los diputados presentan una propuesta o exhorto que se lleva a la comisión que pertenece y ahí se empieza el debate, los diputados que no sean de la comisión también pueden hacer aportaciones y dependiendo la generalidad de la ley se habla con los grupos que estén inmiscuidos y ya una vez que esté de acuerdo la mayoría se lleva el pleno para votarla uno por uno
2. ¿Cuántas leyes de su autoría se han aprobado? ¿en qué tema?	He presentado exhortos acerca de las mujeres en prisión 3 entre puntos en la ley que fue una iniciativa de movilidad de perspectiva de género fueron 34 artículos los que yo promoví como diputada y se plasmaron en la ley de movilidad con equidad de género fui la diputada que más aportaciones hizo para aplicar la equidad de género. Fueron aceptadas por que era un compromiso de todo el congreso, era parte del pacto social que se tenía. Hubo resistencia, pero no de los diputados, de los asesores.

3. ¿Cuántas de sus propuestas han sido rechazadas? ¿en qué tema? ¿Por qué motivo?	Trabajó en la comisión de derechos humanos como vocal y creo que nos falta mucho por hacer, creo que la satisfacción total nunca lo tendremos siempre habrá algo más que hacer, estoy contenta con el trabajo que estamos haciendo pero aún no satisfecha, también estoy presidiendo la comisión de asuntos municipales de la cual también creo que nos falta mucho por hacer
4. ¿Quiénes conforman los grupos que aprueban las leyes?	Los diputados
5. ¿Cuáles son las comisiones en las que trabaja? ¿está satisfecha? ¿Por qué?	Trabajó en la comisión de derechos humanos como vocal y creo que nos falta mucho por hacer, creo que la satisfacción total nunca lo tendremos siempre habrá algo más que hacer, estoy contenta con el trabajo que estamos haciendo pero aún no satisfecha, también estoy presidiendo la comisión de asuntos municipales de la cual también creo que nos falta mucho por hacer
6. ¿En cuál comisión le hubiera gustado participar?	Me hubiera gustado participar en la comisión de igualdad ya que mi trabajo siempre ha sido por las mujeres y para las mujeres
7. ¿Qué la motivo a ser diputada?	La gestión social yo siempre pensé, que cuando le pedíamos ayuda a el regidor no nos daba porque no quería y siempre quise ser autoridad para ayudar a quien creía que lo necesitaba

RESULTADOS

Todas las diputadas a las que se les pidió una cita, pidieron una muestra de las preguntas para estudiarlas y tener respuestas preparadas, pero sólo una concedió la entrevista, lo que hace pensar que si deben consultar con su grupo de trabajo lo que se debe decir, con lo que nos contó la diputada Govea, acerca del incidente que tuvo en una conferencia con medios de comunicación, confirma que si algo le hace falta a nuestras legisladores es la capacidad de negociar, pues al primer error que cometen, no hay manera de que se defiendan, sólo hacen lo que se les recomienda, así mismo se le pidió a la diputada dejara el cargo que ocupaba para no manchar la imagen del partido.

CONCLUSIONES

Contestando a esta preguntas solo a ella, confirmo nuestra hipótesis en cuanto a que si hay grupos de poder que están detrás de ellas diciéndoles cuales leyes si deben de aprobar y cuáles no, por motivos casi que personales no lo hacen y la rechazamos por motivo de que dentro de sus actividades apoya mucho las actividades y las leyes que si representa sus ideales.

Por falta de preparación en los temas de cómo aprobar leyes y que criterios tomar decisiones las Diputadas se encuentran sin conocimiento sobre esto, ya que su preparación a veces no va enfocado sobre como formular y aprobar leyes además de culés son los criterios que deben tomar para hablar en público, por ende cometen errores al hablar sus ideas hacia los ciudadanos, pero que cuentan con toda la intención de trabajar y hacer bien su trabajo.

BIBLIOGRAFIA

Referencia

Kant I; ¿Qué es la ilustración?; (1784).

Nietzsche F; El anticristo; (1888).

Instituto Nacional de las mujeres (2001).

Artículos

Fernández Poncela, Anna M. (2016) Caracterización de las mujeres en la política hoy: Estudio en la ciudad de México; Revista NÓESIS, Vol. 25, No. 49

Girón Alicia, González Marín M. Y Jiménez A.V "Breve historia de la participación política de las mujeres en México"

Medina Espino A. (2010) La participación política de las mujeres de las cuotas de género a la paridad, LXI Legislatura de la Cámara de Diputados, México.

Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (2013)

Libros

Adriana; (2012); Estudio Descriptivo de la Población Universitaria por Género; Coordinación del Programa Editorial e Imprenta de la Secretaria General.

Martínez Barrios, D; (2005) Resignificar lo masculino -Guía de supervivencia para varones del siglo XXI-; Vila Editores.

PERCEPCIÓN DEL ASESORAMIENTO DE PROYECTOS DE BASE TECNOLÓGICA Y EMPRENDEDURISMO SOCIAL, POR PARTE DE LOS PROFESORES EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE QUERÉTARO

Suleyma Monserrat López Trejo[1] y Alma Luz Ramírez Hernández[2]

RESUMEN

La labor fundamental en las universidades, se puede desglosar en tres rubros; investigación, docencia y difusión. La investigación, resulta vital en el desarrollo de una institución superior, por lo que no solo impacta en la calidad de la universidad, sino también en los alumnos y profesores. Siendo estos últimos, los principales participes en el desarrollo de proyectos de investigación. Dentro del sector de investigación por parte de los alumnos, las asesorías son fundamentales para llevar a cabo esta labor. La presente investigación desarrolla la percepción de los asesores en los proyectos dentro del Instituto Tecnológico de Querétaro, donde semestre a semestre, las actividades se centran en realizar proyectos de investigación de base tecnológica y emprendedurismo social.

ABSTRACT

The fundamental labor in the universities, it can be removed in three items; investigation, teaching and diffusion. The investigation, it turns out to be vital in the development of a superior institution, so that not only impacts the quality of the university, but also the students and teachers. Being the last mentioned, the principal participants in the development of research projects. Within the research by students sector, consultancies are essential to carry out this work. This research develops the perception of advisers in projects within the Technological Institute of Queretaro, where semester to semester, activities focus on research projects and technology-based social entrepreneurship.

Palabras Clave: Emprendedurismo social, base tecnológica, asesoramiento.

INTRODUCCIÓN

México ocupa el lugar 87 de 132 en el Índice Global de Emprendedores 2016, estudio realizado por Global Entrepreneurship Development Institute (GEDI, por sus siglas en inglés), el cual tiene como finalidad analizar la capacidad emprendedora de los países participantes. Los factores evaluados son análisis de oportunidades, habilidades de startups, asimilación del riesgo, redes de trabajo, internacionalización, crecimiento, procesos de innovación, productos innovadores, competitividad y capital humano. Durante el 2016, México obtuvo una puntuación de 27.6, la cual no concuerda con el adelanto de América Latina, ya que en primer lugar se encuentra Estados Unidos, que recibió una puntuación de 86.2, siendo el país más emprendedor en la edición del 2016, seguido de Canadá con 79.2 puntos.

Derivado del Censo Económico 2014, realizado por Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en los últimos 15 años, México ha presentado un incremento del 94.3% total de los comercios. Las PYMES representan el 48% del PIB del país, del cual 9% corresponde a emprendedores. Este índice de emprendedurismo, innovación y desarrollo se ve afectado por variables como desarrollo y adopción de tecnología innovadora, educación superior y nivel tecnológico profesional, esto se marca en los pilares fundamentales de la innovación que son la investigación y el desarrollo. Lo anterior, refleja la

[1]Instituto Tecnológico de Querétaro, Económico Administrativo; Av. Tecnológico s/n, Centro, C.P: 76000,Queretaro, Qro., suleyma.lopez.trejo@gmail.com
[2]Instituto Tecnológico de Querétaro, Económico Administrativo; Av. Tecnológico s/n, Centro, C.P: 76000,Queretaro, Qro., alramire@mail.itq.edu.mx

importancia de generar una gran inversión, en investigación y desarrollo, para exteriorizar una cultura emprendedora e industrial. En esto radica la respuesta a el nulo crecimiento de México, ya que únicamente se invierte en investigación el 0.43% del PIB, mientras que en países como Israel y Corea se invierte el 4.21% y 4.15% respectivamente.

Estos datos, exponen las necesidades de fortalecer, promover y apoyar el desarrollo de una cultura emprendedora, aumentando las capacidades empresariales, reforzando la preparación de los profesionistas para incrementar los índices de investigación. Para logarlo; el Tecnológico Nacional de México, explota la formación de los alumnos e incentiva el trabajo de los profesores, mediante educación basada en competencias, la cual encaminara a los jóvenes emprendedores a la creación de proyectos de investigación, que derivan en la creación de empresas.

En la presente investigación, el objetivo es medir la percepción del asesoramiento de proyectos de base tecnológica y emprendedurismo social, por parte de los profesores en el Instituto Tecnológico de Querétaro, con el fin de presentar las cualidades requeridas para ser asesor en dichos proyectos, con ello se pretende impulsar y mejorar la calidad de la investigación en los estudiantes universitarios.

MARCO TEORICO

En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, expuesto por el Gobierno de la Republica, se hace hincapié en un México con educación de Calidad. En concreto, hablando de la Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI), persiste un rezago en el mercado global del conocimiento, es revelador que la contribución del país a la producción mundial de conocimiento no alcanza el 1% del total; los investigadores mexicanos por cada 1,000 miembros de la población económicamente activa, representan alrededor de un décimo de lo observado en países más avanzados.

Las instituciones de educación superior (IES) son la cuspide del Sistema Educativo, que es pilar de la formación de los profesionales altamente especializados que requieren las industrias, empresas, la ciencia, la cultura, el arte, la medicina y el servicio público, entre otros. El reto que México enfrenta es impulsar a las IES como un factor para el desarrollo de la investigación científica, la innovación tecnológica y la competitividad que requiere el país para una inserción eficiente en la sociedad de la información.

En la actualidad, las IES, han tenido que adaptarse para responder a las necesidades del entorno. Henry Etzkowitz, es uno de los investigadores que ha propuesto ideas innovadoras para que converjan en enfoques emprendedores, mediante el análisis de la interacción entre las instituciones, la industria y el gobierno (Etzkowitz, 1989). Ha presentado el modelo llamado Triple Hélice, en el que propone la vinculación entre las disciplinas y conocimiento, centrándose en el análisis de las relaciones e interacciones mutuas entre las universidades y los entornos científicos como primera hélice, las empresas e industrias como segunda y las administraciones o gobiernos como tercera.

Para la universidad, el objetivo de vincularse, tiene que ver con darle valor e incrementar la calidad de la investigación, con la intención de lograr los resultados esperados por la sociedad en la solución de problemas económicos, sociales y tecnológicos. Un factor de este incremento en las IES es el nivel de investigación. Utilizando la división de investigación de M.M. Patrón, diremos que hay tres tipos de investigación. La primera es la “Investigación para la docencia” que corresponde a las introversiones de la actividad docente, su formación y el estudio del proceso de enseñanza-aprendizaje. El segundo tipo es la “Investigación como docencia”, que se enfoca en introducir a los alumnos, de todos los niveles educativos, propiciando la investigación. La tercera es la “Investigación para la producción y aplicación de conocimiento” la cual surge de una posición ideológica acompañada de teorías y propuestas de métodos y técnicas específicas.

La conceptualización entre el profesor y el investigador, es diferente. Sin embargo, es importante que el profesor se vuelva investigador de su campo, pues resulta imposible querer enseñar de la misma manera que se aprendió (Pozo, 2006), ya que será difícil transmitir a los alumnos la capacidad de cuestionar. Mientras que un profesor que es investigador de su práctica, tiene el conocimiento necesario para influir en los alumnos la cultura de investigación requerida para resolver problemas del entorno, pues se encuentra consciente que el conocimiento surge de observar lo que nos rodea. El profesor, por su práctica, conoce los problemas de la educación, y puede generar aportaciones para enriquecer y orientar el trabajo de los investigadores.

Para que el proceso de investigación, se lleve a cabo de forma exitosa, será necesario tomar en cuenta: la figura del asesor de proyectos de investigación, sus competencias, funciones y estilos de liderazgo; el apoyo y la interacción necesarios entre asesor-alumno y el entorno virtual necesario para llevar a cabo la asesoría.

Usualmente el alumno, selecciona a su asesor, con base en su experiencia, prestigio y carrera académica, es por eso que los asesores deberán poseer las siguientes cualidades (Sierra Bravo, R 1996):

- Ser competente en el campo del conocimiento elegido en el tema de investigación o ser susceptible de interesarse por el tema a tratar.
- Ser conocido por el estudiante, si es o ha sido su profesor en alguna asignatura o bien haber recibido una invitación para investigar o trabajar con él.
- Ser proclive a trabajar en equipo y aceptar que el estudiante tenga ayuda o asesoría distinta a la suya.
- Poseer horarios flexibles, accesibles para sus estudiantes y ser organizado.
- Limitar el número de estudiantes para asesor en el desarrollo de su investigación.
- No estar próximo para su jubilación, o no pensar aún en jubilarse.
- Apoyar al alumno a la consecución de financiamiento para el desarrollo de la investigación. Vigilar el cumplimiento y buen uso del apoyo financiero y administrativo para el logro del objetivo.

Parte de los cambios que se han registrado en el modelo educativo, es la implementación del modelo por competencias, en donde el eje central es la capacidad de desempeñarse ante las necesidades que demanda la sociedad. Este modelo educativo resalta la necesidad de dos tipos de competencias, genéricas y disciplinarias. Algunas de las competencias disciplinarias que deben poseer los asesores Marcané y Gómez (1999), son los siguientes;

- Sentido de orientación, indagación y reflexión para describir fácilmente los aspectos más relevantes del trabajo.
- Sentido de comparación entre las distintas alternativas de solución planteadas, para argumentar y discernir cuales son las más convenientes.
- Capacidad pedagógica para desarrollar sus funciones con profundidad y claridad.
- Promover la realización de investigaciones para el bien de la población, haciendo buen uso de los recursos confiados para tal fin.

Dentro de las metas planteadas en el Programa Institucional de Innovación y Desarrollo (PIID), alineadas al cumplimiento de los Objetivos Estratégicos y en apego a las directrices previstas en la Meta Nacional de forjar “Un México con Educación de Calidad”, es por estas que se respalda la premisa del Instituto Tecnológico de Querétaro, siendo: “promover la formación integral de los estudiantes e impulsar la ciencia, la tecnología y la innovación”. Reflejando su compromiso con la calidad, y canalizando sus esfuerzos para lograr cumplir con indicadores internacionales los cuales se describen a continuación:

- Con respecto al posgrado: se mantiene una matrícula de 52 estudiantes inscritos en la Maestría en Ingeniería sustentada en 3 líneas de trabajo; Automatización y Sustentabilidad, Materiales Avanzados y Nanotecnología y Sistemas de Gestión Empresarial e Innovación.
- 10ª EXPO INGENIERÍAS: presentándose 161 proyectos, de los cuales 121 fueron del propio Tecnológico logrando una destacada participación.

- VERANO DE LA CIENCIA REGIÓN CENTRO: En 2015 el ITQ contó con la participación de 17 estudiantes locales y 8 estudiantes recibidos de todo el país.
- PROGRAMA DELFIN: Se participó con 1 Estudiante de Ingeniería Mecatrónica, así como 1 Investigador Anfitrión, quien recibió estudiante del Tecnológico de Estudios Superiores de San Felipe del Progreso.
- EVENTO NACIONAL DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICA DEL TECNM: Participamos en él con un equipo multidisciplinario.
- NUEVOS TALENTOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS: el ITQ participo durante el año 2015 con 11 proyectos, donde estuvieron inscritos 52 estudiantes y 22 docentes.
- EVENTO NACIONAL DE INNOVACION TECNOLÓGICA: Se contó con la participación de 12 estudiantes de Ing. en Gestión Empresarial.

La generación de esta cultura de investigación, es generada desde las aulas, y surge de la necesidad de hacer frente a cambios en los sistemas. Es aquí donde el profesor, deberá inducir en los alumnos el espíritu investigativo, utilizando herramientas como libros, revistas científicas, periódicos, coloquios, conferencias, videos y demás medios que se encuentran a nuestro alcance en medios electrónicos. De aquí emana la necesidad de que el profesor dedique tiempo a investigar y mantenerse en constante actualización.

MÉTODOS Y MATERIALES

Con el fin de identificar el nivel de investigación y su importancia, se llevó a cabo una investigación documental. La cual permitió ubicar la posición de México con referencia de otros países, así como la perspectiva y perfil con el que deben de contar los asesores de proyectos. Se elaboró un instrumento de medición, conformado por una encuesta de escala Likert. Está fue aplicada a los profesores que han sido asesores de proyectos representados en las 10 emisiones del concurso Expo Ingenierías, que se lleva a cabo dentro de la institución al finalizar cada semestre.

Los resultados, de cada pregunta, fueron evaluados por variables, mediante métodos estadísticos, para observar la relación entre la perspectiva de los profesores y la repercusión en los niveles de investigación. Con la intensión de analizar de manera comparativa la investigación documental y los resultados obtenidos. Las variables identificadas son; Conocimiento: Desarrollo de proyectos de base tecnológica y Desarrollo de proyectos de emprendedurismo social.

Involucramiento: Compromiso en el asesoramiento y desarrollo de proyectos, Ventajas del desarrollo de proyectos tecnológicos por parte de los alumnos, Percepción de la importancia de proyectos integradores, Cualidades/Habilidades del asesor para el desarrollo de proyectos tecnológicos, Percepción de asesores sobre el apoyo del Tecnológico a proyectos tecnológicos.

RESULTADOS

Las siguientes gráficas, son el resultado de la encuesta realizada a los asesores de proyectos. Analizando la población, ubicamos a los profesores del Instituto Tecnológico de Querétaro, en concreto los proyectos presentados en Expo Ingeniería, de la 5ta a la 11va edición. Se ubicaron a 73 profesores y se estudió una muestra del 59%, representada por 43 profesores.

De manera inicial, se identificó la participación de 8 departamentos y el centro de cómputo, como lo muestra la Figura 1. La mayor cantidad de profesores que asesoran proyectos de base tecnológica, se encuentran representados en los siguientes departamentos: Eléctrica y Electrónica con el 25%, seguido por Sistemas Computacionales con el 18%, Ciencias Económico Administrativas con un 14% y Posgrado e Investigación con el 12%. Al ser Expo Ingenierías un evento de difusión, la desigual participación de los departamentos, influye en la cantidad de proyectos que se pueden integrar de maneta interdisciplinaria. Por otro lado, el rango de edades de los asesores participantes muestra una desviación

estándar de 8.4, con una moda en los grupos de 30 a 50 años, con solo dos valores atípicos en los grupos de 61 a 70 y 71+, que se aprecia en la Figura 2. Como se mencionó anterior mente, la edad es una cualidad importante en los asesores, ya que les deben de faltar más de dos años para su jubilación, requisito que los asesores del ITQ cumplen al estar entre 30 y 50 años.

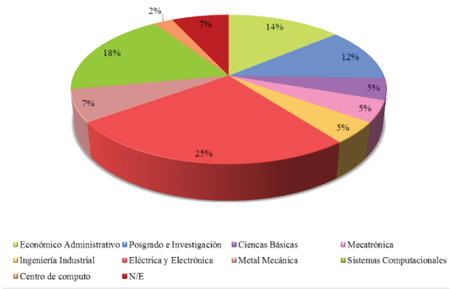


Figura 1 Participación de los departamentos en asesoramiento de proyectos

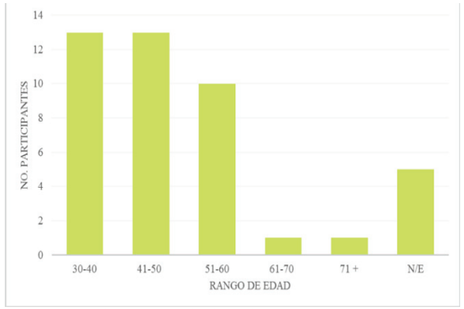


Figura 2 Edades de los asesores

De los 43 profesores encuestados, como se muestra en la figura 3, el 12.5% de los profesores están completamente de acuerdo en incluir emprendedurismo social en los proyectos de base tecnológica. Pero solo el 75% llevan a cabo el desarrollo de proyectos de emprendedurismo social, ubicandose debajo de la media, recordemos que el objetivo principal deberá ser incrementar la calidad mediante la investigación, resolviendo problemas del entorno, sí solo 41.86% lo está realizando, entonces representa que se esté incumplimiento con las metas propuestas en el plan de acción (PIID). En cuanto a la variable involucramiento de los asesores, donde se identificó la importancia de que los profesores se desarrollen como investigadores dentro de su disciplina, y que deben involucrar a los alumnos dentro de la investigación encontramos que, 21 asesores representados con el 48.83%, no considera que sea su responsabilidad promocionar proyectos de investigación, como se puede apreciar en la Figura 4. Impactando de manera representativa en un decremento de la participación en la investigación dentro del ITQ.

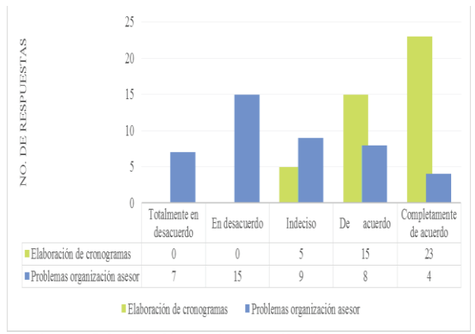


Figura 3 Inclusión y desarrollo de proyectos de emprendedurismo social.

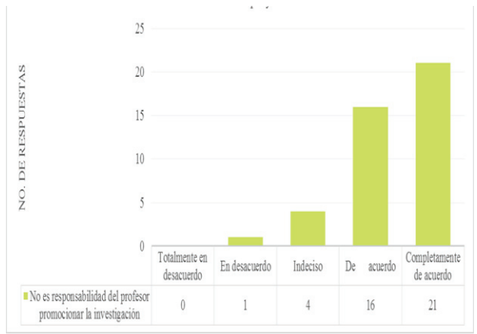


Figura 4 Promoción de proyectos

En relación a la variable de desarrollo y compromiso con el asesoramiento, el financiamiento de los proyectos, es la etapa final para exponer los resultados y probar que la investigación podrá resolver problemas del entorno. Como se muestra en la Figura 5, una minoría de 18.6%, están completamente de acuerdo en contribuir a la consecución de financiamiento, o apoyo financiero y administrativo para el desarrollo del proyecto, donde 81.3% de los profesores no apoyan la consecución de financiamiento, limitando a gran escala de los resultados. Gran parte del financiamiento es brindado por los

departamentos gubernamentales, y es importante que los profesores y los alumnos se encuentren informados de estos apoyos, sin embargo, como se aprecia en la figura 5, 9.3% de los profesores tienen conocimiento de estos fondos. Se infiere que una de las principales causas sobre la falta de conocimiento es, que no existen canales de difusión de información adecuados. Como se muestra en la Figura 6, los profesores dentro de la institución no consideran que se este realizando actividades para apoyar el desarrollo de proyectos, siendo representado por 37.2% profesores.

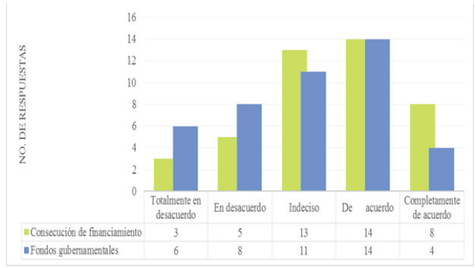


Figura 5 Financiamiento de proyectos

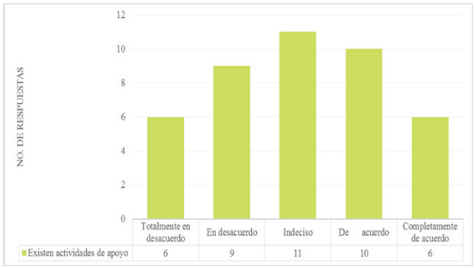


Figura 6 Desarrollo de actividades para apoyar proyectos

CONCLUSIONES

Como lo comenta Ayala (1999), los profesores, dentro de las instituciones se deberían desenvolver no solo como asesores de proyectos, sino también como investigadores de su campo laboral, esto permite que se maximice su labor de cátedra. Sin embargo, la mayoría de los profesores no se han actualizado en cuanto a estos procesos de enseñanza, impidiendo incentivar en los alumnos el espíritu investigador. Resultado de los cambios globales en que se ven inmersas las universidades, en estos momentos, resulta imposible, integrar a las nuevas generaciones con los métodos de enseñanza de las generaciones pasadas. Por lo anterior se refleja la necesidad de implementar una constante capacitación y actualización a todos los profesores asesores de proyectos, que trabajan regidos por el modelo de competencias.

Marcané y Gómez (1999), listan las características necesarias para ser asesor de proyectos, en respuesta a la variable del Conocimiento en el desarrollo de proyectos, son 13 profesores, que aseguran tener un amplio conocimiento en el desarrollo de proyectos de base tecnológica, lo que representa el 30% del total. El 51% (22 profesores), desarrolla más asesorías para proyectos tecnológicos que para proyectos de emprendedurismo social.

Datos que se reflejan en el enfoque de los proyectos inscritos, que tienden a ser desarrollos en innovaciones tecnológicas. Mientras que solo 18 profesores afirman saber que se necesita elaborar un proyecto de emprendedurismo socia. La escases de un curso que permita a los profesores conocer como se debe desarrollar un proyecto de emprendedurismo social y base tecnológica, es la razón de que los profesores no tienen las bases para impulsar la creación de proyectos. Resulta imposible transmitir conocimientos empíricos sin una base práctica.

Esta investigación, es el parteaguas que requiere de evaluar, las competencias que poseen actualmente los asesores del ITQ en el desarrollo de proyectos por parte de los asesorados, con la intención de identificar áreas de oportunidad para incrementar y actualizar dichas competencias.

BIBLIOGRAFIA

AYALA, F. (1999). La función del profesor como asesor, México: Editorial Trillas
MUÑOZ, C. (1998). Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis, México: Prentice Hall.
POZO, J., SCHEUER N., PÉREZ, M., MATEOS, M. MARTÍN, E. & CRUZ, DE LA M. (2006). Nuevas formas de pensar la enseñanza y el aprendizaje: Las concepciones de profesores y alumnos, España: Graó
Gobierno Federal. (2013). PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. Recuperado en http://www.tecnm.mx/images/areas/difusion0101/Difusion0101/2016/JUNIO/PDFS/Informe_de_Rendici%C3%B3n_de_Cuentas_de_los_Institutos_Tecnol%C3%B3gicos_Federales_y_Centros_Especializados_2015/QUER%C3%89TARO/IRC_2015_IT_QUER%C3%89TARO.pdf
MORILLO, M. (2009). "Labor del tutor y asesor de trabajo de investigación. Experiencias e incentivos" en EDUGERE, No. 47, pp. 919-930. Consultada http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/31485/1/articulo3.pdf (fecha de consulta 20-06-2016)

PROGRAMAS DE FINANCIAMIENTO PARA PROYECTOS TECNOLÓGICOS A EMPRENDEDORES Y PYMES EN EL ESTADO DE QUERÉTARO

José Francisco Luna Hernández[1] y María Teresa López Ostria[2]

RESUMEN

La presente investigación realizada en el estado de Querétaro tiene como finalidad reunir información precisa mediante investigación de campo llevada a cabo en entrevistas en los cinco organismos con los que se trabajó: CONCYTEQ, CONACYT, SEJUVE, INADEM Y SAGARPA, mostrarla en diagramas de flujo generales y específicos con los trámites correspondientes a realizar para la solicitud de programas asociados al desarrollo de innovación tecnológica, facilitando a los emprendedores y Pymes principalmente de Querétaro la participación a los mismos.

Derivado de los resultados se obtuvo un catálogo de estos diagramas que sintetiza el proceso de solicitud de convocatorias de apoyo.

Palabras Clave: Financiamiento, Pymes, Diagramas de flujo.

ABSTRACT

The present investigation conducted in the state of Querétaro has as purpose to gather precise information through field research carried out in interviews in the five agencies with which it worked: CONCYTEQ, CONACYT, SEJUVE, INADEM AND SAGARPA, display it in diagrams of general and specific flow with the formalities relating to perform for the request of programs associated with the development of technological innovation, facilitating to entrepreneurs and SMES mainly of Querétaro the participation to the same. Derived from the results we obtained a catalog of these diagrams that synthesizes the application process calls for support.

Key words: Financing, Pymes, Flow diagrams.

INTRODUCCIÓN

Las Pymes (Pequeñas y Medianas Empresas) son un eje central en la economía del país, representan el 99% de los negocios que existen en México, generan 80% de los empleos y producen más del 36% del Producto Interno Bruto (Credit Real MX, 2015) Por lo tanto es importante el cuidado y apoyo para el crecimiento de las mismas el fomentar actividades y acciones para la mejora de su entorno y proporcionar las herramientas que ayuden al establecimiento, crecimiento, mantenimiento y adaptación de estas es fundamental.

A pesar de ser una fuente muy importante en la economía mexicana, las Pymes no cuentan con muchos de los recursos necesarios para que se desarrollen de una manera plena y existen grandes problemas que las afectan en gran medida. (Comisión Estatal Para La Planeación De La Educación Superior A.C.) El acceso al financiamiento es uno de los significativos retos que deben enfrentar tanto las Pymes como emprendedores.

[1]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Licenciatura en Administración y Gestión, Urbano Villalón #500, Col. La Ladrillera , C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, Francisco_lhdz@Hotmailo.com
[2] M.I.E. María Teresa López Ostria, profesor investigador de la División de Estudios de Posgrado e Investigación del Instituto Tecnológico de Querétaro; Av. Tecnológico s/n esq. Mariano Escobedo. Col Centro CP. 76000 Querétaro, Qro. tostria11@gmail.com

Se trabajó con los cinco organismos antes mencionados se eligieron por ser los principales en fuente de apoyo a emprendedores y Pymes recopilando información de cada uno de los programas enfocados al desarrollo de innovación tecnológica. El objetivo principal de esta investigación concentrar la información recopilada de convocatorias de apoyo a proyectos base tecnológica en un catálogo de diagramas de flujo que ayude a emprendedores y Pymes dando como resultado el fortalecimiento a estas(os) grandes motores de la economía.

MARCO TEORICO

La tecnología puede entenderse como el aprovechamiento práctico del conocimiento científico obtenido a partir de los procesos de investigación y desarrollo (Olivas, 2010) en cuanto a la Transferencia de tecnología es el proceso por el cual se lleva a cabo la transmisión del saber hacer (know-how), de conocimientos científicos y/o tecnológicos y de tecnología de una organización a otra. Las fuentes de esta trasferencia son de diverso tipo, entre ellas se encuentran las universidades, los centros de investigación, laboratorios, centros tecnológicos y empresas (camarasaragon) el desarrollo económico de cualquier país se encuentra sustentado en las innovaciones, de ahí que la importancia de generar Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) es por eso que las instituciones de nivel superior han mostrado interés por realizar cooperación en investigación a través de sus cuerpos académicos, investigadores y estudiantes fortaleciendo de esta manera su naturaleza generadora de conocimiento para la solución de los problemas del quehacer humano.

La innovación tecnológica es actualmente el inductor más importante del éxito competitivo en muchas empresas y por ello es necesaria la inversión en este activo, esta tiene la enorme capacidad de producir diferenciación y ventajas competitivas a medio y largo plazo (Olivas, 2010). El sector empresarial también ha buscado formas de aumentar la eficacia y eficiencia de sus procesos recurriendo a vinculación con estos Centros de investigación y Universidades (Oficinas de Transferencia Tecnológica en las Universidades como Estrategia para Fomentar la Innovación y la Competitividad.

Caso: Estado de Hidalgo, México, 2013) Por lo que el uso de la tecnología en estos días ha dejado ya de ser un lujo y una inversión se ha convertido en una necesidad en las empresas (NULLVALUE, 2004) haciéndolas competitivas y marcando una diferencia ante las demás dándole un valor agregado a su producto o servicio, ha permitido eliminar barreras en los negocios de todo tipo, agilizar procesos que conllevan al incremento en operaciones e ingresos de las mismas. Las empresas deben estar en constante renovación gracias a los cambios tecnológicos e innovaciones de hoy en día, así como para el logro de sus metas y objetivos es necesario el uso ya de tecnología que vaya acorde a sus necesidades y proyecciones de expansión.

Las Pymes que según (Suarez Núñez, Tirso, 2001) son toda organización de dimensión reducida que da lugar a un financiamiento y gestión cualitativamente diferentes a los difundidos en los textos normalmente vinculados con las grandes (Rojas, 2010) aunque pueden ser clasificadas en forma distinta a los parámetros cuantitativos de nivel de ingreso (ventas), y tamaño (número de trabajadores) (Correa, 2012) siendo este último el más utilizado al momento de clasificar una empresa, estas tienen una gran importancia en la economía nacional y sobre todo en la mexicana gracias a las aportaciones en la producción, la flexibilidad de adaptación, su potencial en la generación de empleos (Correa, 2012) al igual que los emprendedores quienes hacen crecer sus empresas de manera rentable y sostenida en el tiempo.

Prueba de ello es que este tipo de negocios pueden llegar a crear alrededor de 200 empleos por empresa. (Dinero e imagen, 2014). Hoy en día, los gobiernos de países en desarrollo reconocen ya la gran importancia de las Pymes por los grandes beneficios antes mencionados, su amplia gama de giros productivos, comerciales, de servicio y la contribución al crecimiento económico (Comisión Estatal Para La Planeación De La Educación Superior A.C.) Por lo que han sido motivo de diseños de políticas encaminadas a promoverlas y apoyarlas para elevar su competitividad y enfrentar la competencia de un

mundo globalizad, muchos de los problemas que presentan estas empresas pudieran resolverse destinando una mayor numero de recursos pero a pesar de ser de gran utilidad no solamente se requiere de ellos. Al hacer cambios en muchas de las estrategias gubernamentales quizás se logre ver un camino más claro para el desarrollo y auge de las Pymes (Correa, 2012)

Por otra parte la simplificación de los procesos son de vital importancia, por lo que los diagramas de flujo suelen ser una herramienta que apoya a mejorar la comprensión de las actividades de cualquier proceso, apreciando las interrelaciones que forman parte del mismo así como las que se dan con otros procesos y subprocesos, los diagrama de flujo son la representación gráfica del flujo o secuencia de rutinas simples. Tiene la ventaja de indicar la secuencia del proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución, es decir, viene a ser la representación simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo.(Manene, 2011) Son enormemente relevantes en distintas áreas técnicas en donde es necesario dejar asentado de forma comprensible una determinada secuencia de pasos (Importancia una guia de ayuda) utilizan distintas formas de interpretación, a través de dibujos, de símbolos de ingeniería, de figuras geométricas, etc. Que transmitan una indicación de lo que se quiere representar, entre las ventajas que tiene su utilización se encuentran:

- Al presentarse el proceso de una manera objetiva, se permite con mayor facilidad la identificación de forma clara de las mejoras a proponer.
- Se consigue que todas las personas que están participando en el proceso lo entenderán de la misma manera.
- Ayudan a las personas que trabajan en el proceso a entender el mismo y su colaboración en la búsqueda de mejoras del proceso y sus deficiencias.(Manene, 2011)

MÉTODOS Y MATERIALES

La metodología utilizada fue el estudio de los portales electrónicos de cada uno de los organismos, así como investigación de campo llevada a cabo mediante entrevistas a los encargados de brindar asesoramiento de los programas para complementar y resolver dudas de la información ya obtenida, de la misma manera la revisión de artículos, noticias etc. Acerca de la importancia de la trasferencia tecnológica, la importancia de las Pymes en México y en el estado de Querétaro. Para realizar un trabajo coordinado, eficaz y eficiente se elaboró una tabla con las correspondientes fechas de inicio y termino de las actividades a realizar durante la estancia que a continuación se presenta.

Tabla 1. Tabla de actividades a realizar durante la instancia.

Fechas	Actividades
Semana 1 13-17 de Junio	• Identificar los diferentes programas de apoyo a proyectos de innovación tecnológica en las tres diferentes instancias, tales como: SEJUVE, CONACYT Y CONCYTEQ, entre otras. • Visita a cada una de las instancias para recabar información necesaria de los procedimientos y/o requisitos necesarios para participar en los diferentes programas.
Semana 2 20-24 de Junio	• Visitar cada una de las instancias para recabar la información necesaria acerca de los procedimientos y/o requisitos necesarios para participar en los diferentes programas. • **(24 de Junio)** Revisión de la información recabada en cada una de las instancias.
Semana 3 27de Junio-1 de Julio	• Elaboración de diagramas de flujo de cada uno de los procesos. • **(1 de Julio)** Termino de los diagramas de flujo de los diferentes procedimientos de

	cada uno de ellos.
Semana 4 **4-8 de Julio**	• **(4 de Julio)** Revisión y corrección de cada uno de los diagramas. • Integración de toda la información y diagramas finalizados en un solo catálogo. • Elaboración de conclusiones de trabajo.
Semana 5 **11-15 de Julio**	• **(11 de Julio)** revisión de todo el trabajo elaborado. • Correcciones finales • Elaboración de informe final de manera individual. • **(15 de Julio)** Entrega informe final.

El uso de instrumentos como lo fue esta tabla de actividades facilitó el curso de la investigación al programarse y definirse los tiempos de inicio y termino de cada fase, entrega de cada parte integradora, el llevar un orden y organización en este proyecto fue esencial para el cumplimiento del mismo en el periodo definido.

RESULTADOS

De las respuestas obtenidas en las entrevistas con los correspondientes encargados en el asesoramiento de los diferentes programas de apoyo acorde a la investigación y la información obtenida de sus diferentes plataformas electrónicas de difusión de estos: se logró identificar los programas acordes al apoyo en proyectos base tecnológica, resolver dudas de cada convocatoria, resumir la información investigada, plasmarla de una forma breve y concisa en cuatro diagramas generales y treinta y seis específicos, la elaboración de las correspondientes tablas de descripción de actividades para hacer más claro el proceso en la solicitud del programa de financiamiento apropiado a las proyecciones de expansión del solicitante, su posterior compilación de los mismos(as) en un catálogo para consulta y difusión cumpliendo el objetivo principal de la investigación como ejemplo se presentan el diagrama de flujo general INADEM.

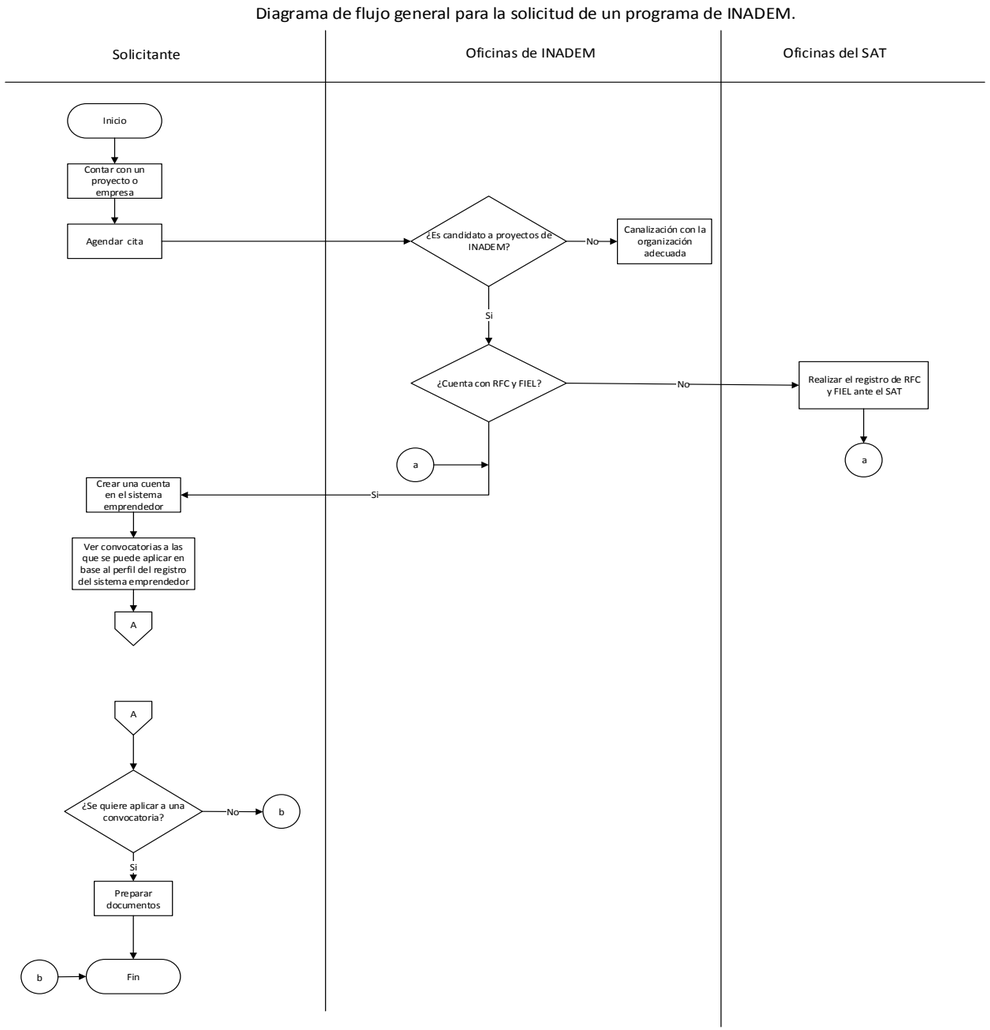


Figura 1. Diagrama de flujo general para la solicitud de un programa de apoyo por parte de INADEM. Creación propia.

CONCLUSIONES

Las innovaciones tecnologías del día a día hacen a las empresas ser competitivas en un mundo globalizado, la inversión de este activo tiene la enorme capacidad de proporcionar diferenciación en sus productos, servicios y procesos que llevan al incremento en sus operaciones e ingresos de cada una de ellas sin embargo el financiamiento para la inversión en proyectos base tecnología es una restricción que frena a emprendedores y Pymes a que se desarrollen plenamente.

Gracias a que los gobiernos se han dado cuenta de lo importante que son estos dos ejes de la economía es que se han podido diseñar políticas que son encaminadas a promover y apoyar para elevar esa competitividad se sabe que muchos de los problemas que presentan las pymes pueden resolverse con destinar un mayor número de recursos sin embargo se requiere de cambios en las estrategias gubernamentales para alcanzar un objetivo concreto en el apoyo de las mismas además de la difusión y simplificación de procesos de cada uno de los programas de ayuda, teniendo en cuenta esto y plasmándolo como objetivo principal de la investigación el realizar diagramas de flujo que ayuden a emprendedores y pymes a identificar los pasos concretos a seguir en la solicitud de un programa de apoyo es la contribución de la misma.

BIBLIOGRAFIA

Abbate, P. (29 de Septiembre de 2015). mastermarketingla. Recuperado el 13 de Julio de 2016, de mastermarketingla: http://mastermarketingla.com/por-que-los-emprendedores-son-importantes-para-la-economia/

camarasaragon. (s.f.). camarasaragon. Recuperado el 5 de Julio de 2016, de camarasaragon: http://www.camarasaragon.com/innovacion/docs/0502_PropiedadTransferenciaTecnologia.pdf

Comisión Estatal Para La Planeación De La Educación Superior A.C. (s.f.). COEPES. Recuperado el 6 de Julio de 2016, de COEPES: http://www.noticiascoepesgto.mx/articulos/255-pymesroque

Correa, J. E. (2012). Influencia del capital humano para la competitividad de las pymes en el sector manufacturero de Celaya, Guanajuato. (F. U. Garcilaso, Ed.) Recuperado el 7 de Julio de 2016, de eumed enciclopedia virtual: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/jelc.pdf

Credit Real MX. (5 de Mayo de 2015). creditoreal. Recuperado el 5 de Julio de 2016, de creditoreal: http://www.creditoreal.com.mx/contenidos/pymes-2/importancia-de-las-pymes-en-la-economia-mexicana/

Flores Jiménez , R., Hernández Ortiz , I., & Flores Jiménez, I. (s.f.). Pequeñas y medianas empresas: Caracterización general de las pymes e importación de la capacitación. Caracteristicas generales y paticulares de las empresas en México . Obtenido de http://www.uaeh.edu.mx/investigacion/estl/LI_AdmninEst/Ruth_Flores/caracterizacion_gral_pymes.pdf

Hernández, R. R. (s.f.). LAS MIPYMES EN LATINOAMÉRICA Estudio e Investigacion en la Organización Latinoaméricana de Administración. Recuperado el 12 de Julio de 2016, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/274/52.htm

NULLVALUE. (26 de Abril de 2004). El Tiempo. Recuperado el 2016 de Agosto de 2016, de El Tiempo: http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1532000

Olivas, J. L. (Abril de 2010). slideshare. Recuperado el 5 de Julio de 2016, de slideshare: http://es.slideshare.net/guest9857ccb/transferencia-tecnolgica-4030840

Rojas, H. D. (febrero de 2010). eumed. Obtenido de eumed: http://www.eumed.net/ce/2010a/hdgr.htm

Yéndez, N. V. (s.f.). Recuperado el 13 de Julio de 2016, de http://bvs.sld.cu/revistas/san/vol4_4_00/san01400.pdf

Importancia una guia de ayuda . (s.f.). Importancia una guia de ayuda . Recuperado el 13 de Agosto de 2016, de Importancia una guia de ayuda : http://www.importancia.org/diagramas-de-flujo.php

Manene, L. M. (28 de Julio de 2011). Obtenido de https://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/07/28/los-diagramas-de-flujo-su-definicion-objetivo-ventajas-elaboracion-fases-reglas-y-ejemplos-de-aplicaciones/

RECONOCIMIENTO DE LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR DE UN SERVICIO DE CONSULTA MÉDICA ON-LINE

Arturo Martínez Aguilar[1] y Xóchitl Hernández Velázquez[2]

RESUMEN

Como consecuencia del avance tecnológico se ha dado paso a la creación de nuevos modelos de negocio y extinción de aquellos que no han logrado modernizarse. Uno de los modelos de negocio que nace como consecuencia de estos cambios es llamado “Telemedicina”, el cual consiste en el intercambio de información médica entre un doctor y un paciente, separados geográficamente pero conectados a través de un dispositivo que permite mantenerlos comunicados. En este sentido es importante conocer las características de los clientes que estarían dispuestos a usar este servicio, la presente investigación toma como caso de estudio el proyecto emprendedor del Doctor Sergio Sifuentes Cerda, creador de “mimedicoenlinea.mx” para el cual se realizó un sondeo a través de encuestas online.

ABSTRACT

As a result of technological progress it has given way to the creation of new business models and extinction of those who have been unable to modernize. One of the business models that born as a result of these changes is called "Telemedicine" which is the exchange of medical information between a doctor and a patient, geographically separated but connected by a device that allows keep them connected. In this respect it is important to know the characteristics of customers who are willing to use this service, this research takes as a case study the entrepreneurial project of Dr. Sergio Sifuentes Cerda, creator of "mimedicoenlinea.mx" for which a sounding was conducted by online surveys.

Palabras Clave: Telemedicina, características del consumidor online, servicio médico online.

INTRODUCCIÓN

Con el paso del tiempo; se ha detectado que el comportamiento del consumidor ha sido influenciado para efectuar decisiones de compra por factores del entorno. El estudio del comportamiento del consumidor en línea es importante debido al avance tecnológico dentro de los modelos de negocio; por lo cual es necesario conocer qué factores condicionan las preferencias de un usuario que navega a través de internet, y de ésta manera identificar estrategias que logren que los consumidores conozcan los servicios online en específico el de Telemedicina y lo acepten.

Para ello, se predefinirán las características que cumple el consumidor moderno, para así diferenciarlas del consumidor clásico. Como consecuencia, se verá impulsada la Telemedicina como un nuevo modelo de negocio que beneficiará tanto a Doctores que quieren expandir el alcance de su servicio, como a pacientes que recibirán un servicio de calidad cuando lo requieran. Con lo anterior podemos decir que el objetivo de la investigación es el “Reconocer las variables de percepción del consumidor de un servicio de consulta médica online que permitan definir las características y proceso de compra del consumidor potencial para este tipo servicios”.

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Gauss #215, Colonia Progreso, C.P: 78370, San Luis Potosí, San Luis Potosí, arturo.mtz.ag.92@gmail.com
[2] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Academia de Mercadotecnia Internacional; Urbano Villalón 500, Colonia La Ladrillera, Xóchitl Hernández Velázquez, C.P: 78363, San Luis Potosí, S.L.P., xochitl.hernandez@upslp.edu.mx

El caso de estudio está en San Luis Potosí, en el municipio del mismo nombre, cabe mencionar que no hay antecedentes para este tipo de investigación en el estado, existe un estudio similar en chile del cual se parte para analizar el mercado potosino.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para la realización de esta investigación se utilizaron equipos de cómputo con acceso a internet, estos se utilizaron para la investigación de los conceptos teóricos, así como para el diseño y aplicación de las encuestas online, se realizaron 100 encuestas, ya que por practicidad se tomó la decisión de realizar un sondeo en San Luis Potosí, dichas encuestas contenían preguntas de opción múltiple, en las cuales se investigaron las variables de edad, sexo, estado civil, tiene hijos, conoce algún sitio de medicina en línea, ha buscado información médica en línea, tiene confianza en la información que consulta sobre su salud en línea, realizaría consultas médicas online, cuanto pagaría por este servicio, además del sondeo, se realizó una entrevista semi-estructurada al creador de la página mimedicoenlinea.com con el propósito de conocer más acerca del modelo de negocio, las preguntas estaban encaminadas a conocer acerca del proceso de servicio, las ventajas y limitantes este modelo de negocio, áreas de oportunidad, perfil del cliente, alcance.

RESULTADOS

La mayor parte de los encuestados fueron estudiantes. De los hombres encuestados ninguno se dedica a labores del hogar. Se encuestó a más mujeres trabajadoras que a hombres trabajadores.

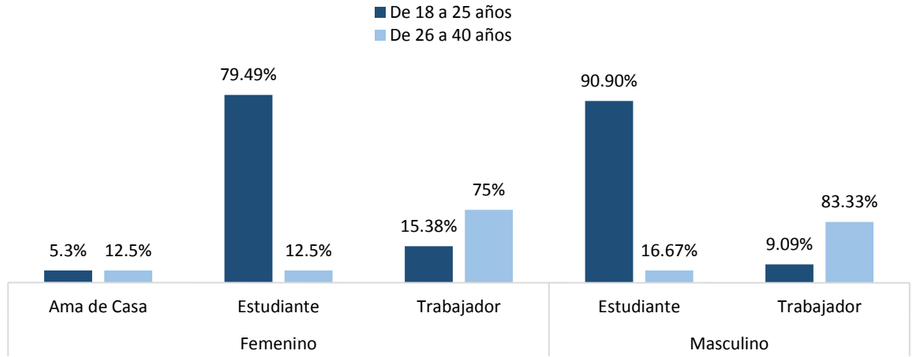


Figura 1. Ocupación de los encuestados

La mayoría de los encuestados no tiene hijos, y de los que sí tienen hijos el rango de edad más frecuente es de entre 0 a 5 años.

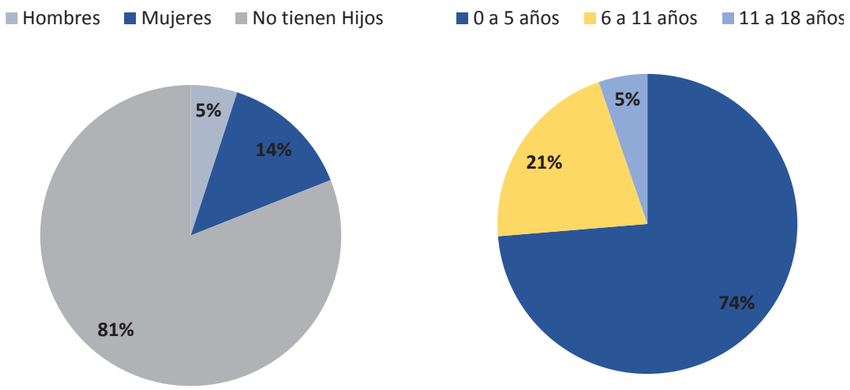


Figura 2.1 Personas que tienen hijos

Figura 2.2 Hijos por rangos de edades

La mayoría de las personas acuden a una consulta médica "cuando las molestias interfieren con sus actividades regulares" en segundo lugar se encuentran las personas que van "cuando aparecen las molestias, pero no interfieren con sus actividades regulares".

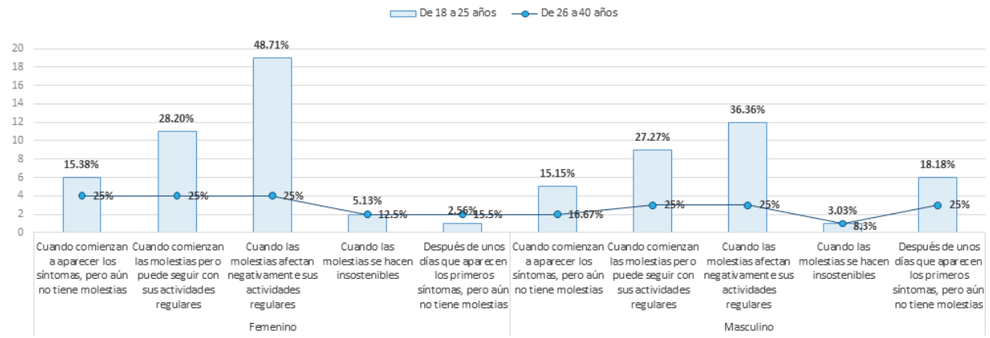


Figura 3. ¿Cuándo deciden atenderse mediante una consulta médica?

La mayoría de las personas utiliza motores de búsqueda como Google, para buscar información relacionada con su salud. Las redes sociales no son utilizadas para hacer búsqueda de información.
Existe un porcentaje de los encuestados que busca información en páginas especializadas en salud.

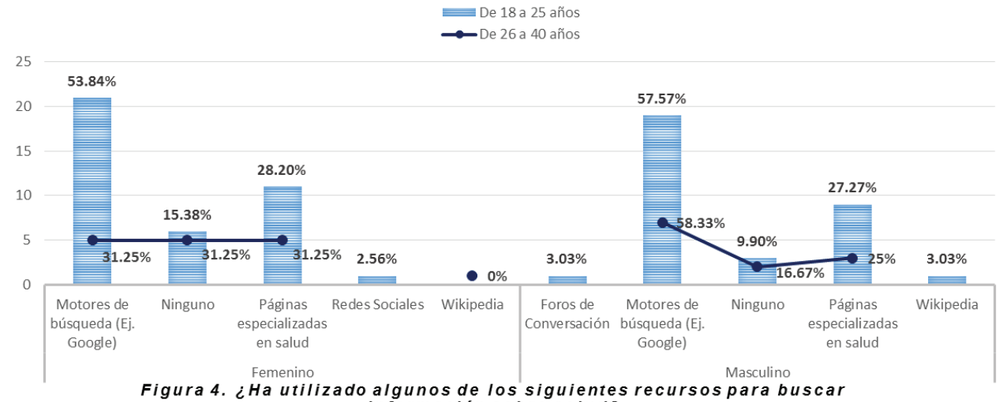


Figura 4. ¿Ha utilizado algunos de los siguientes recursos para buscar información sobre salud?

Un 54% de las personas encuestadas han realizado búsquedas a cerca de enfermedades comunes, tales como resfriados, dolores estomacales, dolor de cabeza etc. A su vez, el 30% de las mismas personas encuestadas, afirma haber buscado información sobre ginecología.

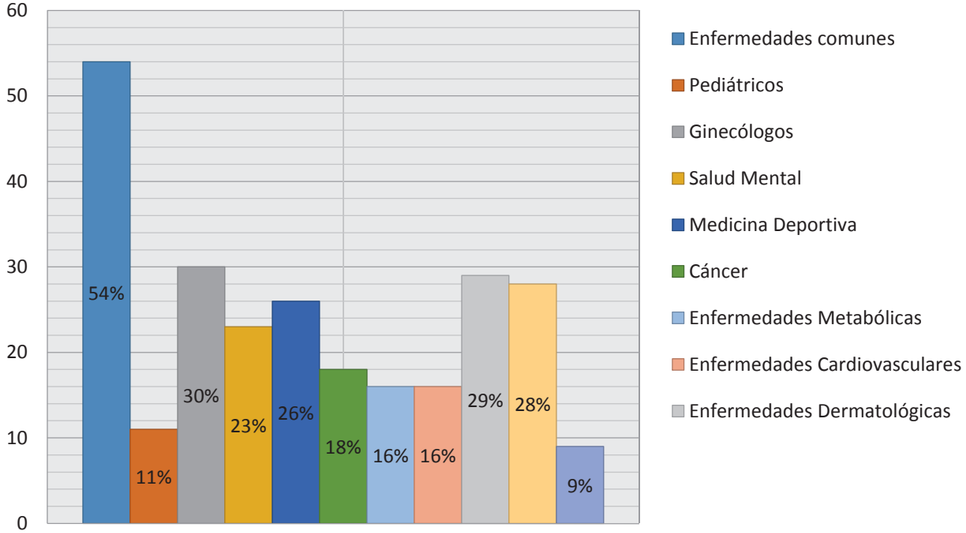


Figura 7. Temas médicos buscados por Internet

Otras búsquedas frecuentes a cerca de salud, están las enfermedades dermatológicas con un 29% seguido de enfermedades de transmisión sexual con un 28%.

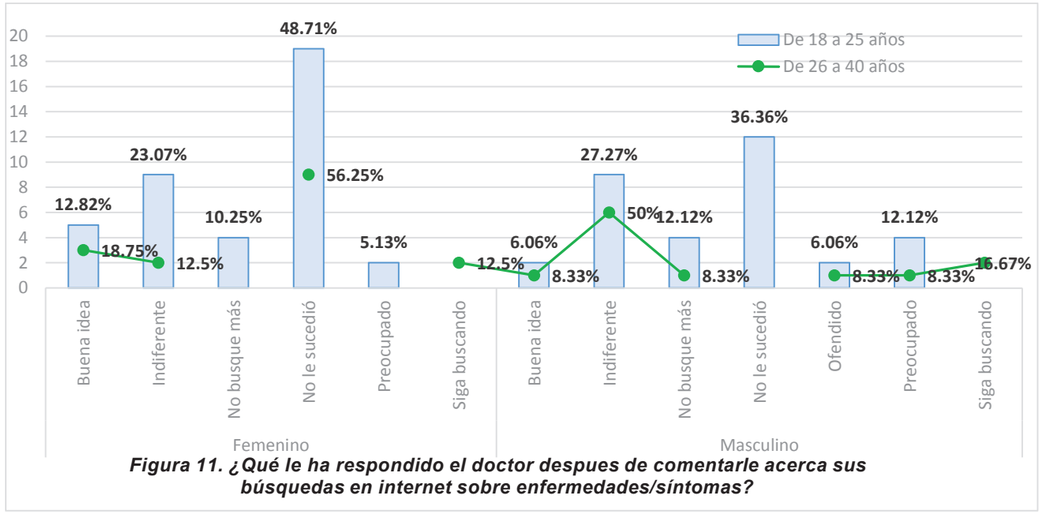


Figura 11. ¿Qué le ha respondido el doctor despues de comentarle acerca sus búsquedas en internet sobre enfermedades/síntomas?

La mayoría de las personas no comentan a su médico la búsqueda de temas médicos en Internet, por otro lado, cuando las personas le mencionan a su doctor sobre sus usos de internet para informarse sobre su salud, la mayoría de los doctores consideraron indiferente éste hábito, de 5% a 12% de los doctores se mostraron ofendidos o preocupados por éste hábito y más sin embargo un 16.67% recomendó seguir buscando.

El criterio más relevante para considerar tomar una consulta en línea es la atención por médicos especialistas, seguido por la inmediatez y un menor precio. Lo cual demuestra que las personas buscan ser atendidos por una persona que les dé confianza y ofrezca un servicio accesible en cuanto a tiempo y costo.

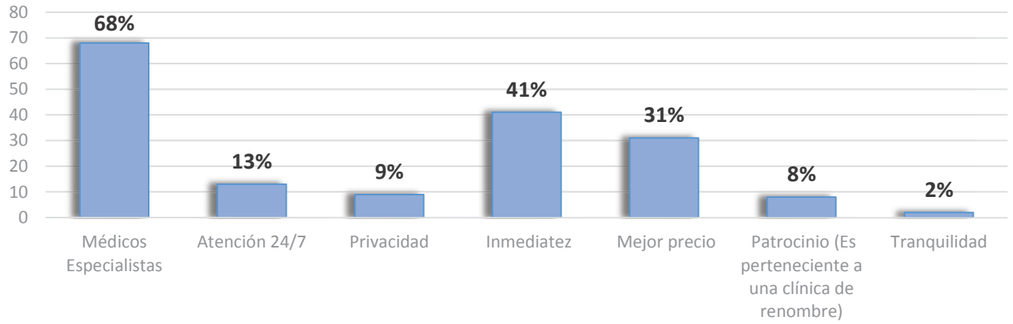


Figura 13. Criterios para considerar una consulta online.

CONCLUSIONES

La cultura médica de las personas consiste en consultar un médico cuando los síntomas de una enfermedad afecta negativamente sus actividades principalmente de personas de entre 18 a 25 años de edad.

Los principales motivos de búsqueda de información sobre temas de salud en Internet son por la curiosidad así como también la comodidad o el fácil acceso que se tiene hoy en día al internet. Los temas principales de búsqueda engloban los síntomas de enfermedades comunes así como posibles remedios y/o soluciones de enfermedades.

En conclusión se puede decir que el perfil del cliente potencial para un servicio de telemedicina es variado, ya que puede ser un estudiante que busca solucionar un problema de resfriado, una ama de casa que prefiere no salir con su pequeño enfermo a la calle, un hombre mayor en una comunidad lejana, una persona enferma que esta de visitando parientes en el extranjero, todos ellos pueden tener acceso a una consulta médica simplemente con ingresar a la página de mimedicoenlinea.com, registrarse, llenar los datos para el pago, seleccionar un doctor y hora de consulta, esperar a que se llegue el momento de realizar la video llamada con lo que da inicio la cita médica, proporcionar información acerca del padecimiento al médico, imprimir la receta médica y caminar por la medicina a la farmacia más cercana. Es un servicio práctico y eficiente, al tener un mercado extenso como la medicina general se esperaría que este tipo de modelo de negocio empiece a ser más buscado por los consumidores.

BIBLIOGRAFIA

ASOCIACIÓN MEXICANA DE INTERNET. (14 de Junio de 2016). amipci.org.mx. Obtenido de amipci.org.mx: https://amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf

COMSCORE. (14 de Junio de 2016). amipci.org.mx. Obtenido de amipci.org.mx: https://amipci.org.mx/estudios/comercio_electronico/Estudio_de_Comercio_Electronico_AMIPCI_2015_version_publica.pdf

GABINETE DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA. (14 de Junio de 2016). en2015.gabinete.mx. Obtenido de en2015.gabinete.mx: http://en2015.gabinete.mx/static/conectividad/Conectividad_mexico_2015.pdf

HALPERN, D., TRONCOSO, A., GOIC, F., REINOSO, A., & FIGUEROA, C. (s.f.). Primer reporte de e-health en chile. Recuperado el 22 de Junio de 2016, de mediconecta.com: https://mediconecta.com/#Mediconecta-Medios

DESARROLLO DE MIPYMES. IMPORTANCIA DEL ACCESO A FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Susana María Martínez Maldonado[1] y Martha Alicia Alonso Castañón[2]

RESUMEN

La obtención de recursos es un aspecto clave en la operación y el crecimiento de una organización. Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MIPYMES), pueden solicitar apoyos en diversas instituciones, sin embargo muchas veces no lo hacen. El objetivo del presente trabajo fue identificar las opciones de financiamiento que existen para apoyar a los microempresarios en San Luis Potosí, el perfil de negocios a los cuales va dirigido, requisitos mínimos y facilidad o dificultad para acceder a dicha financiación. Es una investigación de tipo exploratoria y descriptiva, junto con análisis documental.

Se elaboró, durante el desarrollo del proyecto, un directorio que incluye los tipos de financiamiento y sus características. Si bien se identificaron muchas instituciones que ofrecen financiamiento, también es una realidad que las empresas que han solicitado apoyo muchas veces no cumplen el perfil. Utilizan más el sistema financiero formal seguido de créditos con proveedores. También es importante indicar que además de la diversidad de oferta de financiamiento también se debe de poner atención a la formación financiera de los empresarios para lograr la supervivencia de las Mimpymes.

ABSTRACT

Obtaining resources is a key aspect in the operation and growth of an organization. Micro, Small and Medium Companies (MSME), may request support in various institutions, but often do not. The aim of this study was to identify financing options that exist to support microentrepreneurs in San Luis Potosi, the business profile to which it is addressed, minimum requirements and ease or difficulty in accessing such funding. It is an exploratory and descriptive investigation, along with documentary analysis. a directory that includes all types of financing and its characteristics was developed during the project development. While many institutions that offer funding were identified, is also a reality that companies that have requested support often do not meet the profile. They use more formal financial system followed by credits with suppliers. It is also important to note that in addition to the diversity of supply of financing should also pay attention to the financial training of entrepreneurs for the survival of the Mimpymes.

Palabras clave: Financiamiento, Mipymes y Educación Financiera.

INTRODUCCIÓN

Importancia de las Pymes. En la década de los 70's las pequeñas empresas se consideraban marginales para el proceso de desarrollo. En 1980 y 1990, se les valoró por sus beneficios para contribuir a la reorganización de la producción, y sobre todo por su impacto en el empleo, en el producto interno bruto y

[1] Universidad de Guanajuato, División de Ciencias Sociales y Administrativas, Av. Insurgentes 218 zona centro, CP. 38000, Celaya, Guanajuato, susan_robbie_26_09@hotmail.com
[2] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Coordinación de la Licenciatura en Administración y Gestión, Urbano Villalón No. 500, Col. La Ladrillera, C.P. 78363, San Luis Potosí, SLP, martha.alonso@upslp.edu.mx

en la equidad. A finales del siglo XX se dio una crisis de empleo productivo, lo que resaltó el papel de los pequeños negocios para hacer frente a la crisis macroeconómica y a los procesos de ajuste, así como la capacidad de flexibilidad para apoyar la incorporación de las economías de América Latina en un proceso de mundialización (Rodríguez, 2010).

Financiamiento. Obtener un financiamiento, normalmente, es la labor más difícil cuando se empieza un negocio, cuando se busca expandir una empresa, o solo se quiere mantener la ya establecida. En diferentes momentos, la pequeña empresa necesita de efectivo. Existen diferentes fuentes de fondos, los más usados son:

- Ahorros personales
- Prestamos de bancos comerciales
- Crédito comercial
- Prestamos de los proveedores de equipo
- Prestamos de amigos y parientes

Estas y otras fuentes son de gran importancia, ya que se necesitan durante su apertura como durante su existencia (Anzola, 2002).

Villar (2016) menciona que los países de Latino América se caracterizan por la segmentación de los mercados financieros y su discriminación a las pymes. Con la diferencia de tasas de interés, dependiendo el tamaño de la empresa y el uso de autofinanciamiento y gastos operativos como principal fuente de fondos, son indicadores de la existencia de dificultades del acceso a créditos.

La jerarquía financiera dice, las utilidades acumuladas son la primera fuente de financiamiento a la que recurren las empresas, en segundo lugar se emite deuda, y en tercera se amplía el capital propio. Durante el ciclo financiero de las empresas, sus necesidades cambian así como sus fuentes de financiamiento. Cuando un negocio está en el arranque o en la creación de idea de la empresa, están bajos en información. En este periodo confían primordialmente en la aportación del emprendedor, junto con sus familiares y amigos, en créditos comerciales.

El capital de riesgo comúnmente aparece en la etapa del crecimiento. El crédito de instituciones financieras, primero el corto y luego a largo plazo, se crea cuando la empresa ha adquirido tamaño y edad, para contar con registros contables históricos que muestren cierto nivel de activos tangibles (Villar, 2016).

Por otra parte en la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE, 2015) se indica que, de las empresas que solicitaron apoyos, solo el 16.5% si obtuvieron créditos, préstamos o financiamientos y el 83.5% no, siendo este un porcentaje preocupante. También se menciona que, de las empresas que solicitaron un financiamiento y no se les otorgó, las razones principales fueron: que no tenían colateral, garantía o aval, tenían muchas deudas y no pudieron comprobar ingresos.

Al respecto del origen de los créditos, préstamos o financiamiento, el 40% fue aportado por los bancos, el 18.1% por cajas de ahorro, el 14 % por familiares y amigos, 10.4% por los proveedores y solo el 3.8% por el gobierno (ENAPROCE, 2015).

Formación. Aunque las pymes tienen un gran impacto económico en México, no siempre cuentan con la capacitación o recursos necesarios para su supervivencia. En estudios realizados han revelado que solo la mitad de estas empresas subsisten 18 meses.

Los empresarios de los diferentes sectores tienen conocimientos especializados para llevar a cabo su labor, pero no todos cuentan con el conocimiento financiero básico. Y debido a esa falta de educación financiera, aunque realicen con éxito su producto o servicio, la pyme fracasa por no saber llevar sus

cuentas. En algunas ocasiones, el resultado tiene un efecto domino, si el empresario fracasa, entonces no solo la afectación es para él, sino para la familia que dependía de esa actividad, y las personas que trabajaban en ella, creando más consecuencias, entre ellas, pérdidas económicas y disminución de oferta de empleo. Es por ello que debe resaltarse la importancia de que el empresario adquiera conocimiento financiero (CONDUSEF, s.f.), de manera que pueda optimizar el uso de sus recursos y administrarlos estratégicamente.

El Sistema de Financiamiento para el Desarrollo (SIFIDE) en San Luis Potosí ofrece capacitaciones para diferentes temas sobre administración para Pymes, tratando diferentes áreas de la empresa como: finanzas, administración, contabilidad, compras, mercadotecnia, entre otras. Es un hecho que se tiene apoyo en varios aspectos y la difusión y seguimiento de los programas es imprescindible.

METODOLOGÍA

Para este análisis se aplicó una investigación de tipo exploratoria y descriptiva, junto con análisis documental y revisión de literatura.

El objetivo del proyecto fue identificar las opciones de financiamiento que existen para apoyar a los microempresarios en San Luis Potosí, el perfil de negocios a los cuales va dirigido, requisitos mínimos y facilidad o dificultad para acceder a dicha financiación.

Por esta razón se acudió a diversas instituciones financieras ubicadas en la ciudad de San Luis Potosí, en algunos casos instituciones Estatales y Nacionales, que brindaran algún tipo de apoyo o financiamiento a micro, pequeñas y medianas empresas. Se recaudó toda la información de interés que fue posible, como tipo de programa, montos mínimos y máximos de préstamo, tasas de interés, comisiones, segmento hacia quienes van dirigidos, destino del capital y requisitos para adquirir el financiamiento.

Se encontró información muy valiosa; en la Figura 1, por ejemplo se presente el número de empresas que solicitaron y recibieron apoyo de programas de Gobierno. El incremento de unidades económicas que solicitaron algún apoyo se incrementó de 2013 a 2014 en un 93.5 %, sin embargo el número de empresas beneficiadas disminuyó un 18%.

RESULTADOS

Se elaboró un directorio de los apoyos a los que pueden acceder las MIPYMES en la ciudad de San Luis Potosí. El directorio se divide por tipo de institución, comenzando por el Gobierno del Estado, quien ofrece financiamiento a través de sus programas: Fondo San Luis para la micro empresa, Desarrollo de micro proyectos productivos, Créditos para la pequeña y mediana empresa, Emprendamos Juntos A.C.

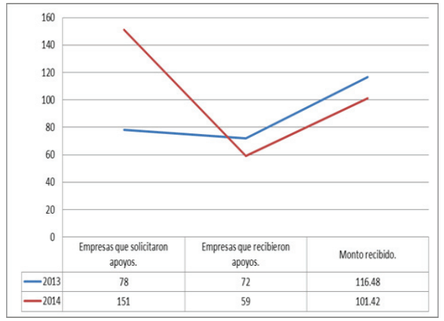
Se integró información de los siguientes bancos: Banamex, Banco Azteca, Bancomer, Scotiabank, Inbursa-Telmex , Santander, Banorte, HSBC, Banco del Bajío, Ixe y Compartamos Banco.

Se incluyeron cajas de ahorro: Caja Real de Potosí, Caja Popular Mexicana, Caja Libertad, Crédito Real (IFNB).

Organismos de apoyo como: NAFINSA con los siguientes programas: Programa de Financiamiento a MIPYMES en Regiones de Intervención de la Política Social y de Seguridad Pública Esquema, Mujer Pyme y Esquema Mujer Crezcamos Juntas. Y Secretaria de Economía con los siguientes apoyos: FONAES, FIFOMI y FONDO PYME.

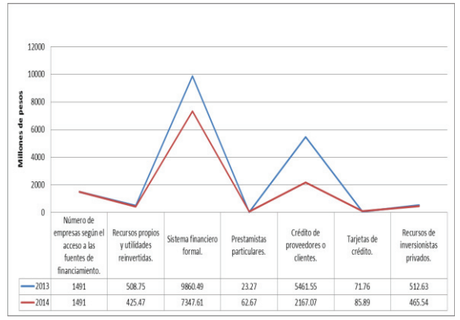
Como se puede ver en la figura 1, en el año 2013 las empresas que solicitaron apoyo fueron en total 78, y 72 empresas recibieron el apoyo, casi el 90%, con un monto total recibido de 116.48 millones de pesos, por otra parte en el año 2014, 151 empresas solicitaron apoyo, pero solo lo recibieron 59 empresas menos del 50%, con un monto total recibido de 102.42 millones de pesos.

Figura 1. Número de empresas que solicitaron y recibieron apoyo de los programas de Gobierno Federal, así como el monto recibido (2013 y 2014)
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (ENAPROCE, 2105)



	Empresas que solicitaron apoyos.	Empresas que recibieron apoyos.	Monto recibido.
2013	78	72	116.48
2014	151	59	101.42

Figura 2. Número de empresas según al acceso de fuentes de financiamiento así como el monto recibido (2013 y 2104).
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (ENAPROCE, 2105)



	Número de empresas según el acceso a las fuentes de financiamiento.	Recursos propios y utilidades reinvertidas.	Sistema financiero formal.	Prestamistas particulares.	Crédito de proveedores o clientes.	Tarjetas de crédito.	Recursos de inversionistas privados.
2013	1491	508.75	9860.49	23.27	5461.55	71.76	512.63
2014	1491	425.47	7347.61	62.67	2167.07	85.89	465.54

En segundo lugar se tiene: crédito de proveedores o clientes con un monto total de $5,461.55 millones en el año 2013 con una baja en el 2014 con $2,167.07 millones.

En la figura 2, se presenta el número de empresas que obtuvieron algún tipo de financiamiento fueron en total 1491. El sistema financiero fue quien más aporto a estos apoyos dando un total de $9,869.75 millones en el 2013, teniendo una disminución en el 2014, pues solo se otorgaron $7,347.61 millones.

En la figura 3 se muestra el número de empresas, por sector, a las que les han rechazado alguna solicitud de crédito bancario en los últimos dos años. El sector con más solicitudes rechazadas es el de la construcción con 61, en segundo lugar se encuentra equipo y maquinaria para la industria. Servicios turísticos es el que tiene solo 22 solicitudes rechazadas.

En La figura 4 se puede observar que las razones principales por las que las empresas no aceptarían un crédito bancario, en términos promedios actuales son: en primer lugar porque se les hace caros, en segundo lugar porque no necesitan invertir o comprar nada a crédito y en tercer lugar porque no tienen confianza en los bancos.

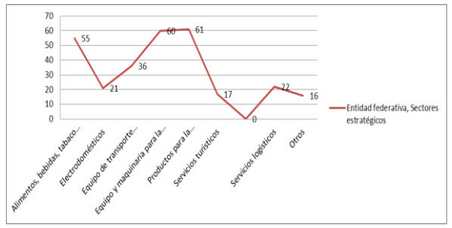
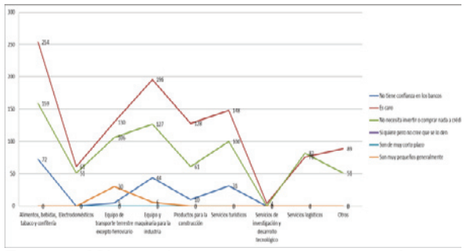


Figura 3. Número de empresas a las que se les ha rechazado alguna solicitud de crédito bancario en los últimos dos años. 2015
Fuente: Elaboración propia con datos de INEGI (ENAPROCE, 2015)


300
250
200
150
100
50
0
24
10
10
10

CONCLUSIONES

Si bien se sabe que el capital monetario es indispensable para el crecimiento de una empresa. Con esta investigación se encontró que existen múltiples instituciones y organismos que ofrecen financiamientos a Mipymes, pero en muchas ocasiones la gente no está informada sobre estos apoyos o simplemente no les interesa y consideran que están bien con lo que tienen.

Las empresas que llegan a solicitar algún apoyo no siempre comparan las características de los créditos con otras instituciones y suelen optar por el primero que encuentren siendo este, en ocasiones, no la mejor opción. Por otra parte los organismos e instituciones que ofrecen créditos a pymes, no siempre otorgan los créditos ya sea porque el solicitante no cuenta con un buen historial crediticio o no tienen capacidad de pago.

También se encontró que las empresas no consideran en pedir financiamiento a bancos porque lo consideran muy caro, no necesitan invertir o no les tienen confianza. Es necesario indicar que es importante tener acceso y difundir una buena formación financiera, ya que aunque se otorguen los apoyos, las pymes no siempre saben administrar adecuadamente el dinero y no se logran los objetivos establecidos.

BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA, Sérvulo. (2002). *Administración de pequeñas empresas*. México: McGraw Hill. 2aed.

CONDUSEF, (2010). "Cuadros comparativos de Bancos". México. Consulta en http://www.condusef.gob.mx/PDF-s/cuadros_comparativos/bancos/cuentas_credito/pymes/banca_desarrollo.pdf. (fecha de consulta 23-06-2016).

CONDUSEF, (s.f.). "Empresario PYME como usuario de servicios financieros". México. Consulta en http://www.condusef.gob.mx/PDF-s/cuadros_comparativos/bancos/cuentas_credito/pymes/empresario_pyme.pdf. (Fecha de consulta 15-07-2016).

INEGI, (2015). "Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE)". México. Consultada en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default.aspx (fecha de consulta 11-07-2016).

Rodríguez, J. (2010). *Administración de las pequeñas y medianas empresa.* México: Cengage Learning Editorial.

Villar, L., Briozzo, A., Pesce, G., & Fernández, A. (2016). El rol de la banca pública en el financiamiento a pymes. Estudio comparativo para la Argentina y Brasil. (Spanish). Desarrollo y Sociedad, (76), 205-241. doi:10.13043/DYS.76.5

SIFIDE, (2016). Sistema de financiamiento para el desarrollo SLP. México. Consulta en http://sifide.gob.mx/. (Fecha de consulta 15-07-2016).

ESTUDIO DE MICRO-EMPRESAS FAMILIARES POTOSINAS

Martínez Martínez Clarisa Abigail[1] y Luisa Renée Dueñas Salmán[2]

RESUMEN

El proyecto en el cual tuve la oportunidad de colaborar durante el verano de la ciencia tiene como objetivo general el identificar las características que debe contener una estrategia administrativa y comercial que permita la consolidación de micro-empresas familiares potosinas. Dicha investigación empleó una metodología cualitativa en la cual se analizó a diferentes MYPIMES familiares de San Luis Potosí con el fin de identificar sus principales problemas, conocer su estructura organizacional, y cómo es la relación entre los miembros de las familias que colaboran en la empresa.

ABSTRACT

The project in which I had the opportunity to collaborate during the summer of science has as a general objective to identify the characteristics that must contain a commercial and administrative strategy that would allow the consolidation of micro-family businesses in San Luis Potosí. This research used a qualitative methodology in which was analyzed at different MYPIMES relatives of San Luis Potosi in order to identify their main problems, knowing its organizational structure, and how is the relationship between the members of the families who work in the company.
Palabras clave: Inegi, Mypes en Mexico, Mypes familiares

INTRODUCCIÓN

Cada año el gobierno mexicano, por medio de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), recibe alrededor 100,000 solicitudes para crear nuevas empresas y el 80% de éstas muere antes de cumplir el primer año, el otro 20%, o la mayoría, cierra sus puertas antes de un lustro.
En el caso particular de San Luis Potosí, se sabe que las empresas pequeñas o emprendedores, no tienen conocimiento de los apoyos que ofrece el gobierno. El 85 por ciento de las Pymes no tienen información acerca de los esquemas para hacer crecer y mejorar sus negocios.Las empresas familiares son las más comunes dentro de las MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas) ya que es dentro de la familia donde nace la idea (o necesidad) de crear una empresa, pero es también en donde se tienen mayores problemas para la gestión de la misma. La finalidad de este estudio es identificar la tipología o clases sobre la ingeniería de micro-empresas familiares de potosinas con la finalidad de reconocer estrategias y tácticas con las que se procure la consolidación, crecimiento y permanencia de estos tipos de empresa.

MÉTODOS Y MATERIALES

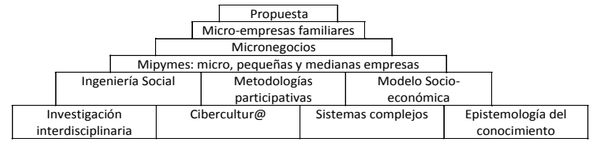


Fig. 1 Estructura del estudio.

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Urbano Villalón num.500, Col. La Ladrillera, San Luis Potosí, S.L.P. México, Correos: 120503@upslp.edu.mx
[2] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Urbano Villalón num.500, Col. La Ladrillera, San Luis Potosí, S.L.P. México

La metodología de Investigación utilizada es cualitativa ya que se tiene como objetivo identificar variables que dañan este tipo de empresas y analizar cada una para encontrar los principales errores cometidos. La estrategia de Investigación es la Ingeniería en Comunicación Social con un Enfoque metodológico-epistémico que incluye: Investigación Interdisciplinaria, Sistemas Complejos, Cibercultur@ y Epistemología del Conocimiento.

Las Técnicas de investigación utilizadas fueron la documental y la etnografía que incluyen métodos como la observación, metodologías de diagnóstico organizacional, la auditoría administrativa y por último el Método Socio-Económico de las Organizaciones.

Los instrumentos de Investigación que se utilizaron en el proyecto fueron cédulas de observación, entrevistas a profundidad y recorridos por instalaciones, los informantes se dividieron en dueños y/o precursores de micro-empresa familiar, colaborador-familiar de micro-empresas familiares, colaboradores no familiares de micro-empresas familiares y expertos.

Para el análisis de contenido se usó primero la clasificación de frases testimonio, por segundo paso la obtención de ideas-funciones principales y por último la síntesis de la información. Después el siguiente paso es la identificación de características grupales comunes y por último se realiza la definición de categorías para identificación de tipología o clases sobre la ingeniería de micro-empresas familiares de potosinas.

entrevistas	casos	éxito tpo	éxito nvas	cierre	empresas	dueño	familiar	colaborador	extractora	transformadora	comercializadora	servicios
1	1		1		femme. Taller costura	1	1					1
2	2	1			autofacil	1						1
3	3	1			farfan	1	1	1				1
4	4		1		creaciones andrea	1	2					1
5	5		1		fdo contreras	1	1	1				1
	6			1	fdo contreras joyería	1	1				1	
6	7		1		javi	1	1	1			1	
	8	1			javi papá	1		1			1	
7	9	1			screenpad	1	1	3			1	
8	10		1		aida salazar	1		1				1
9	11		1		taller mecánico	1	2					1
10	12		1		matcel	1	1				1	
11	13	1			casaubon	1	1	2				1
12	14			1	beaute	1	1					1
					maquinados							
13	15		1		estructurales	1	2			1		
	16			1	maquinados 1a vez					1		
14	17		1		taxi 1946		1					1
15	18		1		don cano papá	1		2		1		
	19			1	don cano		1			1		
16	20			1	francisco salces	1					1	
17	21	1			karol wojtyla	1	1					1
18	22		1		joyería alejandrina	1	1				1	
19	23		1		zarate-madrid abogados	1	2					1
	24			1	zarate-lopez abogados	1						1
20	25	1			salvador solis-recorridos	1						1
		7	12	6		22	21	12	0	4	7	14
				25				55				
					total entrevistados			59				
21	1	gerardo romo		1								
22	1	jaime yañez		1								
23	1	juan carlos neri		1								
24	1	bernardo león		1								
expertos	4											

Fig 2. Tabla del contenido de las entrevistas



Fig 2.1 Grafica del tipo de empresa estudiada en la investigación

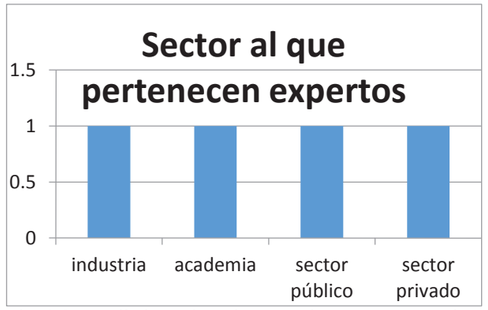


Fig. 2.2 Estadistica sobre el sector al que pertenecen los expertos

RESULTADOS

Como resultados pre-eliminares de la investigación, se determinaron las siguientes características de una MyPIME familiar:

- Lo más visto es la apertura por los padres, entre padres e hijos, entre hermanos
- Eficaz forma de autoempleo para supervivencia
- Complementariedad entre habilidades de hombre-mujer, administración-negociación
- El involucramiento de hijos favorece a los negocios y relación familiar
- La causa de cierre más mencionada es la canibalización,
- El crecimiento de una micro-empresa familiar da lugar y necesita del involucramiento de externo.

Respecto a qué se recomienda hacer a las empresas para tener un mejor desempeño o llegar a consolidarse, se consideran tres áreas importantes, operativa, comercial y financieramente.
Operativamente se contempla el aseguramiento del producto, así como la inversión en la empresa, calidad y la formalización de operaciones.
Comercialmente, se enfatiza el análisis del mercado, identificar a los consumidores, así como diferenciar su producto. Financieramente se recomienda Tomar riesgos pensados, no descapitalizarse, cumplir con obligaciones fiscales.

Según el punto de vista de los expertos entrevistados, el hecho de trabajar en familia debe ser una fortaleza ya que cada quien conoce sus capacidades, se supone una mayor disponibilidad, así como un mejor cuidado de los recursos invertidos en el negocio familiar. Sin embargo, al ser empresas pequeñas los expertos coinciden en que no tienen la capacidad de producción deseada, ni la tecnología que algunas de estas requieren, además de que no existen financiamientos para estas empresas que ya están establecidas.

CONCLUSIONES

Las empresas familiares potosinas atraviesan por una serie de problemas que les impiden su desarrollo pleno, el principal de ellos es la cuestión financiera ya que existen demasiados créditos o financiamientos que apoyan a emprendedores, es decir para la etapa de arranque de un proyecto, sin embargo, cuando una empresa ya está establecida es cuando debe brindársele apoyo también pues estas personas ya cuentan con cierta experiencia y saben manejar sus recursos, esta falta de financiamiento en algunas ocasiones les impiden crecer, pues los clientes no los toman en serio o la misma empresa no se sabe capaz de cubrir los requerimientos de consumidor.

Por otro lado, está el aspecto interno, el hecho de que sea familia la que colabora en la empresa es un factor importante que en ocasiones les beneficia y por otro lado no es tan favorable, es benéfico porque existe la disposición de ayudar y hacer crecer el negocio, sobre todo cuando son los hijos los que colaboran pues es común que estos deseen continuar trabajando en lo que sus padres construyeron con tanto esfuerzo, asimismo esta la parte negativa, cuando al ser familia no se establece un proceso de contratación, no hay ningún proceso de selección y en algunos casos no se cuenta con el personal calificado para ejecutar ciertas funciones.

Otro aspecto importante en el que influye la familia es en la toma de decisiones la cual se ve afectada por la parte emocional y subjetiva de los integrantes. Es importante saber separar el aspecto familiar de lo laboral si se quiere llegar a tener una empresa familiar exitosa, llegar a tener une estructura organizacional bien definida, proceso de contratación, asignación de salarios, etc. Así como saber manejar sus recursos, establecer alianzas con proveedores y buscar la manera de financiar sus gastos para salir a flote.

BIBLIOGRAFÍA

1. Jesús González. (2015). Empresas Familiares en México: el desafío de crecer, madurar y permanecer. 12 de Julio del 2016, de Pymempresario Sitio web: http://www.pymempresario.com/2013/11/empresas-familiares-en-mexico-el-desafio-de-crecer-madurar-y-permanecer/

2. ENAPROCE. (2015). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. 12 de Julio del 2016, de INEGI Sitio web: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default_t.aspx

PRACTICAS DE INNOVACION EN EL SERVICIO DEL SECTOR RESTAURANTERO EN LA CIUDAD CAPITAL DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ

Matehuala Ayala Martha Gabriela[1] y Palos Cerda Gloria Cristina[2]

RESUMEN

El sector restaurantero en México y el estado de San Luis Potosí, donde se darán a conocer el número de establecimientos que se encuentran en el estado de San Luis Potosí. Personal ocupado, el porcentaje del PIB, de acuerdo a los resultados del Inegi y la CANIRAC. Los fundamentos presentados, se plantean mediante el análisis realizado a 32 establecimientos donde los resultados nos arrojan que el sector restaurantero está innovando en sus procesos tomando en cuenta que ninguno de estos establecimientos pide algún apoyo económico o participa en programas del gobierno. El crecimiento es continuo en el estado de San Luis Potosí.

ABSTRACT

The restaurant sector in Mexico and the state of San Luis Potosi, where they will be announced the number of establishments in the state of San Luis Potosi. Employed persons, the percentage of GDP, according to the results of Inegi and CANIRAC. The fundamentals presented, raised by 32 establishments analysis where the results show us that the restaurant industry is innovating its processes taking into account that none of these establishments ask for any financial support or participate in government programs. Growth is continuing in the state of San Luis Potosi.

Palabras Clave: Restaurante, consumidor, servicio, calidad.

INTRODUCCIÓN

Durante la investigación se En esta sección se debe describir el contexto y/o los antecedentes del trabajo. Se debe también indicar el planteamiento del trabajo realizado y los objetivos del mismo.

MARCO TEORICO

Esta sección es opcional. En caso necesario, se puede incluir esta sección para describir los modelos utilizados para la descripción de los fenómenos y/o procesos en estudio.
De todas las actividades de servicios, la industria restaurantera ocupa el segundo lugar en la generación de empleo, sólo detrás del sector de apoyo a los negocios y manejo de desechos, que reportó 55 128 personas más.

Tabla 1. Importancia económica de la industria restaurantera en el ámbito nacional y en los servicios no financieros. (2008).

	Total nacional.	Servicios privados no financieros. (S.P.N.F.)	Industria restaurantera. (I.R.)	Participación porcentual.	
				I.R., en nacional.	I.R., en S.P.N.F.
Unidades	3 724 019	1 348 581	347 199	9.32	25.75

[1]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Departamento o dependência: Urbano Villalón #127-2, himno Nacional 2da Secc, C.P: 78363, San Luis Potosí, SLP, 120998@upslp.edu.mx
[2]Universidad Politécnica de San Luis Potos, administración y gestión, urbano villalón #500, colonia la Ladrillera, Gloria Cristina Palos Cerda, C.P: 78363, San Luis Potosí, SLP, Cristina.palos@upslp.edu.mx

económicas.					
Personal ocupado total	20 116 834	6 859 659	1 310 381	6.51	19.10
Producción bruta total en miles de pesos.	10 998 426 457	1 725 058 846	175 485 761	1.60	10.17

Fuente: INEGI. Censos Económicos 2009. XVI Censo de servicios.
Por cada unidad económica dedicada a los servicios de salud y asistencia social privados hay 2.3 restaurantes y por cada unidad económica en los servicios educativos privados existen 8 restaurantes

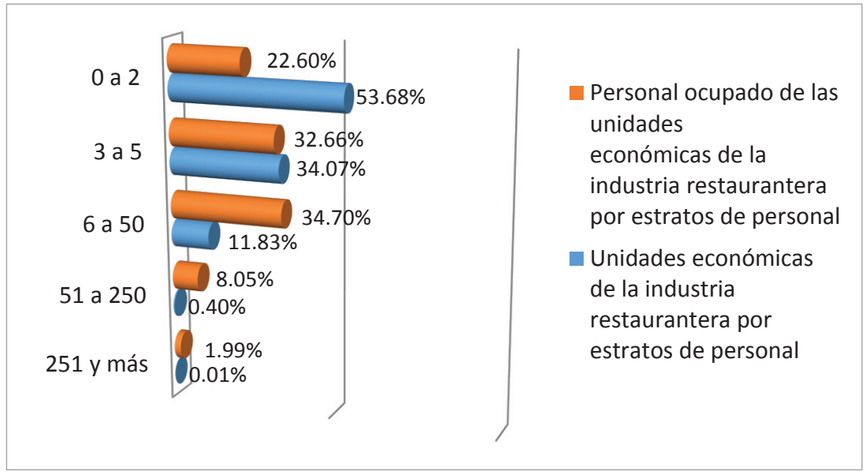


Figura1 personal ocupado, unidades económicas.
Fuente: INEGI. Censos Económicos 2009. XVI Censo de Servicios.

La tasa de crecimiento de la industria restaurantera de 1998 a 2003 en unidades económicas fue de 3.16% cuando de 2003 a 2008 fue de 7.41%. De igual manera existe un aumento en la tasa de crecimiento de personal ocupado pues de 1998 a 2003 fue de 4.76% cuando de 2003 a 2008 fue de 7.79%.
De 1 310 381 personas que trabajaron en la industria restaurantera, el 55.23% (723 780) son mujeres y 44.77% (586 601), hombres. (INEGI. Censos Económicos 1999, 2004 y 2009. (XIV, XV y XVI Censos de Servicios).

Participación porcentual del personal ocupado, según la clase de actividad; 41.6% Otros restaurantes con servicio limitado Y 31.7% Restaurantes de comida para llevar.

78.52% de las unidades económicas son establecimientos fijos; los cuales ocupan al 87.7% del personal ocupado total.

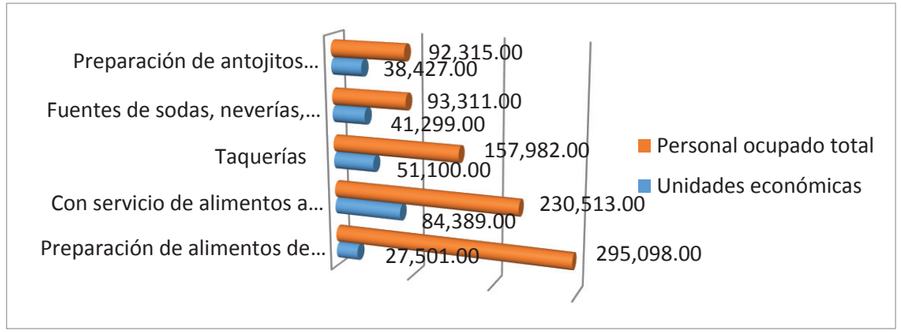


Figura2. Personal ocupado ,según la clase de actividad.
Fuente: INEGI. Censos Económicos 2009. XVI Censo de Servicios.

La mayor concentración de unidades económicas es en el Distrito Federal con 33, 348, siguiendo la ciudad de México con 31,002 y Jalisco con 19, 855. En relación a personal ocupado se concentran 193, 049; 109, 098 y 90, 154 respectivamente.
Tabla2. Principales variables económicas de la industria restaurantera.

	Unidades económicas	Personal ocupado total	Producción bruta total. (Mil pesos)
1998	4 230	11 690	630 435
2003	5 342	15 772	1 394 564
2008	7 471	23 523	2 539 220

Fuente: INEGI. Censos Económicos 2004. XVI Censo de Servicios.

MÉTODOS Y MATERIALES

De acuerdo a los materiales utilizados para la investigación se utilizó: computadora, 32 encuetas, lapiceros, teléfono celular, directorio para llevar a cabo la realización de las encuestas ya que primero se realizó vía telefónica pero como no se obtuvo una respuesta favorable se decidió ir a los establecimientos directamente para hablar con el encargado o gerente del restaurante para así poder realizar la encuesta.

RESULTADOS

Se llevaron a cabo 32 encuestas a restaurantes en la Zona Capital de San Luis Potosí, la encuesta estuvo dividida en 6 secciones:

- Datos del contacto de la empresa
- Antecedentes Generales del negocio,
- innovación de procesos,
- innovación organizacional,
- innovación en la producción del servicio
- y uso de programas gubernamentales de apoyo para las actividades relacionadas con la innovación.

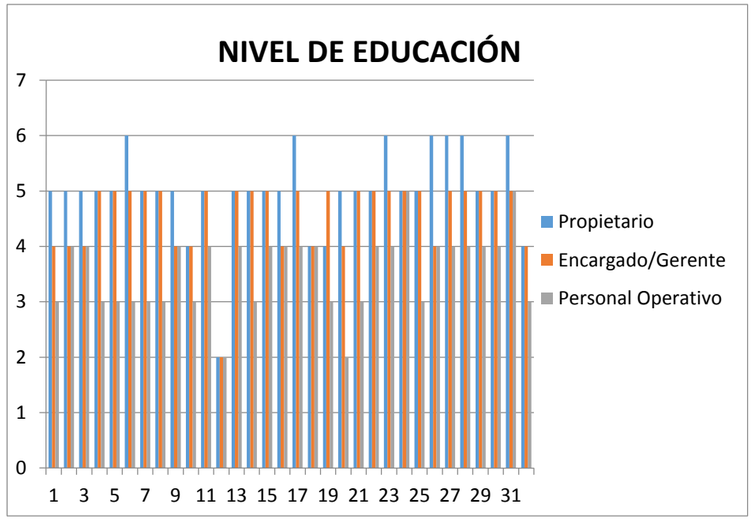
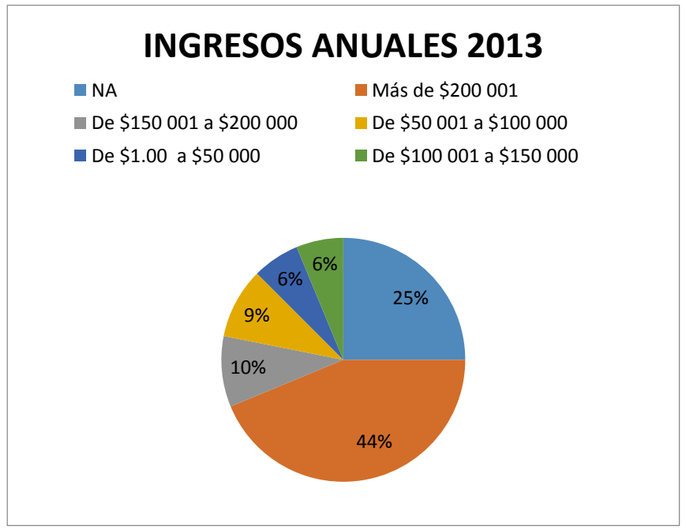


Figura3.
Ingresos anuales de los restaurantes 2013



6=Posgrado
5=Licenciatura
4= Bachillerato
3= Secundaria
2=Primaria
1= Menor a primaria

Figura4. Ingresos anuales de los restaurantes 2015

En 2015 el 59% de las empresas obtienen ingresos por más de $200,001. El 16% de los restaurantes obtienen ingresos de $150,001 a $200,000. Y el 10% no proporcionó ese tipo de información.

Se puede observar que el nivel de educación de los propietarios de los establecimientos el 69% tiene licenciatura y 22% de ellos tienen posgrado.
El 65% de los gerentes tienen licenciatura y el 35% tiene bachillerato.
El 87% del nivel Operativo tienen secundaria y bachillerato, mientas que el 13% solo tiene primaria.

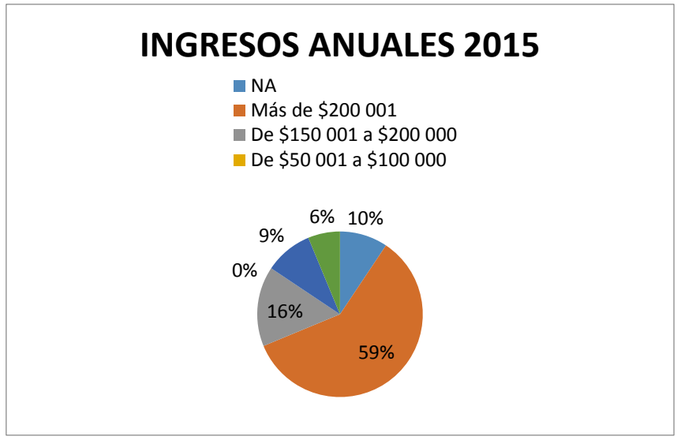


Figura5. Nivel de educación de los empresarios, encargados y personal operativo.

INNOVACIÓN DE PROCESOS
Durante los tres años 2013 a 2015,
El 78% de las organizaciones entrevistadas tuvieron nuevos o mejorados (significativamente) métodos de prestación del servicio y el 22% no tuvo ningún cambio.
El 84% de las organizaciones entrevistadas tuvieron nueva o mejorada (significativamente) logística, entrega o métodos de distribución para sus insumos o servicio y el 16% no tuvo ningún cambio.
El 87.5% de las organizaciones entrevistadas tuvieron un nuevo o mejorado (significativamente) apoyo a las actividades de proceso, tales como sistemas de operatividad, compras, contabilidad o mantenimiento y el 12.5% no tuvo ningún cambio.

INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL
Durante los tres años 2013 a 2015, ¿hizo su empresa introducción de…
El 75% de las organizaciones Sí realizaron prácticas comerciales nuevas para los procedimientos de la organización (por ejemplo, gestión de la cadena de suministro, la reingeniería de negocios, gestión del conocimiento, gestión de calidad, etc. El 25% no lo ha realizado.

CONCLUSIONES

En lo particular el proyecto fue satisfactorio ya que los resultados obtenidos reflejan el trabajo realizado durante la estancia del verano de la ciencia, y además nos deja un aprendizaje que con esta investigación se pueden encontrar otros motivos o razones a investigar en cuanto a porque los restaurantes no quieren contestar encuesta. Indicar de forma sintética las contribuciones más relevantes del trabajo.

Y por otra parte también es importante visitar los establecimientos para hacer el estudio de campo ya que por vía telefónica y correo electrónico puede no ser una manera correcta para hacer encuetas a este gremio restaurantero.

BIBLIOGRAFIA

cifras del sector restaurantero. (15 de Junio de 2016). Obtenido de CANIRAC: http://www.canirac.org.mx/pdf/canirac-20110713-cifras-del-sector-restaurantero.pdf

Conocer. (14 de Junio de 2016). Obtenido de Conocer : http://www.conocer.gob.mx/sector_restaurantero/relevancia.html

Huerta, G. B. (20 de Junio de 2016). *Industria restaurantera, mesa puesta para el empleo en México*. Obtenido de mejores empleos: http://www.mejoresempleos.com.mx/articulos/industria-restaurantera-mesa-puesta-para-el-empleo-en-mexico/

inegi. (23 de Junio de 2016). Obtenido de glosario: http://www.inegi.org.mx/lib/glosario/paginas/contenido.aspx?id_nivel=01030000000000&id_termino=289&id_capitulo=16&g=een&c=10614&s=est&e=

INEGI. (22 de Junio de 2016). Obtenido de inegi: http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/slp/economia/pib.aspx?tema=me&e=24

INEGI. (22 de 06 de 2016). Obtenido de PIB y Cuentas Nacionales : http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/pibe/tabulados.aspx

monografias. (15 de Junio de 2016). Obtenido de canirac: http://canirac.org.mx/monografias/pdf/Cap_3_Estructura_de_la_industria.pdf

sectur. (20 de junio de 2016). Obtenido de http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/InventarioTuristico.aspx

Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN 2013. (20 de Junio de 2016). Obtenido de SCIAN: file:///C:/Users/Usuario/Downloads/scian2013.pdf

TRANSFORMACIONES SOCIOCULTURALES DEL ÁREA METROPOLITANA DE QUERÉTARO, 1950-2000. ESTUDIO DE LAS INSTITUCIONES Y ÉLITES

Cynthia Berenice Medina Rivera[1] y Víctor Gabriel Muro González[2]

RESUMEN

La investigación se centra en identificar, especificar y valorar las transformaciones socioculturales en el área metropolitana de Querétaro, durante la segunda parte del siglo XX, lo cual supone explicar cómo y cuándo se produjeron, con el supuesto de la acción de algunas instituciones y actores sociales de la élite, como agentes decisivos en los cambios.

Se trata de lograr un análisis cultural diacrónico que muestre detalladamente: la dinámica de la iglesia católica, algunas instituciones educativas y políticas y determinados personajes reconocidos de la élite, en la transmisión y ruptura en creencias y prácticas culturales significativas; el carácter ideológico (tradicional/moderno) adquiere su conexión con comportamientos sociales específicos relacionados con el orden social, y la dinámica ideológica de la cultura regional.

ABSTRACT

The research focuses on identify, specify and evaluate the socio-cultural transformations in the metropolitan area of Querétaro, during the second part of the 20th century, which is explain how and when occurred, with the course of action of some institutions and social actors of the elite, as decisive agents in the changes.

It's achieving a diachronic cultural analysis that shows in detail: the dynamics of the Catholic Church, some educational and political institutions and certain recognized characters of the elite, in the transmission and rupture in belief and significant cultural practices; (traditional/modern) ideological character acquires his connection with specific social behaviors related to the social order, and the ideological dynamics of regional culture.

Palabras Clave: Transformaciones socioculturales, Querétaro, ideología, cultura regional, valores.

INTRODUCCIÓN

Planteamiento

La presente investigación está enfocada al análisis de la cultura regional de la zona metropolitana de Querétaro, desde 1940, en tanto transmite creencias, valores, prácticas y tradiciones, que propician un orden social con una fuerte cohesión social.

El estado de Querétaro se ha caracterizado, en el contexto nacional por su alto nivel de estabilidad social, desde el siglo XX, no obstante las situaciones de conflicto social que han producido en el país desde la Revolución de 1910. Por ello mismo, la histografía local ha registrado muy pocos acontecimientos donde han actuado grupos movilizados enfrentando a autoridades gubernamentales o afectando el orden social. Hay varios indicadores de ello: en el movimiento revolucionario, prácticamente los queretanos se abstuvieron de enrolarse en cualquiera de las fracciones combatientes; durante la Cristiada, no obstante el alto grado de catolicismo, sólo en algunos lugares del municipio de Colón y la Sierra hubo pequeños

grupos cristeros. Si bien hubo una buena cantidad de queretanos adheridos al Sinarquismo, no tuvo la misma significación política que en el Bajío: una vez que el Cardenismo terminó el caudillismo, en Querétaro ningún gobernador ha sido destruido, ni ha estado en riesgo de serlo.

Con la estabilidad social y política, en el estado, se encuentra un bajo nivel de conflicto, una institucionalización de la "paz social", un sólido ordenamiento social, los cuales han motivado una enorme inmigración, un intenso desarrollo económico y social y ser una excepción en la dinámica de violencia padecida en muchas regiones del país, en las últimas dos décadas.

En otros términos, el estado ha transitado de ser una zona con un marco de desarrollo bajo, desde la década de 1950, a un desarrollo modernizador intenso y sostenido en las últimas dos décadas, sin afectar la estabilidad y cohesión social, características. El proyecto de investigación pretende indagar los componentes y cambios socioculturales que han hecho del estado una región con las características mencionadas.

Objetivos

- Analizar el cambio sociocultural, en términos de conocimiento de la conducción de las élites y algunas instituciones en la modificación de creencias y prácticas culturales, de la población urbana, en el proceso de la modernización de la zona metropolitana de Querétaro.
- Examinar la permanecía y sustitución de creencias y valores.

MARCO TEORICO

Uno de los principales retos a los que se enfrenta un analista de la cultura es cuestionar el inicio de los modelos analíticos de las comunidades socioculturales. La globalización modifica los procesos de localización de la cultura y esta se ve alterada por nuevas proximidades que afectan la naturaleza de la vida cotidiana. (De la Torre, 2002)

En el Pueblito la vida de sus habitantes era reída por lo religioso y su administrador: la Iglesia, como consecuencia la mayoría eran devotos católicos, además eran respetuosos con los religiosos encargados el culto A las seis de la tarde sonaban las campanas llamando a oración para después dar paso al rezo, al sonar el reloj del santuario a las ocho de la noche se daba el toque de animas con la campana mayor, y una hora más tarde la bendición siendo el "toque de queda". (López Frías, 2000)

Murió en el Distrito Federal la señora Carmen Ballesteros de Castro, admirada y virtuosa dama que dejó huella en Querétaro por su ayuda a los más necesitados.
Anuncio el obispo Alfonso Toros Cobián que la iglesia creará escuelas para que los niños hagan la tarea durante la tarde, estarán atendidos por religiosas.
Muere el licenciado José Guadalupe Ramírez Álvarez, distinguido queretano que tuvo una vida multifacética en el saber, ya que abordo la jurisprudencia, el magisterio, la historia, periodismo entre otras muchas actividades.
Muere en Querétaro monseñor Rafael Herrera Tejeda, a los 90 años de edad. Fue sacerdote recto y muy querido. Al cumplir 50 años de sacerdocio el Papa Juan XXII le otorgó el título de prelado doméstico de su santidad.

[1]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Licenciado en Administración y Gestión, 6º semestre Urbano Villalón #500 Col. La Ladrillera, C.P. 78363, San Luis Potos, S.L.P. 130022@upslp.edu.mx
[2]Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales; Cerro de las campanas s/n, Las campanas CP: 76010, Santiago de Querétaro, Querétaro, muro.gabriel@gmail.com

Falleció el padre Carlos García, fundador del Colegio de Nuestra Señora de Guadalupe y San Juan Bosco, fue director donde se formaron alumnos que ahora son profesionistas, sacerdotes y altos funcionaros. Fue considerado sacerdote ejemplar.
Genera gran revuelo la especulación en sentido de que de establecerse un Tecnológico en Querétaro, se transferiría la carrera de ingeniería industrial.

Una comisión del Consejo Universitario de la UAQ encabezada por su rector Mariano Palacios, comenzará pláticas tendientes a solucionar el conflicto que mantiene en paro a la normal y a las escuelas universitarias por enfrentamiento con la policía.

Concluye el municipio dos obras importantes: La conexión del colector que llevará los desechos del rastro a través de tuberías y la calle que conectará a Corregidora y Pasteur paralelamente. Ordena salubridad no otorgar permiso de operación a vecindades que no cuenten con los servicios necesarios a fin de proteger a los habitantes de esos lugares, en los que hasta la fecha padecen serias carencias y condiciones de insalubridad.

Se construirá una secundaria con materiales prefabricados a fin de dar rápidamente cabida a los demandantes de ese servicio. El gobierno estatal donó para este fin 24 mil metros cuadrados cerca del Cerro de las Campanas. Se inicia la construcción de las 172 casas para los trabajadores que perciben el salario mínimo en la Unidad Habitacional Ciudad Satélite, estará ubicada en la parte sureste de la ciudad atrás de los terrenos de una embotelladora. (Ballesteros Martínez, 2003)

Una de las cosas que se pretendió cambiar fue la vestimenta de los pobres, los calzoncillos de manta para hombres se consideraron indecentes. Se tomó una medida de higiene con el fin de avanzar la cultura del pueblo en la ciudad de Querétaro. El 15 de mayo del 1887 la autoridad municipal no debía tolerar el pretexto de la pobreza, aquellos quienes anduvieran con calzón de manta eran castigados y llevados a la cárcel. (Gutiérrez Grageda, 2008)

La jerarquía católica ha manifestado en múltiples ocasiones su desautorización de la noción de Dios como energía cósmica. Al conjunto de religiosidades que toman elementos prestados de las tradiciones más heterogéneas: el esoterismo, la magia, el espiritismo, la religión oriental o prehispánica se les ha denominado religiosidades que conforman una nebulosa místico-esotérica, debido a su carácter flexible. Estas religiosidades lejos de ser grandes instituciones de la religión se sitúan en el dogma y la exploración de nuevas vías de experimentación de lo sagrado. (De la Torre, 2002)

Los domingos se presentaba la población entera para oír misa desde las cuatro de la mañana. Una vez concluida misa, acudían la panadería "Aurora" para comprar pan recién salido. Después del almuerzo acudían a comprar su despensa, efectuaban sus compras en el tianguis. Las fiestas de honor de los santos patronos, esto sucedía a lo largo de todo el año y se consideraban que las más importantes eran las de 5 de febrero, en honor de la Santísima Virgen del Pueblito y la Semana Santa. (López Frías, 2000)

Ávila Camacho y Miguel Alemán Velasco consideraron que la principal vía de desarrollo del país debería de ser la industria. Para ello promovieron una estrategia, apoyada en la protección estatal a la industria, esta consistió en sustituir productos comprados en el exterior principalmente de Estados unidos y de Europa. Esta primera experiencia de industrialización no fue del todo exitosa, debido que para atraer capitales se necesitaba un ciudad y una región con mejores condiciones en carreteras, en energía eléctrica y que estuviera equipada con un sistema de agua potable, drenaje. (Miranda Correa, 2008)

El movimiento migratorio no consiste en la simple reubicación de la población, siempre surgen flujos y reflujos culturales que afectan al contexto de origen, en el intercambio emergen particularidades de individuos y grupos que expresan sus marcos sociales y culturales. La dinámica migratoria queretana debe revisarse a partir de las variantes culturales en que los esquemas de comportamiento los valores

vigentes y las necesidades sentidas, definen las modalidades de cada movimiento. (Castillo Escalona, 2007)

El problema planteado considera que el adolescente pandillero esta posiblemente tratando de preservarse en un medio hostil que no le permite expresarse y que no le da otra alternativa que someterse al rol empobrecido y marginado. La agresión es una manifestación cotidiana en la colonia. El adolescente en sus relaciones se manifiesta una conducta dependiente y regresiva que denota su indiferenciación en entorno al amor y al odio. (Glieman, 1989)

En la Facultad de Psicología de Querétaro, el Psicoanálisis entró como una disciplina interesante, digna de estudio, con el paso del tiempo se convirtió en la columna vertebral de la formación del Psicólogo clínico. (Colìn, 1989)

Los queretanos más vinculados con el comercio, los servicios y con la pequeña y mediana industria tuvieron la visión suficiente para percibir que industrializado Querétaro obtendría grandes beneficios económicos.
Los más entusiasmados con las campañas de industrialización fueron: el propietario de la embotelladora La Victoria y un importante ferretero. En la rama de servicios se reacondicionó el motel y balneario, se fundó la inmobiliaria Casas Modernas de Querétaro. (Miranda Correa, 2008)

El modelo migratorio en cuanto estrategia de desarrollo regional o estatal y mucho más de orden nacional con base en su inestabilidad. Mientras que la mayoría de los migrantes son hombres adultos que dejan en su comunidad de origen a la familia, las divisas obtenidas en el extranjero fluyen regularmente hacia sus respectivos municipios y estados. (Castillo Escalona, 2007)

MÉTODOS Y MATERIALES

El método que se llevó a cabo para la recopilación de información fue realizar entrevistas estructuradas a personas que cumplieran con un perfil. Este perfil depende de la edad, sexo, lugar de origen, posición social, conocimiento del estado de Querétaro. También para la estructuración del marco teórico, la recopilación de información se llevó se mediante revistas, libros, periódico y base de datos de la Universidad Autónoma de Querétaro. Con obtuvo una obtención de información útil en cuanto al tema: Transformaciones Socioculturales del Área Metropolitana de Querétaro, 1950-2000. Estudio de las Instituciones y Élites.

RESULTADOS

Los resultados no han sido obtenidos, debido a que en la estancia solo se realizó la elaboración del marco teórico y también se hizo un formato para realizar encuestas y así recabar información. La investigación tendrá una terminación el día 1º de enero de 2018.

CONCLUSIONES

La realización del encuestas pudimos darnos cuenta que los Queretanos aún son religiosos, la estancia del verano me permitió observar y conocer la importancia de la religión en este Estado.
La religión es un tema importante debido al aparecimiento y desarrollo de nuevos movimientos religiosos. Con la recopilación de información del marco teórico también fue muy útil para ver lo cambiante que son las personas para el tema de la religiosidad.

AGRADECIMIENTOS

- Al Dr. Gabriel Muro por su gran apoyo, paciencia, atenciones y ser la persona que estuvo a mi cargo durante mi estancia y a su familia por el apoyo que me brindaron.
- A mi mamá Ma. Del Socorro Rivera Hernández, mi papa y mis hermanos, por el apoyo, confianza que me brindaron en este tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

"Alta Tecnología Electrónica de la Actual Administración". (1986). *Informes de Querètaro*, pp.29-31.

"Mejoran y Humanizan Sistemas en el Centro de Readaptación Social". (1986). *Informes de Querètaro*, pp.13.

"Obras Para el Desarrollo Cultural". (1986). *Informes de qurètaro*, pp.7.

Arredondo Vega, D. m. (1992). "La Carrera de Psicología frente al cambio". *Psicología y Sociedad*, 29-34.

Ballesteros Martínez, A. (2003). Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre. En A. Ballesteros Martínez, *Efemérides, Querétaro 1800-1980* (págs. 147-401). Querétaro: ARMÁNDOLO JUNTOS, Municipio de Querétaro.

Castillo Escalona, A. (2007). "Tipos de migración en el estado de Querétaro". En J. Nieto Ramírez, *Migración y cambio cultural en Querétaro* (págs. 13-22). Querétaro: EDICIONESUAQ.

Colìn, A. (1989). "La Extensión del Psicoanálisis en Querétaro". *Psicología y Sociedad*, 15-20.

De la Torre, R. (2002). "Mentalidades religiosas: cambios y continuidades en la globalizaciòn". En G. De la Peña, & L. Vàzquez Leòn, *La antropologìa sociocultural en el Mèxico del Milenio* (págs. 390-415). Mèxico: INI/CA/CFE.

Estrada Correa, D. R. (1986). "Murió su Cronista, José Guadalupe Ramírez Álvarez". *Informes de Querètaro*, pp.15-19.

Glieman, N. (1989). "El adolescente y la agresión en una colonia suburbana". *Psicología y Sociedad* , 25-29.

Gutiérrez Grageda, B. E. (2008). "Cambiar las costumbres". En L. Samohano, B. Gutièrrez, & E. Miranda, *Querètaro. Una historia al alcance de todos* (Primera ed., pág. 148). Querètaro, Mèxico: D.R.

López Frías, E. (2000). "Vida Diaria". En E. López Frías, *El Pueblito: sus calles y su gente* (págs. 49-60). Corregidora, Querétaro, México: H.Ayuntamiento Constitucional.

Miranda Correa, E. (2008). "El Querétaro de la Posguerra: de lo rural a lo Industrial, 1940-1973". En L. Samohano, B. Gutiérrez, & E. Miranda, *Querétaro: Una historia al alcance de todos* (Primera ed., págs. 71-203). Querétaro, México: D.R.

Morales Avilès, G. (1986). "Ambicioso Programa de Alfabetización, Aporta Querétaro 100 Millones de Pesos". *Informes de Querètaro*, pp.4.

Rivera, G., & Romero, B. (1994). "Estudio sobre las adicciones en Querétaro". *Psicología y Sociedad*, 5-

POLÍTICAS PÚBLICAS Y ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL EN MÉXICO, EL CASO DE LA DESCENTRALIZACIÓN FISCAL

Jorge Alejandro Medrano Richkarday[1] y Manuel Díaz Flores[2]

RESUMEN

El objetivo de esta investigación analizar y comparar la autonomía financiera de los estados y municipios de México en el periodo 1993-2006, agrupándolos en las 5 Regiones en las que divide el INEGI a las 32 entidades federativas del país y sus ayuntamientos, con el fin de contribuir a la reflexión sobre la necesidad de diseñar estrategias nacionales, regionales y locales más adecuadas para hacer frente a la gran diversidad de problemáticas en cada región y localidad, fortaleciendo la idea de que no se pueden seguir diseñando estrategias uniformes y generales en materia de Coordinación Fiscal dado que estamos frente a un país sumamente heterogéneo.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze and to compare the financial autonomy of the municipalities and states in Mexico in the period 1993 – 2006, getting them together on 5 regions that INEGI divides the 32 federal entities of this country and its towns, this looking for contributing to the reflection about the need of designing national, regional and local strategies more adequates to attend the big problematic diversity at each region and town, strenghting the idea of it can not keep making uniform and general strategies on the subject of fiscal coordination because we live in a very heterogeneous country.

Palabras clave: descentralización, autonomía, capacidades, federalismo, región.

INTRODUCCIÓN

Según algunos organismos como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), el proceso de descentralización fiscal que se ha ido aplicando en México ha logrado dinamizar sus relaciones fiscales intergubernamentales, fortaleciendo su sistema de Coordinación Fiscal, adoptando como medidas principales el aumento de las participaciones federales a estados y municipios, la liberación de algunas fuentes tributarias federales a éstos, y la transferencia de recursos y funciones federales de gasto. Los grandes desafíos de este nuevo reparto tributario son lograr un equilibrio en la división de funciones y recursos financieros entre los tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal, con un balance tal que permita sobre todo a estos dos últimos tener una mayor capacidad institucional para la toma de decisiones de manera soberana, atendiendo las necesidades locales y regionales, aumentando su capacidad de respuesta y de autoridad en el uso y asignación de los recursos, tratando de lograr una mayor eficiencia fiscal.

El cumplimiento de estos retos constituirá un fuerte impulso al Federalismo Fiscal Mexicano (González Hernández & Pérez Torres, 1998). Por esta razón, las estrategias deberán ser también diferenciadas, de acuerdo a la problemática y potencial de cada región, en el entendido de que lo que funciona en un lugar no necesariamente tiene que funcionar en otro.

[1] Universidad Autónoma de Zacatecas, Unidad Académica de Economía; Av. Preparatoria s/n, Col. Hidráulica, C.P. 98068, Zacatecas, Zac. jorge_richkarday@hotmail.com
[2] Universidad Autónoma de Aguascalientes, Departamento de Economía del Centro de Ciencias Económicas y Administrativas; Av. Universidad # 940, Ciudad Universitaria, C. P. 20131, Aguascalientes, Ags. mdiaz@correo.uaa.mx

MARCO TEÓRICO

Para el caso de México, el sistema tributario, al igual que en otros países, tiene dos elementos fundamentales: un marco normativo o legal (principios y reglas que definen figuras tributarias, impuestos, derechos, etc.), y las técnicas fiscales para mejorar la recaudación y hacerla más equitativa de acuerdo a los objetivos de la sociedad y del gobierno en turno. Características como equidad, justicia, precaución, corrección, sustentabilidad, estabilización, estímulo, capacidad de pago, generalidad e igualdad son fundamentales en opinión de muchos expertos alrededor del mundo para conformar un sistema tributario moderno y eficiente (Ayala Espino, 2001).

Además de estas características, el presente trabajo se guía en las recomendaciones hechas por Joseph Stiglitz para diseñar un sistema tributario que apto para obtener recursos para el Estado y asegurar un trato equitativo del contribuyente, sin distorsionar las actividades económicas y simplificando los procedimientos del pago de impuestos, simultáneamente.

Así pues, los conceptos de *eficiencia económica* (no interferencia respecto a la asignación eficiente de los recursos), *sencillez administrativa* (formulación fácil y barata del sistema administrativo), *flexibilidad* (facilidad de respuesta ante cambios en las circunstancias económicas), *responsabilidad política* (garantiza que cada individuo pueda saber qué está pagando, esto con el fin de expresar sus preferencias ante el sistema político), *equidad horizontal* (trato igual para todos los individuos en los aspectos más relevantes), y *equidad vertical* (trato diferenciado a los individuos con mayores ingresos, por lo que deben pagar más impuestos) se hacen presentes en toda propuesta que pretenda forjar un sistema tributario competitivo (Díaz Flores, 2008), como se está intentando en México.

METODOLOGÍA

El análisis hecho en este trabajo se centra en el desempeño recaudatorio que estos dos ámbitos de gobierno (estatal y municipal) han tenido en años recientes. Los datos estadísticos recabados fueron sistematizados y analizados mediante modelos econométricos y muestras estadísticas, aplicados a cada región, tratando de encontrar similitudes y diferencias entre las mismas para identificar las homogeneidades más significativas. De manera gráfica, los resultados obtenidos se agruparán en tablas para facilitar su análisis visual.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para realizar cualquier tipo de reforma en materia de descentralización fiscal, primero es indispensable someter a discusión el tema de las capacidades institucionales de los estados y municipios de México para afrontar los retos que conlleva la administración de recursos públicos, así como las fluctuaciones en sus finanzas.

En el caso mexicano las posturas tienden a polarizarse, ya que existen grupos que sostienen que a los gobiernos subnacionales se les debe asignar urgentemente los mayores recursos posibles, puesto que la transición política que atraviesa el país exige nuevos equilibrios intergubernamentales y esto sólo se logrará acelerando la descentralización fiscal. Por otra parte, hay quienes sostienen que la descentralización fiscal debe esperar, ya que los gobiernos subnacionales no tienen todavía las condiciones institucionales y administrativas requeridas para asumir mayores compromisos.

Sin embargo, el carácter extremo de ambas posturas asegura, o cuando menos sugiere, que la realidad de los gobiernos subnacionales es única y homogénea. Ni todos los gobiernos estatales y municipales del país están preparados para recibir una descentralización rápida de recursos, ni todos se encuentran en una situación de rezago y fragilidad institucional (Cabrero Mendoza, 2004). Esta situación hace urgente la incorporación de la distinción de la realidad estatal y municipal al análisis del federalismo que se estudia en este trabajo.

El concepto de la capacidad institucional puede aplicarse al sector público como la habilidad o suficiencia de la configuración de las instituciones de dicho sector para permitir la coordinación y la agregación de intereses divergentes a fin de promover políticas que reflejen el interés público y garanticen la prestación eficiente de servicios. Según la clasificación de Grindle, existen cuatro tipos de capacidades institucionales, definidas como la habilidad para lograr una meta trazada desde la gestión pública, es decir, la capacidad del gobierno para afrontar los problemas sociales, que son: 1) Capacidad administrativa (habilidad de las dependencias gubernamentales para llevar adelante la entrega de bienes y servicios; 2) Capacidad técnica (habilidad para manejar cuestiones económicas y seguir los cursos de acción pertinentes; 3) Capacidad política (habilidad para responder a demandas sociales, permitir la canalización y representación de intereses sociales e incorporar la participación social en la toma de decisiones; y 4) Capacidad organizacional (habilidad para sentar y fortalecer las reglas que gobiernan la interacción política y económica) (Ahuactzin, 2014).

Una investigación previa realizada por el profesor Manuel Díaz Flores jerarquizó la capacidad de los estados para recaudar específicamente el Impuesto Sobre la Renta (ISR) y el Impuesto al Valor Agregado (IVA), cuyos resultados, mismos que pueden ser observados en la Tabla 1, están estrechamente correlacionados con el grado de urbanización que hay en cada entidad federativa, siendo el Distrito Federal (ahora Ciudad de México) la demarcación política con mayor coeficiente en ambos indicadores, mientras que Oaxaca fue el peor calificado en ambos rubros.

Tabla. 1. Coeficientes de recaudación de los estados de la República Mexicana 1993 – 2006

ISR	1993-2006		IVA	1993-2006	
	Coeficiente	Ranking		Coeficiente	Ranking
DISTRITO FEDERAL	5	1	DISTRITO FEDERAL	3.6	1
NUEVO LEÓN	1.6	2	TAMAULIPAS	3.2	2
QUERÉTARO	0.7	3	COLIMA	2.2	3
BAJA CALIFORNIA	0.7	4	NUEVO LEÓN	1.2	4
JALISCO	0.5	5	BAJA CALIFORNIA	0.6	5
COLIMA	0.3	6	AGUASCALIENTES	0.5	6
BAJA CALIFORNIA SUR	0.6	7	VERACRUZ	0.4	7
MÉXICO	0.4	8	QUINTANA ROO	0.4	8
COAHUILA	0.6	9	QUERÉTARO	0.3	9
TAMAULIPAS	0.5	10	JALISCO	0.3	10
CHIHUAHUA	0.5	11	CHIHUAHUA	0.3	11
QUINTANA ROO	0.5	12	SONORA	0.3	12
VERACRUZ	0.2	13	MÉXICO	0.3	13
SAN LUIS POTOSÍ	0.3	14	BAJA CALIFORNIA SUR	0.3	14
MORELOS	0.3	15	CAMPECHE	0.3	15
AGUASCALIENTES	0.4	16	PUEBLA	0.2	16
GUANAJUATO	0.2	17	MORELOS	0.2	17
SINALOA	0.3	18	YUCATÁN	0.2	18
PUEBLA	0.3	19	SINALOA	0.2	19
YUCATÁN	0.3	20	GUANAJUATO	0.1	20
TABASCO	0.2	21	COAHUILA	0.1	21
ZACATECAS	0.2	22	SAN LUIS POTOSÍ	0.1	22
TLAXCALA	0.2	23	HIDALGO	0.1	23
SONORA	0.4	24	MICHOACÁN	0.1	24
NAYARIT	0.2	25	ZACATECAS	0.1	25
MICHOACÁN	0.1	26	TLAXCALA	0.1	26
HIDALGO	0.1	27	TABASCO	0.1	27
CHIAPAS	0.1	28	CHIAPAS	0.1	28
CAMPECHE	0.3	29	DURANGO	0.1	29
GUERRERO	0.1	30	GUERRERO	0.1	30
DURANGO	0.1	31	NAYARIT	0.1	31
OAXACA	0.1	32	OAXACA	0	32

Haciendo un análisis regional, la mayoría de los conjuntos estatales muestran heterogeneidades muy marcadas, haciendo imposible identificar un único patrón entre sus integrantes, lo que a su vez, vuelve muy difícil la formulación de una propuesta regional para adaptar el sistema de Coordinación Fiscal a nivel regional. La única región que presenta características más o menos homogéneas es la Sur – Sureste, que comprende a los estados de Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán, ya que, salvo el caso de Quintana Roo, que es una de las entidades que más recaudan por concepto de pago de ISR e IVA, las demás entidades federativas sureñas se encuentran en los últimos lugares (Oaxaca, Guerrero y Chiapas, en orden ascendente) o por debajo de la media nacional.

CONCLUSIONES

Empíricamente se observa que entre mayor es la población urbana en los estados, mayor es su coeficiente de recaudación. Esto se debe a la mayor facilidad con la que cuentan tanto los contribuyentes para hacer sus pagos, como los servicios de recaudación tributaria para recibirlos, traducido en gran parte en mejores mecanismos de cobro, mayor cantidad de puntos de recaudación y mayor diversidad de medios de pago, sobre todo aquéllos en formato electrónico.

Resulta claro también que una mayor concentración de la población aumenta los coeficientes de recaudación, es decir, que entre más dispersa se encuentre la población, mayores dificultades para cobrar impuestos tendrán las autoridades estatales y municipales.

La debilidad de los ingresos estatales está relacionado con el bajo potencial recaudatorio de los impuestos estatales, debido a que el diseño del Sistema Nacional de Coordinación Fiscal permite que la Federación recaude los impuestos de mayor potencial, mientras que los municipios dependen mucho del cobro de impuestos relacionados con el número de habitantes con que cuentan, lo que provoca que sólo los municipios metropolitanos y algunos urbanos tengan cierta autonomía financiera (Díaz Flores & González Acolt, 2013).

Hay un factor adicional que explica la baja recaudación del impuesto: su evasión. La ley complica la elaboración y presentación de facturas o comprobantes. Al mismo tiempo, las posibilidades de deducción del impuesto, por el lado del ISR, son muy restringidas, por lo que la solicitud de esas facturas es generalmente inútil para el consumidor final. Al contrario, al comprador del bien o del servicio puede convenirle la compra sin factura, si se traduce en una reducción del valor del mismo. Por su parte, el

vendedor puede beneficiarse al no dar factura porque se ahorra el IVA que tendría que acreditar frente al fisco y declara menos impuesto sobre la renta, al no registrarse la venta (Hernández Trillo, Zamudio, & Guerrero Amparán, 2004).

El gran reto de la descentralización fiscal en un país como México, cuyo federalismo fiscal tiene una base tan desigual, es fortalecer los ingresos propios de las entidades federativas desde un punto de vista regional y no de manera individual, esto con el fin de reducir las problemáticas que se presentan al momento de empatar la responsabilidad fiscal con la equidad (Díaz Flores & González Acolt, 2013).

En resumen, se requiere de una reforma fiscal que ataque los principales problemas descritos anteriormente, por lo que se propone que las características que integren a dicha propuesta sean las siguientes:

- Ampliar la base de contribuyentes
- Ampliación del marco de impuestos progresivos para que quienes ganen más sean gravados en una correcta proporción
- Promover esquemas que permitan una mayor participación de estados y municipios en la administración y fiscalización, en aquellos impuestos que tengan más ventajas por su cercanía con el contribuyente
- Reducir los costos de recaudación y administración de los impuestos, mediante la eliminación gradual de trabas burocráticas y puestos superfluos
- Simplificación de los trámites de pago para facilitar la participación de los contribuyentes y aumentar la recaudación
- Castigos más severos contra la defraudación fiscal
- Que cada estado diseñe una propuesta de recaudación fiscal que determine de manera objetiva las necesidades y capacidades del mismo para la administración de los recursos públicos de manera más ágil y sin necesidad de esperar la aprobación de la mayoría de los proyectos y presupuestos por parte del gobierno federal, garantizando así una mayor autonomía financiera, pero adjudicándose las responsabilidades correspondientes, esto con el fin de adaptarse de una manera más adecuada a la distribución de los recursos planteada en el Sistema Nacional de Coordinación Fiscal.

BIBLIOGRAFÍA

Ahuactzin, L. (2014). *www.lase.mx.* Recuperado el 21 de Junio de 2016, de http://www.lase.mx/ensayos/la-capacidad-institucional-de-los-municipios-mexicanos/

Ayala Espino, J. (2001). *Economía del sector público mexicano.* Ciudad de México: Esfinge.

Cabrero Mendoza, E. (2004). Capacidades institucionales en gobiernos subnacionales en México ¿Un obstáculo para la descentralización fiscal? *Gestión y política pública* , 753-784.

Díaz Flores, M. (2008). Hacia un sistema tributario mexicano competitivo. En *Agenda y propuestas para la reforma de las instituciones públicas de México* (págs. 51-67). Guanajuato: ANUIES.

Díaz Flores, M., & González Acolt, R. (2013). Fortalecimiento de la autonomía financiera de los gobiernos estatales y municipales en México: un enfoque regional. En M. Díaz Flores, *Estructura productiva y potenciales de la economía del estado de Aguascalientes: una perspectiva regional* (págs. 13-41). Aguascalientes: UAA.

González Hernández, I., & Pérez Torres, J. (Septiembre de 1998). *repositorio.cepal.org.* Recuperado el 21 de Junio de 2016, de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/7441/S9800079_es.pdf?sequence=1

Hernández Trillo, F., Zamudio, A., & Guerrero Amparán, J. P. (2004). *http://www.amit.org.mx/.* Recuperado el 27 de Junio de 2016, de http://www.amit.org.mx/wp-content/uploads/2012/02/Los-impuestos-en-M%C3%A9xico-quien-los-paga.pdf

LA TRANSFORMACIÓN DEL SISTEMA JURÍDICO MEXICANO PARA LA PROTECCIÓN DE DERECHOS HUMANOS EXIGE LA APLICACIÓN DEL PRINCIPIO PRO PERSONA EN EL ÁMBITO DE LAS COMPETENCIAS ADMINISTRATIVAS

Elizabeth Mendoza Morales[1] y Alina del Carmen Nettel Barrera[2]

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se aborda cómo la actuación formal de la administración pública en especial, el acto administrativo y el procedimiento administrativo, como instrumentos jurídicos para tutelar los derechos humanos dentro del contexto del derecho administrativo, partiendo del cambio de paradigma constitucional desde las corrientes jurídicas del neoconstitucionalismo y garantismo. Los objetivos abordados son analizar el cambio de paradigma constitucional en relación a la actuación de las Administraciones públicas, estudiar las vertientes formales de actuación del Derecho administrativo para la protección de los derechos humanos así como abordar el principio pro persona en el ejercicio de potestades administrativas. El trabajo se desarrolló bajo una metodología dogmático formalista en torno al análisis e interpretación del Derecho administrativo.

ABSTRACT

In this research paper discusses how the formal performance of public administration in particular, the administrative act and the administrative procedure, as legal instruments to protect human rights within the context of administrative law, based on the change of constitutional paradigm from neoconstitutionalism legal currents and guarantees. The discussed objectives are to analyze the change of constitutional paradigm in relation to the performance of public administrations, study the formal aspects of performance of administrative law for the protection of human rights and address the pro persona principle in the exercise of administrative powers. The work was developed under a formal dogmatic methodology around the analysis and interpretation of administrative law.

Palabras clave: neoconstitucionalismo, garantismo jurídico, derechos humanos, actividad administrativa, principio pro persona.

INTRODUCCIÓN

El 11 de junio de 2011, dentro de nuestro ordenamiento jurídico, se concretó la reforma constitucional en materia de derechos humanos, misma que se desprende del párrafo segundo del artículo primero constitucional, el cual señala que: “las normas relativas a los derechos humanos se interpretaran de conformidad con esta constitución y con los tratados internacionales de la materia favoreciendo en todo tiempo a las personas la protección más amplia”. Esta reforma que modifica el artículo primero constitucional encuentra su antecedente en el caso Rosendo Radilla vs.

México, en la sentencia emitida por la Corte Interamericana de Derechos Humanos, ya que con la ratificación de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, México adquirió la obligación de cumplir las decisiones de dicha corte (Bahena Villalobos, 2015).

[1] Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Derecho; Calle Cuatro, No. 305, Colonia Comerciantes, C.P. 76087, Santiago de Querétaro, Qro.; emm.92@hotmail.com
[2] Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Derecho, Edificio E, Cubículo 6, Cerro de las Campanas S/N, Centro Histórico, Santiago de Querétaro, Qro.; alinanettel@hotmail.com

De esta reforma emana el principio pro persona que se incorpora a nuestra constitución, el cual puede definirse como: “el criterio hermenéutico que informa todo el derecho de los derechos humanos, en virtud del cual se debe acudir a la norma más amplia, o a la interpretación más extensiva, cuando se trata de reconocer derechos protegidos, e, inversamente, a la norma o a la interpretación más restringida cuando se trata de reconocer restricciones permanentes al ejercicio al ejercicio de los derechos a su suspensión extraordinaria” (Pinto, 1997).

El juez Rodolfo E. Piza Escalante, en uno de sus votos adjuntos a una decisión de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, definió al principio pro persona afirmando que es un criterio fundamental que impone la naturaleza misma de los derechos humanos, la cual obliga a interpretar extensivamente las normas que los consagran o amplían y restrictivamente las que los limitan o restringen. De esta forma el principio pro persona conduce a la conclusión de que la exigibilidad inmediata e incondicional de los derechos humanos es la regla, y su condicionamiento, la excepción (Medellín Urquiaga, 2013).

La inclusión del principio pro persona dentro de nuestro texto constitucional reconoce a las personas sus derechos humanos y fundamentales; este principio tiene como finalidad que las autoridades, en el ámbito de sus competencias, interpreten de manera extensa las leyes y las normas, de forma tal, que se pueda concretar el mayor beneficio para cada individuo.

En virtud de lo anterior, el derecho que se encuentra contenido en nuestro ordenamiento jurídico, es decir, en la constitución, en las leyes y en las normas, se hace extensivo, puesto que en materia de derechos humanos, el operador jurídico debe analizar la norma que sea más conveniente al caso concreto para la protección de los derechos de la persona, pudiendo aplicar los tratados internaciones de los cuales el Estado Mexicano sea parte, si en ellos se encuentra contenida una protección más amplia que garantice el cumplimiento de los derechos del ciudadano.

En este orden de ideas, la actuación formal de la administración pública, que se presenta como un medio de expresión de la voluntad del poder público en la administración pública, debe atender a los requerimientos del derecho, en los cuales se destaca el respeto a los derechos humanos.

El concepto doctrinal de acto administrativo enuncia que éste “es toda manifestación de voluntad, de juicio, de conocimiento o de deseo realizada por una administración pública en ejercicio de una potestad administrativa distinta de la potestad reglamentaria. En la categoría de acto administrativo se incluyen todas las declaraciones del expresado carácter, cualquiera que sea su formalización externa” (Parejo Alfonso, 2003).

Para ello, necesariamente la declaración final debe ser el resultado, en el caso particular, de una potestad administrativa en su ejercicio, atribuida por un ordenamiento mediante un órgano competente para tal efecto. Es a través del acto administrativo que se genera, se integra y se ejecuta la voluntad del órgano administrativo.

Los elementos de seguridad del acto administrativo son: el sujeto, que es siempre un órgano administrativo competente, el cual actúa por medio de funcionarios o empleados debidamente facultados para ello; la manifestación de la voluntad, que refiere la expresión de una decisión del órgano administrativo, pronunciada en cualquier sentido y que provoca consecuencias de derecho de tipo subjetivo; el objeto, es decir, el fin que persigue la administración pública al emitir el acto, el cual se traduce en la creación, transmisión, registro, reconocimiento, modificación o extinción de situaciones subjetivas de derecho, con la intención de satisfacer el interés de la colectividad; la forma, que es la manera en la que se expresa o se exterioriza la voluntad del órgano administrativo, el cual generalmente se manifiesta por escrito o de forma verbal; y el mérito, que es la exteriorización del principio de oportunidad (Martínez Morales, 2007).

Este último elemento, refiere la conveniencia del acto administrativo, pues el ejercicio conjunto de la administración debe realizarse de manera oportuna, conveniente, útil, eficiente y justa. Esto toma relevancia por la evidente necesidad de que la actuación del poder ejecutivo y de sus dependencias sea conforme a derecho y no ajena a éste.

De esta manera, la motivación es una forma de control de la causa del acto. Dentro de tal motivación, se deben describir las circunstancias de hecho que permiten la aplicación del precepto jurídico al caso en particular. Para que esto pueda actualizarse, la motivación debe ser racional y con una estructura lógica, estableciendo una serie de argumentos para que pueda ser clara, y para que con ello, el acto fundamente la decisión que en sí mismo determina.

Es así, que el planteamiento del problema que nos atiende se refleja en las siguientes interrogantes: ¿cómo actúan el neoconstitucionalismo y el garantismo en la administración pública?, ¿cómo la administración pública aplica el principio pro persona?

En razón de lo anterior, los objetivos del presente trabajo de investigación son los siguientes: en primer lugar, conocer el cambio de paradigma constitucional; como segundo lugar, estudiar las vertientes formales de la actuación administrativa, particularmente del acto administrativo y sus elementos; y, como tercer punto, abordar la motivación del acto administrativo y de sus elementos como mecanismo de transparencia en la aplicación del principio pro persona.

De esta manera, los apartados dentro del trabajo de investigación se traducen en cinco capítulos, estructurados de la siguiente manera: como primer apartado, la introducción; en el segundo apartado, cambio de paradigma constitucional en relación a las administraciones públicas; como tercer punto, las vertientes formales de actuación administrativa para la protección de los derechos humanos; como cuarta sección, el acto administrativo en la aplicación del principio pro persona, límites y expectativas; y, finalmente, un quinto apartado que atiende a las conclusiones del mismo.

METODOS

El trabajo se desarrolló bajo una metodología dogmático formalista del ámbito jurídico a partir del análisis y sistematización de las normas. La información se obtuvo principalmente de fuentes indirectas documentales, legislación, doctrina y jurisprudencia.

RESULTADOS

El modelo neoconstitucionalista va más allá de la evolución del constitucionalismo tradicional: es una visión que genera impacto en el derecho. La constitución se presenta como la base de todo sistema jurídico, pero es una constitución pensada en términos de principios y directrices que no encuentran su interpretación en los métodos tradicionales del derecho, sino en la ponderación. En razón de lo anterior, el neoconstitucionalismo concibe al juez y a la autoridad como actores activos y críticos en su sistema jurídico que debe ir más allá de la ley. Por otra parte, garantismo es una ideología jurídica, es decir, una forma de representar, comprender, interpretar y explicar el derecho.

Se parte de la idea de que una garantía es una técnica normativa dentro del derecho e integra dos categorías para tales garantías: por un lado, garantías primarias o sustanciales, que se traducen en las conductas, en formas de obligaciones de hacer o de no hacer; y por el otro, garantías secundarías y jurisdiccionales, que refieren la obligación que recae en el órgano jurisdiccional para declarar la nulidad de un acto cuando sea ilícito y en virtud de ello aplicar una sanción.

Lo anterior, cobra relevancia dentro nuestra investigación, ya que, por una parte, el neoconstitucionalismo coloca en primer plano el objetivo de aplicar de forma plena y extensa, los

derechos humanos, y por otro lado, el garantismo actúa fundamentalmente para proteger a los derechos humanos y fundamentales, estableciendo garantías para su cumplimiento, y toda vez que el derecho administrativo una rama del derecho público, se entiende que la actuación de las administraciones públicas debe ser en aras de cumplimentar lo que nuestra constitución señala respecto a la protección y a la garantía de los derechos fundamentales de sus gobernados, mediante una actuación que se actualice en armonía con lo que la propia ley fundante prevé, y además, con una interpretación que favorezca la aplicación de la norma, para que con ello, se pueda cumplir con la finalidad de la misma, que es la de proteger los derechos que en ella se integran.

CONCLUSIONES

El análisis del cambio de paradigma constitucional dentro de nuestro ordenamiento jurídico surge en razón de la necesidad que atiende a la protección de los derechos humanos, mismos, que desde las corrientes del neoconstitucionalismo y garantismo jurídico, deben de aplicarse con mayor amplitud, estableciendo los mecanismos para su cuidado y correcta materialización, para que puedan tener una real aplicación en la práctica y no sólo en el discurso.

El análisis y la interpretación del principio pro persona dentro de nuestro Estado de Derecho, hace necesaria y evidente que la actuación administrativa a través de las autoridades en sus diversos ámbitos de competencia, actúen con estricto apego a la legalidad, promocionando, protegiendo y garantizando la tutela y correcta aplicación de los derechos humanos, velando siempre por el mayor beneficio para el individuo.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

CARBONELL, Miguel. (2007). Teoría del neoconstitucionalismo, ensayos escogidos. Madrid: Trotta – UNAM Instituto de Investigaciones Jurídicas.

MARTÍNEZ Morales, R. I. (2007). Derecho administrativo 1er curso. México: Oxford.

MEDELLÍN Urquiaga, X. (2013). El principio pro persona. México: Comisión Nacional de Derechos Humanos del Distrito Federal-Suprema Corte de Justicia de la Nación.

PAREJO Alfonso, L. (2003). Derecho Administrativo. Madrid: Ariel.

ZAGREBELSKI, Gustavo. (2005). El derechos dúctil. Madrid: Trotta.

Artículos de libros

BALAGUER Casteñon, F. (1991). Fuentes del Derecho I. Principios del Ordenamiento Constitucional. En B. C. Francisco, *Fuentes del Derecho I. Principios del Ordenamiento Constitucional*, Madrid: Tecnos. [pp. 35-55].

COMANDUCCI, Paolo. (2003). "Formas de (Neo)constitucionalismo: un análisis meteórico". En Carbonell Sánchez, Miguel (coor), *Neoconstitucionalismo(s)*, Madrid: Trotta. [pp. 75-98].

PINTO, M. (1997). "El principio pro homine. Criterios de hermenéutica y pautas para la regulación de los derechos humanos". E Abregú M. y Courtis C. *La aplicación de los tratados sobre derechos humanos por los tribunales locales.* Buenos Aires: CELS-Editores del Puerto. [pp. 140-170].

Artículos de revista

BAHENA Villalobos, A. R. (2015). "El principio pro persona en el Estado Constitucional de Derecho". En *Ciencia Jurídica,* No. pp. 7-28.

DESARROLLO DE ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS DE LA GESTION EMPRESARIAL PARA EL FOMENTO E IMPULSO DEL COMERCIO EXTERIOR EN EL ESTADO DE GUANAJUATO

Molina Soler Ambar Judith[1] y Carlos Atahualpa Cruz Acosta[2]

RESUMEN

El desarrollo de estrategias, modelos y actividades que promuevan el crecimiento y progreso de las organizaciones pequeñas y medianas siempre ha sido un reto, sobre todo en definir cuál puede ser la mejor herramienta o estrategia a utilizar que verdaderamente brinde valor agregado y que se refleje principalmente cuando existe limitantes en los elementos y factores necesarios para lograr resultados más contundentes y de largo plazo. .De igual forma, el crecimiento económico de un sector determinado se ve influido directamente en la participación que tengan las entidades económicas en procesos no exclusivos al mercado local.

Es por esta razón que se propone un plan estratégico para el fomento al comercio exterior para los medianos y pequeños productores del estado de Guanajuato del sector textil, a través de diferentes herramientas y estrategias de la Gestión Empresarial creando un modelo estratégico, que en un futuro próximo será implementado y evaluado en una segunda fase.

ABSTRACT

Development of strategies and activities that promote growth and progress of Small and Medium Organizations has always been challenging, especially when you do not have the necessary elements for it. Similarly, the Economic Growth of determined industry is influenced directly on the participation entities have, in processes without exclusive to the local market.
This is the reason why we are proposing a strategic Plan for promoting foreign trade in medium and small producers in the state of Guanajuato in the textile sector, through the different tools and strategies of business management will be implemented and evaluated in a Second stage

Palabras clave: Comercio exterior, cadena de suministros, plan estratégico, gestión empresarial.

INTRODUCCIÓN

Según cifras del Observatorio de Complejidad económica, la industria Textil en México representa un ingreso de $6.86 MMDD en exportaciones, es decir solo el 0.26% de los productos exportables al año. De la misma forma, en el estado de Guanajuato en el 2015 registró 21,588 millones de dólares en exportaciones; de los cuales solo $210.16 MDD son provenientes del sector textil, siendo esto el 0.97%. Es así que se observa la baja participación que tienen las empresas del tejido en actividades de comercio internacional.

En los últimos veinte años, el estado de Guanajuato se ha caracterizado por ser un Estado, altamente productivo. Además de ser un fuerte imán de la inversión extranjera. Sin embargo y a pesar de las múltiples alternativas con las que cuentan las entidades económicas para el incremento de su participación en actividades de exportación, el sector textil es uno de los más débiles en esta cuestión, sobre todo cabe resaltar la falta de intervención de las PyMes en este ámbito.

[1] Instituto Tecnológico de Querétaro, Ingeniería en Gestión Empresarial, Ave. Tecnológico s/n Col. Centro, C.P. 76000, Querétaro, Qro. ajmolinas25@gmail.com
[2] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, Ingeniería en Gestión Empresarial, Carretera Irapuato – Silao km 12.5 Col. El Copal, C.P. 36821, Irapuato, Gto, carloscruz@itesi.edu.mx

Es por esto que se determinó el elaborar un plan o estrategia que ayude a incrementar la participación de las PyMes del sector textil en las actividades de comercio exterior. Donde se involucran herramientas de la gestión empresarial para el desarrollo de las empresas, desde el análisis de sus capacidades, hasta las modificaciones que se necesitan para su crecimiento hacia nuevos mercados. Buscando así colaborar con los organismos existentes nacionales y estatales y generar así mayores beneficios.

MARCO TEORICO

De acuerdo al instituto nacional de comercio exterior y aduanas, es importante definir la diferencia entre lo que significa “comercio exterior” de “comercio internacional. Entendiéndose por esta última, las transferencias comerciales globales y sus implicaciones en la economía mundial. Por otra parte, el comercio exterior, se refiere a la participación de un país es actividades de exportación e importación, como unidad económica.

De igual forma, para el desarrollo de esta investigación se definen conceptos como ingeniería en gestión empresarial, el cual procede de una serie de elementos propio de las disciplinas administrativas; así como su aplicación en temas de ingeniería y procesos industriales. De la misma rama surgen definiciones tales como administración de operaciones la cual se refiere al diseño, dirección y control sistemáticos de los procesos que transforman los insumos en servicios y productos para los clientes internos según Lee j. Krajewski. La administración estratégica, definiéndose como el conjunto de decisiones y acciones de una empresa para lograr sus objetivos a largo plazo.

Además, se involucran algunos elementos como cadena de suministros, producción, calidad, entre otros. Sin dejar de lado conceptos como mercadotecnia, leyes y normatividad en materia de comercio y la actividad exportadora. Siendo de suma importancia el concepto de plan de negocio, el cual comúnmente es utilizado para definir a quienes deseen emprender una idea y convertirla en un negocio en potencia; sin embargo, también se puede utilizar para el crecimiento de una empresa ya establecida, la cual busca generar nuevos proyectos y mayores beneficios y por lo cual tiende a definir una serie de directrices para llegar a una meta propuesta.

Es por esto, que dentro de esta investigación se define como plan o estrategia al planteamiento de herramientas de la gestión empresarial para construir un modelo que sea aplicable al desarrollo e impulso de la actividad exportadora de las empresas del sector textil para llevarlos a participar en actividades de comercio exterior.

Por otra parte se tomaron en cuenta los diferentes planes y modelos que manejan las organizaciones de fomento al comercio exterior nacionales y estatales en el estado de Guanajuato tales como COFOCE (Coordinadora de Fomento al Comercio Exterior), Pro México, Bancomext y algunos planes de diferentes países.

METODOLOGIA

Para la realización de esta investigación se tomaron en cuenta los elementos característicos de una investigación con enfoque mixta paralela, no experimental. La cual consta de la integración sistemática de los enfoques cualitativo y cuantitativo dentro del mismo estudio, con el fin de obtener mayor información que nos arrojen resultados más precisos, sin realizar ningún tipo de experimento.

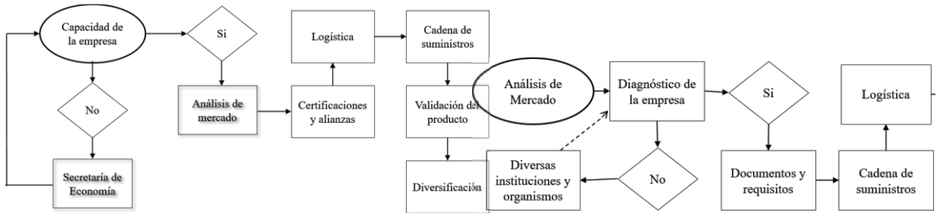
La investigación se desarrolló dentro de un alcance descriptivo, debido a que se trabaja bajo el supuesto de que “El desarrollo de un plan estratégico para el fomento del comercio exterior del estado de Guanajuato cubrirá las características y necesidades que requieren las PyMes del sector textil, para poder participar en actividades de comercio internacional, con herramientas de la Gestión Empresarial”

Partiendo principalmente desde el enfoque cualitativo, la investigación está basada en teorías fundamentadas diversas de administración de empresas, administración de operaciones, entre otras. Tomándose como principal herramienta el benchmarking; siendo este la adopción de prácticas exitosas y aplicarlas a la situación actual de las organizaciones de interés en este estudio. De la misma forma, se tomó en cuenta la opinión de expertos en comercio exterior como lo es Carlos García Villaseñor (Director de servicios de apoyo a la exportación COFOCE), para ofrecer una visión relevante de la creación del plan estratégico. Por otra parte, desde el enfoque cuantitativo, se analizaron los datos ofrecidos por los organismos internacionales sobre la participación de los distintos países en el comercio internacional de forma meramente descriptiva del sector textil.

De tal forma que se plantearon los objetivos de la investigación para generar el diseño de la misma, determinando posteriormente el marco teórico que se analiza en la investigación, para posteriormente comenzar con la recolección de la información y su análisis, la cual se obtuvo a través de las distintas fuentes de información de comercio internacional como OEC (Observatorio de la Complejidad Económica), WTO (Organización Mundial del Comercio), INEGI, entre otros..

RESULTADOS Y DISCUSION

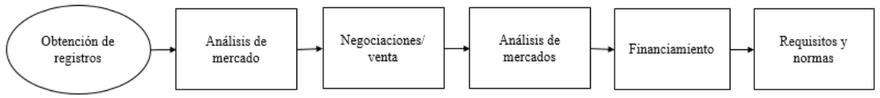
Tras analizar algunos de los planes para la exportación que manejan los diferentes organismos, encontramos en ellos una similitud en cuanto a los elementos que deben considerarse para dicha actividad. Pero la mayoría de ellos está diseñado para trabajar con empresas con cierta estabilidad, que cumple con una serie de puntos para ser candidatos a ingresar a actividades de comercio exterior; dejando de lado a aquellas empresas pequeñas o medianas que aún no logran consolidarse a ese nivel, pero que cuentan con potencial de exportación.



1. Plan para la exportación COFOCE

2. ***Plan para la exportación Pro México***

1Se analizaron de igual forma algunos otros como el plan para la exportación de India, China, Estados Unidos y Brasil, ya que son algunos de los competidores más fuerte en la industria textil a nivel internacional, siendo una lista en la que México ocupa la posición número veintitrés según la organización mundial del comercio. En este mismo ámbito, el estado de Guanajuato ocupa el noveno lugar en exportaciones a nivel nacional.



3. Plan para la exportación India (Porta del comercio de la India)

Es por esto y tomando en cuenta los anteriores planes se propuso el siguiente plan de exportación para las PyMes del estado de Guanajuato, que involucre las herramientas de la Gestión empresarial, desde el interior de las empresas; haciendo benchmarking de las actividades de los planes mencionados anteriormente. Y así, una vez que obtengan el nivel de estabilidad y aprobación de los diagnósticos de los diferentes organismos existentes, puedan acceder a los apoyos que ellos brindan.

1. Análisis de Mercado
   - Análisis de la demanda
2. Diagnóstico de las capacidades:
   a. Fiscal
      - Auditoría
   b. Capital humano
      - Diseño de la estructura organizacional
      - Identidad organizacional
      - Capacitación del personal
   c. Ventas/Mercadotecnia
      - Manuales de Marca y propiedad intelectual
      - Nivel de posicionamiento local
      - Canales de comunicación a clientes
      - Estrategias de ventas
   d. Materias Primas
      - Cadena de suministros
   e. Financiera/Económica
      - Razones financieras
      - Evaluación de proyectos
      - Alternativas de financiamiento (Públicas y privadas)
   f. Tecnológica
      -Análisis de obsolescencia y vida útil
   g. Procesos
      - Diagrama de Pareto
      - Cadena de valor
3. Segmentación del mercado
   - Mezcla de mercadotecnia (4P's)
4. Regulaciones y normas a considerar
   - Reingeniería

Después de la aplicación de cada uno de los pasos anteriores, se busca que las PyMes, cuenten con un nivel de estabilidad un poco mayor, por lo que podrán alcanzar los requisitos para entrar en el plan de exportación que manejan los diferentes organismos especializados en ello.

CONCLUSIONES

De forma general, los procedimientos para agregar a una empresa sea chica, media o grande en actividades de comercio exterior son muy variados; no existe una sola vía de acceso y eso lo podemos observar en cada uno de los proyectos de exportación que se elaboran para cada uno de los productos existentes de forma particular. Sin embargo, lo verdaderamente importante dentro de una empresa a la hora de exportar, es la visión global que se tenga para poder llevarlo a cabo. Es el generar una mentalidad de exportación y hacer que todas las decisiones y esfuerzos que realice la organización, sean dirigidos a involucrarse en mercados internacionales.

Empezando desde el re planteamiento de los objetivos y metas de la empresa dirigidos en este sentido, continuando con una planeación de las actividades que busquen satisfacer dichos objetivos y terminando por hacer partícipes de dicho pensamiento a cada uno de los miembros de la organización.

Los planes para la exportación actuales toman en cuenta a las empresas que ya cuentan con este nuevo enfoque, pero no toman en cuenta el proceso por el cual tiene que pasar una empresa en su transformación hacia él. Es por eso que es muy importante considerar que el proceso de evolución de un negocio no es nada sencillo y en el proceso puede traer graves consecuencias si no se aplican las herramientas adecuadas para ello, o si no se evalúan adecuadamente las consecuencias de generar un cambio tan drástico. Y es ahí donde hay que empezar a considerar la gestión empresarial como un elemento fundamental en el desarrollo de la empresa.

Es así que se decidió darle la relevancia necesaria a esta fase de cambio y otorgarle a las pequeñas y medianas empresas del sector textil del estado de Guanajuato la oportunidad de una guía para ello y poder así llegar a sus objetivos de una manera saludable y sustentable para ellos.

Partiendo de ese punto, actualmente, poco se plantea en las actividades de comercio exterior, el beneficio que un gestor empresarial puede aportar a dichas actividades, ya que el enfoque que suele darse a esta disciplina dista mucho de trabajar en áreas relacionadas a comercio y menos a comercio internacional. Por esta razón, el conocer de forma específica la intervención que puede tener un ingeniero en gestión empresarial en la materia, nominando las herramientas a utilizar y los beneficios que se pueden obtener de ello, resulta atractivo tanto para los profesionales de la gestión como las empresas con interés de expandirse de forma internacional. Y el conocer estas ventajas, podrá abrir una fuerte puerta de nuevas oportunidades.

Es así que se decidió tomar en cuenta esta fase de cambio y otorgarle a las pequeñas y medianas empresas del sector textil del estado de Guanajuato la oportunidad de una guía para ello y poder así llegar a sus objetivos de una manera saludable y sustentable para ellos.

AGRADECIMIENTOS

Al profesor Carlos Cruz por su paciencia y la oportunidad de hacer cosas distintas

BIBLIOGRAFIA

Lee J. Krajewski, Larry P. Ritzman, Manoj K. Malhotra. (2008). Administración de operaciones. México: Pearson Educación
Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio. Metodología de la investigación, Quinta edición, México 2010
Isotools.org. (2015). Principales herramientas de gestión empresarial: funcionamiento y características. Consultada en: https://www.isotools.org/2015/04/27/principales-herramientas-de-gestion-empresarial-funcionamiento-y-caracteristicas/ (Julio. 2016)
COFOCE – Internacionaliza tu empresa, http://www.cofoce.gob.mx/, (Julio 2016)
WTO – World Trade Organization, https://www.wto.org/, (Julio 2016)
OEC – The Observatory of Economic Complexity, http://atlas.media.mit.edu/en/, (Julio 2016)
PROMEXICO – Inversión y comercio, http://www.promexico.gob.mx/, (Julio 2016)
Indian Trade Portal – How to export, http://www.indiantradeportal.in/vs.jsp?lang=0&id=0,25,44, (Julio 2016).
Business is great - http://www.greatbusiness.gov.uk/accelerate-2/ (Julio 2016)

EL SISTEMA FINANCIERO EN RIOVERDE, SAN LUIS POTOSÍ

Karen Areli Montes Gutiérrez[1] y Mario Gutiérrez Lagunes[2]

RESUMEN

En la presente investigación se planteó como propósito conocer cómo se encuentra el Sistema Financiero en Rioverde, S.L.P. a partir de las unidades de los servicios financieros y seguros que operan en dicho lugar. La investigación tuvo un enfoque documental y descriptivo, tomando datos de organismos públicos como INEGI y la SHCP; con los datos e información obtenida se realizó la estructura del Sistema Financiero en Rioverde, concluyendo que existe un sistema muy completo pero no suficiente en algunos sectores.

ABSTRACT

In the present investigation was raised as purpose to know how is the financial system in Rioverde, S.L.P. starting from the units of the financial and insurance services that operate in that place. The research was a documentary and descriptive approach, based on the data from public agencies as INEGI and the SHCP; with the data and information obtained is performed the structure of the financial system in Rioverde, concluding that there is a very complete system but not enough in some sectors.

Palabras Clave: Sistema Financiero, servicios financieros, estructura.

INTRODUCCIÓN

Todas las actividades que realizan las unidades o agentes económicos y financieros son reguladas y supervisadas por distintas normas y autoridades del Sistema Financiero Mexicano (SFM), por ello cada acción como invertir, comprar un carro, pedir un préstamo, solicitar un seguro, entre muchas más, requiere un involucramiento con distintas entidades financieras; todas estas actividades las podemos realizar con confianza ya que existen autoridades que se encargan de que dicho sistema esté operando correctamente. Por tanto, el sistema financiero es el encargado de canalizar, administrar, supervisar y regular los recursos financieros de distintas entidades económicas a nivel nacional e internacional, que tiene como finalidad "propiciar el crecimiento y desarrollo de un país, así como también, proveer de mayores productos y servicios financieros y reducir costos e incertidumbre" (Díaz Mondragón & Vázquez Carrillo, 2011) entre las entidades y/o personas que tienen superávit con las de déficit.

El SFM es regulado y supervisado principalmente por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y el Banco de México, además de comisiones nacionales como: Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNVB), Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), Comisión Nacional de Sistemas de Ahorro para el Retiro (CONSAR) y el Servicio de Administración Tributaria (SAT), así como de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) y el Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB) quienes no se encargan de regular y supervisar el sistema financiero como tal, pero sí de asegurar que este sistema tenga un buen funcionamiento y se de transparencia y seguridad a los usuarios.

[1] Lic. En Administración, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media. Carretera Rioverde-San Ciro Km. 4, Ejido Puente del Carmen, C.P. 79610, Rioverde, S.L.P., México; areli_22_m@hotmail.com
[2] Profesor Investigador de tiempo completo, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media. Carretera Rioverde-San Ciro Km. 4, Ejido Puente del Carmen, C.P. 79610, Rioverde, S.L.P., México; mario.gtz.lagunes@uaslp.mx

Teniendo conocimiento de cómo está estructurado el SFM, el propósito de esta investigación es conocer cómo se encuentra el Sistema Financiero del Municipio de Rioverde, S.L.P. a partir de las unidades de los servicios financieros y seguros que operan en dicho lugar.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para la elaboración de este trabajo se realizó una investigación documental que permitió recopilar, seleccionar y analizar información sobre el SFM, mediante la consulta de libros, páginas de instituciones financieras como el Banco de México y la Secretaria de Hacienda y Crédito Público entre otras. Asimismo, se realizó un análisis descriptivo, en el cual se recopiló información de los organismos públicos como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), tomando específicamente datos de la encuesta intercensal y el censo económico, así como también, del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE). Con toda esta información, se logró alcanzar una mayor comprensión del entorno económico en el cual se está llevando a cabo el estudio con el objetivo de determinar una estructura del Sistema Financiero de Rioverde.

RESULTADOS

El SFM se puede definir como "el conjunto de personas y organizaciones, públicas y privadas, a través de la cuales se captan, administran, regulan y dirigen los recursos financieros que se negocian entre los diversos agentes económicos, dentro del marco de la legislación correspondiente" (Díaz y Aguilera, p. 33 2005, citado por Díaz y Vázquez 2011). Este sistema tiene la finalidad de "propiciar el crecimiento y desarrollo de un país, proveer de mayores productos y servicios financieros, así como también, reducir costos e incertidumbre" (Díaz Mondragón & Vázquez Carrillo, 2011, pág. 43) entre las entidades y/o personas que tienen superávit con las de déficit.

Todo lo anterior se logra con apoyo de autoridades y organismos que se encargan de:

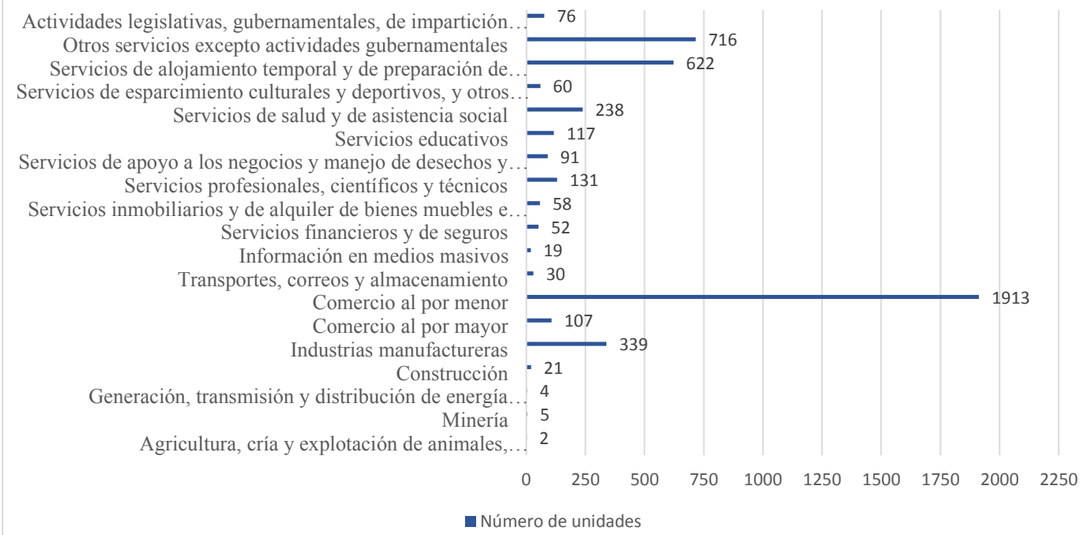
- Reglamentar el establecimiento de entidades financieras al interior del sistema.
- Normar las operaciones, instrumentos, productos y servicios financieros.
- Establecer las funciones que cada organización tendrá bajo su competencia.
- Clasificar a las entidades que lo componen según el sector al que están dirigidas.
- Determinar los organismos dedicados a la protección y servicios de los usuarios del sistema.
- Implantar medidas para la disminución de riesgos.

Siendo SHCP la principal entidad reguladora del sistema después del ejecutivo federal; encargándose de diseñar, aplicar y supervisar la actividad crediticia y bursátil. Otra institución de importancia es el Banco de México, siendo la única que desempeña dos papeles dentro del sistema financiero mexicano; en primer lugar, es la autoridad responsable de la política monetaria y en segundo, opera como intermediario bancario. Otros organismos de apoyo en el sistema financiero son: CNVB, destinada a vigilar y supervisar a todas las instituciones financieras como las que conforman el sector bancario, el de ahorro y crédito popular y el de intermediarios no bancarios.

La CNSF, encargada de supervisar que la operación de los sectores asegurador y afianzador se apegue al marco normativo, preservando la solvencia y estabilidad financiera de las instituciones, para garantizar los intereses del público usuario. La CONSAR, tiene como misión proteger los ahorros para el retiro de los trabajadores, desarrollando un entorno de competencia que permita el ejercicio informado de sus derechos para que obtengan pensiones dignas.

El IPAB, cuyo objetivo es proporcionar a las instituciones, en beneficio de los intereses de los usuarios del sistema bancario, un sistema para la protección del ahorro bancario que garantice el pago, mediante la aceptación por parte del IPAB, en forma subsidiaria y limitada, de las obligaciones establecidas en la ley,

Gráfica 1: Unidades Económicas de Rioverde, S.L.P



a cargo de la banca múltiple; su otro propósito es administrar los programas de saneamiento financiero que formule y ejecute en beneficio de los ahorradores y usuarios de los servicios bancarios en salvaguarda del sistema nacional de pagos; y por último está la CONDUSEF, que tiene como finalidad primordial la protección y defensa de los derechos e intereses de los usuarios de servicios financieros, igualmente su objetivo prioritario es procurar la equidad en las relaciones entre instituciones financieras y sus clientes, además de crear y fomentar entre los usuarios una cultura adecuada en relación con las operaciones y servicios financieros (Díaz Mondragón & Vázquez Carrillo, 2011, págs. 125-147).

El SFM se divide en los siguientes sectores: Sector Bancario, Sector de Ahorro y Crédito Popular, Sector de Intermediarios Financieros No Bancarios, Sector Bursátil, Sector de Derivados y Sector de Seguros y Fianzas, además del departamento de Fondos y Fideicomisos Públicos; todos estos supervisados y regulados por las autoridades correspondientes mencionadas anteriormente.

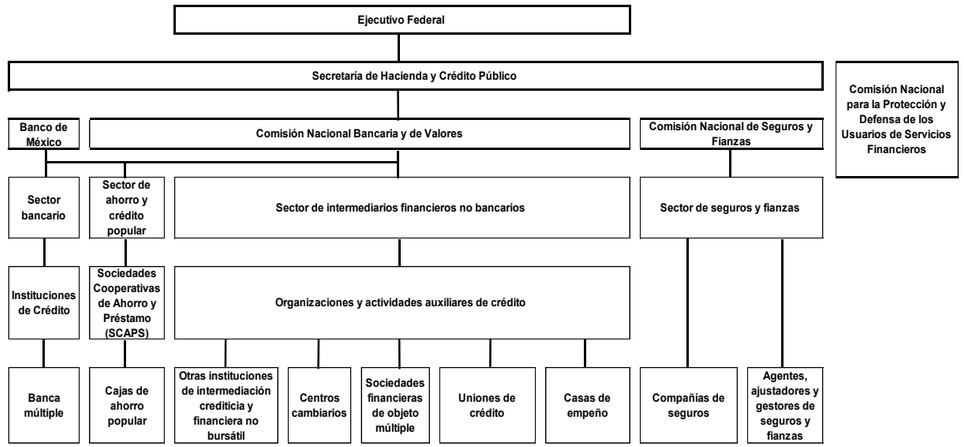
Con respecto al entorno en el cual se está enfocando esta investigación, Rioverde es un municipio ubicado en la Zona Media de San Luis Potosí con una población de 94,197 personas, de las cuales 45,495 son hombres y 48,696 mujeres según la Encuesta Intercensal 2015; y de acuerdo al DENUE, en el municipio se encuentran 4601 unidades económicas operando, de las cuales sólo 52 son de servicios financieros y seguros, representando solo un 1.13% de todas las unidades. Y la principal actividad económica del municipio es el comercio al por menor que representa el 41.58% de todas las unidades. Véase la gráfica siguiente.

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI.

En la Tabla 1 se muestra la clasificación de las 52 unidades de servicios financieros y seguros que operan en el municipio de Rioverde, de acuerdo a la estructura del SFM. De las 19 unidades que representan al sector bancario, todas pertenecen a la banca múltiple y 9 de ellos son bancos, dentro de los cuales se encuentran 4 de los principales que operan en México como son: BBVA BANCOMER, Banco Nacional de México, Banco Mercantil del Norte, Banco SANTANDER México y HSBC, las otras 10 unidades son

cajeros automáticos de los 9 bancos que operan en el municipio y la mayoría ubicados en el centro de la ciudad. En lo que respecta al sector de ahorro y crédito popular, las nueve unidades son cajas de ahorro

Estructura del Sistema Financiero en Rioverde San Luis Potosí



popular; el sector de intermediarios financieros no bancarios se integra de la siguiente manera: 5 unidades de otras instituciones de intermediación crediticia[3] y financiera no bursátil, 6 centros cambiarios, 4 sociedades financieras de objeto múltiple, 1 unión de crédito y 3 casas de empeño, y por último el sector de seguras y fianzas se conforma por 1 compañía de seguros (Qualitas compañía de seguros) y 4 agentes, ajustadores y gestores de seguros y fianzas[4].

Tabla 1. Clasificación de las 52 unidades de servicios financieros y seguros en Rioverde, S.L.P.

	Número de unidades
Sector bancario	19
Sector de ahorro y crédito popular	9
Sector de intermediarios financieros no bancarios	19
Sector de seguros y fianzas	5
Total	52

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DENUE.

En la figura 2 se puede apreciar la estructura del sistema financiero en Rioverde, San Luis Potosí, el cual fue elaborado a partir de la clasificación de las 52 unidades que operan en el municipio, en la estructura se muestran la mayoría de las autoridades y organismos reguladores del sistema, sin embargo, la única institución que se encuentra en el municipio es la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) por medio de una delegación, la cual sirve de apoyo al sistema financiero en cuanto a la creación de una cultura en las operaciones financieras, entre otras actividades que realiza en apoyo de algunos empresarios de la ciudad de Rioverde.

Figura 2. Estructura del Sistema Financiero en Rioverde, San Luis Potosí

[3] CREDIEQUIPOS CONTIGO, CRÉDITO MAESTRO, FINANCIERA REALIDAD, FINCRECEMOS y KONDINERO.
[4] METLIFE MÉXICO, QUALITAS CIA DE SEGUROS, SEGUROS AFIRME y SEGUROS Y FIANZAS.

CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos en la investigación, se presenta la siguiente conclusión de acuerdo con el propósito de investigación que se planteó, el cual fue conocer cómo se encuentra el Sistema Financiero en Rioverde, S.L.P. a partir de las unidades de los servicios financieros y seguros que operan en dicho lugar.

Se concluye que sí contamos con un Sistema Financiero en el municipio, el cual se podría considerar que está muy completo, debido a que, de los seis sectores que conforman el SFM, en el Sistema Financiero de Rioverde existen cuatro (Sector Bancario, Sector de Ahorro y Crédito Popular, Sector de Intermediarios Financieros No Bancarios y Sector de Seguros y Fianzas), teniendo mayor cobertura el Sector Bancario y Sector de Intermediarios Financieros No Bancarios con 19 unidades cada uno, sin embargo las unidades financieras que operan no son suficientes, tal es el caso de los bancos, los cuales son pocos para la población del municipio, ya que muchas de las veces los usuarios tienen que hacer largas filas en espera de poder realizar sus operaciones debido a que son muchos clientes y las instituciones no son lo suficientemente amplias para poder atender a todos, considerando que no solo cubren a la población de Rioverde, sino también, a personas de municipios vecinos. Por otra parte, se cuenta con más instituciones que otorgan crédito o en las cuales se puede realizar un ahorro, lo cual beneficia a las entidades y/o personas con déficit que buscan un crédito o préstamo, y que no pueden tener acceso al sector bancario. Sumado a lo anterior, otro punto a favor es que dentro del sistema hay una entidad de las que se encarga de proteger y defender a los usuarios de servicios financieros.

Este tema de investigación es muy amplio y requiere de tiempo para poder hacer un estudio más a fondo, por lo que se considera realizar una investigación que, a partir de la estructura que se tiene, poder analizar detalladamente como se encuentra cada una de las instituciones y así determinar la situación financiera del municipio.

BIBLIOGRAFIA

BANCODEMÉXICO. (19 de Octubre de 2012). *El Sistema Financiero Mexicano.* Recuperado el 01 de Julio de 2016, de http://web.uaemex.mx/feconomia/CICE/Archivos/Catedra_BM/Sistema_financiero.pdf

BANCODEMÉXICO. (Junio de 2016). *Sistema Financiero*. Recuperado el 9 de Junio de 2016, de Banco de México: http://www.banxico.org.mx/divulgacion/sistema-financiero/sistema-financiero.html

Díaz Mondragón, M., & Vázquez Carrillo, N. (2011). *Sistema Financiero Mexicano.* México: Trillas.

INEGI. (3 de Mayo de 2016). *"Características principales de las unidades económicas del sector privado y paraestatal1 que realizaron actividades durante 2013 en San Luis Potosí, según municipio y actividad.* Recuperado el 13 de Junio de 2016, de Censos Económicos 2014: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/ce/ce2014/doc/tabulados.html

INEGI. (Junio de 2016). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas.* Recuperado el 13 de Junio de 2016, de INEGI: http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/

INEGI. (8 de Diciembre de 2016). *Encuesta Intercensal 2015.* Recuperado el 13 de Junio de 2016, de Encuestas en Hogares: http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/default.aspx?c=33725&s=est

SHCP. (Junio de 2016). *Autoridades y Organismos Reguladores*. Recuperado el 9 de Junio de 2016, de Catálogo del Sistema Financiero Mexicano: http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/17705/sector01.pdf

SHCP. (Junio de 2016). *Estructura del Sistema Financiero Mexicano*. Recuperado el 9 de Junio de 2016, de Catálogo del Sistema Financiero Mexicano: http://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/40510/Estructura_del_Sistema_Financiero_Mexicano_2015.pdf

ESTUDIO DE MICRO EMPRESAS FAMILIARES POTOSINAS

Gabriela Mora Guerrero[1] y Luisa Rene Dueñas Salman[2]

RESUMEN

En este proyecto se tuvo como principal objetivo el identificar las características que debe contener una buena consolidación de micro-empresas familiares potosinas. Mediante un investigación cuantitativa y cualitativa se analizó a diferentes MYPIMES familiares con el objetivo de saber cómo se consolidaron, cuáles son sus principales problemas, cómo la solventan, qué puntos débiles tienen en cuanto a su estructura organizacional, porqué han sido las principales razones de la muerte de alguna de ellas y qué razones las han hecho sobrevivir.

ABSTRACT

The following project had as general aim identify the characteristics that there must contain an administrative and commercial strategy that allows the consolidation of micro-family enterprise relatives potosinas. By means of one quantitative and qualitative investigación was analyzed to different familiar MYPIMES by the aim to know how there were consolidated, which are his principal problems, since they settle, that weak points have as for his structure organizacional and because they have been the principal reasons of the death of someone of them.

Palabras clave: Inegi, Pymes, Empresas familiares**,** Micronegocios

INTRODUCCIÓN

Las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), constituyen la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y asimismo por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país.

Por la importancia de las PYMES, es importante instrumentar acciones para mejorar el entorno económico y apoyar directamente a las empresas, con el propósito de crear las condiciones que contribuyan a su establecimiento, crecimiento y consolidación.

A través de la tecnología en internet, podemos observar que existen cifras de las dos formas de surgimiento y clasificación de las PyMEs. Por un lado, aquellas que se originan como empresas propiamente dichas, es decir, en las que se puede distinguir correctamente una organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial (propietario de la firma) y el trabajo en dinero remunerado.

[1] Universidad Politécnica, Urbano Villalón, Col. La Ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, 121162@upslp.edu.mx
[2] Universidad Politécnica, Urbano Villalón, Col. La Ladrillera, Luisa Rene Dueñas Salman, C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, reene.duenas@upslp.edu.mx

MÉTODOS Y MATERIALES

La metodología de Investigación utilizada es cualitativa ya que se tiene como objetivo identificar variables que dañan este tipo de empresas y analizar cada una para encontrar los principales errores cometidos. La estrategia de Investigación es la Ingeniería en Comunicación Social con un Enfoque metodológico-epistémico que incluye:

- Investigación Interdisciplinaria
- Sistemas Complejos
- Cibercultur@
- Epistemología del Conocimiento

Las Técnicas de investigación utilizadas fueron la documental y la etnografía que incluyen métodos como la observación, metodologías de diagnóstico organizacional, la auditoría administrativa y por último el Método Socio-Económico de las Organizaciones. Los instrumentos de Investigación que se utilizaron en el proyecto fueron cédulas de observación, entrevistas a profundidad y recorridos por instalaciones, los informantes se dividieron en dueños y/o precursores de micro-empresa familiar, colaborador-familiar de micro-empresas familiares, colaboradores no familiares de micro-empresas familiares y expertos.

Para el análisis de contenido se usó primero la clasificación de frases testimonio, por segundo paso la obtención de ideas-funciones principales y por último la síntesis de la información. Después el siguiente paso es la identificación de características grupales comunes y por último se realiza la definición de categorías para identificación de tipología o clases sobre la ingeniería de micro-empresas familiares de potosinas.

RESULTADOS

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía, el Instituto Nacional del Emprendedor y el Banco Nacional de Comercio Exterior, presentan por primera vez la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2015, que provee información de alcance nacional sobre las habilidades gerenciales y de emprendimiento, así como de los apoyos gubernamentales que reciben, para contribuir al fomento de la cultura empresarial en nuestro país. De poco más de 4 millones de empresas existentes en México durante 2014, el 97.6% son microempresas y concentran el 75.4% del personal ocupado total, seguidas por las empresas pequeñas con el 2.0% y el 13.5% y las medianas que representan el 0.4% y el 11.1%, respectivamente.

Tamaño	Empresas		Personal ocupado
	Número	Participación (%)	Participación (%)
Micro	3 952 422	97.6	75.4
Pequeña	79 367	2.0	13.5
Mediana	16 754	0.4	11.1
Total	4 048 543	100.0	100.0

Figura 1 Número de empresas por tamaño y personal ocupado

Fuente Inegi
Para el caso de las PYMES en conjunto, los resultados se presentan a nivel de entidad federativa.

Recientemente KPMG en México desarrolló el estudio Empresas Familiares en México. El desafío de crecer, madurar y permanecer, para el que encuestó a más de 200 directores y altos ejecutivos de empresas familiares en el país. Los resultados muestran que 56% contratan hasta cuatro familiares y que sólo 13% ha considerado un proceso de sucesión.

Al respecto, 94% de los encuestados admite que incorporar familiares es complicado y hasta muy difícil, porque la contratación se suele hacer sobre bases emocionales y no estratégicas.

Una de las principales conclusiones del estudio es que cuando las empresas nacen de manera poco planeada, la mortalidad es altísima. Muchas veces la falta de capital o conocimientos, así como los tropiezos al iniciar un negocio, hacen que los dueños se sientan abrumados, por lo que abandonan la idea. En otras ocasiones, las frenan cuestiones relativas a la administración como:

-Una organización poco clara para tomar decisiones sobre las compras, los empleados y el dinero
-Falta de una buena gestión de costos
-Políticas y lineamientos sobre lo que dueños y familiares pueden hacer o deben evitar

CONCLUSIONES

En México, como en el resto del mundo, las empresas familiares son un gran generador de riqueza, empleo e innovación. A partir de una idea o un proyecto puede nacer un negocio que crezca y constituya el patrimonio de una familia durante generaciones. Las empresas familiares son el principal motor de la economía. Sin embargo, para prosperar, enfrentan grandes retos y alta mortalidad. La mayoría nace con el fin de generar trabajos y patrimonio, pero necesitan fortalecerse para sobrevivir.

De hecho, sólo una pequeña proporción consigue llegar a la segunda generación y pasar a la siguiente. Aun así, los riesgos pueden reducirse con planeación estratégica y estructuras de Gobierno Corporativo que apuntalen mejores decisiones.

Fue posible dar cuenta que una empresa familiar casi la mayoría de las veces nace por alguna necesidad dentro de la familia, y poco porcentaje por gusto propio, la mayoría de la veces es por herencia, por llevar ese negocio generación tras generación.

Los puntos débiles que se encontraron en la mayoría de las empresas los más comunes fueron:

- Carecen de una formalidad, un organigrama, dejan que varía gente se meta al negocio por el simple hecho que es familia.
- Carecen de identidad de la empresa (misión, visión) e incluso de imagen propia del negocio.
- Inventarios lo dejan por parte del olvido, no le toman importancia, creen que no implica costos más allá de lo normal.
- No tienen perfiles del personal, y contratan por simple hecho que necesitan gente.
- No tiene sistemas definidos de control de salidas y entradas de mercancía.

El aprendizaje tanto personal como profesional que nos dejó esta investigación fue que el hecho que se emprenda una empresa familiar, o por seguir la costumbre familiar no tenemos que dejar atrás puntos que nos pueden servir para que funcione nuestra empresa.

No hay que dejar de mencionar que la mayoría de estas empresas comentan que es muy bueno tener empresas familiares, para ellos se construyen lazos y está seguro su empresa.

Más de la mitad de las empresas familiares funcionan pero no hay que olvidar que el otro resto no, ya que se olvidan como antes se mencionaba anteriormente cierto control tanto de personal, financiero y mercadológico.

BIBLIOGRAFÍA

1. Jesús González. (2015). Empresas Familiares en México: el desafío de crecer, madurar y permanecer. 12 de Julio del 2016, de Pymempresario Sitio web: http://www.pymempresario.com/2013/11/empresas-familiares-en-mexico-el-desafio-de-crecer-madurar-y-permanecer/

2. ENAPROCE. (2015). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. 12 de Julio del 2016, de INEGI Sitio web: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default_t.aspx

DETERMINAR LAS TIC´S UTILIZADAS EN LAS MIPYMES: CASO CUATROCIÉNEGAS

Jessica Paulina Muñoz Villarreal[1] y Claudia Rodríguez Campos[2]

RESUMEN

En el presente documento se muestran los resultados que se obtuvieron mediante una investigación de campo, realizada con la finalidad de saber cuál es la situación actual de las MiPyMes con relación a la aplicación de las TIC´s en la ciudad de Cuatrociénegas y debido a su bajo número de empresas se decidió incluir la ciudad de Ocampo, cubriendo los siguientes giros: Industrial y de servicios; donde se realizó una serie de encuestas a las distintas empresas de estas ciudades, en el cual al final de dicha encuesta se les ofrecía un apoyo como es Asesorías, Capacitación o consultoría para el mejoramiento de la misma en cuestión del uso de las TIC´s.

ABSTRACT

In this paper the results obtained through field research conducted in order to know what the current situation of MSMEs with regard to the application of ICT in the city of Cuatrociénegas and shown because their low number of companies decided to include the city of Ocampo, covering the following businesses: Industrial and services; where a series of surveys were conducted at various companies in these cities, which at the end of the survey were offered support such as consultants, training or consulting for improving it involved the use of ICT.

Palabras Clave: Mejora, TIC´s y MiPyMes

INTRODUCCIÓN

Actualmente estamos en un mundo donde la tecnología ha evolucionado de una manera rápida y constante, en el que conforme pasa el tiempo la sociedad tiene que adaptarse a estos cambios. Las empresas de hoy en día de los distintos giros requieren de estas nuevas tecnologías para sus distintas necesidades y a su vez para un crecimiento de la misma. Aunque para un cierto número de personas les cuesta trabajo el manejo de nuevas tecnologías es necesario actualizarse y tener este conocimiento dado que estamos en una época de constantes cambios en cuanto a la tecnología y por qué en la actualidad es indispensable requerir de ella.

El Instituto Tecnológico Superior de Monclova “Ejército Mexicano” se dio a la tarea de realizar un proyecto con el fin de conocer la situación en la que las MiPyMes de las ciudades de Cuatrociénegas y Ocampo se relacionan con la aplicación de las TICs a través de una serie de encuestas y así poder proporcionar algún apoyo como alguna Asesorías, Capacitación o consultoría si estas lo requieren al igual que implementando mejoras en las distintas empresas para que puedan desempeñar su trabajo de una manera más fácil y que no se les dificulte el uso de la tecnología.

1 Ingeniería en gestión empresarial, Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano: carretera 57 km 4.5 Unidad Tecnológica y Universitaria CP 25701 Monclova, Coahuila 6490370. jessi_pau.95@hotmail.com
2 Ciencias Básicas, Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano: carretera 57 km 4.5 Unidad Tecnológica y Universitaria CP 25701 Monclova, Coahuila 6490370. claudia_rdz3116@hotmail.com

MARCO TEORICO

Encuesta: Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opiniones o diversas cuestiones de hecho; las encuestas constituyen una herramienta importante para investigaciones en las que la búsqueda de información requiere la recogida de un volumen de datos importantes.

Pequeñas empresas: Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, a través de una unidad organizativa, con un establecimiento fijo un nivel de ventas brutas anuales de hasta US$ 1,0 millón y hasta 50 trabajadores remunerados.

Medianas empresas: Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, a través de una unidad organizativa, con un establecimiento fijo un nivel de ventas brutas anuales de hasta US$ 7 millón y hasta 100 trabajadores remunerados.

Tics: la Tecnología de la Información y Comunicación son instrumentos que pueden facilitar el acceso al conocimiento.

Es un conjuntos de dispositivos, soluciones y elementos hardware, software y de comunicaciones aplicados al tratamiento automático de la información y de la difusión de la misma para satisfacer necesidades de información, las Tics son de carácter genérico y a disposición de las empresas según los presupuestos que puedan o quieran destinar a su obtención en el mercado o creación propia y, en cambio, el sí empresarial es especifico y exclusivo de cada organización.

MÉTODOS Y MATERIALES

El presente reporte en el cual se habla del uso de las Tics dentro de las MiPyMes se dividió en distintas fases:

- Fase uno: Se realizó un formato de encuesta como instrumento en el que se me entrego 30 encuestas para la ciudad de Cuatrociénegas y se incluyó la cuidad de Ocampo
- Fase dos: se realizaron gafetes para cada alumno el cual constaba de una fotografía, nombre del alumno, nombre y logotipo de la escuela a la que pertenecemos, esto con el fin de facilitar el acceso a la información de las empresas.
- Fase tres: Se me asigno la cuidad de Cuatrociénegas la cual me di a la tarea de ir y encuestar a los distintos tipos de negocios.
- Fase cuatro: Una vez que se nos entregó todo el material y se nos asignó la ciudad se llevó a cabo una investigación de campo donde se utilizó el instrumento de la encuesta y se aplicó cada una de ellas; dicha encuesta constaba de dos apartados uno de ellos era dirigido hacia la persona encargada (Empleado) o bien al propietario, y así de esta manera saber la situación actual de la empresa con relación al hardware (Computadoras, Laptop, servidor, Impresora, Impresora de ticket, copiadora, escáner, lector código de barras Disco Duro, conmutador teléfono, Rack, Red alambica o inalámbrica, regulador celular o Tablet) y al software para saber qué tipo de sistema operativo tenía su computadora en caso que contara con una, si contaba con Microsoft Office y si utilizaban algún otro programa como el Microsip, Compaq o Aspel.
- Fase cinco: se le preguntaba a la persona encuestada si consideraría que el ITSMEM le podría ayudar para mejorar su empresa (Capacitación, Asesoría o Consultoría) en caso de que la respuesta fuera afirmativa se le preguntaban los datos de la empresa (teléfono y Correo).
- Fase seis: Para terminar con la encuesta se contestaba el otro apartado el cual era de observación en el que el encuestador observaba como era el negocio de la parte exterior revisando si este tenía su nombre y logotipo visible, si el negocio tenia estacionamiento, saber sobre las instalaciones de la red, si contaba con la seguridad necesaria (cámaras, cortinas, guardia,

Alarmas, protecciones y puerta de seguridad). o si se da a conocer mediante las redes sociales (Página web, Facebook, twitter, google plus, Linklen o Instagram).

- Fase siete: una vez aplicadas las encuestas se vaciaron los datos a una tabla de Excel para su posterior análisis.

Los materiales utilizados en el proyecto fueron:

- Encuesta
- Portapapeles
- Pluma
- Gafete de identificación
- Software para ubicación

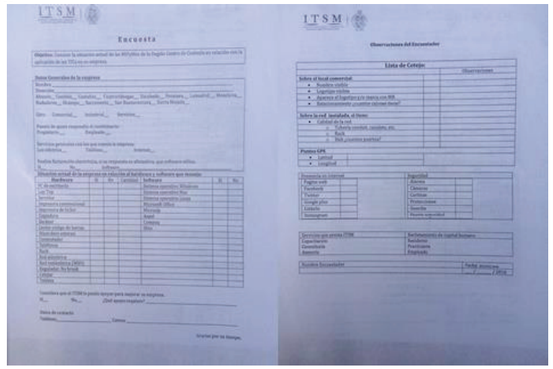
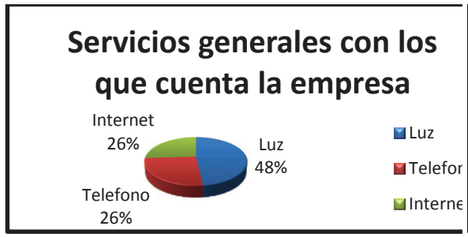


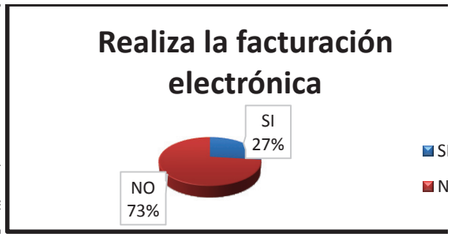
Imagen 1 *Encuesta Utilizada como instrumento para el estudio*

RESULTADOS

A continuación se presentan los datos obtenidos de las encuestas aplicadas en la cuidad de Cuatrociénegas del giro de servicios e industrial y de la ciudad de Ocampo, representadas en gráficas de la siguiente manera.



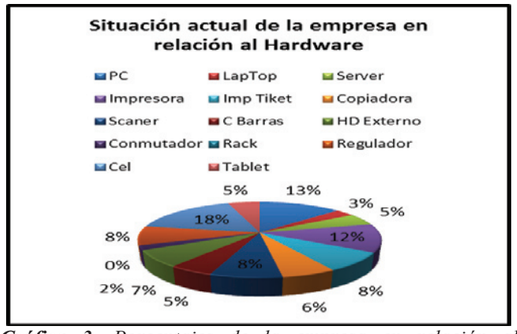
Gráfica 1*. Porcentajes de los servicios generales de las empresas.*



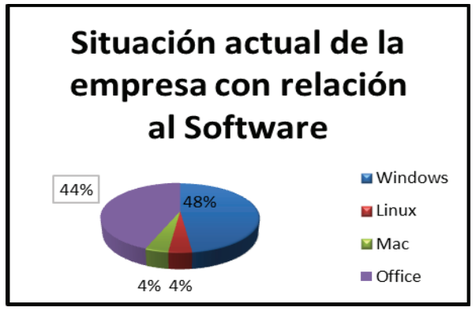
Gráfica 2. *Porcentajes de facturación utilizada.*

En la gráfica 1 se puede observar que en las empresas un 48% utilizan la luz eléctrica, 26% utiliza teléfono y solo el 26% utiliza el internet. No todas las empresas tienen los servicios indispensables que se deberían tenerlos para así manejan. brindar un mejor servicio al cliente.

En la gráfica 2 se puede observar que solo el 27% de los negocios utilizan la facturación electrónica, mientras que el 73% no lo utiliza siendo más de la mitad de los negocios entrevistados quienes no lo



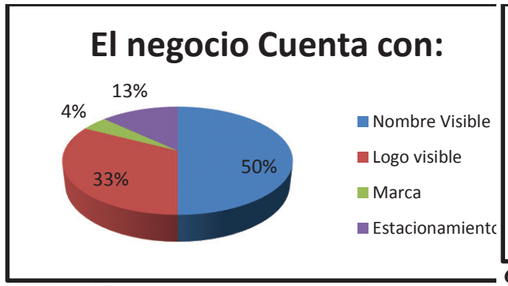
Gráfica 3. *Porcentajes de la empresa en relación al hardware.*



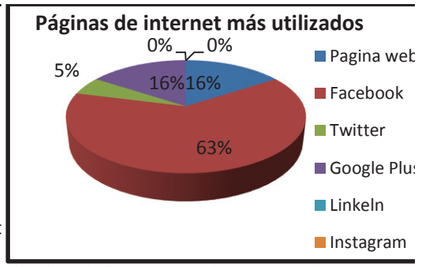
Gráfica 4. *Porcentajes de la empresa en relación al software.*

En la gráfica 3 se muestran los porcentajes de la situación en la que se encuentran las empresas actualmente en relación al hardware, mostrándose el porcentaje más alto que es el celular con un 18% y terminando con las cantidades más bajas con 0% del conmutador y del rack.

La grafica 4 muestra los porcentajes, sobre cuales software utilizan más y si utilizan Microsoft office. Con un 48% Windows es el software más utilizado en las computadoras de escritorio de los negocios; con un 44% utilizan los establecimientos el programa de Microsoft Office.



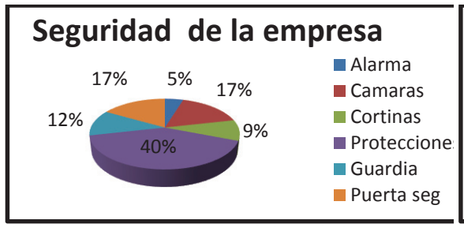
Gráfica 5. *Porcentajes con lo que cuenta la empresa*



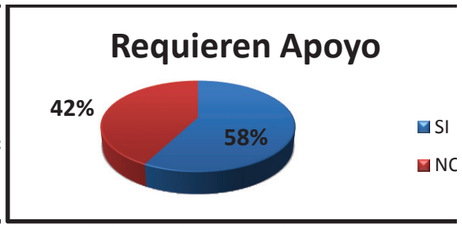
Gráfica 6. *Porcentajes de páginas de internet más utilizadas por los propietarios.*

En la gráfica 5 se puede observar el porcentaje de la empresa en la cual el 50% de los negocios si muestran su nombre comerciales y un 33% cuanta con un logotipo. Solo el 4% de estos tienen registrada su marca.

En la gráfica 6 se muestra las páginas más frecuentes que utilizan los negocios para darse a conocer, en la cual con un 63% siendo Facebook la página más utilizada.



Gráfica 7. *Porcentajes de páginas de internet más utilizadas por los propietarios.*



Gráfica 8*. Porcentajes de seguridad de la empresa más frecuentes.*

En la gráfica 7 se muestra la seguridad que tiene la empresa siendo las protecciones la más utilizada con un 40% seguidas por las cámaras y puerta de seguridad con un 17%, un 12% contratan guardia, 9% de los negocios cuentan con corinas de lámina y solo el 5% tienen alarma

En la gráfica 8, se muestran los datos obtenidos, en las que con un 58% las personas consideran que el ITSMEM puede apoyar para realizar una mejora a su negocio, proporcionando más conocimiento a los propietarios y empleados por medio de una capacitación, consultoría o asesoría.

CONCLUSIONES

Por medio de los resultados obtenidos podemos darnos cuenta de la situación de las MiPyMes actualmente de la ciudad de Cuatrociénegas del giro industrial y de servicios esta se encuentran, como pudimos observar en la primera grafica todos los negocios cuentan con luz eléctrica pero en cuanto al teléfono e internet no todos cuentan con estos servicios donde actualmente son de importancia, en la gráfica siguiente vemos que solo el 27% utiliza la facturación electrónica, siendo más de la mitad de los negocios entrevistados quienes no lo manejan ya sea porque falta de conocimiento o porque realmente no les interesa aunque es de suma importancia ya que con este se puede tener grandes beneficios; con este tipo de sistemas de facturación es más sencillo y rápido, en esta ciudad son muy pocos los negocios los que cuentan con una computadora siendo este un impedimento para darle una mejor atención a los clientes ya que muchos de los clientes actualmente utilizan la tecnología a diario y por medio de esta realizan algunas de sus compras, para las empresas que cuentan con equipo como computadoras o laptop, su sistema operativo es el Windows el más utilizado, teniendo casi el mismo porcentaje de quienes utilizan Microsoft Office, para así realizar de una mejor manera sus actividades y guardar los archivos importantes.

Más de la mitad de los negocios cuentan con página de internet teniendo como opción Facebook el cual es el más reconocido y utilizado por los empresarios en el que a través de este muestran sus promociones o incluso establecen un contacto en línea con el cliente para alguna duda o información que requiera saber.

Por ultimo podemos concluir que un 58% de los empresarios consideraron que el tecnológico de Monclova podría brindarles su apoyo para mejorar ya sea a través de una capacitación, consultoría o asesoría para así obtener más conocimiento sobre los avances que se tiene hoy en día para con esto hacer una innovación. Mientras que la ciudad de Ocampo no cuanta con algún negocio por el momento ya que este aún no tiene ningún conocimiento de la importancia de la tecnología en la actualidad.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

Chorro, M. (2010). *Financiamiento a la inversion de las pequeñas y medianas empresas* . Santiago de Chile : CEPAL.

De Pablos, C., Lopez, J. J., Martin, S., & Medina, S. (2004). *Informatica y comunicaciones en la empresa.* Madrid: ESIC.

Izaskun Ibabe Erostarbe, J. J. (2005). *Como crear una Web docente de calidad.* España: Netbiblo.

Perez, T., Arratia , O., Martin , M., & Galisteo , D. (s.f.). *Innovacion en docencia universitaria con moodle. Casos practicos.* ECU.

ESTUDIO DE MICROEMPRESAS FAMILIARES POTOSINAS

Bernardo Nieto Castro[1] y Luisa Reneé Dueñas Salmán[2]

RESUMEN

El presente proyecto tuvo como objetivo general el identificar las características que debe contener una estrategia administrativa y comercial que permita la consolidación de micro-empresas familiares potosinas. En México más del 95% de los negocios son MiPyMES, a través de una investigación cualitativa se analizó a diferentes micro empresas familiares potosinas con el objetivo de identificar cómo es que llegaron a la consolidación, cuáles son sus principales problemáticas, cómo las solventan, cuáles son puntos débiles en cuanto a su estructura organizacional y cuáles han sido las principales razones de la muerte de alguna de ellas.

ABSTRACT

This project had as general objective to identify the characteristics that contain SME´S about administrative and commercial strategies for the consolidation of micro companies in San Luis Potosí. In Mexico more than 95% of the Business are SME´S, using a quantitative and qualitative research it was analyzed a group of different SME´S in San Luis Potosí in order to identify how they arrived to the consolidation, which were the main problems, several points what make them weak like organizational structure and what were the main reasons for the death of any of them.

Palabras Clave: MiPyMES, INEGI, SME´s

INTRODUCCIÓN

Actualmente, existe una gran diversidad de establecimientos dedicados al comercio, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMES), constituyen el eje central de la economía nacional derivado de los acuerdos comerciales que se han realizado en México en los últimos años, además del gran apoyo que se encuentra encaminado a la generación de empleos y en la contribución nacional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país.

Cada año el gobierno a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) recibe aproximadamente 100,000 solicitudes para la creación de nuevas empresas donde el 80% de éstas muere antes de cumplir el primer año, el otro 20%, decide cerrar antes de los cinco años.

El contexto de las micro empresas familiares en San Luis Potosí, no ha tenido aún un auge exponencial, la mayoría de los negocios desconoce o no tiene alcance a los apoyos que brinda el gobierno y al ser empresas de carácter familiar, la gestión y administración se ve afectada por problemáticas que surgen dentro de los lazos familiares.

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Urbano Villalón Núm. 500, Colonia La Ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, 120675@upslp.edu.mx.
[2] Universidad Politécnica de San Luís Potosí Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Urbano Villalón Núm. 500, Colonia La Ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, renee.duenas@upslp.edu.mx.

El objetivo de esta investigación es identificar la tipología de micro-empresas familiares de potosinas con la finalidad de reconocer estrategias y tácticas con las que se procure la consolidación, crecimiento y permanencia de las empresas.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para realizar la investigación, se formuló una entrevista en la cual se aplicaron preguntas a los propietarios, a los colaboradores familiares y a los colaboradores no familiares para homologar respuestas, la cual sería dirigida a un grupo de MiPyMes de San Luis Potosí. Los temas que se abordaron en ellas fueron fiscales, administrativos, antecedentes, estrategias comerciales y asuntos contables.



Figura1. Ingeniería en Comunicación Social

La metodología utilizada fue cualitativa porque tiene como objetivo la identificación de variables que tienen un efecto negativo en las MiPyMes, se realizó un análisis individual para encontrar los errores más comunes.

La estrategia de Investigación es la Ingeniería en Comunicación Social con un Enfoque metodológico-epistémico que incluye también las perspectivas de:

- Investigación Interdisciplinaria
- Sistemas Complejos
- Cibercultur@
- Epistemología del Conocimiento

Las dos técnicas de investigación utilizadas fueron documental y etnografía que incluyen métodos como la observación, metodologías de diagnóstico organizacional, la auditoría administrativa y por último el Método Socio-Económico de las Organizaciones.

Adicional a la entrevista los instrumentos de Investigación que utilizados durante el proceso de recopilación de información fueron cédulas de observación, y recorridos por instalaciones, los informantes se dividieron en diferentes grupos dueños y/o precursores de micro-empresa familiar, colaborador-familiar de micro-empresas familiares, colaboradores no familiares de micro-empresas familiares y expertos en materia de asesoría y creación de micro empresas familiares.

Para realizar clasificación se sintetizaron las entrevistas en frases testimonio, después se continuó con la obtención de ideas y funciones principales y al final la unificación de información. Una vez realizada la agrupación de características comunes se realizó la definición de categorías para identificación de tipología o clases sobre la ingeniería de micro-empresas familiares de potosinas.

RESULTADOS

Los resultados de la investigación, se determinaron las siguientes características de una MyPIME familiar:

- Lo más visto es la apertura por los padres, entre padres e hijos, entre hermanos
- Eficaz forma de autoempleo para supervivencia
- Complementariedad entre habilidades de hombre-mujer, administración-negociación
- El involucramiento de hijos favorece a los negocios y relación familiar
- La causa de cierre más mencionada es la canibalización,
- El crecimiento de una micro-empresa familiar da lugar y necesita del involucramiento de externo

Se recomienda a las empresas que para tener un mejor desempeño o llegar a consolidarse, tomar en cuenta tres áreas importantes, operativa, comercial y financieramente.

Operativamente se contempla el aseguramiento del producto, así como la inversión en la empresa, calidad y la formalización de operaciones.

Comercialmente, se enfatiza el análisis del mercado, identificar a los consumidores, así como diferenciar su producto.

Financieramente se recomienda tomar riesgos pensados, no descapitalizarse, cumplir con obligaciones fiscales.

Desde el punto de vista de los expertos, el hecho de trabajar en familia debe ser una fortaleza ya que cada quien conoce sus capacidades, se supone una mayor disponibilidad, así como un mejor cuidado de los recursos invertidos en el negocio familiar.

Sin embargo, al ser empresas pequeñas los expertos coinciden en que no tienen la capacidad de producción deseada, ni la tecnología que algunas de estas requieren, además de que no existen financiamientos para estas empresas.

CONCLUSIONES

Una de las principales problemáticas a las que se enfrentan las empresas familiares potosinas es la falta de capacidad financiera, y a pesar de que existen créditos que son ofrecen algunas dependencias de gobierno estas empresas los desconocen o en ocasiones no reúnen los requisitos para ser acreedores al apoyo financiero.

Dentro del aspecto interno de las empresas, el hecho de que sean familia, es un factor que beneficia el desarrollo pleno de la empresa por el grado de confianza que existe entre los trabajadores, cunado los hijos se involucran son ellos los que deciden continuar en el negocio de esta manera la relación familiar se refuerza aún más.

Otro aspecto importante en el que influye la familia es en la toma de decisiones la cual se ve afectada por la parte emocional y subjetiva de los integrantes. Es importante saber separar el aspecto familiar de lo laboral si se quiere llegar a tener una empresa familiar exitosa, se deben establecer funciones de trabajo que permitan el desarrollo eficaz de las actividades

El contar con una estructura organizacional bien definida, ayuda al proceso y por lo tanto al buen desarrollo de la organización.

Algunos métodos como lo es contratación, asignación de salarios, etc., así como saber manejar sus recursos, establecer alianzas con proveedores y buscar la manera de financiar sus gastos para salir a flote son estrategias que ayudan al crecimiento rápido y continuo de las organizaciones.

Otro punto de suma importancia es que hoy en día, es necesario que las empresas dedicadas a cualquier giro comercial, estén dadas de alta ante el SAT y así, estén incorporadas dentro del nuevo Régimen de Incorporación Fiscal, ya que la economía del país crecerá gracias a esto.

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea

1. Jesús González. (2015). Empresas Familiares en México: el desafío de crecer, madurar y permanecer. 12 de Julio del 2016, de Pymempresario Sitio web: http://www.pymempresario.com/2013/11/empresas-familiares-en-mexico-el-desafio-de-crecer-madurar-y-permanecer/

2. ENAPROCE. (2015). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. 12 de Julio del 2016, de INEGI Sitio web: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/enaproce/default_t.aspx

POLIMEROS EN EL DISEÑO DE EMPAQUE Y EMBALAJE Y SU IMPACTO EN EL MEDIO AMBIENTE

Andrea Pacheco Rivera[1] y Maria del Carmen Chacón Olivares[2]

RESUMEN

El entorno ecológico se ha convertido en una preocupación mundial, debido a la cada vez más grave contaminación mundial del medio ambiente. La rápida industrialización ha causado muchos problemas graves, tales como el agotamiento de los recursos naturales, la degradación de los principales ecosistemas y la contaminación. Debido los antecedentes de nuestra investigación nos dimos a la tarea de recopilar opiniones de los expertos acerca de la situación ambiental que México viene viviendo de unos años atrás hasta hoy día comparando el uso de cartón y papel para ver las desventajas y ventajas y usos de estos.

ABSTRACT

The ecological environment has become a global concern, due to the increasingly serious global environmental pollution. Fast industrialization has caused many serious problems, such as depletion of natural resources, degradation of major ecosystems and pollution problems. Due the history of our investigation we took on the task of collecting opinions from experts about the environmental situation which Mexico is living since a few years ago to today comparing the use of cardboard and paper to see the disadvantages and advantages and uses of them.

INTRODUCCIÓN

El reciclaje es una contribución significativa en la disminución de las cantidades de residuos que eliminarse en vertedero y llega a ser un factor sinérgico para la crisis ambiental, es decir que es parte esencial de un proceso que en conjunto con muchos factores morales, éticos, y culturales dan pie a las causas del deterioro ambiental. En los antecedentes de nuestra investigación nos dimos a la tarea de investigar que opinaban expertos acerca de la situación ambiental que México viene viviendo de unos años atrás hasta hoy día y que de que magnitud es el impacto que podría causar realizar estas actividades, mediante una investigación de campo y una comparación con otras investigaciones.

Palabras clave: Empaque, embalaje, medio ambiente, polímeros, reciclaje

Reciclaje: consiste en el procedimiento por medio del cual se recolectan, separan y transforman los diversos materiales de "desperdicio. Para poder darles un uso ya sea como un producto nuevo o materia prima.

La Ley de las 3 "R": La denominada ley, es una propuesta que popularizó la organización ecologista Greenpeace, propaga que se lleve a cabo: **Reducción, Reutilización** y **Reciclaje**.

[1] Instituto Tecnológico Superior de la cuidad de Irapuato, Guanajuato. Clave: IS13110860.

[2] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato

¿Qué es?	Ventajas	Desventajas	Tipos
El papel se define como una lámina plana constituida por fibras celulósicas de origen vegetal irregularmente adheridas entre si El cartón es un material formado por varias capas de papel superpuestas, a base de fibra virgen o de papel reciclado. El cartón es más grueso, duro y resistente que el papel	• Económico: Bajo en costo, alto beneficio. • Reciclable. • Óptimo para unificar envases individuales menores. • No es conductor térmico. • Capaz de recibir recubrimientos. • Ligero. • Resistente a las grasas y a los aceites. • Apropiado para ser moldeado. • Permite variedad de uso.	• Casi nula barrera contra al vapor de agua. • No tiene resistencia química • Permeable al agua. • Pierde su resistencia estructural con el agua. • Para proveer fuerza adicional y protección al producto se necesita agregar diversos materiales los contenedores.	• Cartón sólido blanqueado. • Cartón sólido no blanqueado. • Cartón folding. • Cartón corrugado: corrugado sencillo, corrugado, doble corrugado y triple corrugado. • Varillas de cartón.

Tabla 2.1. De las características del material: Cartón y papel. (Fantoni, A. L. (2003).

Proceso de reciclaje del papel y cartón.
Selección del papel de desecho.
Trituración del papel.
Preparación de pulpa secundaria.
Limpieza de impurezas en la pasta.
Refino.
Formación de la hoja.
Rodillos de la zona de secado. .

Tabla 2.2. De las características del material: Polímeros (Fantoni, A. L.(2003), Cervera A. L., (2003)

¿Qué es?	Ventajas	Desventajas	Tipos
Material compuesto por resinas, proteínas y otras sustancias que se moldean a partir de la presión y en calor. Es un derivado del Petróleo.	• Ofrece variedad (existen más de 30 tipos de plásticos) • Permiten versatilidad en el diseño. • Fáciles de moldear • Resistentes a la degradación. • Livianos. • Económicos Resistencia a la fatiga. • Flexibilidad • Bajo coeficiente de absorción de humedad: Resistente a la corrosión. • Resistencia al impacto. Transparencia • Hermético	• Baja resistencia a temperaturas elevadas. • Baja resistencia a los rayos UV y a la intemperie. • Poca resistencia mecánica. • Inflamabilidad • Deformación térmica	• Polietileno. (PE) • De baja densidad (LDPE/PEBD) • Lineal de baja densidad (LLDPE) • De alta densidad (HDPE/PEAD) • De peso molecular ultra elevado (UHMW-PE) • De densidad muy baja (VLDPE) • De densidad ultrabaja (ULDPE) • Polipropileno (PP) • Poliamidas (PA) • Poliésteres: • Polietilentereftalato (PET) • Policarbonato (PC) • Polímeros vinílicos : • Policloruro de vinilo (PVC) • Cloruro de Polivinilideno (PVDC

Tabla 3. Códigos para separar los desechos de los plásticos y tomar una decisión respecto a la técnica de reciclaje a emplear (Ana María Sosa, 2003)

	PET – politereftalato de etileno
	HDPE- Polietileno de alta densidad
	PVC- Policloruro de vinilo
	LDPE- Polietileno de baja densidad
	PP- Polipropileno
	PS- Poliestireno EPS-Espuma de poliestireno

.

Para poder realizar una adecuada separación es necesario identificar el tipo de material con el que contamos. El conocer qué tipo de reciclaje se debe usar depende de factores tales como la limpieza y homogeneidad del material y el valor del material de desecho y de la aplicación final. Para lo cual contamos con cuatro tipos de Reciclajes:

- Primario: consiste en la separación, limpieza, moldeado, moldeado por inyección, moldeado por compresión y termoformación.
- Secundario: convierte al plástico en artículos con propiedades que son inferiores a las del polímero original.
- Terciario: degrada al polímero a compuestos químicos básicos y combustibles.
- Cuaternario: Consiste en el calentamiento del plástico con el objeto de usar la energía térmica liberada de este proceso para llevar a cabo otros procedimientos, es decir, el plástico es utilizado como un combustible con el objetivo de reciclar energía.
-

Tabla 4. Comparación entre papel y plástico. (Benjamín Ruiz ,Mayo 2006)

1. Fabricar plástico consume 40% energía que fabricar papel, por lo que es meno contaminante.	2. El platicos genera 80% menos residuos sólidos que el papel, por lo que ocupa menos espacio en los rellenos sanitarios.	3. El plásticos se puede reciclar más de 20 veces antes de volverse débil y quebradizo, mientras que el papel se puede reciclar un promedio de 8 veces antes de que las fibras se vuelvan cortas.	4. El consumo de agua y de productos químicos en el proceso de reciclaje del plástico es mínimo.

RESULTADOS

Investigación de campo

Ante cualquier tipo de material una de las mejores soluciones frente al impacto ambiental del ser humano es el reciclaje. En la cuidad de New York se abrió el primer centro de reciclaje oficial en los Estados Unidos. Ya en 1970 se creó la Agencia de Protección Ambiental y se difundió con mayor interés el reciclaje.

Por su parte México en poco menos de 40 años la generación de desechos sólidos por persona se multiplico 9 veces. La Secretaria de Desarrollo Social (SEDESOL) estima que la generación nacional

de basura alcanza 84 mil 200 toneladas diarias. Pero de ese volumen el 83% por ciento es recolectado, esto es, 69 mil 886 toneladas, el resto aún queda disperso. Por nuestra parte nos dimos a la tarea de visitar un centro reciclaje de nuestra localidad en la cual obtuvimos los siguientes resultados:

Tabla 5. Porcentaje de material recolectado por semana.

MATERIAL		CANTIDAD RECOLECTADO POR SEMANA
Cartón y papel	*Libro	550kg
	*Blanco	
	*Periódico	
	*Cartón	1 ton
Polímero	-Cristal (transparente)	2 ½ ton
	-Verde	
	-Lechero	
	-HDP	

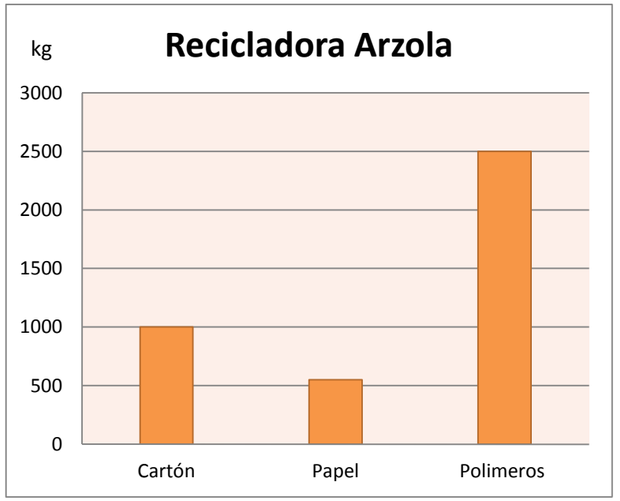


Figura 1. Resultados de materiales recolectados por semana en kilogramos.

CONCLUSIÓN

En base a nuestra investigación determinamos su impacto en un alto grado de como el reciclaje del plastico es alto, en nuestro país respaldando nuestra investigación en base a (Loyola, B. R. (mayo de 2010), hoy en día hay plásticos mas "agradables" con el ambiente conocidos como polímeros biodegradables, que se descomponen mas rapidamente y no generen nuevos contaminantes. Otro factor importante a considerar es el saber cómo reciclar y ser más concientes y responsables sobre la contaminación depositando la bsaura en su lugar, utilizando bien las 3r´s y creando conciencia ecológica.

El consumo desde una perspectiva ecológica llega a ser un factor sinérgico para la crisis ambiental, es decir que es parte esencial de un proceso que en conjunto con muchos factores morales, éticos, y culturales dan pie a las causas del deterioro ambiental. En base a (Tinoco, Plasticos Biodegradables, 2005) nuestra investigacion concuerda con que los polimeros son esenciales en nuestra vida diaria ya que la importancia de los polímeros reside especialmente en la variedad de utilidades que el ser humano le puede dar a estos compuestos. Así, los polímeros están presentes en muchos de los alimentos o materias primas que consumimos. Todos estos materiales son utilizados por diferentes razones ya que brindan propiedades distintas a cada uso.

BIBLIOGRAFÍA

Arturo Cristán Frías, I. I. (2011). *Instituto Nacional de Ecología*. Obtenido de http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/gacetas/422/envases.html

Loyola, B. R. (mayo de 2010). ¿papel o plástico? (D. G. UNAM, Ed.) *¿cómo ves?* Recuperado el 29 de Junio de 2016, de http://www.comoves.unam.mx/articulo/138/papel-o-plastico

Ramirez, A. C. (2009). *Manual de gestión de logística del transporte y distribución de mercancías.* Barranquilla, Colombia: UniNorte.

reserved., E. L. (24 de Mayo de 2016). Factors that influence corporate environmental behavior: empirical analysis based on panel data in China.

SEMARNAT. (2013). *Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable*. Recuperado el 6 de Julio de 2016, de http://www.uaz.edu.mx/semarnat/cuanto_tarda.html

Tinoco, R. M. (2005). Plasticos Biodegradables. *¿Cómo vez?*, 22-25. Recuperado el 19 de junio de 2016

DIAGNÓSTICO DE LOS IMPUESTOS ECOLÓGICOS EN LA COMARCA LAGUNERA

Carlos Alejandro Parrilla Guerrero[1] y Gabriel Díaz Torres[2]

RESUMEN

La implementación de impuestos ecológicos en el mundo es muy importante para poder tener una mejor calidad de vida, dichos impuestos están enfocados en proteger el medio ambiente, ya que los índices de contaminación se han incrementado de manera alarmante; este tipo de tributo genera muy pocos ingresos, ya que no todas las empresas pagan los impuestos correspondientes, además de que el fin principal no es generar más recaudación fiscal, sino más bien inhibir las emisiones contaminantes. Con el estudio de campo que se realizó en la comarca lagunera, se pudo observar que no está exenta de dicha problemática, debido a que en la región se encuentran establecidas un número importante de empresas industriales y agrícolas, la investigación de campo muestra la irregularidad del pago de impuestos ambientales.

PALABRAS CLAVES: Impuestos Ecológicos, comarca lagunera, contaminación ambiental.

ABSTRACT

The implementation of environmental taxes in the world is very important to have a better quality of life, such taxes are focused on protecting the environment, since pollution levels have increased in the world, this type of tax generates very little income, since not all companies pay the corresponding taxes, in addition to the main purpose is not to generate more tax revenue, but rather inhibit emissions. With the field study was conducted in the Laguna region, it was observed that is not exempt from this problem, because in the region are established a number of industrial and agricultural enterprises, field research shows the irregularity the payment of environmental taxes.

INTRODUCCION

La humanidad está cada vez más consciente de la escasez de los recursos naturales y de la fragilidad de los ecosistemas. Esa conciencia quizás es producto de las consecuencias derivadas de ignorar los límites físicos de nuestro planeta en las decisiones económicas a nivel micro y macro. Una de las secuelas más visibles es el calentamiento global, y que según el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático –IPCC (2007), por sus siglas en inglés:

"El calentamiento del sistema climático es inequívoco, como evidencian ya los aumentos observados del promedio mundial de la temperatura del aire y del océano, el deshielo generalizado de nieves y hielos, y el aumento del promedio mundial del nivel del mar.

El aumento de la temperatura media de la Tierra ha traído consecuencias mortales para los habitantes de algunos lugares del planeta: la ola de calor en Europa en el 2003, la precipitación en forma de nieve en Hawaii, el deshielo de los polos, la pérdida del 14% de los arrecifes del mundo en los últimos 19 años, etc., son evidencias de dicho fenómeno. Éstos, entre otros acontecimientos de mayor o menor escala, se

[1]Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera; Ciudad Universitaria, Carretera Torreón-Matamoros Km. 7.5 Ejido El Águila, C.P: 27276 Torreón, Coahuila. alejandroguerrero531@gmail.com

[2] Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera; Ciudad Universitaria, Carretera Torreón-Matamoros Km. 7.5 Ejido El Águila, C.P: 27276 Torreón, Coahuila. gabrieldiazt@hotmail.com

han observado a lo largo de las tres últimas décadas y han llevado a repensar la relación entre los seres humanos y la naturaleza." En la región lagunera de igual forma es necesario acatar los ordenamientos legales establecidos por las distintas autoridades, para inhibir las emisiones contaminantes o las acciones que conllevan un deterioro para el medio ambiente.

MÉTODOS Y MATERIALES

La presente investigación se realizó de manera documental descriptiva por una parte, ya que fue necesario acudir a las diversas fuentes de información como libros, sitios de internet, etc., para identificar los elementos básicos de las diversas acepciones de los impuestos ecológicos, o como algunos los llaman impuestos ambientales; así mismo para dicha investigación se realizó trabajo de campo en la región lagunera, para lo cual fue necesario aplicar el instrumento de encuestas para obtener resultados cuantitativos que dieran validez a este trabajo, con el fin de tener un panorama general de la situación respecto de las empresas que emiten contaminantes y que alternativas aplican o en su caso si efectúan el pago correspondiente de sus impuestos ecológicos.

RESULTADOS

Como primer interrogante pudiera surgir la siguiente: ¿Por qué impuestos ambientales?, por el hecho de que nuestro medio ambiente se esté deteriorando, deben surgir las medidas preventivas para evitar el mismo, por lo tanto se dieron a la tarea de implementar un costo por emitir emisiones contaminantes o dañar al medio ambiente, por lo tanto; las razones más importantes para crear impuestos ambientales se basan en las siguientes premisas:

- Generar ingresos que puedan tener destinos específicos para la conservación y mantenimiento de recursos naturales.
- Buscar comportamientos que incidan en el consumo de ciertos productos que causan menos impacto ambiental sobre su entorno.
- Fomentar e incentivar la búsqueda de tecnología que permita la creación de nuevos métodos y utilización correcta de insumos y materias primas para productos con menos impactos ambientales negativos.

Al surgir medidas preventivas para evitar o inhibir ciertas actividades de deterioro al medio ambiente, se crean con ellas los impuestos ambientales o ecológicos, los cuales como premisa deben generar lo siguiente:

- Políticas que permitan al estado el manejo de los recursos recaudados en mejoras y mantenimiento de los recursos naturales.
- Cambio en el comportamiento de consumo buscando tendencias más ecológicas.
- Búsqueda de técnicas y tecnologías más verdes para la creación de productos o sus sustitutos.
- Resultados medibles que permitan cuantificar el impacto generado por los mismos.

Pero a la vez dichos impuestos ambientales no deben generar:

- Distorsionar el mercado con cargas fiscales que produzcan ventajas competitivas para ciertos sectores.
- Reducir el déficit público.
- Incrementar o mantener gasto público.
- Utilizar los recursos en otra cosa que no sea para la que fue creado.

Los Impuestos Ambientales en México

De acuerdo con datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2015), "México es el país miembro de dicha organización que menos impuestos ambientales tiene. Durante los últimos años, México fue el único país con una relación negativa de -0.8% en promedio de sus impuestos ambientales como porcentaje de su Producto Interno Bruto (PIB), situación que contrasta con los impuestos ambientales de Italia, Finlandia, Dinamarca, Países Bajos y Turquía los cuales representa entre el 3 y 4.4% de su PIB. Cabe mencionar que la relación negativa de los impuestos ambientales en México, obedece al subsidio que venía otorgando el Gobierno Federal a los ingresos asociados a los impuestos ambientales como lo es el Impuesto sobre Producción y Servicios (IEPS) aplicable a las gasolinas y diesel. El impuesto al consumo de estos combustibles se convirtió en subsidio cuando los precios internacionales del petróleo eran altos y el Gobierno Federal tuvo la necesidad de compensar a Petroleros Mexicanos (PEMEX) la diferencia entre los precios internacionales y los precios internos por la venta de gasolina y diesel que habían sido fijados por el gobierno a un menor costo.

Gráfica 1



Fuente: Elaborada por el CEFP con información de la OECD.

Así, las contribuciones relacionadas con los impuestos al medio ambiente son el IEPS, el Impuesto Sobre Automóviles Nuevos (ISAN) y los impuestos a los combustibles fósiles (vigentes a partir de 2014). De acuerdo con la Ley de Ingresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2015, el impuesto a las gasolinas y diesel que conforman parte del IEPS para combustión automotriz dejará de tener subsidio para el presente año. Ante ello, se espera que la recaudación del IEPS para el 2015 sea el equivalente al 0.17% del PIB; en tanto que los ingresos por el cobro del ISAN y los Combustibles Fósiles, se estima que ascienda a 0.04% y 0.05% respectivamente. En suma, la recaudación de los impuestos ambientales prevista para 2015, representará el 0.3% del PIB y el 2.1% de los ingresos tributarios estimados para el presente año (1, 967,980.6 md)."

Gráfica 2



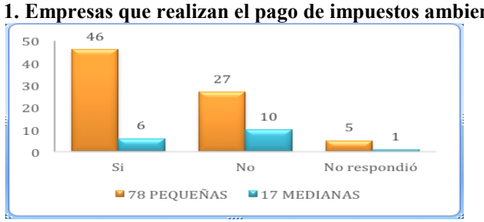
e/ cifras estimadas.
Fuente: Elaborado por el CEFP con datos de la Cuenta de la Hacienda Pública Federal de 2010 a 2013 y la Ley de Ingresos de la Federación de 2014 y 2015.

Se puede observar con lo anterior que aún y cuando los impuestos ambientales en México se han incrementado, estos no han sido de forma considerable, ya que como lo comenta la propia OCDE, nuestro país sigue siendo de los últimos lugares en la implementación de dichas medidas para contrarrestar el deterioro del medio ambiente.

Los Impuestos Ambientales en la Comarca Lagunera

La contaminación ambiental abarca prácticamente todas las regiones del mundo, debido a esto, es imperioso establecer medidas preventivas para disminuir el deterioro en que se encuentra actualmente nuestro planeta; y por lo que respecta a nuestra región lagunera, en base al trabajo de campo realizado, se observaron los siguientes resultados respecto a las medidas preventivas y conocimiento del tema que nuestros empresarios laguneros tienen al respecto.

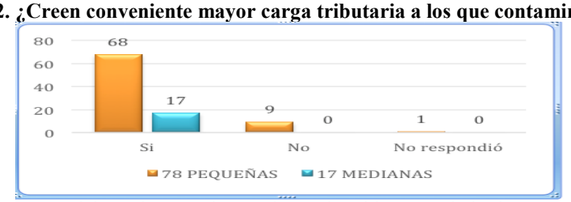
Figura 1. Empresas que realizan el pago de impuestos ambientales



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en trabajo de campo

Como se puede observar de las empresas encuestadas, la mayoría de ellas paga impuestos ambientales, siendo pocas empresas las que no tienen conocimiento de estos impuestos, por lo que prefirieron no responder.

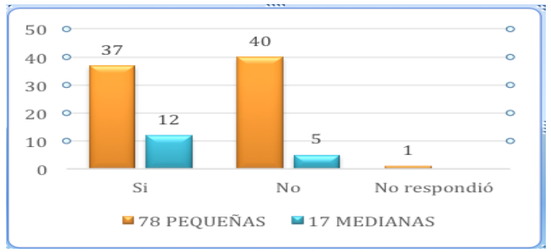
Figura 2. ¿Creen conveniente mayor carga tributaria a los que contaminen más?



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en trabajo de campo.

Como se puede visualizar, la mayoría de las empresas están de acuerdo con un incremento a los impuestos ambientales, debido a que con ello podrían inhibir o reducir en gran medida la afectación al medio ambiente, o en su caso la reparación del daño causado al mismo.

Figura 3. ¿Considera que pagando impuestos ecológicos disminuirá la contaminación ambiental?



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en trabajo de campo.

La mayoría de las empresas encuestadas en la laguna, creen que con el pago de impuestos ambientales disminuirá la contaminación, ya que al afectar los bolsillos de la compañías prefieren evitar dicha medida.

Figura 4. La Comarca Lagunera tiene altos índices de contaminación.



Fuente: elaboración propia con datos obtenidos en trabajo de campo.

Las empresas encuestadas consideran que la Comarca Lagunera, tiene un índice alto de contaminación, debido al tipo de compañías que radican en la misma, y que necesitan medidas de seguridad más efectivos para poder subsanar el problema.

Impuestos ambientales en el resto del mundo

Contreras (2015) menciona que: "Al comparar los impuestos ambientales de México con los de otros países innovadores en políticas tributarias de carácter ambiental, observamos diversos modelos que eventualmente podrían aplicarse. En Brasil, por ejemplo, el Impuesto ambiental sobre la Circulación de Mercaderías y Servicios (ICMS) es inter-estatal y aplica una tasa de entre 7% y 12% dependiendo del estado. Asimismo, el Impuesto estatal sobre la Propiedad de Vehículos Automotores (IPVA), se calcula en base al valor del auto y el municipio percibe ingresos derivados del mismo impuesto. En fechas recientes, el Ministerio de Finanzas Brasileño, anunció el aumento al impuesto sobre gasolinas y diesel de entre 5 y 7%, el cual generará alrededor de R$12.2 billones ($68,939.4 mdp)".

Por otro lado Acquatella-Bárcena (2005), mencionan que: "En Chile el Impuesto Verde a Fuentes Móviles, se aplica a automóviles nuevos, dependiendo de su rendimiento urbano y tiene como fin promover el uso de vehículos que contaminen menos. Por otra parte, los taxistas podrán solicitar la devolución del impuesto una vez que hayan inscrito su vehículo como taxi en el Ministerio de Transportes."

En Octubre del 2014, Chile se convirtió en el primer país de Sudamérica en establecer un impuesto a la contaminación, dicho impuesto cobrará por $5 dólares americanos por tonelada métrica de Dióxido de Carbono (CO_2), sin embargo, no entrará en vigor sino hasta el año 2018.

CONCLUSIONES

Los impuestos ecológicos están diseñados para tener control de la contaminación y poder disminuirla en un tiempo determinado, genera muy pocos ingresos porque su misión no es la recaudación fiscal, sino que están diseñados para mejorar la calidad de vida, evitando el deterioro del medio ambiente. Con los resultados obtenidos de las entrevistas a las pequeñas y medianas empresas en la comarca lagunera, podemos ver que las empresas pagan impuestos ecológicos, pero aun así la contaminación sigue siendo alta, su diseño nos habla de cuidar el medio ambiente para tener un mejor mundo, no sólo el área conurbada de la comarca lagunera tiene un índice alto de contaminación, ya que como se pudo observar en el presente estudio en prácticamente todo el mundo se tiene esta problemática que es la

contaminación, se consider que que las empresas sean un poco más responsables y empiecen tomar conciencia del grave daño que están causando al medio ambiente, aún estamos a tiempo de reparar los daños que se están sufriendo en todo el ecosistema..

BIBLIOGRAFIA

IPCC, (2007), Cambio climático: Informe de síntesis. Contribución de los Grupos de trabajo I, II y III al Cuarto Informe de evaluación del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático [Equipo de redacción principal: Pachauri, R.K. y Reisinger, A. (directores de la publicación)]. IPCC, Ginebra, Suiza. **(fecha de consulta 20/06/2016)**

http://www.fesmex.org/common/Documentos/Ponencias/Policy_Paper_Impuestos_Verdes_Junio 2011.pdf **(fecha de consulta 20/06/2016)**

Downloads/Impuestos-verdes-impacto-docto162.pdf
(fecha de consulta 23/06/2016)

http://debi.ec/index.php?option=com_k2&view=item&id=11:debi-informa-impuestos-verdes&Itemid=135 **(fecha de consulta 23/06/2016)**

Contreras, P. (2015) Centro de estudios de las finanzas públicas http://www.cefp.gob.mx/publicaciones/nota/2015/enero/notacefp0022015.pdf **(fecha de consulta 25/06/2016)**

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos. Green Growth Indicators, 2015. http://stats.oecd.org/index.aspx?dataSetCode=GREEN_GROWTH# **(fecha de consulta 25/06/2016)**

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Cuentas Económicas y Ecológicas de México 2012. Aguascalientes, http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Boletines/Boletin/Comunicados/Especiales/2014/febrero/comunica48.pdf **(fecha de consulta 25/06/2016)**

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. Cuenta de la Hacienda Pública Federal. México, Distrito Federal. http://hacienda.gob.mx/EGRESOS/Paginas/CuentaPublicaCiudadana.aspx **(fecha de consulta 25/06/2016)**

Secretaría de Gobernación. Ley de Ingresos de la Federación 2015. México, Distrito Federal. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5368103&fecha=13/11/2014 **(fecha de consulta 25/06/2016)**

Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, en www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/agenda21spchapter4.htm **(fecha de consulta 25/06/2016)**

Acquatella-Barcena (2005), http://www.ops.org.bo/textocompleto/bvsp/boxp68/politica-fiscal-medio-ambiente.pdf **(fecha de consulta 28/06/2016)**

IMPACTO DE LOS COSTOS EN LAS FINANZAS, ANALISIS DE COSTOS DE DISTRIBUCION Y SU EFECTO FINANCIERO EN LAS MICROEMPRESAS COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES EN IRAPUATO

Sanjuana de Jesús Franco Sierra[1] y Emilia Méndez Ramírez[2]

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis de los costos como son; sueldos y salarios, impuestos y gastos de distribución, respecto de su efecto en las finanzas de las microempresas comercializadoras de abarrote en Irapuato, para esto se llevó a cabo un estudio mixto donde se analizó una muestra de 310 empresas, obteniendo como resultado que todas pagan impuestos. En su generalidad las que venden al mayoreo, tienen empleados y el resto no. En relación a sus costos de distribución el control de inventarios y la entrega de sus productos se tienen identificados. Se emplearon cuestionarios cuyas respuestas se utilizaron en el programa SPSS el cual arrojo diversos resultados estadísticos.

ABSTRACT

The object of this work its make this analysis of costs like: salaries, taxes and distribution, respect to the finances of grocery stores in Irapuato. For this we make an study of 310 stores as a result, all of them pay taxes. In general those who sell more than the others have employers but no who sell in low quantity. Respect to costs of distribution this markets have a high control in their inventory and the ship date for his products. We also make questions and the answers were put on the program SSPS who give us this statistics analysis.

Palabras clave: Costos, Impuestos, Sueldos y Salarios, Costos de distribución.

INTRODUCCIÓN

En el municipio de Irapuato Guanajuato existen aproximadamente 1,616 microempresas del sector abarrote (SIEM, 2016), de las cuales no se tiene un estudio exacto de cómo afecta el costo de sueldos y salarios, impuestos y costos de distribución en sus finanzas, debido a su pronta apertura y cierre de algunas de ellas.

A lo largo de la historia de este tipo de comercios en México, los abarrotes se han convertido en productos de primera necesidad, por lo tanto, altamente redituables cuando se lleva a cabo una planeación, uno de los negocios más tradicionales y antiguos del país, está en riesgo por varios factores, como los ya mencionados. (Economista, 2014). Las tiendas de abarrote tienen una importante participación en la economía del país y en el estado de Guanajuato, del total de los establecimientos, 95.4% ocupa de 0 a 10 personas. ((INEGI), CENSOS ECONOMICOS , 2014).

Otro factor que afecta a las microempresas son los competidores mayoristas nacionales y extranjeros, quienes, por estar delante de los productores nacionales y tener sistemas de costos que lo proveen de una información fehaciente y confiable para una mejor toma de decisiones, les permite diseñar estrategias, lo cual les da un mayor rango de factibilidad. Muchas de estas competencias tienen grandes posibilidades de

[1] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, Ingeniería en Gestión Empresarial, Carretera Irapuato - Silao km. 12.5, C.P: 36821, Irapuato, Guanajuato, sanjufranco_94@outlook.es
[2] Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, Ingeniería en Gestión Empresarial, Carretera Irapuato - Silao km. 12.5, C.P: 36821, Irapuato, Guanajuato, emmendez@itesi.edu

crecimiento porque sus costos son mejor administrados y en cuanto a los impuestos que pagan las empresas, estos son mejor distribuidos.

Esta eventualidad provoca que dentro de las microempresas de abarrotes nacionales, sea la causa de que frecuentemente no se puede explicar cómo, a pesar de vender o trabajar más, no haya mayores utilidades o mejor liquidez. Una de las principales metodologías que responden al nuevo sistema de costos (costos ABC) para incrementar la competitividad de las empresas es el costeo basado en actividades (Padilla Ramirez, 2005), herramienta que facilita el proceso de toma de decisiones, así como el diseño de estrategias de las empresas, al ofrecer información más exacta y confiables acerca de los costos que los otros sistemas de información tradicionales.

En las microempresas, dentro de sus operaciones que realizan, los pagos de sueldos y salarios, costos de distribución e impuestos, son algunos de los más relevantes, convirtiendo la situación económica de las mismas en un problema para la obtención de una rentabilidad mayor, oportunidad de expansión o crecimiento, haciéndoles más difícil entrar a un entorno de competencia. ¿Qué tanto conocen las empresas acerca del reflejo de lo costos dentro de sus finanzas?
El objetivo de esta investigación consiste en analizar y evaluar los impuestos, sueldos y salarios, además de algunos costos de distribución a las microempresas comercializadoras en Irapuato y definir el impacto como costo o salida de efectivo.

Es por eso la importancia de efectuar un análisis considerando el costo o salida de efectivo. Realizando un estudio estadístico, obteniendo que efectivamente los riesgos que enfrentan las microempresas de abarrotes son la elevación de precios en cuanto a las contribuciones fiscales, el costo que les genera desconocer acerca de sus mermas en relación a sus productos, canales de distribución, gastos de transporte y el tener que pagar un salario incluyendo la responsabilidad que implica tener trabajadores.
En referencia a todos los tipos de costos esta investigación se enfocara en los costos de distribución adentrándose a sus canales de distribución, perdidas por merma y sus gastos por transportar sus productos.

MÉTODOS Y MATERIALES

La definición del trabajo fue a base de la utilización de una investigación cualitativa y cuantitativa que comúnmente es mejor conocida como mixta, esta permitió tener una perspectiva amplia y profunda, ya que se tomaron las fortalezas de cada método y así se pudieron explorar distintos niveles del problema de estudio. (Sampieri 2010).

En el trabajo nos enfocamos a las microempresas comercializadoras de abarrote en Irapuato respecto de los costos que les generan las operaciones que realizan, específicamente nos enfocamos en los sueldos y salarios, impuestos y costos de distribución. Para delimitar el análisis se tomó una muestra de la población del sector abarrotes que existe en el municipio. La ecuación (1) propuesta, es para calcular muestras de población finita, la cual determinó el tamaño de la muestra que se tomó.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq} \quad (1)$$

Dónde: n es igual al tamaño de la muestra, Z es el nivel de confianza, p es la variable positiva, q es la variable negativa, N es el tamaño de la población, E es la precisión o error.

Para poder realizar dicho estudio fue necesario la aplicación de encuestas en donde antes de aplicar la encuesta se contó con una validación por expertos de dicho cuestionario. Después de haber aplicado la encuesta fue utilizado el programa SPSS de análisis estadístico en el cual se hizo el vaciado de respuestas el cual nos generó un análisis descriptivo.

RESULTADOS

Para el análisis que se realizó del total de la 310 microempresas de abarrotes se arrojaron los siguientes resultados según el programa SPSS, siendo los más representativos en cuanto al pago de impuestos, sueldos y salarios y costos de distribución, los que se muestran a continuación:

Los resultados obtenidos de la ecuación (1) fueron Dónde: Para un nivel de confianza del 95%, tenemos que p(Z)=0.95 si Z=1.96. Para la variabilidad positiva que es p y la negativa que es q se tiene; p=q=0.5. Para el tamaño de la población que es N se tiene; N=1616. Considerando el error o precisión es E=0.5 que es el 5%. Dando la muestra representativa de esa población n=310.

A continuación se muestran algunos de los resultados arrojados acerca de costos de distribución

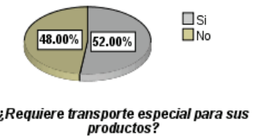


Figura 1. Costo de distribución.

En la figura 1. Se representa que el 52% si requiere transporte especial para sus productos, mientras que el 48% dice que no.

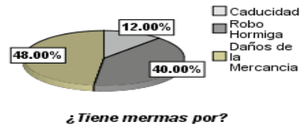


Figura 2. Costo de Distribución.

En la figura 2: Se observa que el 12% de las mermas son causadas por caducidad, el 40% de las mermas son por robo hormiga y por último el 48% de las mermas es por daños a la mercancía, siendo esta la que origina mayor impacto en sus pérdidas de producto.

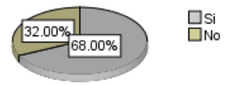
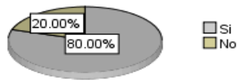


Figura 3. Costos de distribución

En la figura 3. Se ve reflejado que un 32% de las empresas no cuenta con un departamento que se encargue especialmente a la distribución, mientras que un 68% si tienen dicho departamento lo que nos indica que las empresas están conscientes del costo que les genera.



¿Tiene publicidad?

Figura 4. Costos de distribución

En la figura 4. Se muestra que un 80% de tiene publicidad en su empresa y solo un 20% no cuenta con publicidad para dar a conocer su negocio

CONCLUSIONES

Al realizar esta investigación se observó que las microempresas comercializadoras de abarrotes en Irapuato en el caso de los costos de distribución conocen algunos de los componentes de estos gastos tales como son sus inventarios, el departamento de distribución, sus canales de venta y a qué tipo de cliente va dirigido su producto, pero no le dan la suficiente importancia a las pérdidas originadas por sus mermas, ni a los gastos que les genera tener publicidad, lo cual si se cuantifica a largo plazo el no tener un control de estos costos provocan un impacto en sus utilidades y a la posibilidad expansión o reinversión. En conclusión los gastos de distribución incluyendo solamente mermas, caducidad y robo hormiga de los inventarios, transporte y publicidad son un costo considerable para las empresas abarroteras de Irapuato lo cual influye en la administración de sus finanzas, reduciendo sus utilidades imposibilitándolos a lograr una expansión, esto sin dejar de mencionar algunos otros renglones como son los costos de sueldos y salarios e impuestos. En relación a los costos que le generan sus sueldos y salarios e impuestos, también es significativo la alteración que causan a sus finanzas.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

Brigham, E. F. (2001). *Fundamentos de Administracion Financiera.* Mexico: Mc. Graw-Hill.

Padilla Ramirez, D. N. (2005). *CONTABILIDAD ADMINISTRATIVA* . México: MC GRAW-HILL

Vistoria, E. (2007). *Administración de la Tecnología.* México : Limusa.

Levin, R. I. (2004). *Estadistica para la administracion y la economia.* . México : Pearson .

Articulo de Revista

Fiesco, M. L. (2015). Percepcion Financiera en los costos logisticos. *Enfasis Logistica*.

Articulo en linea

agricultura, D. d. (s.f.). *FAO*. Obtenido de http://www.fao.org/docrep/005/x8826s/x8826s09.htm#TopOfPage

Economista, E. (3 de Enero de 2014). Obtenido de http://eleconomista.com.mx/antipolitica/2014/01/03/tenditas-riesgo

(INEGI), I. N. (2009). *CUENTAME INEGI*. Recuperado el 29 de 05 de 2016, de http://cuentame.inegi.org.mx/economia/parque/comercio.html#noLink

(INEGI), I. N. (2014). *CENSOS ECONOMICOS* . GUANAJUATO: INEGI. Recuperado el 2 de 6 de 2014

Software

BM SPSS Statistics (Versión 22), [Software de Computación].

COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS ESTRATÉGICAS EN LA COORDINACIÓN ACADÉMICA REGIÓN ALTIPLANO

Karla Montserrat Peña Martínez[1] y José Luis Susano García[2]

RESUMEN

La presente investigación está centrada en las problemáticas actuales en cuanto a comunicación y relaciones públicas en la coordinación académica región altiplano. La investigación es cualitativa con un enfoque de análisis de casos, se realizó una visita in situ en la cual se aplicó una entrevista semiestructurada al Director de la Coordinación para así recabar información.

Los resultados de la entrevista arrojaron seis principales problemas dentro de la institución: Mala comunicación interna, falta de un área de Comunicación y/o de Relaciones Públicas, poca importancia a los mensajes críticos, poca efectividad del boletín, que no exista una formación en la disciplina del responsable del boletín, que existen muchos canales de comunicación, finalmente se ha anexado una propuesta para cada una de estas.

Palabras clave: Estrategias, comunicación, relaciones públicas

ABSTRACT

The fallowing research is focused on current issues in communication and public relations in the academic coordination altiplano region. The investigation is Qualitative with a focus of analyzing cases, realizing a visit in which a semistructured interview was applied to the Principal of coordination, with the objective to collect information.

The interview results released six major problems within the institution: Poor internal communication, lack of an area of Communication and/or Public Relations, little of importance to critical messages, low effectiveness of the newsletter, it doesn't exist discipline by the part of the responsible for the newsletter, there are many communication channels, finally it has Ben attached a proposal for each of these issues.

INTRODUCCIÓN

El trabajo se centra en la búsqueda de información acerca de la problemática actual en la comunicación y relaciones públicas de la Coordinación Académica región Altiplano, con la finalidad de proponer estrategias para hacer frente a las problemáticas tanto internas como externas, que afecten a la imagen que se tiene de la institución.

En esta ocasión, se tomaron en cuenta como base de investigación notas en periódico locales y estatales en formato digital, así mismo se realizó una entrevista semiestructurada al director de la Coordinación para saber su opinión y conocimiento acerca de esta temática, abriendo un panorama más amplio de las carencias y problemas, así como su postura ante las mismas.

[1] Universidad Autónoma de San Luis Potosí Coordinación Académica Región Altiplano, Carretera, Cedral km 5+600, Ejido San José de las Trojes, C.P. 78700, Matehuala, S.L.P. monszemartinez@gmail.com

[2] Universidad Autónoma de San Luis Potosí Coordinación Académica Región Altiplano, Carretera, Cedral km 5+600, Ejido San José de las Trojes, C.P. 78700, Matehuala, S.L.P. jose.susano@uaslp.mx

JUSTIFICACIÓN:

La finalidad de este proyecto es conocer a fondo las problemáticas de comunicación y relaciones públicas que tiene la Coordinación Académica Región Altiplano, para así proponer estrategias para la mejora de su imagen, comunicación y opinión pública. Este proyecto es de gran relevancia, ya que no se han realizado investigaciones previas que permitan conocer más a fondo las problemáticas de esta índole con las que cuenta la institución y por ende no se les ha dado solución.

"La comunicación en las organizaciones es considerada en nuestros días como uno de los valores intangibles de mayor importancia para propiciar los imprescindibles procesos de interrelación interna y externa de las entidades y, por consiguiente, su adecuado desempeño y cumplimiento de las funciones y misiones que les dan razón de ser." (Trelles,2014).

"Las Relaciones Públicas son el arte de sintetizar la esencia de una organización, hacerla compatible con las expectativas e intereses de quienes la rodean y lograr que ello se perciba acertadamente para conseguir la integración de la misma a su entorno" (Bonilla, 2013).

Por estas razones es imprescindible la elaboración de este proyecto, ya que una de las principales problemáticas es de comunicación interna, en cuanto a la formalidad de la difusión de permisos, avisos y actividades por parte del personal, y la falta de un departamento exclusivo de relaciones públicas y difusión de información y actividades en la Coordinación.

METODOLOGÍA

Se eligió el tipo de investigación cualitativa, la cual es considerada como "vía de investigar sin mediciones numéricas, tomando encuestas, entrevistas, descripciones, puntos de vista de los investigadores, reconstrucciones los hechos, no tomando en general la prueba de hipótesis como algo necesario.

Se llaman holísticos porque a su modo de ver las cosas las aprecian en su totalidad, como un todo, sin reducirlos a sus partes integrantes. Con herramientas cualitativas intentan afinar las preguntas de investigación". (Cortes & Iglesias, 2004).

Las características de la investigación cualitativa se adecuan al tipo de investigación que se realizó ya que en este caso es de carácter social y para su desarrollo era fundamental un proceso dinámico, el cual permitirá interpretar los hechos y entenderlos más que medirlos y delimitarlos.

El enfoque que se dará será de análisis de casos ya que según Eisenhardt (1989) "Es una estrategia de investigación dirigida a comprender las dinámicas presentes en contextos singulares", la cual podría tratarse del estudio de un único caso o de varios casos, combinando distintos métodos para la recogida de evidencia cualitativa y/o cuantitativa con el fin de describir, verificar o generar teoría. (Martínez Carazo, 2006).
Así también se llevará a cabo visitas in situ planeadas a la organización para así poder realizar una entrevista semiestructurada ya que son las que ofrecen un grado de flexibilidad aceptable, a la vez que mantienen la suficiente uniformidad para alcanzar interpretaciones acordes con los propósitos de estudio. (Díaz-Bravo, Laura; Torruco-García, Uri; Martínez-Hernández, Mildred; Varela-Ruiz, Margarita, 2013).
La entrevista semiestructurada se realizó al M.A. Julián Espinosa Sánchez director de la Coordinación Académica Región Altiplano el día jueves 23 de junio del 2016 a las 12:00 pm, la cual estará moderada por la alumna Karla Monserrat Peña Martínez. Dicha entrevista obedece a que es el responsable de conocer la información que acontece en la COARA y quien decide las acciones en materia de comunicación y relaciones públicas.

MARCO TEÓRICO

Para abordar los conceptos, definiciones y/o teorías que se retomaron para la presente investigación, fue de acuerdo a los criterios que la propia investigación considera para ello se mencionan los siguientes:
De acuerdo a (Frias, 2000) la comunicación consiste, básicamente, en la transmisión de un mensaje de una persona o grupo a otro, lo que requiere de la existencia de voluntad de interacción entre ambas partes, es decir que se cree un proceso de influencia mutua y recíproca, mediante el intercambio de pensamientos, sentimientos y reacciones que se manifiestan a través del feed-back que se establece entre los comunicantes.

Tomando en cuenta también que según (Velásquez, 2007) la organización es un sistema socio-técnico abierto, el cual posee, relaciones de entradas (insumos), salidas (productos) y retroalimentación o ciclos de retorno para modificar el propio sistema, en estructura, operación, función o propósito, permitiendo su permanencia en el tiempo, además de procesos internos de readaptación, construcción y auto-reparación, que le permiten interrelacionarse adecuadamente con un entorno.

Finalmente "Las Relaciones Públicas son el arte de sintetizar la esencia de una organización, hacerla compatible con las expectativas e intereses de quienes la rodean y lograr que ello se perciba acertadamente para conseguir la integración de la misma a su entorno" (Bonilla, 2013)

RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de la entrevista semiestructurada realizada a M.A. Julián Espinosa Sánchez director de la Coordinación Académica Región Altiplano, dichos resultados permiten conocer la situación real de la organización en materia de comunicación y relaciones públicas.

Mala comunicación interna:
En la Coordinación existen problemas de comunicación interna, el cual el principal es la en comunicación informal, con el uso de las tecnologías de la información, el personal de la coordinación aun después de nueve años en función no está conscientes del crecimiento de la institución, en palabras del Director de la COARA:
"La organización a veces no entiende en sí de forma individual que es lo formal y que es lo informal, que, si tienes que tener un documento de evidencia, firmado, sellado y recibido, dirigido y buscar la misma respuesta y que es lo que se puede resolver platicando o que se puede resolver por un correo, y que las TICS nos han venido a facilitar, pero también a complicar la comunicación formal".

Falta de un área de Comunicación y/o de Relaciones Públicas
La institución actualmente no cuenta con un departamento de comunicación y relaciones públicas, todos los boletines oficiales son supervisados y publicados por el departamento de comunicación social en San Luis Potosí Capital. Lo único con lo que cuenta la institución es con un responsable de las paginas oficiales en redes sociales de la COARA, pero este no es un departamento dentro del organigrama ni está dentro de las funciones de este encargado.

Poca importancia a los mensajes críticos
Actualmente se han difundido notas negativas sobre la Coordinación y sus malos manejos administrativos, ante esta situación el director comenta que: "realmente en ese caso no había a quien darle una respuesta, si es anónimo, la idea era que la gente o la sociedad que lea eso tenga la sensación de que aquí hay cosas malas, ¿porque? Porque el personaje que está al frente en este momento puede ser que cambie." Ante esta situación la coordinación no ha dado ninguna respuesta ni en boletines oficiales, ni en entrevistas en los medios de comunicación, para clarificar la situación.

Poca efectividad del boletín
La información oficial de la coordinación está centralizada en el departamento de comunicación social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, El director comentó sobre el tema que: "si alguno de nosotros quiere que algo salga en un medio impreso a nivel estatal e incluso regional o nacional tenemos que mandar esos boletines o esa información a el área de comunicación social de la universidad a nivel central en San Luis Potosí y toda la nota de periódico que nosotros queremos que salga tiene que ir revisada por ellos, ese es el medio formal, incluso la divulgación por correo masivos o las redes de la universidad formales también tenemos que llevar la solicitud del evento con las características y lo publican masivamente a la comunidad universitaria o aparece en la página web de la universidad"

No exista una formación en la disciplina del responsable del boletín.
El área de comunicación de la COARA está a cargo de Raúl Rodríguez Rueda, el cual no cuenta con la formación especializada tener este cargo, y el mismo director comenta que: "es maestro de medios, es encargado del laboratorio de medios, por eso se encarga de eso", pero así mismo reconoce que es de vital importancia la implementación de un departamento de comunicación y relaciones públicas para difundir la información de la COARA así como sus actividades de manera inmediata y que tenga el alcance deseado al segmento al que va dirigido ya sea loca, regional, estatal o nacional pero de manera independiente.

Existen muchos canales de comunicación:
La institución cuenta con una página oficial dentro de la Universidad, así como una página oficial redes sociales con el usuario de COARA-OFICIAL, pero se ha salido de control la apertura de más de una cuenta de cada uno de los departamentos o cada una de las carreras, esta situación dificulta la divulgación de información verídica por cada una de estas cuentas informales.

CONCLUSIÓN

La coordinación académica región altiplano a lo largo 9 años en funcionamiento ha ido creciendo y con ello han aumentado los problemas, el principal hablando internamente es el de la informalidad en la comunicación por parte del personal, esto ya que la institución ha crecido de manera muy rápida y se es más deficiente la difusión masiva de información entre el personal.
La falta de un departamento formal de comunicación y/o relaciones publicas exclusivo de la coordinación, es uno de los problemas más grandes que se tiene, ya que este es de gran importancia para cualquier institución porque así se puede tener un control sobre la información que se filtra a los diferentes medios de comunicación, personal y alumnos, con más rapidez y efectividad en cada boletín.

PROPUESTAS

1. La Auditoria de la Comunicación Organizacional ya que nos permite examinar y mejorar los sistemas de comunicación tanto interna, como externa en los diferentes niveles.

2. Implementación de un área de comunicación social y relaciones públicas formal exclusiva de la Coordinación, independiente del área de comunicación social de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

3. Contar con un Manual de Crisis ya que este recoge todos los procedimientos y responsabilidades de gestión de crisis. Permitiéndole a la institución afrontar las problemáticas con mejor perspectiva comunicacional.

4. Delimitar a que segmento a ser dirigido cada uno de nuestros boletines, para poder penetrar de manera más efectiva y que la información llegue con mayor rapidez al público deseado.

5. Designar el puesto de Responsable del área de comunicación y relaciones públicas a una persona que cuente con el perfil requerido para el puesto, ya que esta persona será la que informe al público sobre la información de la institución de manera correcta y formal en cada uno de los medios de comunicación.

6. Contar con una sola cuenta en cada una de las redes sociales, la cual se encargue de difundir la información general de toda la coordinación para evitar la filtración de información incorrecta y la confusión de cuentas oficiales.

7. Dar la importancia que se merecen los aspectos de opinión pública, crisis de comunicación, relaciones públicas internas y externas

REFERENCIAS

Bonilla, C. (Junio de 2013). *Redalyc.org.* Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/1995/199527531006.pdf
Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional.* México, D.F.: Mc Graw Hill.
Cortes, M., & Iglesias, M. (2004). *unacar.* Obtenido de http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
Díaz-Bravo, Laura; Torruco-García, Uri; Martínez-Hernández, Mildred; Varela-Ruiz, Margarita. (2013). *Investigación en Educación Médica*, 162-167.
Frias, R. (2000). *Redalyc.* Obtenido de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18100103
Hernandez y Rodriguez, S., & Palafox de Anda, G. (2012). *ADMINISTRACION. Teoria, Proceso, Areas Funcionales y Estrategias para la Competitividad.* Mexico DF: Mc Graw Hill.
Martínez Carazo, P. C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, 165-193.
Montana, P. J. (2002). *administracion.* Mexico DF: CECSA.
Pintado Blanco, T. (2004). *Marketing para adolescentes* . Madrid: ESIC.
Velásquez, A. (Diciembre de 2007). *Redalyc.* Obtenido de http://www.redalyc.org/pdf/206/20611495014
Xifra Triadú, J. (2008). Modelos de las relaciones públicas políticas: Análisis de la situación en Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Social*, 392-399.

DETERMINAR LAS TIC´S UTILIZADAS EN LAS MIPYMES DE CIUDAD FRONTERA

Yarely Monserrat Pineda Vázquez[1] y Norma Araceli Aguilar Covarrubias[2]

RESUMEN

En el presente documento se muestran los resultados de la investigación que se realizó para conocer la situación actual de las PYMES en la ciudad de Frontera, Coahuila; en relación con el uso de las TIC´S. Para esto, se realizó una recolección de datos, del Instituto Tecnológico Superior de Monclova en una investigación de campo, de la cual se aplicaron encuestas a las pequeñas y medianas empresas localizadas en la región Centro Desierto, así como se les ofreció apoyo a estas en cuanto a asesorías, capacitación y consultorías para ayudar a mejorar su negocio, y hacer uso de las TIC´s.

ABSTRACT

In the present document we see the results of the investigation that we do for meet the situation actually of the PYMES in Frontera, Coahuila City. In relation with the use of the TIC´S. For this, a data collection was carried out for part of students from Instituto Tecnologico Superior de Monclova, we apply tests to the little and medium enterprises located in the region Desert Center and were offered support these in terms of advice , training and consulting to help improve your business, and make use of ICT .

Palabras clave: PYMES, Tecnologías de información, MIPYMES.

INTRODUCCION

La década de los setenta representó la consolidación del desarrollo tecnológico para los países más avanzados, ya que la industria del sector servicios apostó por la digitalización de todos los sistemas de transmisión de datos existentes y en cierta medida también significó el comienzo práctico de la globalización. De esta manera inicia el desarrollo acelerado de las Tecnologías de la Información y Comunicación (las TIC) como parte de la era digitalizada, de la globalización y la adecuación a la nueva forma de transmitir y recibir información. Algo había cambiado de manera drástica y casi repentina. Los viejos sistemas de transmisión de datos dieron paso a la nueva manera de interactuar, la infraestructura y los soportes técnicos se alinearon de tal forma que el acceso se redujo al lenguaje binario.

El uso de las TIC en las Pymes permite, entre otras ventajas destacadas, ahorrar en los costos de los procesos de la empresa en un corto y mediano plazo, y abrir nuevos canales de venta o comunicación con los actuales y/o nuevos clientes, situación que representa una ventaja competitiva para las compañías, ya que posibilita el acceso a nuevos mercados.

Por ende, es importante para nosotros el investigar si Coahuila y sus MiPYMES se están adaptando al uso de las tecnologías de información y comunicación para el crecimiento de sus negocios.
Objetivo general: Conocer la situación actual de las MiPYMES en relación con el uso de las TIC´S.

[1]Ingeniería en Gestión Empresarial, Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejército Mexicano, Carretera 57 km 4.5 Unidad Tecnológica y Universitaria, C.P:25701, Monclova, Coahuila, tecnicoyarelypineda@hotmail.com
[2] Ingeniería Informática , Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejército Mexicano , Carretera 57 km 4.5 Unidad Tecnológica y Universitaria, C.P:25701, Monclova, Coahuila, araceli.aguilar.covarrubias@gmail.com

METODOS Y MATERIALES

Se realizó una investigación de campo, a través de una serie de encuestas en la zona de Frontera, Coahuila, para conocer si las MiPYMES hacían uso de las TIC´S, así como si disponían de los materiales necesarios. Estas encuestas podían ser contestadas por parte de los propietarios o empleados de los negocios. La primer parte del test era contestado por la persona, en este apartado se preguntaba el nombre del negocio y la localización de este. También la región en la que se encuentra, en este caso Frontera. Continuamente se interrogaba a que giro pertenecía el negocio y si contaban con los servicios de energía eléctrica, teléfono e internet.

Se agregó una tabla la cual era contestada por el encargado-propietario, en la cual se les cuestionaba si contaban con ciertos materiales de trabajo, y seguido de la cantidad de materiales en caso de contestar ¨si¨ La lista de materiales constaba de computadoras, impresoras, laptops, copiadora convencional y de tickets , scanner, rack, teléfono, celular, conexión alámbrica e inalámbrica, así como que sistemas operativos son con los que contaban sus computadoras y de que software hacían uso en caso de realizar facturación electrónica.

La segunda parte de la encuesta era contestada por los encuestadores, y era referente a lo visual que podíamos observar del local. Esto era si contaban con logotipo y nombre visible, así como si estaba como MR ®. También si tenían estacionamientos, y en caso de que si, cuantos cajones tenían disponibles. De igual manera teníamos que observar si contaban con canaletas para ocultar el cableado de sus computadoras, y puertos HUBS, si hacían uso del internet para darse a conocer: Instagram, Facebook, twitter, Etc.

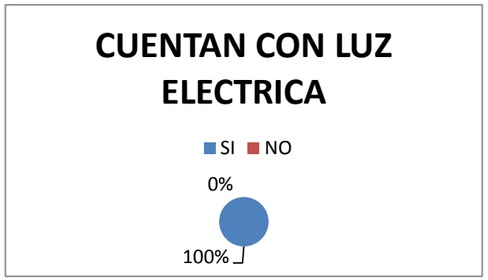
Por último, observamos si contaban con seguridad en su local, esto refiriéndonos a si hacían uso de cámaras, puertas de seguridad, cortinas, protectores, alarmas, o el uso de guardias de seguridad dentro y fuera de los negocios.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:
Etapa 1 –Recolección de datos para Identificar las Mi Pymes de la Región Centro de Coahuila.
(3 semanas)

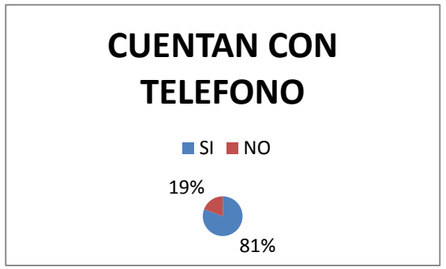
Etapa 2 –Organización y procesamiento de datos para así poder determinar el grado de uso de las TICs que permita elaborar la propuesta para implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) en la Mi Pymes. Caso Región Centro Desierto de Coahuila. (1 semana)

Etapa 3 - Difusión de resultados a través de la elaboración de reporte final (3 semanas)

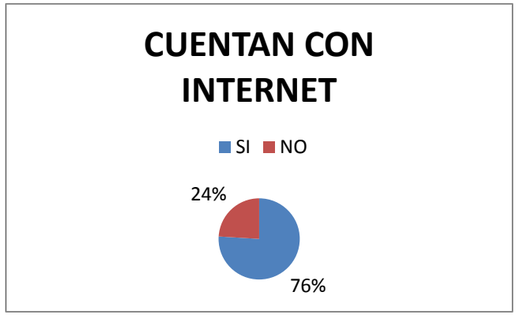
RESULTADOS



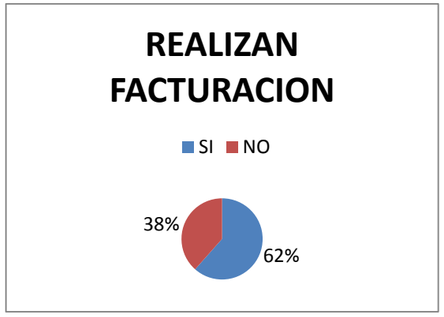
GRAFICA 1.EL 100% de los encuestados cuentan con luz eléctrica



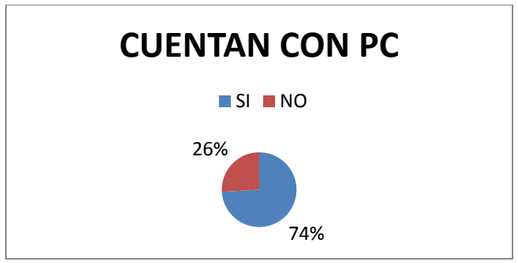
GRAFICA 2.El 81% de los encuestados tiene teléfono, mientras que el 19% no.



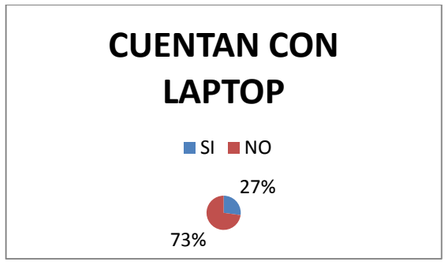
GRAFICA 3.El 76% cuenta con internet, mientras el 24% no.



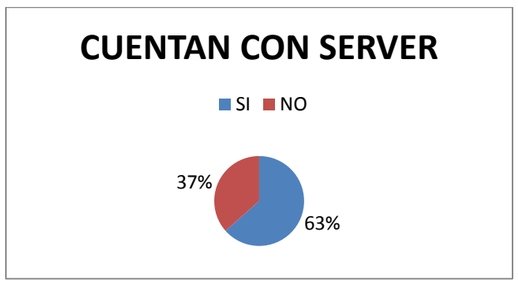
GRAFICA 4. El 62% de los encuestados realiza facturación, el 38% no cuenta con este servicio.



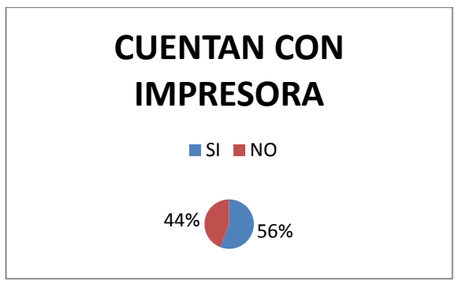
GRAFICA 5. El 74% de los encuestados respondió que cuentan con computadora de escritorio, mientras que el 26% no tienen.



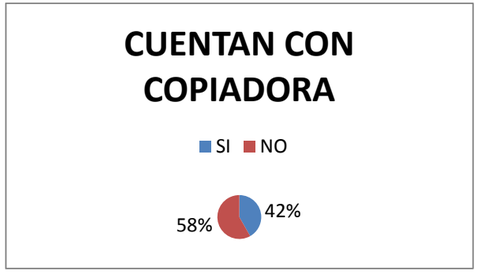
GRAFICA 6. 73% de los negocios no hacen uso de laptop´s,sin embargo 27% si cuentan con este dispositivo.



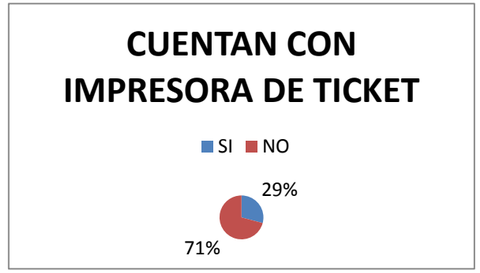
GRAFICA 7. EL 63% utilizan servers.



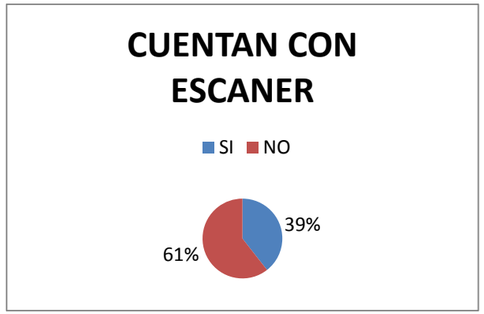
GRAFICA 8. El 56% cuenta con impresora.



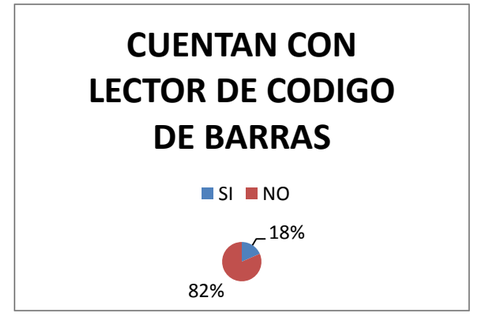
GRAFICA 9. 79%,siendo mayoría,no imprime tickets



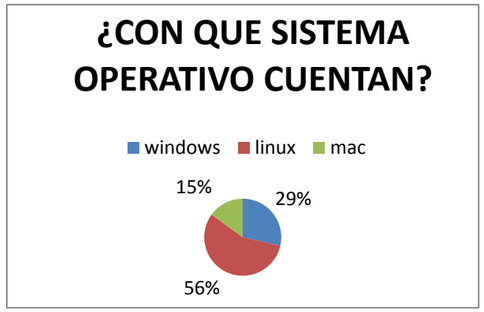
GRAFICA 10. 58% de los encuestados no tiene copiadora.



GRAFICA 11. El 68% no cuenta con escáner, mientras que el 39% si.



GRAFICA 12. 82% de los negocios no cuentan con lector de código de barras,el 18% si.



GRAFICA 13.El 56% hace uso de Linux,el 29% usa el sistema Windows,y el 15% mac.



GRAFICA 14. El 63% de los encuestados considera que el ITSM los puede apoyar.

CONCLUSIONES

A través de este estudio se ha presentado la importancia de las TIC´S en las empresas, tanto como su situación actual, dado que en la actualidad nos encontramos en la era de la globalización, y para que un negocio no se quede atrás tiene que avanzar tecnológicamente hablando.

Se dedujo que a pesar que gran parte de la población hace uso de las TIC´S para crecer en el mercado, por ejemplo del internet, en el que un 76% de los negocios hace uso de este servicio, el 24% no, puesto que no lo consideran indispensable para la expansión de un negocio. O a pesar de contar con el servicio, no saben utilizarlo como una herramienta de apoyo para sus comercios.

Como propuesta, los maestros del Instituto Tecnológico Superior de Monclova, ofrecieron capacitaciones, asesorías y consultorías gratuitas a las MIPYMES para proporcionarles ayuda en la utilización de aparatos tecnológicos ,así como la creación de páginas en Facebook y páginas web, con el fin de dar a conocer sus negocios en la región.

A pesar de que el 37% se negaron a recibir apoyo por parte de la Institución, la mayoría, refiriéndonos por mayoría a un 63%, aceptó el apoyo y brindaron información personal para que la institución se ponga en contacto con ellos, esto con el fin de crecer en el mercado, dicho que a pesar que están abiertos a recibir apoyo, mencionan que no hay personas o instituciones gratuitas que les brinden este tipo de servicios.

REFERENCIAS

Artículos en línea

Carrie, S. (28 de agosto de 2012). *Educamericas*. Recuperado el 1 de julio de 2016, de http://www.educamericas.com/articulos/reportajes/las-tic-y-su-influencia-en-las-pymes

Lopez, H. R. (noviembre de 2011). *monografías*. Recuperado el 2016 de julio de 3, de http://www.monografias.com/trabajos93/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia.shtml

rocha, C. (s.f.). *Servicios Tic*. Recuperado el 2016 de Julio de 3, de http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html

MUJERES EN LA LEGISLATURA DE GUANAJUATO: COMISIONES, AVANCES E INICIATIVAS DE LEY

Marina Guadalupe Ramírez Muñoz[1] y Ma Aidé Hernández García[2]

RESUMEN

En este artículo se presentan de una manera concreta como se ha dado la participación e inclusión de la mujer dentro de los órganos de poder más en concreto dentro del congreso. Este articulo se centra particularmente en las legislaturas del congreso de Guanajuato, esto con el fin de conocer como se ha ido dando el desarrollo de la equidad de genero en cuanto a los entes públicos. Para desarrollar este tema se realiza una investigación tanto cuantitativa como cualitativa esto para que sea mas fácil ver la diferencia y realizar una comparación entre la LXII y la LXIII legislaturas del Estado de Guanajuato.

ABSTRACT

In this article they are presented in a particular way as has been the participation and inclusion of women in the organs of power, more specifically within the congress. This article focuses particularly on the legislatures of Congress of Guanajuato, this in order to know how has been taking the development of gender equity in terms of public bodies. To develop this issue both a quantitative and qualitative research is done this to make it easier to see the difference and make a comparison between LXII and LXIII Guanajuato State Legislatures.

Palabras Clave: Política, Legislaturas, Mujeres, Equidad.

INTRODUCCIÓN

La sociedad mexicana se ha visto marcada por una serie de sucesos históricos, sociales y económicos que han creado una visión cultural destacada por la activa participación masculina, provocando la creación de estereotipos basados en el supuesto comportamiento del hombre como líder y ser racional.
Importante, fuerte, valiente, audaz, inexpresivo, y protector; son algunas de las construcciones sociales que se han establecido para el "macho" contemporáneo; ocultando a un ser frágil y con gran vulnerabilidad emocional; dando lugar al actual sistema patriarcal donde impera el poder del sector masculino en la población mexicana. Para Barrios Martínez (2008) la vieja masculinidad sigue predominando en México y muchos lugares del mundo, sin embargo, sus rasgos típicos comienzan a ser rebasados por la realidad.
Por otro lado la mujer, durante varios siglos, se ha visto sometida a un régimen patriarcal, denotándola de características propias del género femenino que van acorde a los roles impuestos por el masculino.

"De acuerdo al sistema, la mujer tiene que ser: débil, vulnerable, sumisa, cariñosa, comprensiva, protectora, dedicada al cuidado de los hijos y del hogar, dependiente económica, social y sentimentalmente del hombre; generando problemas de igualdad entre hombres y mujeres, dando pie a la inequidad." (López Hernandez, 2007)

[1] Universidad Autónoma de Aguascalientes, Ciencias Políticas y Administración Pública; Av. Universidad No940, Ciudad Universitaria, C.P:20131, Aguascalientes, Ags.

[2] Universidad de Guanajuato, Derecho, División de Derecho, Política y Gobierno; Lascurain de Renata No5, Centro, C.P:36000, Guanajuato, Gto.

Según Barrios Martínez (2008) la inequidad entre los géneros ha originado malestar y sufrimiento tanto en los hombres como en las mujeres, aun cuando estas últimas han tenido mayor permisividad social para expresarlo. Ante estos hechos, los hombres han excluido la participación de las mujeres en el ámbito público, delegándolas, única y exclusivamente al privado, trayendo consigo no solo la discriminación de este sector de la población, sino también la violación al artículo cuarto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que especifica: “El varón y la mujer son iguales ante la ley”.

Desde la cultura Mexica una de las mas importantes en México Prehispánico se tienen indicios de cómo el hombre era el que dominaba desvalorizando a la mujer y remitiéndola a las labores del hogar, llegando la colonización la distinción ya no solo de genero sino también de condición social, haciendo una inclusión básica a la mujer en donde lo único que se implemento fue la educción católica a las mujeres indígenas para que de esta forma pudieran consolidar la doctrina entre los suyos.

En la época de la independencia mexicana es cuando se puede ver un ligero cambio de rol de la mujer, como lo demostró Doña Josefa Ortiz de Domínguez teniendo una participación activa en el levantamiento en contra de los españoles. Según López Hernández (2007) en los primeros años de vida independiente la mujer trabajaba en el campo, en servicios urbanos o como criada [...] La mujer de alcurnia atendía su casa, y daba lecciones y doctrina Cristiana.

Durante de Revolución Mexicana la mujer empieza a tener mas interés en la vida publica, demandando el voto en mayo de 1911 al presidente provisional León de la Barra; Desde esta época las mujeres ya tienen más interés por la participación política, e incluso comienzan a exigir uno de los derechos que en la actualidad no se le puede negar a nadie por su condición. Hermilia Galindo en 1917 exigió se le dieran el reconocimiento a las mujeres de los derechos políticos, siendo ella ejemplo emblemático que logra, además, conjuntar la teoría con la práctica. Fue la primera mujer candidata a diputada federal en nuestro país y participando en el primer congreso feminista en Yucatán dando los primeros indicios de participación política de la mujer.

Después de esta lucha y del comienzo de la participación activa de las mujeres en el Estado; por fin en 1953, se logró que se les otorgara el derecho al voto siendo el primer año en el que participan en un sufragio y con ello el voto dio lugar a que se desarrollaran las cuotas de género.

Según Francisco Javier Aparicio Castillo (2009) se implementa desde 1996 la introducción de las cuotas de género en la legislación electoral iniciando con un 70% hombres 30% mujeres, para 1998 sufrió un cambio y de acuerdo al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, la cuota se elevó a un 60-40.
Para el año 2014, se dio una reforma al artículo 41, que de acuerdo a esta, se deberá de dar una paridad de género entre los partidos asegurando la participación política del 50% de hombres y el 50% de mujeres.

En este sentido el siguiente artículo, pretende analizar a las mujeres en el congreso local, que presiden y presidieron las comisiones legislativas, así como su función, trabajo y participación dentro de ellas. Para ello, se estudiarán las Legislaturas LXII y LXIII del Estado de Guanajuato; elaborando un análisis a la encuesta realizada a la legisladora y comparando la participación de las mujeres en ambas legislaturas.
Para ello, es importante conocer cuáles fueron y cuáles son los integrantes de ambas legislaturas así como quienes presidieron las comisiones en ambos casos; todo lo anterior nos ayudara para realizar un análisis estadístico de como se ha estado manejado el Congreso del Estado de Guanajuato, para obtener mejores resultados.

El tener esta información y al realizar el análisis podremos desarrollar la comparación en ambas legislaturas y así obtener una mejor perspectiva de cómo ha ido manteniéndose o en su caso aumentando la participación de las ciudadanas en la política estatal.

MARCO TEORICO

La hipótesis es la siguiente:
En la actualidad las mujeres tienen menos injerencia en la vida política que los hombres, por ende menores posibilidades de presidir una comisión legislativa en el Congreso del Estado. Para comenzar presentaremos algunos datos generales que nos ayuden a conocer ¿Qué es un congreso?, ¿Cuáles son sus funciones?, ¿Cómo se conforma? y ¿Qué tipos de cámaras existen en México?; Esto nos ayudara a conocer de una manera mas precisa y a realizar un análisis más detallado y concreto sobre lo que se quiere hacer para llegar al final de la investigación. Que es conocer si nuestra hipótesis puede ser nula o no.

Para iniciar debemos dar algunas definiciones que son necesarias para entender algunos conceptos y tener muy en claro de que se va ha hablar durante este articulo.

Congreso General o Congreso de la Unión son las denominaciones que le asignan el derecho positivo mexicano a la institución representativa, mejor conocida en términos de dogmática jurídica como poder legislativo y consagrado así en la constitución […] Se divide en dos cámaras la de diputados y la de senadores (Pedroza de la Llave, 1997).

El Artículo 51º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que, la Cámara de Diputados se compondrá de representantes de la nación, electos en su totalidad cada tres años. Por cada diputado propietario se elegirá un suplente. A nivel federal, está conformada por 300 diputados electos y 200 por medio de la representación proporcional, dándonos un total de 500 diputados en la cámara. Pero debe hacerse de conocimiento que para ser diputado se deben cumplir ciertos requisitos que menciona el articulo 55º de nuestra constitución.

Dentro de los congresos locales se dan distintas mesas de trabajo denominadas comisiones en donde grupos de trabajo con la conformación de diputados de distintos partidos discuten y crean iniciativas de ley que luego presentan ante todos los diputados para su votación.

Las comisiones pueden clasificarse de acuerdo a los siguientes criterios; primero, por su creación: por ministerio de ley y por acuerdo del pleno; segundo, por su permanencia, para toda la legislatura -ordinarias- o transitorias -especiales- en tanto se resuelve el objeto por el cual fueron creadas, tercero, por la materia que conocen: administrativistas, de gobierno cameral, de funcionamiento interno, de estudio y consulta respecto al régimen y prácticas parlamentarias, de investigación, jurisdiccionales, y cuarto, por el número de integrantes -determinado, determinable e indeterminado-. (Pedroza de la Llave, 1997)

El Congreso Local, al igual que la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, se compondrá de representantes populares electos en su totalidad cada tres años, mediante votación libre, directa y secreta. Por cada diputado propietario se elegirá un suplente (Articulo 41). La constitución Política del Estado Libre y Soberano de Guanajuato señala en su artículo cuadragésimo segundo que el Congreso del Estado Cuenta con veintidós diputados electos según el principio de mayoría relativa, mediante el sistema de distritos electorales uninominales, y catorce diputados electos según el principio de representación proporcional.

Al consultar los información de las legislaturas pasadas en el estado de Guanajuato, la mayoría de los diputados electos que asumían el cargo eran en su mayoría del sexo masculino, pero gracias a la implementación de las cuotas de genero se ha visto un cambio en la el congreso local.

METODOS Y MATERIALES

Durante las semanas del verano la Dra. Ma Aidé nos impartió varios cursos en cuales pudimos aprender diversas técnicas para desarrollar de una mejor manera nuestra investigación, la lectura de varios textos nos ayudaron a conocer mas información y saber como se ha desarrollado el tema en nuestro país.
De igual manera se nos enseño a realizar entrevistas, un tema muy necesario para el desarrollo de nuestra investigación. Durante este proceso aprendimos a realizar las preguntas que fueran cruciales para conocer la información que se necesita, así como el realizar la encuesta.

Durante el desarrollo del articulo la investigadora se dio a la tarea de dar un seguimiento muy de cerca de cada uno de los trabajos que se presentaban así como de pedir avances y realizar las correcciones correspondientes, esto con el fin de realizar un buen trabajo y que nosotros como alumnos tengamos conocimientos de cuales son nuestras fortalezas en el trabajo y cuales son nuestras debilidades así como saber que es lo que le hace falta al mismo.

RESULTADOS

Durante la elaboración del proyecto se realizo una entrevista a la diputada local Luz Elena Govea López diputado por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), la cual nos respondió unas preguntas que se elaboraron en base a las técnicas y sugerencias del doctor investigador. Los resultados de la encuesta son los siguientes:

Durante las sesión de pleno ¿qué tanta participación tienen las mujeres respecto a la de los hombres? Pues yo debo decirles que estamos muy parejos las mujeres es una gran fortuna que hoy el 44% del congreso del Estado seamos mujeres y la participación es muy pareja, Igual de combativa e igual de dinámica.

¿Cómo se designan los presidentes de las comisiones? El perfil para la presidencia de las comisiones es primero por lo que le toca a cada partido ya está establecido que comisiones o cuantas comisiones le tocan a cada grupo parlamentario y luego este grupo parlamentario dentro de su grupo para elegir las presidencias de las comisiones pues también se establece otra política a lo mejor para quienes somos un grupo quienes somos de otro yo se lo estoy hablando como es y dentro de ese pues quienes nos acercamos a un perfil pues es quien se queda está lamentablemente es por eso que no nos va tan bien.

¿Cree que Las mujeres diputadas en general tienen menos posibilidades de presidir una comisión que los hombres? Pues si, siento consciente si, porque estamos en un mundo de hombres en la política todavía el presidente del congreso es hombre, el secretario es hombre, la mayoría de los coordinadores son hombres, hay una sola mujer en el comiste de la junta de gobierno que es donde se toman las verdaderas decisiones, hay una sola mujer que es la presidenta del grupo del verde ecologista y ni si creo que llevamos cierta desventaja.

¿Cuáles iniciativas de ley ha presentado, sobre qué temas, y cuales se han aprobado? No, apenas estamos afinando yo como diputada he presentado solamente exhortos, he hablado a favor de las mujeres en prisión he hablado a favor de la alerta de género, he estado en tribuna hablando sobre la movilidad. Si presente en puntos en la ley de movilidad todos con perspectiva de género fueron 34 artículos que promoví como diputada que es en plasmaron en la ley de movilidad de equidad de genero y modifiqué entre los 34 las modificaciones se alcanzaron 90 artículos y fui la diputada que aportaciones hizo en la ley de movilidad.

¿Cuál considera que es la razón por la cual las iniciativas de algunas diputadas son denegadas? Creo que no va por el género más bien creo que las iniciativas que algunas mujeres diputadas han presentado en el congreso actual son una por el partido político que le está presentando; la verdad por que las votaciones en los congresos lamentablemente no son por lo que tú crees justo o no, si no por lo que tu

grupo parlamentario determina y hoy por hoy las iniciativas que hemos presentado mujeres que no somos de este grupo no todas han pasado y le sumamos que la iniciativa le falta algo le falta la aportación le falta mayor contundencia en la presentación un mención y las han bajado las han pasado a comisiones y en comisiones este también tienen un mayoriteo entonces si no se concentra y si no se habla aunque estén bien no han pasado no va por el género sino por los grupos parlamentarios no va por el género sino por los grupos parlamentarios.

¿Cree usted que aún existe alguna inequidad de género en el congreso local? No, creo que no, creo que hoy por hoy estamos en esta creo que existe una falta de igualdad más que de inequidad porque es diferente a la equidad y la igualdad es otra hoy por hoy llegamos aquí casi la mitad del 50% y más bien yo creo que es falta de igualdad pero vamos ahí poco a poco.

¿Cuáles han sido las dificultades que ha enfrentado al momento de reformar una ley? Eso lo de los grupos políticos incluso grupos políticos al interior de nuestros grupos parlamentarios o sea esta así pasa está no está muy bien ahí verla guardando es la verdad.

¿Quién considera usted que le brinda más apoyo sus compañeros o compañeras y en qué sentido usted ve ese apoyo que le brindan? Bueno en el grupo en el PRI somos 4 y 4 y al interior estamos teniendo en la apoyen la misma cantidad de mujeres que de hombres.

Diputados de la Legislatura LXII	
HOMBRES	MUJERES
29	7

Diputados de la Legislatura LXIII	
HOMBRES	MUJERES
22	14

Al consultar los información de las legislaturas pasadas en el estado de Guanajuato, la mayoría de los diputados electos que asumían el cargo eran en su mayoría del sexo masculino, pero gracias a la implementación de las cuotas de genero se ha visto un cambio en la el congreso local. Según datos de Centro Estadístico de las Naciones Unidas, la legislatura LXII del estado de Guanajuato contaba con un 19.4% de mujeres ocupando los curules del congreso local, esto lo ubicaba entre los estados que aún no cumplían con 30% de mujeres legisladoras, lo que significa que la paridad de género está llevando un arduo proceso para completar su objetivo.

Cabe destacar que solo cuatro de las veintidós comisiones fueron presididas por mujeres, entre las que se encontraban: Comisión de Asuntos Electorales por Ma. Guadalupe Torres Rea, Comisión de Educación, Ciencia y Tecnología y Cultura por Yulma Rocha Aguilar, Comisión de Hacienda y Fiscalización por Karina Padilla Ávila y Comisión de Equidad de Género por Érika Lorena Arroyo Bello. Cabe destacar que 3 comisiones anteriormente mencionadas abordan temas, que bajo el punto de vista crítico, son "exclusivos de mujeres"

CONCLUSIONES

En conclusión, después de la investigación que se realizo y luego del análisis que se hizo de los resultados de la entrevista a la diputada Luz Elena Govea López y en conjunto con la información que se obtuvo durante el análisis que se realizo a esta en conjunto con los datos obtenidos durante este proceso, podemos declarar que la hipótesis que se plantea es nula.

Lo anterior lo podemos afirmar por el análisis que se le realizo a las respuestas de la diputada, de igual forma a el incremento que se dio de diputadas en el congreso local de una legislatura a otra siendo este del 50%. Por lo que nos podemos dar cuenta que el hecho de que una mujer presida una comisión, o la injerencia que tiene dentro de la misma no depende de su condición como mujer, sino del hecho de cómo se van designando las comisiones según los grupos parlamentarios y el perfil que se necesita para una determinada comisión. Por lo que podemos decir que cualquier mujer que cumpla el perfil adecuado

puede presidir sin ningún problema cualquiera de las comisiones en el congreso local de Guanajuato. Gracias al notable incremento que se da de mujeres diputadas de una legislatura a otra podemos decir que la mujer ahora se interesa más por la vida pública y que en un futuro no muy lejano su participación pueda ser más fuerte dentro de cualquier congreso.

Durante la realización de este articulo se pudo tener el conocimiento de que hasta el momento no existe un estudio similar en el estado de Guanajuato, por lo que esta investigación se puede tomar como una aportación relevante en ese estado.

BIBLIOGRAFIA

Aparicio, F. (2009). *Cuotas de Genero en México*, México, DF.
Barrios, D. (2008). *Resignificar lo Masculino*, México, DF: Vila Editores.
Berlin, F. (1997). *Diccionario Universal de Términos Parlamentarios*, México, DF.
López, L. (2007). *Historia de la Mujer en México*, México, DF.
Pedroza, S. (1997). *La Estructura Orgánica del Congreso*, México, DF.

ACCIONES DE CONSUMO RESPONSABLE: AHORRANDO UN PESO A LA VEZ

Olga Leticia Ramírez Rodríguez[1] y Alicia del Socorro De la Peña De León[2]

RESUMEN

El objetivo de este proyecto consistió en realizar un estudio del comportamiento de compra a fin de identificar las principales fugas de dinero o también llamados "gastos hormiga" de jóvenes y adolescentes de quince a veinticinco años de edad. Así como investigar los hábitos de ahorro de los consumidores y conocer la forma en que establecen sus metas de ahorro. Identificamos que la principal fuga de dinero entre los jóvenes se da en el consumo de refrescos y botanas. En el tema del ahorro el 87.7% de los encuestados se considera ahorrador, se concluyó que la frecuencia de ahorro es semanalmente y los principales métodos de ahorro son en casa o en cuanta bancaria, la respuesta a la interrogante ¿para qué ahorrar? se encontró que la principal motivación de ahorro de los encuestados es para un viaje.

Palabras Clave: Ahorro, gasto hormiga, emociones, compras de impulso.

ABSTRACT

The objective of this project was to conduct a study to assess how young people spend their money and to identify if their money goes to petty expenses or if they are making wise choices. We also investigated their saving habits and how young adults from fifteen to twenty-years of age, set saving goals. The study suggests that the main petty expenses are made on snacks and sodas. On the issue of how individuals perceive themselves, 87.7% of respondents consider to be people who take good care of their money. Our findings concluded that the frequency of saving is weekly and the main methods of saving are at home or in the bank; the main reason to save is to have money for traveling.

Keywords: Saving, petty expenses, emotions, impulse shopping.

INTRODUCCIÓN

Las recientes crisis económicas en nuestro país demuestran la importancia de conocer la manera en que las personas administran sus recursos y la forma en que se preparan para hacer frente al futuro. De acuerdo a la INEGI (2014) los hogares mexicanos tuvieron un gasto promedio trimestral por hogar de 34,583 pesos, destinando el mayor porcentaje de egresos a: alimentos, bebidas y tabaco, 34.1%; transporte y comunicación, 18.8 %; educación y esparcimiento, 14.0 por ciento.

Una vez analizado el ingreso promedio de las familias mexicanas y los principales gastos que tienen los hogares, es tiempo de examinar lo que sucede con el ahorro en México. Diversos trabajos que han analizado el comportamiento del ahorro del país señalan que éste puede verse afectado por factores que aumenten el consumo como puede ser el fácil acceso al crédito, ya sea en tiendas departamentales o en instituciones bancarias, las remesas también juegan un papel importante considerando que las personas al verse favorecidos por un ingreso del exterior incurren a un mayor consumo, anteponiendo el ahorro y

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Licenciatura en Mercadotecnia Internacional; Urbano Villalón num.500, Col. La Ladrillera, C.P. 78363, San Luis Potosí, S.L.P., 110970@upslp.edu.mx.
[2] Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Mercadotecnia; Blvd. V. Carranza s/n Col. República Oriente C.P.25280 Saltillo, Coah., aliciadelapenadeleon@uadec.edu.mx.

priorizando la fuga del ingreso en compras impulsivas y cuya duración es a corto plazo. En este trabajo se presenta información estadística sobre el tema del ahorro en México, pasando al escenario de los "gastos hormiga" y analizando la educación financiera del país. Finalmente se concluye con un trabajo de campo en el que se detalla el objetivo del mismo y la metodología utilizada para realizarlo y presentando los hallazgos encontrados.

MARCO TEORICO

Existen diversos estudios y teorías que analizan el fenómeno del ahorro. Una de ellas es la teoría del ciclo de vida de Franco Modigliani (Morales, 2007), la cual señala que los individuos durante su juventud desahorran, en la etapa de adultos y debido a un aumento en sus ingresos ahorran y finalmente cuando se jubilan nuevamente desahorran. Así, los individuos a lo largo de su vida buscan mantener un determinado nivel de consumo y usan el ahorro (y el desahorro) como un mecanismo que cambia conforme a las diferentes etapas de su vida.

Otros estudios indican que los individuos ahorran por motivo de precaución para enfrentar contingencias e incertidumbre (Hadar, Sood y Fox, 2013). Es decir, los individuos pueden ahorrar debido a que enfrentan restricciones de liquidez en su juventud, y cuando son adultos mayores ahorran por motivo de precaución debido a probables fuertes gastos médicos, y en lo que concierne a los adultos mayores ahorran para dejar herencias a sus descendientes.

Hábitos de ahorro en México

En el año 2014, el departamento de investigación de la revista Merca2.0 señalo que el 50% de los encuestados ahorra parte de sus ingresos durante todo el año, el 32% ahorra una parte de sus ingresos durante algunos meses, y tan solo el 8% ahorra sólo si recibe un dinero extra. Las personas que ahorran lo hacen con la intención de tener reservas para el futuro, 34%; ahorrar para la educación, 15%; para viajes o entretenimiento, 7%.

Adicionalmente se sabe, que las mujeres mexicanas tienen menos probabilidades de responder afirmativamente al ahorro; a mayor edad disminuye la probabilidad de responder afirmativamente a la posibilidad de ahorrar; y aquellas personas cuyo estado civil es unión libre o casado, separado o divorciado, y viudo son menos propensos a responder afirmativamente a la posibilidad de ahorrar que los que se encuentran solteros (Rodríguez, 2015). Ahorran más quienes tienen mayor grado de escolaridad y mayor nivel de ingreso (BBVA, 2015).

¿Qué tanto es tantito?

Según datos del INEGI (2010), los gastos hormiga representan el 12% del ingreso mensual. De acuerdo a la Condusef, una persona, independientemente de su salario, puede gastar entre 16,000 y 18,000 pesos anuales en este tipo de antojos y no darse cuenta (Forbes México, 2014). Los gastos hormiga son los gastos que no están en el presupuesto, que no se contemplan, son esos pequeños egresos que se hacen, las personas los realizan de forma inconsciente, que pasan inadvertidos y, pueden convertirse en una gran fuga de capital. Se compra, y en ocasiones se adquieren cosas innecesarias, irrelevantes o inútiles, por impulso.

Educación financiera

Existe una gran diferencia entre cultura financiara y educación financiera, la segunda es consecuencia de la primera. Se entiende por cultura financiera "el conjunto de conocimientos, prácticas, hábitos y costumbres que cada individuo posee para administrar, incrementar y proteger su patrimonio en las diferentes etapas de su vida" (Amezcua et al, 2014, p. 110). Se puede percibir una carencia en cultura financiera cuando la población presenta un fallo en la planeación de ingresos y gastos, así como en el escaso o nulo uso de los diferentes productos y servicios financieros que ofrecen las distintas instituciones financieras que conforman el sistema financiero de una nación, recurriendo más bien a medios informales como por ejemplo ahorrar el dinero en casa o utilizar las populares tandas, o el

préstamo de efectivo a amigos o personas de la familia. Por otro lado, "la educación financiera es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar" (Amezcua y otros, 2014, p.22; OECD, 2005 p. 13). "De acuerdo con la Comisión nacional de Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef): 62 de cada 100 mexicanos carece de educación financiera, el 80% de las familias ahorra fuera del sistema financiero y el 31% de los mexicanos gasta más de su nivel de ingreso.

Estas cifras demuestran la carencia de educación y de planeación financiera" (Ruíz Pérez, 2010). En México el bajo nivel de educación financiera se debe a la falta de apreciación de la importancia que simboliza y se carece de iniciativas para atender el problema. En los casos en los que las personas presentan falta de educación financiera por lo generar su nivel de vida es precario, en lo que respecta a nivel país, una población sin educación tiene más dificultades en avanzar y desarrollarse. En el ámbito financiero, Amezcua (2014) señala que una población que ignora cómo planear sus ingresos y egresos, que carece de cultura del ahorro y desconoce cómo endeudarse sin afectar sus finanzas, no puede mejorar su propio bienestar social y, por consiguiente, no contribuye al desarrollo económico del país al que pertenece.

El papel de las emociones en el ahorro y el gasto

La emoción es definida como "un conjunto complejo de interacciones entre factores subjetivos y objetivos, influidos por sistemas neuronales u hormonales, que pueden generar: a) experiencias afectivas tales como los sentimientos de activación, de agrado o desagrado, b) procesos cognitivos como la percepción y evaluaciones, c) la activación de ajustes fisiológicos y d) un comportamiento que es generalmente, pero no siempre, expresivo, dirigido a una meta" (Bigné, E., & Andreu, L. 2004).
El gasto emocional, se caracteriza por adquirir cosas que definitivamente hacen sentirse mejor, pero son cosas que en realidad no se necesitan. algunos ejemplos de ello son: cuando se le adquiere por impresionar a alguien o a los demás; cuando se hace por quedar bien; cuando sólo es un antojo o cuando se siente que ¡no puedo esperar para tenerlo! y entonces se da la compra por impulso (Baumeister, 2002).

METODOLOGIA

Este estudio está diseñado para realizarse en dos etapas. En la primera se diseñó un experimento basado en los hallazgos de Jing Xu, Schwarz y Wyer (2015); quienes analizaron mediante experimentos de laboratorio y de campo la influencia de la sensación de hambre en la posibilidad de adquirir no solo alimentos sino también objetos no comestibles, como por ejemplo clips para carpeta.

Con el fin de identificar si los estudiantes saltillense repiten el mismo patrón, en esta investigación se realizaron ciento quince entrevistas personales a estudiantes universitarios de la Universidad Autónoma de Coahuila y de la Universidad La Salle. Como primer paso se diseñó la encuesta en la que se incluyó una escala para medir el nivel de hambre de los participantes (1: satisfecho a 10: con mucha hambre); una escala para medir el estado de ánimo donde 1 correspondía a "enojado" y 5 "muy feliz", y adicionalmente se les pregunto cuántos clips estarían dispuestos a comprar, además preguntas complementarias con el fin de una mejor comprensión de la información.

Las entrevistas se realizaron en los pasillos y aulas de clases de las universidades, en un horario de diez de la mañana a una de la tarde, cuando los participantes concluían la encuesta se les regalaba el número de clips que habían elegido en la encuesta. Para analizar los resultados obtenidos de las encuestas se utilizó el software SPSS, el cual facilitó el análisis de los datos. El segundo estudio consistió en una investigación exploratoria por medio de Qualtrics para identificar las principales motivaciones y formas de ahorro. Esta encuesta se elaboró en base a las siguientes escalas: Propensión a planear (Lynch et al., 2010); Ahorro de Dinero (Briers y Laporte, 2013); Materialismo (Richins, 2004); Frugalidad (Lastovicka et al., 1999); y, Uso de Crédito (Wilkes, Burnett y Howell, 1986).

RESULTADOS

Analizando los datos y tablas del software SPSS, se puede observar que la mayor parte de los encuestados estaban hambrientos, y en lo que respecta al estado de ánimo, un 90% por ciento de la población estaba de muy buen humor. Los encuestados compraban en promedio siete clips de carpeta. El análisis estadístico sugiere que no existen diferencias significativas entre el estado de ánimo y el número de clips comprados; o entre el nivel de hambre y el número de clips comprados.

En el segundo estudio participaron 130 estudiantes (34% del género masculino) quienes respondieron la encuesta en línea. Este segundo estudio nos arroja los siguientes resultados: 81.5 % de los encuestados tienen la costumbre de ahorrar dinero; de ellos el 43.4% destina menos del 5% de su ingreso al ahorro. Quienes ahorran, prefieren mantener el dinero en casa (39.6%) o en una cuenta bancaria (40%) y sólo un 10% participa en los fondos de ahorro de su lugar de trabajo. Las personas ahorran por distintos motivos; entre las principales razones están: 1. Para viajar; 2. Para la compra de ropa y zapatos; 3. Para diversión (cine, concierto, teatro); 4. Para gastos imprevistos; y, 5. Para comprar un coche. Algo importante es que la mitad de los entrevistados no acostumbra llevar un registro de sus gastos, y de quienes sí lo hacen lo más común es tener una libreta para gastos (20%).

Adicionalmente se les pidió a los entrevistados indicar si utilizan o no tarjeta de crédito. De las personas que cuentan con tarjeta de crédito (47%) afirman que la utilizan con mayor frecuencia para realizar compras planeadas a meses sin intereses y para aprovechar ofertas en situaciones de compra no planeada. En relación a los gastos hormiga, identificamos que la fuga de dinero se da principalmente en agua embotellada (56.2%); botanas (44.6%); dulces (41.5%); refrescos (40.8%) y café (39.2%).

Finalmente, utilizando las distintas escalas se calculó un índice de auto-percepción hacia el ahorro, el resultado de este cálculo nos indica que el 87.7% de los entrevistados se auto-perciben como personas ahorradoras y cuidadosas de su presupuesto.

CONCLUSIONES

En la investigación realizada se puede concluir que la hipótesis que se pretendía comprobar: el estado de ánimo influye en el número de clips, se puede refutar ya que el nivel de significancia es menor a 0.5, por lo que no es significativo y por lo tanto el estado de ánimo no influye en las compras de clips. En el caso de que si una persona hambrienta compra más clips que una persona sin hambre, la significancia es menor de 0.5 concluyendo que el nivel de hambre no influye en el número de clips adquiridos.

Una opción viable para evitar el gasto hormiga es considerar el ahorro dentro del presupuesto como un gasto fijo, a diferencia de actuar como la mayoría de las personas lo hacen, ahorrar el residuo del ingreso. Y visualizar que en un futuro el ahorro puede ser de mayor aprovechamiento personal. Un plan estratégico para controlar los gastos hormiga es reducir al mínimo las compras por impulso y asignar una cantidad fija para los cafés de la mañana, los chicles, los refrescos, las limosnas, las botanas, la cajetilla de cigarros, la compra de comida rápida, las diversiones de la semana o el mes, etc., y tratar de ajustarse a esa medida sin rebasar las cantidades asignadas. Mientras mayor conciencia se tenga de este tipo de gastos, mejores serán las estrategias para evitarlos.

Una opción para tener más conciencia de los ingresos y gastos que realizamos es llevar un registro de estos, y una ventaja que se tiene actualmente es que la mayoría de las personas tienen un Smartphone a su disposición, haciendo uso de las nuevas tecnologías y con la existencia de aplicaciones que son fáciles de usar, se pueden obtener buenos resultados e identificar fácilmente los compras que realizamos.

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría agradecer a mi anfitriona, la Dra. Alicia del Socorro De la Peña De León, su confianza y el darme la oportunidad de trabajar con ella, de aprender de ella.
Como no agradecer a todas las personas que desinteresadamente, han colaborado en la elaboración de este estudio, ofreciéndome lo más valioso, su tiempo.
Por otra parte, dentro de mi ámbito más personal, agradezco a mis padres, que con su educación han sabido inculcarme unos valores en la vida, han confiado en mí en todo momento y me han dado todo.

BIBLIOGRAFIA

Amezcua G. E., Arroyo G. M. y Espinosa M. F. (2014). Contexto de la educación financiera en México. Recuperado de http://www.uv.mx/iiesca/files/2014/09/03CA201401.pdf (fecha de consulta 06-2016).

Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, *28*(4), 670-676.

Bigné, E., & Andreu, L. (2004). Emociones, satisfacción y lealtad del consumidor en entornos comerciales. Distribución y consumo, (76), 77-87. http://www.mercasa.es/files/multimedios/1292349015_DYC_2004_76_77_87.pdf (fecha de consulta 07-2016).

Durán Mena C. (2014). ¡Cuidado con el gasto hormiga! Forbes México. Recuperado de http://www.forbes.com.mx/cuidado-con-el-gasto-hormiga/ (fecha de consulta 06-2016).

Hadar, L., Sood, S., y Fox, C. R. (2013). Subjective knowledge in consumer financial decisions. *Journal of Marketing Research*, *50*(3), 303-316.

Ramos Ramos, I. (2009). Una nueva era en los hábitos de consumo. mK marketing+ Ventas", (248). (fecha de consulta 06-2016).

Ruíz Pérez E. (2010). Educación financiera en México. Recuperado de http://ford.ciesas.edu.mx/downloads/2do_1_04.pdf (fecha de consulta 06-2016).

Ruvalcaba L. (s.f.). México Lindo y ¡¡Qué Niños!! - Consumidorcitos Mexicanos. Recuperado de http://segmento.itam.mx/Administrador/Uploader/material/El%20Consumidor%20Mexicano2.pdf (fecha de consulta 06-2016).

Situación de crisis en México modifica al consumidor y sus decisiones de compra (Julio, 2009). De la Riva Group. Recuperado de http://www.delarivagroup.com/es/situacion-de-crisis-en-mexico-modifica-al-consumidor-y-sus-decisiones-de-compra/#sthash.OOG7T6Kq.dpuf (fecha de consulta 06-2016).

Soto S. (4 de marzo de 2014). Mexicanos cambian hábitos de consumo. [Mensaje de blog]. Recuperado de http://www.dineroenimagen.com/2014-03-04/33536 (fecha de consulta 06-2016).

REFORMA FINANCIERA PERMITE COMPETITIVIDAD Y RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS TORREON, COAHUILA

Reyes Huerta Maria Del Carmen[1] y Martinez Flores Blanca Gisela[2]

RESUMEN

El presente artículo trata acerca de la reforma financiera y como le da paso a que el campo en el que se desarrolle sea más competitivo y rentable, su principal finalidad es modernizar al país, impulsar la productividad económica de las industrias y productores y promover una mayor inversión para generar empleos, tratar de activar la economía del país y mejorar el bienestar de las familias mexicanas.
Esta investigación se llevó a cabo en la ciudad de Torreón, Coahuila a través de entrevistas realizadas a diferentes empresas, utilizando como instrumento un cuestionario semi-estructurado que se aplicó principalmente a las pequeñas y medianas empresas.

ABSTRACT

This article discusses financial reform and as gives way to the field in which it develops more competitive and profitable, its main purpose is to modernize the country, boost economic productivity of industries and producers and promote greater investment to generate jobs, trying to turn the country's economy and improve the welfare of Mexican families. This research was conducted in the city of Torreon, Coahuila through interviews with different companies, using as semi-structured which is mainly applied to small and medium enterprises a questionnaire.

Palabras Clave: Rentabilidad, Competitividad, Reforma y Sistema Financiero

INTRODUCCION

El presente trabajo se realizó en la ciudad de Torreón que es uno de los 38 municipios del estado de Coahuila, tiene la finalidad de dar a conocer la manera en la que impacta la reforma financiera en la sociedad y la influencia de la competitividad y la rentabilidad en diferentes sectores de la población. Se trata de una lista de 13 iniciativas que modificarán 34 leyes, los ejes son: un nuevo mandato para la banca de desarrollo, más competencia en el sector, incentivos para prestar más a menor costo y fortalecimiento del sistema.

Los beneficios de la reforma tienen que traducirse en menores comisiones y menos costos de operación para los usuarios. Así, las Pymes podrían tener más alternativas de crédito y los tarjetahabientes no se sentirían 'estafados' al acudir a un cajero automático ajeno a su banco.

En opinión de Mario di Constanzo titular de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (2016) Lograr estos objetivos no es tan simple como firmar 13 páginas y echar a andar la maquinaria legislativa, los bancos y los usuarios se enfrentan a una cancha con nuevas reglas donde todo debe ser más justo. Pero ¿cuáles son -en concreto- los pendientes que esta legislación está atacando?

[1] Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera. Carretera Torreón-matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P: 27276, Coahuila, Torreón, Reyes Huerta María Del Carmen; mary17_huerta@hotmail.com
[2] Universidad Autónoma de Coahuila, Facultad de Administración Fiscal y Financiera. Carretera Torreón-matamoros Km 7.5, Ciudad Universitaria. C.P: 27276, Coahuila, Torreón; Martínez Flores Blanca Gisela; giselamtzf@hotmail.com

1. Fortalecimiento a la CONDUSEF.
2. Corresponsales de ahorro y crédito popular.
3. Uniones de Crédito.
4. Un nuevo mandato para la banca de desarrollo.
5. Ejecución de garantías.
6. Concursos mercantiles.
7. Almacenes y Sofomes.
8. Liquidación Bancaria
9. Fondos de Inversión
10. Mercado de Valores
11. Sanciones
12. Agrupaciones financieras
13. Créditos garantizados

MARCO TEORICO

Una de las reformas estructurales de mayor importancia, debido a su relevancia para el crecimiento económico de nuestro país, es la Reforma Financiera. Cualquier país que aspire a tener un crecimiento acelerado y sostenible en el largo plazo debe contar con un sistema financiero sólido que canalice de forma eficiente al sector privado recursos financieros en forma competitiva para la creación, expansión y modernización de las industrias, empresas y pequeños productores. El objetivo es claro: que crezca el crédito y que éste sea más barato, para que sus beneficios se traduzcan en más y mejores oportunidades para las familias y las empresas de México.

De acuerdo con Federico Anzil (2008) la competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

Por ejemplo, una empresa será muy competitiva si es capaz de obtener una rentabilidad elevada debido a que utiliza técnicas de producción más eficientes que las de sus competidores, que le permiten obtener ya sea más cantidad y/o calidad de productos o servicios, o tener costos de producción menores por unidad de producto.
La rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido. En el mundo de las finanzas se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. La rentabilidad puede ser representada en forma relativa (en porcentaje) o en forma absoluta (en valores). Esquivel Ancona, 2010

La reforma financiera permitirá a los bancos tener un papel más relevante en el sistema, sobre todo en los segmentos que requieren una atención especializada, afirmó el presidente del Consejo de Administración de Investa Bank, Enrique Vilatela Riba.

De ahí que, señaló el directivo del banco que tiene su origen en The Royal Bank of Scotland (RBS), Investa se enfocará a las empresas medianas y en el sector productivo del país, lo que "encaja perfectamente con la reforma financiera y con el mandato de la banca de desarrollo".

De conformidad con la reforma financiera publicada en el 2014 para lograr incrementar el crédito y que éste sea más barato, se propone una Reforma Financiera atendiendo los compromisos 62 y 63 del pacto por México. Esta reforma establece las bases de un desarrollo incluyente, manteniendo las sanas prácticas prudenciales y mejorando la eficiencia del sistema financiero. Los compromisos mencionados en el párrafo anterior son los siguientes: fortalecerá la Banca de Desarrollo para ampliar el crédito, con especial énfasis en áreas prioritarias para el desarrollo nacional como la infraestructura, las pequeñas y medianas empresas, así como la innovación y la creación de patentes. (Compromiso 62). Se cambiará el marco legal para que la banca comercial y las instituciones de crédito presten más y más barato, incluyendo una revisión de la ejecución de garantías, respetando íntegramente los derechos de todos los acreditados actuales. Así como reducir el costo de los servicios financieros. (Compromiso 63)

Lo anterior de acuerdo a Pacto por México En la Ciudad de México, Distrito Federal, a 8 de Mayo del 2013 Nuevo mandato para que la banca de desarrollo propicie el crecimiento del sector financiero: Fomentar la competencia en el sistema financiero para abaratar las tasas

- La banca de desarrollo deberá impulsar al sistema financiero en beneficio de las familias y las pequeñas empresas mexicanas.

- Prohibir a los bancos realizar ventas atadas (vender productos condicionados a la adquisición de otros). Facilitar la creación de una empresa de capitales para medianas empresas. Aclarar y ampliar la regulación que permita la portabilidad de operaciones entre instituciones para facilitar la movilidad de los usuarios entre un banco y otro. Incorporar la ley de protección y defensa al usuario a los servicios financieros la creación de un buró de entidades financieras en la CONDUSEF.

- Fortalecer las facultades de autoridades financieras. Reconocer la necesidad de otorgar mayor certidumbre jurídica en la ejecución de contratos y fortalecer el esquema de garantías. Simplificar los regímenes para el otorgamiento y ejecución de garantías crediticias. Modificar la ley de concursos mercantiles, la ley general de títulos de operación de crédito y la ley de transparencia y fomento a la competencia.

- Establecer medidas que contribuyan al fortalecimiento del sector para mantener su solidez. Elevar a rango de ley las normas para la conformación y calidad del capital. Facilitar procesos de quiebras bancarias salvaguardando en todo momento los derechos de los ahorradores. Modificar la ley para regular las agrupaciones financieras y aquellas que regulan a las instituciones financieras (Ley de la Comisión Federal Bancaria y de Valores y la Ley del Banco de México).

En el marco del V Congreso de Investigación Financiera organizado por el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF), evidenció que la evolución del crédito al sector privad ha crecido; pasó de 25.7% en el 2012, a 30.6% en lo que va del año como porcentaje del PIB.
“La meta es que, para el 2018, el financiamiento interno al sector privado llegue a 40%: una mete ambiciosa y realista” dijo Narciso Campos, jefe de la Unidad de Valores, Banca y Ahorro de la Secretaria de Hacienda.

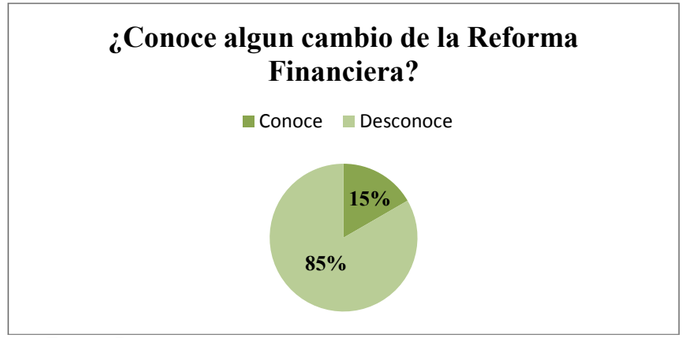
La reforma financiera está permitiendo ampliar el crédito para los sectores vulnerables que enfrentaban importantes barreras para obtenerlo, con lo que promueve su inclusión, destacó la Presidencia de la Republica. En tanto el programa crédito joven apoyó a 53 mil jóvenes emprendedores de febrero a diciembre del 2015 que han podido diseñar en línea su molde de negocio. De ellos, más de 400 han obtenido créditos que suman 172 millones de pesos.

METODOS Y MATERIALES

La investigación fue cualitativa realizando 100 encuestas a pequeñas, medianas y grandes empresas, el instrumento que se utilizó consta de 76 preguntas clasificadas por bloques como el contable, financiero, ambiental, entre otros. Se realizaron entrevistas utilizando una encuesta semi-estructurada y la muestra se tomó de una base de datos del Sistema de Información de Empresas Mexicanas (SIEM).

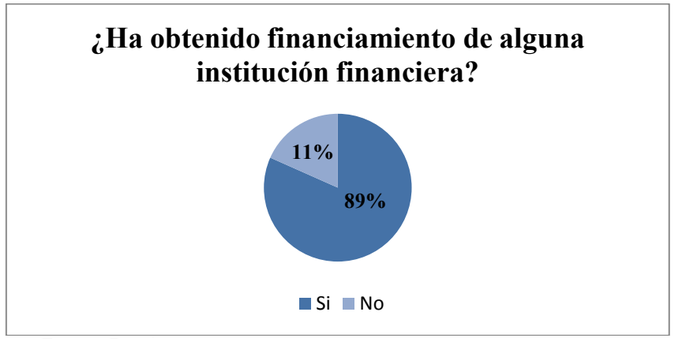
RESULTADOS

Después de analizar las encuestas aplicadas se determinaron los siguientes resultados:



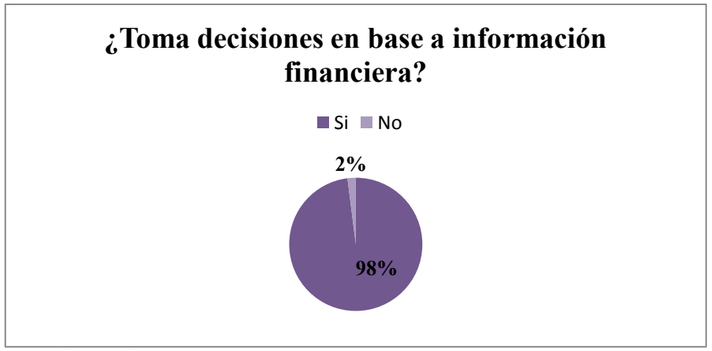
Fuente: Propia

Podemos observar que la mayoría de los(as) encuestados(as) desconoce los cambios que impactan al país a través de la Reforma Financiera esto debido a que la mayoría de las personas no tienen interés alguno en conocerla. Al desconocerla talvez se pierden de algunos beneficios para hacer crecer su empresa.



Fuente: Propia

Podemos observar que son más las empresas que obtienen algún tipo de financiamiento a través de diferentes instituciones bancarias, para esto ven a detalle cual institución le ofrece el mejor plan de financiamiento y con las tasas e intereses más bajos.



Fuente: Propia

Se puede observar que son muy pocas las empresas que no toman en cuenta sus finan zas para tomar decisiones acerca de la misma. Por lo que la mayoría debería tomar en cuenta la Reforma Financiera ya que puede afectar sus finanzas y por lo tanto sus decisiones.

CONCLUSIONES

En conclusión la reforma financiera que se presenta dentro del Pacto por México, persigue tener más créditos no tanto para el consumo como es ahora, sino para proyectos productivos de pequeñas y medianas empresas, que son las que más aportan empleos y más créditos para las personas en mejores condiciones; pero estos es muy difícil de alcanzar en un corto periodo dadas las condiciones, en que se encuentra el país. Representa un gran reto para llevarse a cabo, buscando que sus beneficios lleguen a la mayoría de la población y sea palanca del desarrollo económico del país, todo esto dentro del Pacto por México.

La tarea de tener un sistema financiero más orgánico, justo y accesible podría ser titánica, pese a que el gobernador del Banco De México afirma que la reforma podría contribuir con medio punto porcentual de crecimiento adicional del PIB en los próximos dos o tres años.

BIBLIOGRAFIA

Presidente de la mesa directiva de la cámara de diputados del congreso de la unión, Ciudad de México, Distrito Federal | Mayo 8, 2013 Consultada en http://pactopormexico.org/reformafinanciera/ fecha de consulta Julio 23, 2016

Viridiana Mendoza Escamilla.- Editor web Sr. De Forbes.com.mx fan de la cultura emprendedora y preguntas difíciles Mayo 11, 2013 Consultada en http://www.forbes.com.mx/reforma-financiera-y-tareas-pendientes-de-credito/#gs.Cb4ak7k fecha de consulta Julio 28, 2016

Paulina Gómez Robles Agosto 27, 2015 | 22:19 Consultada en http://eleconomista.com.mx/sistema-financiero/2015/08/27/credito-representara-40-pib-2018 fecha de consulta Julio 28,2016

Notimex Marzo 12, 2016 | 13:19 Consultada en http://eleconomista.com.mx/finanzas-publicas/2016/03/12/reforma-financiera-promueve-inclusion-sectores-vulnerables-epn

Notimex Abril 2, 2014 | 20:25 Consultada en http://eleconomista.com.mx/sistema-financiero/2014/04/02/nuevo-bancos-tendran-papel-relevante-investa-bank fecha de consulta Agosto 3, 2016

Federico Anzil Julio 18, 2008 "Competitividad" Consultada en http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad fecha de consulta Agosto 3, 2016

Gerencie.com Junio 12, 2010 Consultada en http://www.gerencie.com/rentabilidad.html fecha de Consulta Agosto 5, 2106

DETERMINAR LAS TIC´S UTILIZADAS EN LAS MIPYMES DE CIUDAD FRONTERA

Ríos Sánchez Joseline Berenice[1] y Aguilar Covarrubias Norma Araceli[2]

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, consiste en analizar y determinar el uso de las tecnologías de información y comunicación las MiPymes de la ciudad de Frontera en el estado de Coahuila, con la intención de conocer que tan familiarizados se encuentran con las mismas, así como saber que uso hacen de ellas. Para esto se realizó una investigación de campo mediante el uso de encuestas en la zona centro de frontera, posteriormente se recopilaron los resultados en una hoja de cálculo para analizar los datos obtenidos de las encuestas. Se realizó estadística básica como mediana, moda, promedio, desviación estándar, etc.

ABSTRACT

This research is to analyze and determine the use of ICT of the MiPyMes on the city of Frontera in the state of Coahuila, with the intention of knowing which are so familiar with the use of ICT, for this it was necessary make a field research, using surveys, in the center zone of Frontera, Coahuila, later the results was compiled in excel sheet, to analyze the obtained data. Laterwasrealizedsomebasicstatistics.

Palabras Clave: TICs, Empresa, MiPyMes, Investigación, Información.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación nos permite detallar la situación actual de las micro pequeñas y medianas empresas de la región centro de Coahuila, específicamente el municipio de frontera, esto debido a que se desconocía los datos sobre qué tan familiarizados están con el uso de las TICs.
¿Cuál es la necesidad que se pretende resolver?: La falta de uso y aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación den las Micro pequeñas y medianas empresas de la Región Centro de Coahuila
Objetivo general: conocer la situación actual de las MiPyMes en la región centro de Coahuila en relación con la aplicación de las TICs en su empresa.

Objetivos específicos:

- Plantear Metodologías para desarrollo del proyecto de investigación
- Identificar las Mi Pymes de la Región Centro de Coahuila
- Analizar resultados obtenidos de dicho instrumento
- Determinar el grado de uso de las TICs
- Elaborar la propuesta para implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC`S) en la Mi Pymes. Caso Región Centro Desierto de Coahuila
- Elaboración de reporte final.

[1]Ingeniería Informática, Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano: carretera 57km 4.5 Unidad Tecnológica y universidad CP 25701 Monclova, Coahuila 6490370.
joseline.berenice@gmail.com
[2] Ingeniería Informática, Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano: Carretera 57km 4.5 Unidad Tecnológica y Universitaria CP 257001 Monclova, Coahuila 6490370.
araceli.aguilar.covarrubias@gmail.com

MARCO TEORICO

El ambiente en que viven las pequeñas y medianas empresas ejerce presión para que ellas adopten tecnologías de información y comunicación con el fin de agilizar sus procesos, de participar en la generación de innovación, de obtener información más veraz, oportuna y confiable que conlleve a la creación de valor. Estas empresas constituyen más del 90 % de las empresas en México, son una fuente de empleo y autoempleo, así como también albergan la mano de obra poco calificada.

En este sentido, el objetivo de este trabajo es identificar el uso que las pequeñas y medianas empresas mexicanas hacen con las tecnologías de información y comunicación. Los resultados revelan que las empresas mexicanas, especialmente las PYME, reflejan una mejora en la adopción de TIC, sin embargo, es notoria su inclinación por el uso de las TIC básicas, la PC, el Internet, el correo electrónico.

Por tamaño de empresa se advierte una amplia brecha digital, siendo las grandes empresas las que más utilizan estas tecnologías y las de menor tamaño las que no aprovechan los beneficios que aportan; destaca el sector servicios con un uso más intensivo de las TIC.

La adopción de aplicaciones informáticas para la automatización de los procesos productivos, la utilización de aplicaciones basadas en la Internet por parte de las empresas, las instituciones y la población en general, ha hecho que el conocimiento llegue a constituirse en el principal factor de la producción en el mundo moderno, por encima de los factores tradicionales (Neef, 1998).

En México la brecha digital en el sector empresarial es grande. Menos del 25 % de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) utiliza una computadora para sistematizar sus procesos y menos del 10% de éstas, realiza transacciones electrónicas entre empresas (Oportunidades de negocios electrónicos para las PYMES, 2005).

Según los resultados de los Censos Económicos de INEGI de 1999, el 52 % del total de las empresas se desempeña en el sector comercial, el 36 % en el sector de servicio y un 12 % en el sector de manufacturero (INEGI, 1999). De este total, las PYMES orientan sus actividades en 63.4 % al comercio, en 19.4 % a los servicios y en 17.2 % a la actividad de manufactura (Observatorio PYMES México, Primer reporte de resultados, 2002).

En comparación con las grandes empresas, la gestión de las TIC en las pymes es una cuestión que tiene una menor importancia estratégica (Fink, 1998). Las pymes se muestran más reacias a contratar los servicios de gerentes de las TIC, de la forma que lo han hecho las grandes empresas (Cragg y King, 1993). A pesar de que el número de aplicaciones informáticas en las pymes ha aumentado de forma importante, pocos cambios se han experimentado en lo que hace referencia a la gestión de las TIC en las pymes.

MÉTODOS Y MATERIALES

El presente proyecto se caracteriza por ser una investigación de campo, transversal, con una estrategia metodológica cuantitativa y cuya derivación expositiva es de tipo descriptiva.
Enunciar claramente las etapas principales o relevantes por las que prevé pasará el proyecto (metas), indicando el momento en el que se estiman ocurrirá su satisfacción a corto, mediano y largo plazo

Etapa 1 – Recolección de datos para Identificar las Mi Pymes de la Región Centro de Coahuila. (4 mes)

Etapa 2 – Organización y procesamiento de datos para así poder determinar el grado de uso de las TICs que permita elaborar la propuesta para implementación de las

Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) en la Mi Pymes. Caso Región Centro Desierto de Coahuila. (6 meses)

Etapa 3 - Difusión de resultados a través de la elaboración de reporte final (2 meses)
¿Qué técnicas o herramientas se piensa utilizar en dicho proyecto?
Las técnicas a utilizar son: Encuestas, entrevistas y observación directa, para la obtención de la información requerida para los objetivos específicos de Identificar las Mi Pymes de la Región Centro de Coahuila y Determinar el grado de uso de las TICs. Las herramientas metodológicas a utilizar son: Cuestionario de entrevista y encuesta y chechlist de revisión para observación.

Con apoyo de herramientas de tecnologías de información se cumplirá con los objetivos de Analizar resultados obtenidos, Elaborar la propuesta para implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC`S) en la Mi Pymes y Elaboración de reporte final. Específicamente usaremos Postgre SQL como sistema manejador de bases de Datos, Microsoft Excel 2013 como hoja de cálculo para emisión de reportes y gráficos, así como NCSS para el apoyo estadístico.

RESULTADOS

Como resultados se obtuvo el giro de las MiPyMes siendo el giro comercial el 76%=79 unidades, seguido de industrial con 21%=22 unidades y en último lugar industrial con 3%=3unidades.
Se identificó que el 100% de las MiPyMes encuestadas utilizan el servicio de energía eléctrica (luz) de las cuales el 81% =84 empresas utilizan el servicio de telefonía y solo el 76% =79 empresas tienen contrato de servicio de internet.

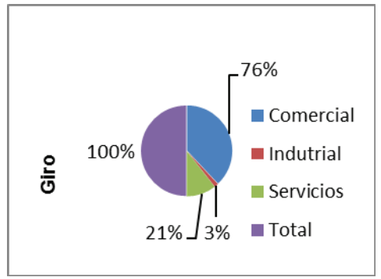


Figura 1. Giro de las MiPyMes

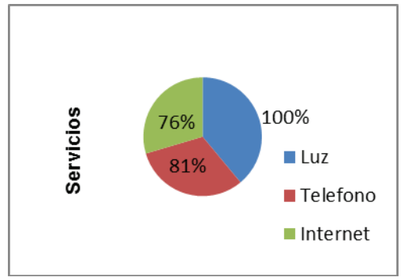


Figura 2. Giro de las MiPyMes

Se obtuvo como resultado que el resultado que utiliza facturación electrónica fue el 62% = 64 empresas, mientras que el 38% = 40 empresas no utilizan facturación electrónica.

Para el sistema de facturación electrónica, el más utilizado es el Microsip con un porcentaje de 13% = 14 empresas, seguido del software de Aspel, con 6% = 6 empresas, dándose el caso que el 35 % de las empresas desconoce el sistema utilizado para la facturación.

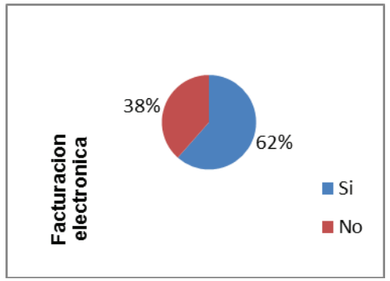


Figura 3. Facturación electrónica de las MiPyMes

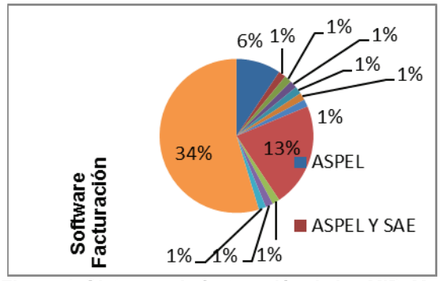


Figura 4. Sistemas de facturación de las MiPyMes

El software que más se utiliza en las MiPyMes el Windows con 77%=80 empresas, mientras que el 74%= 77 empresas que utilizan office como software, también esta Linux con 2% = 2 empresas que lo utilizan y por ultimo esta la Mac con 1% = 1 de una empresa.

Las empresas que utilizan su nombre visible en su negocio es el 93% = 97 negocios, las que tiene su logo visible son el 63% = 65 empresas y las que tienen su marca son el 7% = 7 empresas.

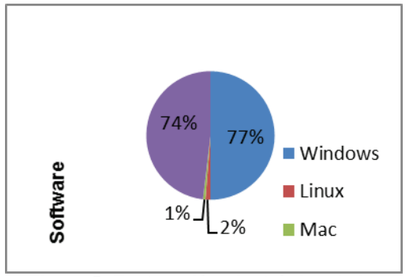


Figura 5. Facturación electrónica de las MiPyMes

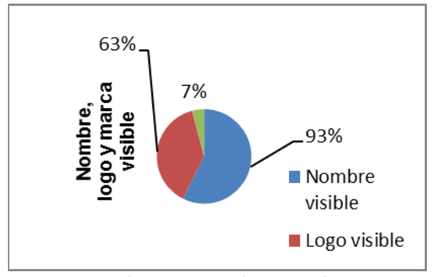


Figura 6. Sistemas de facturación de las MiPyMes

Las empresas que no utilizan tubería para su cableado de red son el 99% =103 empresas mientras que el 1% = 1 empresa que si utiliza tubería para su cableado de red.

Las empresas que no hacen uso de un switch en su empresa son el 84% = 87 empresas mientras que el 16% = 17 empresas que hacen uso del switch para la red de internet.

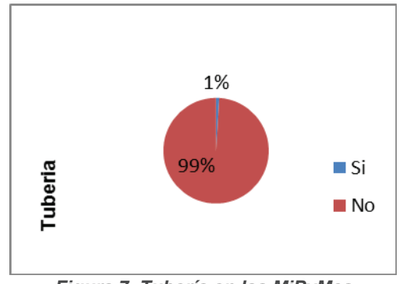


Figura 7. Tubería en las MiPyMes

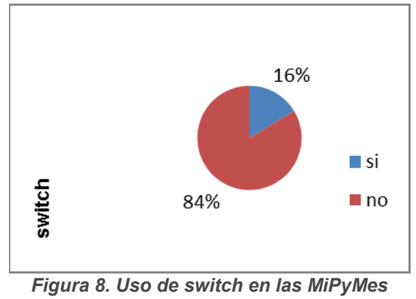


Figura 8. Uso de switch en las MiPyMes

La presencia web en las MiPyMes es con 46% = 48 empresas usan FB, mientras que algunas usan páginas web con 12% = 12 empresas, TW con 3% = 3 empresas, G+ 2% = 2 empresas mientras que LIN y INST con 0% = 0 empresas que hacen uso de ellas.

La seguridad aplicada en MiPyMes son mayormente las cortinas con un 72% = 75 empresas, mientas que otras hacen uso de cámaras con un 43% = 45 empresas, otras hacen uso de alarmas con 42% = 44 empresas, algunas usan protecciones con un 36% = 37 empresas, el 5% = 5 empresas usan guardias y por último el 3% = 3 tienen como medida de seguridad una puerta de seguridad.

CONCLUSIONES

Lo que pude observar en el tiempo que pase haciendo la investigación en las pequeñas y medianas empresas fue que no todas hacen uso de las tics o tienen conocimiento de ellas y eso los deja en una clara desventaja competitiva como se observó en las gráficas anteriores los negocios optan por hacer uso de las cortinas de metal como medida de seguridad a usar cámaras de seguridad, alarmas y puertas de seguridad, también podemos hacer la observación que los negocios no tienen el conocimiento sobre estructuras de red, ya que la mayoría tiene en sus negocios no cuentan con tuberías y canaletas para proteger su cableado de red y por último en cuanto la publicidad en redes sociales se trata aún se tiene poco conocimiento de ello ya que solo algunas tienen páginas web de sus negocios propios mientras que otras tiene páginas de facebook donde hacen sus publicidad por ultimo quisiera dejar en claro que es necesario que las MiPyMes se actualicen en lo que de tics nos referimos ya que este mundo ya gira en torno de la nueva era tecnológica donde todo está al alcance de un solo click de distancia

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea

Pedraza N. (2006). LA IMPORTANCIA DE LA ADOPCIÓN DE TIC EN LAS PYMES MEXICANAS: UNA PROPUESTA METODOLÓGICA. 2016, de Edumet Sitio web: http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2006/pmsagf.htm

Perez M. (2010). LAS TIC EN LAS PYMES: ESTUDIO DE RESULTADOS Y FACTORES DE ADOPCIÓN. 2016, de universidad de Zaragoza Sitio web: http://www.minetur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/360/3P93-105_%20Ei%20360-10.pdf

Brusco M. (2011). La influencia del uso de las TICS en la Internacionalización de las PYMES. 2016, de Universidad PompeuFabra Sitio web: http://www.orla.upf.edu/centro-documentacion/articulos/la-influencia-del-uso-de-las-tics-en-la-internacionalizacion-de-las-pymes/

Maldonado G. (2010). La influencia de las TICs en el rendimiento de la PyME de Aguascalientes. 2016, de Universidad autónoma de Aguascalientes Sitio web: http://www.uaa.mx/investigacion/revista/archivo/revista47/Articulo%207.pdf

INEGI. (2013). Encuesta sobre Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (ENTIC 2013). 2016, de INEGI Sitio web: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/establecimientos/otras/entic/default.aspx

LOS ACTIVOS INTANGIBLES EN MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS. ESTUDIO DE CASOS

Edgar Gustavo Rivera Campos[1] y Felipe de Jesús Salvador Leal Medina[2]

RESUMEN

En 1912 Schumpeter consideró a los activos intangibles como parte esencial de las organizaciones (Corporate Excellence Center for reputation Leadership, 2011), actualmente hay organizaciones que no tienen identificados sus activos intangibles, mermando su potencial (Instituto Tecnológico Autónomo de México y PricewaterhouseCoopers, 2010). **Objetivo:** identificar el conocimiento que tienen las empresas micro y pequeñas del estado de Querétaro sobre los activos intangibles y analizar las áreas en las cuales se están aprovechando. **Metodología:** estudio de casos en micro y pequeñas empresas de Querétaro, Querétaro. **Resultados:** análisis de comparaciones entre fortalezas y debilidades. **Conclusiones:** Se observa debilidad en que solamente 25% tiene su marca registrada, patentes y en la fortaleza se observan competitivas 75% por el know how de la empresa.

ABSTRACT

In 1912 Schumpeter had consider an intangible assets as an essential part of organizations (Corporate Excellence Center for Reputation Leadership, 2011), nowadays some organizations have not identified their intangible assets, reducing their potential (Instituto Tecnológico Autonónomo de Mexico and PricewaterhouseCoopers, 2010). Objective: identify the knowledge that have SMES from Queretaro about intangible assets and analyze the areas in which they are taking advantage. Methodology: cases study in SMES in Queretaro, Queretaro. Results: to analyse of comparisons between strengths and weaknesses. Conclusions: weakness that only 25% have their trademark, patent and the strength 75% of the companies are competitive by the know-how.

Palabras Clave: Activos intangibles, micro y pequeñas empresas.

INTRODUCCIÓN

Hablando de recursos o activos intangibles (AI) en la industria, Corporate Excellence Center for reputation Leadership (2011) se adentra en una evolución teórica del tema, descrita por Bounfour en 2005, donde varios autores dieron forma al término, reconociéndose por primera vez en 1980. Adam Smith, padre de la economía moderna, no consideraba los bienes intangibles como propulsores de riqueza material, explicando que solo se podían producir productos tangibles con trabajo similar. Pero en 1912, Schumpeter analizó en su Teoría de la Evolución Económica, el término de "*intangibilidad*" tomando en cuenta a los activos intangibles como parte esencial de las organizaciones empresariales. Por lo anterior, investigadores a través de sus trabajos han descubierto la importancia de estos activos tanto interna y externamente en la empresa. Mientras que Bounfour (1998; 2003) citado por Corporate Excellence Center for reputation Leadership (2011), encontró que el crecimiento de la industria

[1] Instituto Tecnológico de Querétaro, Departamento de Ingeniería Industrial; Av. Tecnológico s/n esq. Mariano Escobedo, col. Centro, C.P: 76000, Querétaro, Querétaro, radgue_93@live.com.mx
[2] Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Económicas y Administrativas; Av. Universidad No. 940, col. Ciudad Universitarias, C.P: 20131, Aguascalientes, Aguascalientes, lealmfjs@yahoo.com
[3] Universidad Autónoma de Aguascalientes, Centro de Ciencias Económicas y Administrativas; Av. Universidad No. 940, col. Ciudad Universitarias, C.P: 20131, Aguascalientes, Aguascalientes, breisa1986@gmail.com

manufacturera y de servicios, la pasión por crear productos cada vez más avanzados tecnológicamente, el valor dado a los intangibles dentro de la competitividad y el afán de creer que todos los elementos son importantes en la organización, han descubierto la relevancia de los recursos intangibles. Con la creación de nuevas empresas, a través de los emprendedores, últimamente se crean más empresas inclinándose por el sector servicios, debido al conocimiento de este sector.

En consecuencia de las nuevas estrategias de competitividad, los activos intangibles desde su implementación impactaron en un 50% en las ganancias de las empresas a través del conocimiento de la organización en el mercado, hoy en día este impacto se ve reflejado en un 80%. A pesar de esto actualmente hay organizaciones que no tienen identificados sus activos intangibles, lo que les puede llevar a no aprovechar al máximo su potencial en el mercado. Lo que coincide con lo expuesto por la investigadora finlandesa Sari Salojärvi en 2005 citada por Instituto Tecnológico Autónomo de México y PricewaterhouseCoopers (2010:147), quien al realizar unos estudios descubrió que si las PYMES manejan los recursos intangibles aumentan su potencial de crecimiento que aquellas con desconocimiento del mismo.

De acuerdo con el Instituto Tecnológico Autónomo de México y PricewaterhouseCoopers (2010) las PYMES en México representan más del 95% de las empresas establecidas, las cuales originan más del 50% de los empleos del país, siendo un motor importante de la economía. En el caso de Querétaro, geográficamente se encuentra en el centro de México, con una ubicación estratégica ya que se ve rodeado por los estados con mayor PIB en México y contar con 45 millones de habitantes, además de ser beneficiado por la autopista 57, una de las más importantes en el país, ya que sirve de conexión entre México y Estados Unidos.

Cabe señalar que el Estado de Querétaro tiene una extensión de 11, 668 Km^2, donde el 74 % de la población se encuentra por debajo de los 39 años de edad y el 13% tiene un nivel de estudios profesional o mayor, lo que representa una fortaleza para el Estado (Tinsa México, 2011). Es de destacar que tan solo hasta el año 2015 en el parque industrial de Querétaro, se tenía un registro de 141 empresas grandes y medianas (Parque Industrial Querétaro, 2015), donde el 61% de los empleos son generados por las empresas grandes, mientras el 2%, 10% y 27% los generan las micro, pequeñas y medianas empresas respectivamente según cifras de la Secretaría de Desarrollo Sustentable (Tinsa México, 2011). Por lo descrito anteriormente se tiene como objetivo identificar el conocimiento que tienen las empresas micro y pequeñas del estado de Querétaro sobre los activos intangibles y analizar las áreas en las cuales se están aprovechando.

MARCO TEORICO

Definición de Activos Intangibles

De acuerdo con los estudios de Moreno Ruz (2012) quien consideró la definición de activos intangibles estructurada por Vázquez Ordaz, Fernández Sánchez y Montés Peón en 1998 siguiente: "*Son intangibles aquellos recursos que consisten básicamente en conocimiento o información, no tienen una entidad material y no son por tanto susceptibles de tocarse o percibirse de un modo preciso. Podemos distinguir cuatro clases de recursos intangibles: capital humano, capital organizativo, capital tecnológico y reputación.*" En cambio LEV en 2003 los definió como: *"un derecho sobre beneficios futuros que no tienen sustancia física o naturaleza financiera. Fuente de beneficios futuros sin sustancia física"*.

Mientras que la Norma Internacional de Contabilidad 38 (International Accounting Standards Board, 2005) los define como: *"activo identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física, que se tiene para ser utilizado en la producción o suministro de bienes y servicios"*, además clasifica a los recursos intangibles como: conocimiento científico o tecnológico, diseño e implementación de nuevos procesos sistemas, licencias o concesiones, propiedad intelectual, conocimientos comerciales o marcas (considerando denominaciones comerciales y derechos editoriales), programas informáticos, patentes, derechos de autor, películas, listas de clientes, derechos por servicios hipotecarios, licencias de pesca,

cuotas de importación, franquicias, relaciones comerciales con clientes o proveedores, lealtad de los clientes, cuotas de mercado y Derechos de comercialización.

Por su parte la Zona económica (2009) define a los recursos intangibles como "*aquellos recursos distintos de los financieros, que no pueden ser percibidos físicamente (vistos, tocados, medidos)*", también menciona la existencia de dos divisiones relevantes de los recursos intangibles: Legales: derechos de marca, derechos de autor, patentes y permisos y Competitivos: conocimiento acumulado por la empresa (know-how) y recursos humanos. Según describe la Zona económica (2009), los recursos intangibles se caracterizan por: Los obstáculos de medición y cuantificación: al carecer de una base física, ya que es complicado calcular el impacto de estos recursos en la empresa, pues la mayoría del conocimiento organizacional no es computable.

Tienden a ser apreciados por el uso: Se les puede dar un valor personal a cada uno de estos recursos, como: en el caso de los consumidores, al dar a conocer y posicionar una marca en la mente del consumidor. Utilización constante de técnicas y procesos, perfeccionándolos, para un mejor funcionamiento. Mantener buen contacto con los proveedores con el paso del tiempo. Estar a la vanguardia en tecnología. No se pueden encontrar en la oferta mercadológica, pues estos recursos no pueden ser adquiridos monetariamente por una organización, más bien se forjan con el tiempo dentro de los espacio de trabajo en la empresa.

Métodos de Valuación de Activos Intangibles

Según el Instituto Tecnológico Autónomo de México y PricewaterhouseCoopers (2010) mencionan como razones para la valuación de los activos intangibles la protección de ventaja competitiva, la venta de la empresa u activo intangible y generación de activos para hacer crecer la empresa y describen el Método desarrollado por Daniel Andriessen en su libro *"Making Sense of Intellectual Capital: Design a Method for the Valuation of Intangibles"*, en el cual se describen cinco categorías dentro de los recursos intangibles: Habilidades y conocimiento táctico.- Es la capacidad de las personas para hacer su trabajo incluyendo el know-how. Normas y valores colectivos.

Es la forma en que la compañía hace las cosas, dándole el enfoque y perspectiva de la empresa incluyendo el valor para sus clientes, su propia eficacia y eficiencia dentro de su calidad. Tecnología y conocimiento explícito.-Considera el uso de manuales, procedimientos y propiedad intelectual, incluyendo la propiedad exclusiva de la empresa como: patentes y secretos de marca. Procesos primarios y administrativos.- Conocimiento implícito de los procesos primarios y las actividades administrativos de la organización. Legado.- Es todo lo que la empresa hereda del pasado como: la marca, imagen, proveedores, clientes, talento y estándares, como se muestra en la figura 2:

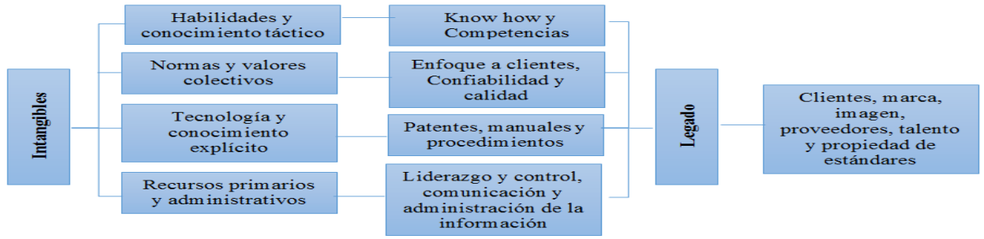


Figura 1. Categorías de recursos intangibles. Fuente: Adaptación Andriessen (2001), citado por Instituto Tecnológico Autónomo de México y PricewaterhouseCoopers (2010).

En la tabla 1 se observan los pasos propuestos por Andriessen para la evaluación de los recursos intangibles en PyMES.

Tabla 1. Pasos para evaluar los recursos intangibles.

Fase	Nombre
1	Inmersión
2	Identificación de los recursos intangibles
3	Evaluación del valor agregado
4	Evaluación financiera.
5	Desarrollo de la agencia gerencial
6	Reporte de resultados principales

Fuente: Adaptación Andriessen (2001), citado por *Instituto Tecnológico Autónomo de México y PricewaterhouseCoopers, (2010).*

Cabe mencionar que para fines de este proyecto, solo se pretende llegar a la identificación de los activos intangibles, el cual corresponde a las fases uno y dos de los pasos planteados por Andriessen en 2001.

METODOLOGÍA

Metodología cualitativa, tipo estudio de caso de acuerdo con Stake en 1994 y Yin en 1999, citados por Marrodi et al (2011:213) en el cual se pretende analizar la complejidad y riqueza de un caso particular. **Unidades de observación**: Micro y pequeñas empresas del Estado de Querétaro, en el municipio de Querétaro. **Muestreo**: por conveniencia en cuatro micro y pequeñas del sector de la construcción en el municipio de Querétaro. **Periodo:** del 06 de Junio al 31 de Julio de 2016**. Diseño del instrumento:** Se realizó una adaptación al cuestionario del libro *"Valuación y Reconocimiento de Activos Intangibles.*

Un enfoque estratégico" del Instituto Tecnológico Autónomo de México y PricewaterhouseCoopers (2010:152-160), para identificar los Activos intangibles y analizar las áreas en las cuales se están aprovechando. El cual consta de setentainueve preguntas, que se incluyen en cinco dimensiones I.- Perfil de la empresa (1-11), II.- Características de los activos intangibles (12-43), III.-Activos intangibles (44-68), IV.- Competencia (69-72) y V.-Estrategia corporativa (73-79). El procesamiento de la información se realizó en el paquete estadístico SPSS versión 18 y en Excel versión 2013. **Análisis:** El análisis de la información a través de hacer comparaciones entre fortalezas y debilidades.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Entre los hallazgos encontrados del análisis de resultados se destacan las figuras 2 a 6, en las cuales se observa de forma gráfica las semejanzas y diferencias en las respuestas de las empresas observadas. En la figura 2 se observa que el 100% de las empresas coincidió en conocer las competencias que debe tener el personal en la empresa.

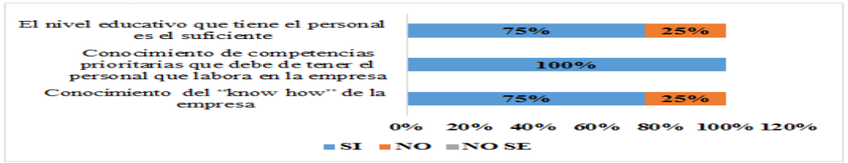


Figura 2. Habilidades y conocimiento tácito. Fuente: Elaboración propia.

En la figura 3 coincidieron totalmente respecto a que las empresas cuenta con: filosofía, calidad y confiabilidad.

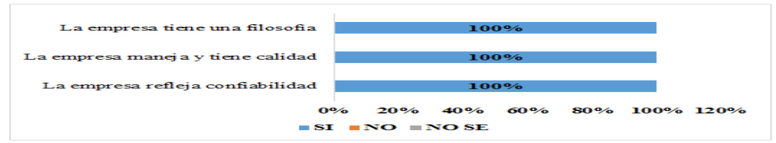


Figura 3. Normas y valores colectivos. Fuente: Elaboración propia.

La figura 4 muestra coincidencia del 100% en que las empresas tienen diseños propios y procedimientos definidos, sin embargo existe diferencias de opinión respecto de: manuales, marcas, patentes adquiridas y patentes registradas.

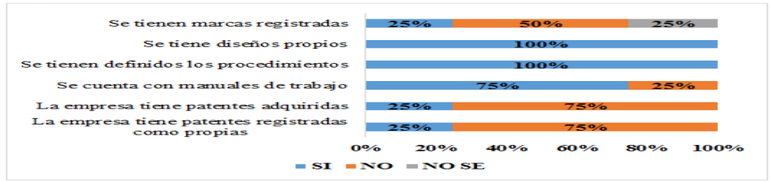


Figura 4. Tecnología y conocimiento explícito. Fuente: Elaboración propia.

Se observa en la figura 5 que todas las empresas cuentan con controles de compras, producción, recursos humanos, así como dirección, estructura organizativa, estándares de producción, sistemas de comunicación electrónico y de texto y datos.

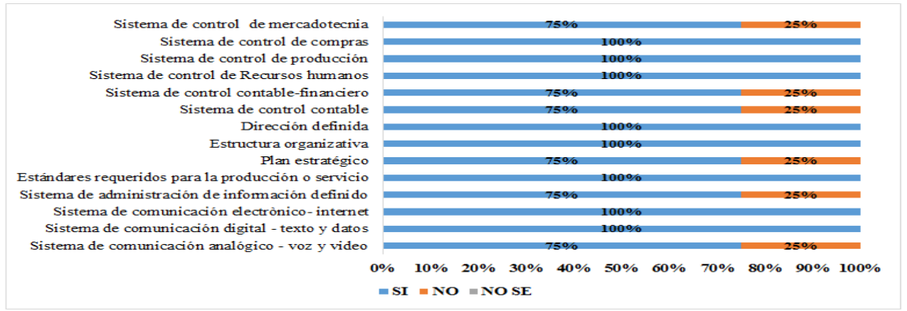


Figura 5. Procesos primarios y administrativos. Fuente: Elaboración propia.

La figura 6 muestra que el 100% de las empresas coinciden en que han heredado del pasado la red de proveedores y la marca e imagen de la misma.

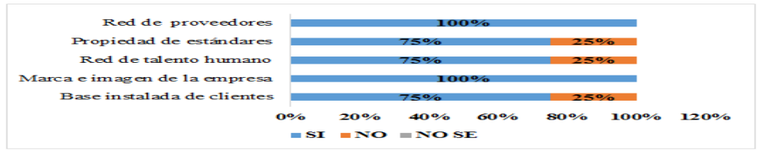


Figura 6. Legado que ha heredado la empresa del pasado. Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Dando respuesta al objetivo identificar el conocimiento que tienen las empresas micro y pequeñas del estado de Querétaro sobre los activos intangibles y analizar las áreas en las cuales se están aprovechando se concluye que de acuerdo con los resultados obtenidos se identificaron cinco categorías de recursos intangibles: habilidades y conocimiento tácito, normas y valores colectivos, tecnología y conocimiento explícito, procesos primarios y administrativos y legado, lo que coincide con lo expuesto por Andriessen en 2001, así como el Instituto Tecnológico Autónomo de México y PricewaterhouseCoopers (2010), destacando lo siguiente:

- En el caso de habilidades y conocimiento tácito el 100% de las empresas observadas coincide en conocer cuáles competencias prioritarias debe tener el personal de la empresa, con un área de oportunidad respecto a conocer el "know how" de la empresa y el nivel educativo que tiene el personal, pues 75% respondieron afirmativamente.

- En el tema de normas y valores colectivos el 100% de las empresas encuestadas contestó que sí tienen una filosofía, manejan y tienen calidad, además de que sus empresas reflejan confiabilidad.

- Al analizar la categoría de tecnología y conocimiento explícito se encontró que el 100% de las empresas encuestadas tiene diseños propios, así como procedimientos definidos, además de que el 75% cuenta con manuales de trabajo, en tanto que 50% de la muestra tiene marcas registradas un 25% no cuenta con ellas y el 25% restante no lo sabe, adicionalmente se encontró como área de oportunidad que el 75% de las encuestas encuestadas no tienen patentes adquiridas ni patentes registradas , por lo que existe un área de oportunidad.

- Respecto a los procesos primarios y administrativos se distingue que el 100% de las empresas encuestadas cuenta con sistemas de control de compras, producción, recursos humanos, una dirección definida, estructura organizativa, estándares de producción, así como sistemas de comunicación electrónico y sistemas de comunicación de texto y datos.

- En tanto que el legado que ha heredado la empresa del pasado el 100% de la muestra ha heredado la marca e imagen de la empresa, sus proveedores y 75% ha heredado estándares, talento humano y clientes.

De acuerdo con Zona Económica (2009) en su clasificación que hace, se observa como debilidades el aspecto legal, debido a que solamente 25% tiene su marca registrada, patentes adquiridas así como patentes registradas y como fortaleza el aspecto de ser competitivas 75% por el know how de la empresa

LIMITACIONES

Las imitaciones de la investigación es el número de empresas y que solamente se enfocó a micro y pequeñas.

AGRADECIMIENTOS

Al CONACYT, por el apoyo recibido durante el 18° verano de la ciencia de la región centro. Al Instituto Tecnológico de Querétaro y a la Universidad Autónoma de Aguascalientes por las gestiones realizadas para la realización del presente proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

Instituto Tecnológico Autónomo de México y PricewaterhouseCoopers (2010). *"Valuación y Reconocimiento de Activos Intangibles. Un enfoque estratégico*". Ed. IMEF. México.

Marrodi A.; Archenti N. y Piovani J.I. (2011). *"Metodología de las Ciencias Sociales"*.- Edición revisada- CENGAGE Learning.- Argentina

Artículos en línea

Corporate Excellence Center for reputation Leadership (2011). *"Hacia un nuevo modelo de valoración de intangibles"*. Recuperado el 13 de Junio de 2016 de http://www.corporateexcellence.org/index.php/content/download/2465/25900/file/T01%20Hacia%20un%20nuevo%20modelo%20de%20valoraci%C3%B3n%20de%20intangibles.pdf

International Accounting Standards Board (2005). *"Norma Internacional de Contabilidad NIC38. Activos intangibles"*. Recuperado el 14 de Junio de 2016 de http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC38.pdf

Moreno Ruz A. (2012). "*El valor contable de los activos intangibles. Evolución histórica, tendencias actuales y propuesta de un sistema de cuantificación*". Tesis Doctoral Universidad Rey Juan Carlos. Recuperado el 14 de Junio de 2016 de https://eciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/12293/Tesis%20Agust%C3%ADn%20Moreno%20Ruz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Parque Industrial Querétaro (2015). *"Directorio del Parque industrial Querétaro"*. Recuperado el 09 de Junio de 2016 de http://www.piq.com.mx/doctos/directorio_actual.pdf

Tinsa México (2011). "*Querétaro. Panorama industrial"*. Recuperado el 09 de Junio de 2016 de https://www.tinsamexico.mx/Pdf/WP2012/INDUSTRIAL/WP_Industrial_Queretaro.pdf

Zona económica (2009). *"Recursos Intangibles"*. Recuperado el 12 de Junio de 2016 de http://www.zonaeconomica.com/recursos/intangibles

RESPONSABILIDAD SOCIAL: FORMACIÓN E IMPACTO EN LAS ORGANIZACIONES

Diana Guadalupe Rodríguez Alviso[1] y Martha Alicia Alonso Castañón[2]

RESUMEN

Actualmente la Responsabilidad Social es un elemento que distingue a diversas organizaciones. Algunas empresas la aplican como una nueva forma de hacer negocios; la gestión de sus operaciones se enfoca a preservar el entorno que las rodea, teniendo en cuenta los intereses de los distintos públicos con los que se relaciona, tales como: empleados, socios, clientes, proveedores, comunidad y el medio ambiente. Surge entonces, la necesidad de desarrollar una visión diferente en los futuros profesionistas, generando el interés y una conciencia de preservar y mejorar los elementos que atiende la Responsabilidad Social.

El presente documento presenta los resultados obtenidos respecto al nivel de formación y conocimiento percibido, que tienen los alumnos de Administración y Gestión de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, sobre el tema de Responsabilidad Social, de manera que se puede identificar las áreas de oportunidad, pues finalmente, como egresados, serán parte de organizaciones y podrán mejorar la relación de éstas con su entorno.

ABSTRACT

Nowadays Social Responsibility is an element that distinguishes several organizations. Some companies apply it as a new way of doing business; their management focuses on preserving the surrounding environment, taking into account the interest of the various audiences with whom it relates, such as employees, partners, customers, suppliers, community and environment. Then arises the need to develop a different vision for the future professionals, generating interest and awareness to preserve and improve the elements serving Social Responsibility. This paper presents the results regarding the level of training and perceived knowledge of the students of Administration and Management from the Polytechnic University of San Luis Potosi, on the subject of Social Responsibility, in order to identify the areas of opportunity. Because in the end, as graduates, they will be part of organizations, and may improve the relationship of these with their environment.

Palabras Clave: Responsabilidad Social, Necesidades de la sociedad, Formación profesional, Medio ambiente, Cultura Organizacional.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación ha sido realizada con el fin de conocer la percepción que tienen los alumnos, de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí de la Licenciatura en Administración y Gestión, en materia de su formación en responsabilidad social (RS), así como su percepción sobre la importancia que tiene la aplicación de la RS en las organizaciones, ya que en el contexto internacional en el que actualmente se desarrollan la empresas es necesario identificar elementos que las diferencien, en el proceso de atender las necesidades de la sociedad, logrando establecer buenas relaciones tanto al interior con sus empleados, como al exterior con clientes, proveedores y la sociedad en general.

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Licenciatura en Administración y Gestión, Urbano Villalón No. 500 Col. La Ladrillera. C.P. 78363. San Luis Potosí, SLP. dianag.rodriguez.a@gmail.com
[2] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Licenciatura en Administración y Gestión, Urbano Villalón No. 500 Col. La Ladrillera. C.P. 78363. San Luis Potosí, SLP. martha.alonso@upslp.edu.mx

Una empresa que contempla la Responsabilidad Social en su operación, es aquella que observa el impacto que tienen en la sociedad, en varios aspectos, incluido el medio ambiente. Los integrantes de las organizaciones, por lo tanto, deben conocer como sus actividades y funciones afectan su entorno personal y laboral, una cultura organizacional enfocada a la RS, debe estar soportada por una conciencia individual del impacto de las acciones personales en el medio que las rodea. Se debe considerar que puede haber una educación en RS, formal o informal que tenga un impacto en las acciones diarias de las personas.

El objetivo principal de esta investigación es conocer la percepción que tienen los estudiantes sobre el tema de Responsabilidad Social, puesto que en el contexto actual de las organizaciones es necesario contar con una formación acorde a las necesidades y atender debidamente las áreas de oportunidad identificadas, de manera que se incremente la competitividad en el mercado laboral, ya que las empresas que quieran integrar este elemento distintivo, podría buscar personal que cuente con formación en el tema para que se incorporen más ágilmente y aporten en las acciones de RS que realizan.

MARCO TEÓRICO

La Responsabilidad Social es el proceso a través del cual se concretan intenciones, acciones y consecuencias, con base en el conocimiento existente, los principios éticos que orientan el comportamiento humano y social en la relación con lo otro y los otros, a qué y a quiénes reconocemos como iguales y parte de la sociedad, por lo cual todos somos responsables de todos (Hernández, Alvarado & Luna, 2015).

Por otro la Responsabilidad Social Empresarial consiste en el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, social y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común (Calderón).

La Responsabilidad Social Empresarial nace en Estado Unidos a finales de los años 50 y principios de los 60, a raíz de la Guerra de Vietnam y otros conflictos mundiales. Debido a esto despertó el interés de los ciudadanos que comenzaron a creer que, a través de sus trabajos en determinadas empresas o comprando algunos productos, éstas estaban colaborando con el mantenimiento de determinados regímenes políticos o con prácticas económicas éticamente censurables. Tiene un impacto con la aparición del libro social Responsabilities of the Businessman de Howard R. Bowen (García, 2009).

Ser socialmente responsable no solamente significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá e invertir más en el capital humano, en el entorno y en las relaciones con las partes interesadas. El adquirir experiencia con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas con el medio ambiente permitirá aumentar la competitividad de las empresas, además de tener impacto directo en la productividad (Mendizábal & Tufiño, 2015).

Actualmente algunas instituciones educativas cuentan con programas educativos: licenciaturas, especialidades, maestrías y posgrados en materia de Responsabilidad Social. La RS es un término que ha evolucionado, por lo que es importante desarrollar profesionistas con una mentalidad diferente, con una conciencia de desarrollar sus prácticas de una mejor manera, sin dañar a terceros, además de que cuenten con conocimientos necesarios para entender que el ser socialmente responsable no es cuestión de prestigio o una moda, sino que es una necesidad, considerando el impacto ambiental y social que implica, lo que puede influir positivamente en su ingreso al mercado laboral.

En México, por ejemplo, existe una licenciatura en Dirección en Responsabilidad Social y Desarrollo Sustentable y una maestría en Responsabilidad Social, desde 2011 y 2006 respectivamente. El programa de licenciatura busca desarrollar personas con una sólida formación profesional, intelectual, humana,

social y espiritual, la cual busca ante todo la verdad y el bien, se empeña en ejercer su liderazgo para la trasformación de la sociedad y la cultura.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para realizar esta investigación se contempló como objetivo principal: conocer la percepción de la formación en Responsabilidad Social, de los alumnos de la Universidad Politécnica de San Luis Potosí, se determinó incluir en esta etapa a los alumnos de la Licenciatura en Administración y Gestión que cursan materias en verano. Se realizó un cuestionario con 40 preguntas. Se consideraron diversos cuestionamientos para conocer cuáles son los conocimientos de los alumnos sobre el tema, al igual que conocer si identifican si dentro de la institución se realizan programas o acciones que fortalezcan su formación, además de identificar si en la institución se realizan actividades de RS, entre otras. Se aplicó el instrumento a un total de 300 alumnos, siendo la totalidad de alumnos inscritos en Cursos de Verano, en distintas materias y de distintos semestres. Posteriormente se realizó la captura de los datos para después comenzar a analizar la información. Se obtuvieron los siguientes resultados.

RESULTADOS

Del total de alumnos encuestados el 24% conceptualiza a la Responsabilidad Social como un compromiso con la sociedad, el 8% como el ser amigable con el medio ambiente y la sociedad, el 5% con cuidar exclusivamente el medio ambiente, ayudar a las personas, realizar acciones a conciencia y el 4% se encuentra el ser amigable con el medio ambiente, animales y grupos sociales en conjunto, cuidar el entorno y el bienestar social. Podemos observar que la mayoría de los estudiantes consideran la Responsabilidad Social como una acción de beneficio social solo en el ambiente externo a las empresas sin considerar el ambiente interno, dado que no se mencionan otros elementos del entorno como los empleados, clientes y proveedores como se observa en la figura 1.

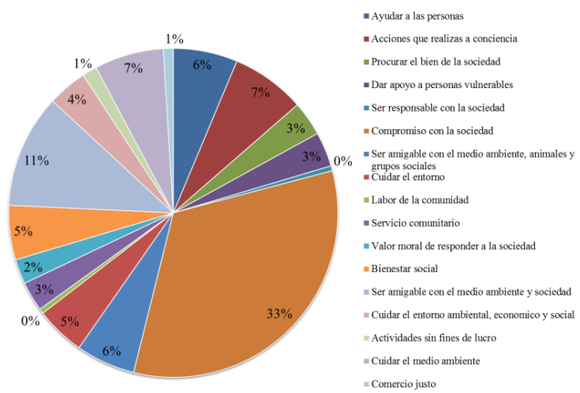


Figura 1. ¿Qué entiendes por Responsabilidad Social?

De acuerdo a la figura 2, el 29% de los alumnos realizan actividades de Responsabilidad Social, siendo los alumnos de los semestres más altos quienes las realizan con mayor frecuencia. Por otro lado, de los alumnos que indican que realizan actividades de RS, el 75% menciona que dentro de su hogar son llevadas a cabo algunas actividades tales como: separar la basura, reducir el uso de servicios, donar ropa o alimentos y plantar árboles, entre otras como se observa en la figura 3. Se considera que estos alumnos han recibido educación informal sobre el tema, lo que en conjunto con la educación recibida en la Universidad permite que la adopción de una mentalidad sustentable sea desarrollada con mayor facilidad. Lo anterior se muestra gráficamente a continuación.

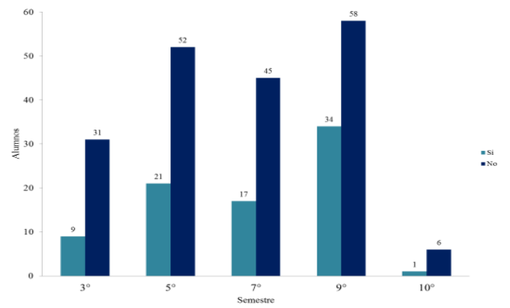


Figura 2. ¿Realizas alguna actividad de Responsabilidad Social?

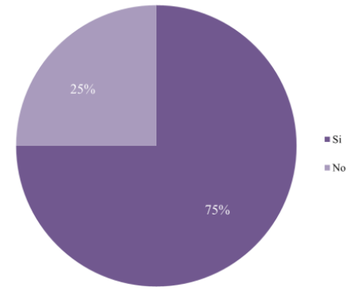


Figura 3. ¿En tu casa realizan actividades de Responsabilidad Social?

De acuerdo a la figura 4, el 92% de los encuestados identifican que dentro de la Universidad se realizan actividades de Responsabilidad Social, las actividades más mencionadas son: la separación de basura, la realización anual de la Semana Ambiental, la recolección de despensas para ayudar a personas en situación de marginación o para ayuda en desastres naturales, por otro lado se difunden programas como: Peraj-adopta un amig@, el cual es un programa nacional en el que jóvenes universitarios realizan su servicio social como tutores (uno a uno) de niños de primarias públicas, apoyándolos y motivándolos para desarrollar su máximo potencial (Peraj-México , s.f.). Las actividades mencionadas por los estudiantes se presentan en la figura 5.

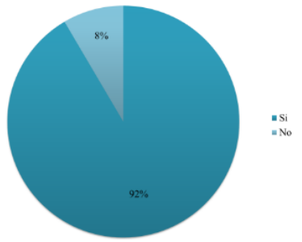


Figura 4. ¿En tu Universidad realizan actividades de Responsabilidad Social?

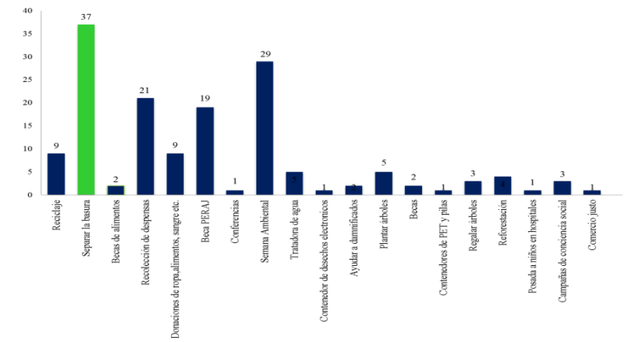


Figura 5. Actividades de responsabilidad Social que se realizan en la Universidad.

El 87% de los encuestados identifican que dentro del plan de estudios de la carrera de Licenciatura en Administración y Gestión se revisan contenidos sobre Responsabilidad Social como se observa en a figura 4.

De este total, 48% identifica como la materia principal en material educativo a la materia de Núcleo General III: Filosofía y Valores, el 38% Negocios y Sociedad y con el 20% Aspectos Legales en los Negocios como se observa en la figura 7.

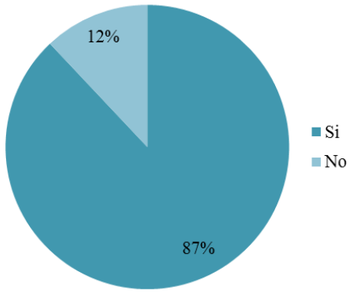


Figura 6. ¿En el plan de estudios de tu carrera identificas alguna materia en la que se revisen temas sobre responsabilidad social?

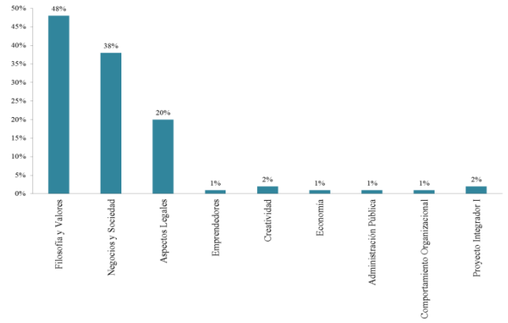


Figura 7. Materias en las que se revisan temas sobre responsabilidad social.

Los cinco principales conceptos que los alumnos identifican como de Responsabilidad Social son: el cuidado del medio ambiente, el respeto, la responsabilidad, la solidaridad, la ayuda a los necesitados, siendo valores tres de estos elementos, por lo que podemos indicar que para los alumnos la Responsabilidad Social se identifica como un conjunto de valores que son aplicados para la ayuda a personas necesitadas y el medio ambiente. En la Figura 8, se presentan los conceptos con mayores menciones respecto a la pregunta: ¿Qué elementos identificas que son parte de la responsabilidad social?

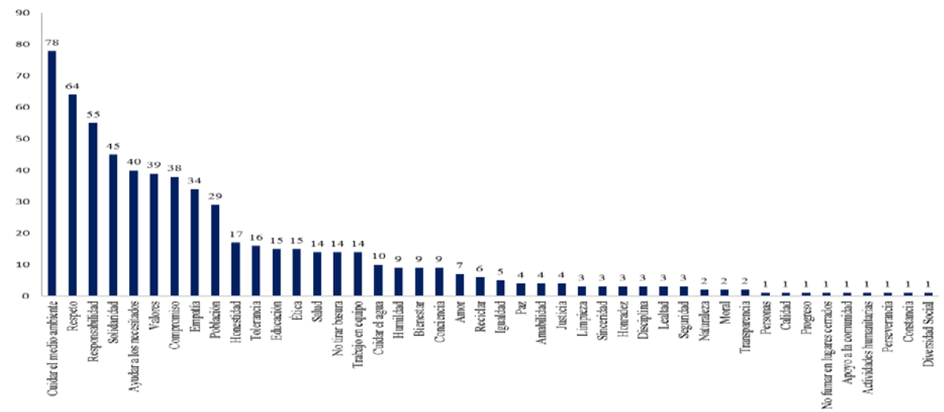


Figura 8. ¿Qué elementos identificas que son parte de la responsabilidad social?

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis elaborado a fin de conocer la percepción de los alumnos respecto al tema de responsabilidad social podemos concluir que los alumnos tienen conocimiento sobre el tema e identifican que dentro de su plan de estudios cuentan con materias que fortalecen su formación, de igual manera se

observó que los alumnos de semestres iniciales no conocen tanto sobre el tema, a diferencia de los alumnos de semestres más avanzados, por lo que podemos concluir que como van cursando el programa de estudios, aumenta la formación y conocimiento sobre el tema.

Por otro lado, es importantes mencionar que los alumnos se enfocan más a ubicar la RS en los temas del cuidado del medio ambiente, y no todos identifican elementos en beneficio de los empleados, por ejemplo. Es importante difundir la importancia de este tema, y de todos los elementos que implica, difundir las actividades que se realizan en la instituciones educativas, para lograr una mayor participación y por lo tanto una aplicación del tema en el ámbito personal y profesional.

BIBLIOGRAFÍA

HERNANDEZ,R.I.,ALVARADO, J.C.& LUNA, J.A. (2015). "Responsabilidad social en la relación universidad-empresa-Estado". *Educ. Educ,* Núm. 1, Vol. XVII, Enero-Abril, [pp. 95-110].

CALDERÓN, J. "El concepto de Responsabilidad Social Empresarial" en *Cemefi,* pp. 1-35. COnsulta en http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf (fecha de consulta 10-08-2016).

MENDIZABAL B., G & TUFIÑO G., B. (2015). "Desafíos de la responsabilidad social corporativa (RSC) frente a los derechos humanos de los trabajadores: el ejemplo mexicano" en *Alegatos*, Num 91, Septiembre / diciembre 2015, [pp. 591-610].

GARCÍA, L. P. (08 de Mayo de 2009). *Economia y Gestión*. Obtenido de http://www.abc.com.py/articulos/la-responsabilidad-social-empresarial-origen-y-concepto-1170210.html

PERAJ-MÉXICO (s.f.). *Presentación.* Obtenido de http://www.peraj.org/

RECONOCIMIENTO DE LA PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR DE UN SERVICIO DE CONSULTA MÉDICA ONLINE

Mariana Rodríguez Domínguez[1] y Xóchitl Hernández Velázquez[2]

RESUMEN

El presente artículo, tiene como objetivo identificar las variables de percepción del consumidor de un servicio de consulta médica online que permitan definir las características y proceso de compra del consumidor potencial para este tipo servicios. Se realizó un estudio en el Estado de San Luis Potosí que permitiera conocer qué factores condicionan las preferencias de un usuario que navega a través de internet, y de ésta manera identificar estrategias que logren que los consumidores conozcan los servicios online en específico el de Telemedicina y lo acepten. Para ello, se predefinirán las características que cumple el consumidor moderno, y así diferenciarlas del consumidor clásico.

ABSTRACT

This article aims to identify the variables of consumer perception of service online medical consultation allowing to define the characteristics and purchasing process of potential consumers for such services. A study was conducted in the State of San Luis Potosi that would know what factors determine the preferences of a user browsing through the Internet, and in this way to identify strategies that will make consumers aware of the online services specifically the Telemedicine and accept it. To do this, the characteristics will predefine that meets the modern consumer, and thus differentiate the classic consumer.

Palabras Clave: Modelo de negocio, Comportamiento, Internet, Telemedicina.

INTRODUCCIÓN

.

Los modelos de negocio se han modificado con el paso del tiempo por los avances tecnológicos, a su vez, los consumidores se han vuelto más exigentes al momento de realizar compras de productos y servicios, buscando alternativas que cubran no solo sus necesidades, si no que sobrepasen sus expectativas. Según el Estudio de Comercio Electrónico realizado en México durante el 2015, 3 de cada 4 personas realizan compras en línea o más de la mitad de los encuestados efectuó una compra fuera del país, las categorías principales por frecuencia de compra online fueron ropa y accesorios, descargas digitales y boletos para eventos, esto sin incluir los viajes. Gracias al mismo estudio se sabe que 95% de los compradores han utilizado alguna forma de pago fondeados con cuentas bancarias o tarjetas de crédito o débito.

Lo que nos dice que el consumidor sigue buscando métodos más prácticos y cómodos para satisfacer sus necesidades. Los cambios y comodidades que ofrece la tecnología hoy en día promueven una mayor competencia a la hora de ofrecer, productos, servicios o experiencias. Esta diversificación genera poca

[1]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Lic. Mercadotecnia Internacional, Andador Erickson #135, Nueva Progreso, C.P: 78370, San Luis Potosí, San Luis Potosí, maryarena.rod@gmail.com
[2]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Academia de Lic. Mercadotecnia Internacional, Rosa de Holanda 112-A, Fraccionamiento. El Rosedal, C.P: 78120, San Luis Potosí, San Luis Potosí, xo.velazquez@gmail.com

fidelidad por parte de los consumidores, debido a que están en busca de menores costos y mayor satisfacción. Como consecuencia del avance tecnológico se ha dado paso a la creación de nuevos modelos de negocio y extinción de aquellos que no han logrado adaptarse a los tiempos modernos. La "Telemedicina" es definida por la American Telemedicine Association como: "el intercambio de información médica de un lugar a otro usando las vías de comunicación electrónicas para la salud y educación del paciente o proveedor de los servicios sanitarios con el objetivo de mejorar la asistencia del paciente".

Dicho modelo se encuentra en una fase introductoria en nuestro país, mientras que en Costa Rica, Chile, Colombia y/o Estados Unidos ya se encuentra bien posicionado. El modelo consiste en atención médica usando las tecnologías de comunicación actuales, a fin de obtener un médico capaz de atender situaciones que no requieran la presencia física del paciente en su consultorio, por lo que a través de la experiencia del mismo médico y mediante un diagnóstico adecuado, se puede determinar el mejor diagnóstico para el paciente. Además, se ofrece una prescripción médica la cual podrá ser usada para solicitud de medicamento en farmacias.

El pago, es posible realizarse mediante tarjetas de crédito, débito u otros medios que no necesariamente requieran el traslado del paciente.

Dentro de las ventajas de este modelo se destacan las siguientes:

- No es necesario el traslado de un paciente para ser atendido.
- Reduce los costos de tiempo de espera y traslado.
- Se puede generar una cita en cualquier momento del día.
- Puede realizarse la consulta desde otro estado o localidad.

MARCO TEORICO

Un modelo de negocio es el mecanismo sobre el que una empresa crea, proporciona y capta valor; y cómo finalmente a través de ese valor obtiene ingresos. (Rubio, 2013) Internet ha conllevado la aparición de nuevos modelos de negocio y la transformación de los tradicionales en su proceso de adaptación a la red. Pascualena define en su artículo "Modelos de Negocio en Internet" al modelo de negocio como "La manera en que un negocio genera ventas y beneficios a través de la aportación de valor y la satisfacción de las necesidades de sus clientes". Estas son las principales características que presentan los usuarios online:

1. Busca varios canales de comunicación y que éstos a su vez sean simples.
2. Es Local.
3. Busca atención al cliente las 24 horas.
4. Espera experiencias de compra completas.
5. Quieren ofertas exclusivas.

Según el estudio de comercio electrónico en México realizado en el 2015 tres cuartos de los internautas mexicanos realizan compras online o más de la mitad compró fuera del país durante Enero a Marzo de 2015. El gasto trimestral promedio en todos los dispositivos y categorías que no se relacionan a viajes fue de MXN$ 5,575.00 pesos, alrededor de MXN$ 1,860.00 pesos gastados online por mes. Además, dos tercios de los compradores utilizan un dispositivo móvil (smartphone y/o tablet) para sus compras online,

con tan sólo un tercio que utiliza exclusivamente PC/Laptop. El 95% de los compradores han utilizado alguna forma de pago fondeados con cuentas bancarias o tarjetas de crédito o débito, pero aun así, 44% también continúa usando medios de pagos Off line entre sus métodos de pago.

La satisfacción general en las compras online es elevada, ligeramente mayor que las compras en tiendas físicas. Es muy probable que los compradores online continúen adquiriendo productos de esta forma en el futuro, particularmente desde una PC/Laptop.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para el desarrollo de la investigación de tipo cualitativa, se utilizaron diversos materiales para la obtención de información tales como documentación a cerca de temas como modelo de negocio clásico y en internet, las características de los usuarios en Internet, los hábitos de compra online en México y extranjero así como también el proceso de compra; se llevó a cabo una entrevista no estructurada al DR Sergio Cifuentes Gordillo quien encabeza el proyecto emprendedor mimedicoenlinea.mx que es un modelo de negocios basado en la Telemedicina en México a fin de conocer mejor el sistema y sus atributos de dicho proyecto, se hicieron preguntas de cómo funciona, es decir, el proceso detallado para realizar una consulta online, formas de pago, problemas técnicos que ha presentado dicho modelo de negocio, alcance etc.; por último se realizó un sondeo de 100 encuestas aplicado por vía internet utilizando formularios google; para estructurar la encuesta de dicho sondeo, se basó en el "Primer reporte de e-health en Chile", el contenido de preguntas fueron de opción múltiple, escala de linkert y abiertas.

RESULTADOS

La cultura médica de las personas consiste en consultar un médico cuando los síntomas de una enfermedad afecta negativamente sus actividades principalmente de personas de entre 18 a 25 años de edad. La búsqueda de información sobre la salud se realiza principalmente en motores de búsqueda así como de páginas especializadas brindándoles una regular confianza al contenido del buscador, y en cuanto a las páginas especializadas en salud el nivel de confiabilidad es mucho.

Los principales motivos de búsqueda de información sobre temas de salud en Internet son por la curiosidad así como también la comodidad o el fácil acceso que se tiene hoy en día al internet. Los temas principales de búsqueda engloban los síntomas de enfermedades comunes así como posibles remedios y/o soluciones de enfermedades, también se detectó una consistente búsqueda del previo diagnóstico médico y/o medicamentos que el medico recetó.

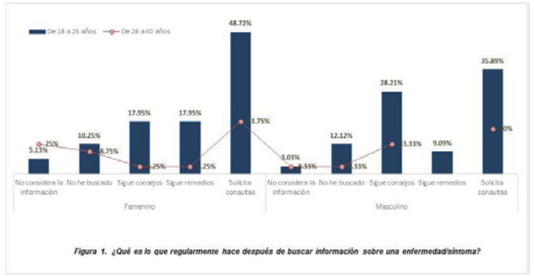
Además de la frecuente búsqueda de síntomas de enfermedades comunes, se detectó una alta incidencia en temas de ginecología esto debido a que más de la mitad de las personas encuestadas fueron mujeres. Otros de los temas más buscados en la red, están relacionados con enfermedades dermatológicas y enfermedades de transmisión sexual.

La tendencia de comportamiento posterior a la búsqueda de información médica, es la visita a un médico para que éste le diagnostique y brinde receta médica, así como también una alta incidencia en el seguimiento de recomendaciones encontradas en Internet.
Figura 1

Cabe destacar que muy pocas personas suelen comentar a su doctor durante la consulta, el abastecimiento previo de información, más sin embargo, los que comentaron a su médico la reciente búsqueda de información médica les causó indiferencia a los médicos, incluso recomendaron seguir buscando información, por lo que no les preocupa que las personas comiencen a buscar otros medios para satisfacer sus necesidades de salud o se sienten seguros de la alta demanda de su servicio.
En cuanto a los criterios más importantes para realizar una consulta en línea, son el ser atendido por médicos especialistas así como la inmediatez al solicitar el servicio y el manejo de un bajo precio.
Figura 3

La mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a pagar por consultas en línea, más sin embargo perciben el valor inferior al de una consulta física.
Figura 4

Para concluir, el rango de precio que consideran razonable por un servicio médico en línea es de entre $100 a $200 seguido de entre $201 a $300. Cabe mencionar que mimedicoenlinea.mx busca por medio de las tecnologías de información brindar un servicio de calidad, de fácil acceso y bajo costo con médicos profesionales dispuestos a brindar consulta en cualquier momento del día los 365 días del año; por lo que ésta investigación contribuye a mimedicoenlinea.mx a identificar las características que buscan los usuarios de internet así como la percepción del modelo de negocio, brindando información que permita desarrollar estrategias que mejoren la rentabilidad de dicho negocio.


De 18 a 25 años
De 26 a 40 años
5.13%
10.25%
17.95%
17.95%
48.72%
0%
2.5%
2.5%
2.5

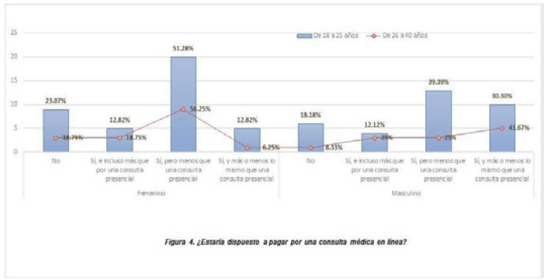


Figura 4. ¿Estaría dispuesto a pagar por una consulta médica en línea?

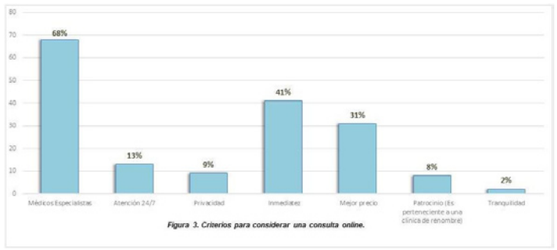


Figura 3. Criterios para considerar una consulta online.

CONCLUSIONES

El servicio de telemedicina en México ha sido muy poco explotado por los médicos, las personas no tienen posicionado una marca en específico que brinde el servicio de telemedicina por lo que hay un amplio mercado que no ha sido explotado.

Las personas tienden a realizar búsquedas sobre su salud en Internet, principalmente por curiosidad pero también por el cómodo o fácil acceso que se tiene en la actualidad. Por lo que brindar un servicio de telemedicina de forma profesional puede ser bien aceptado por los consumidores.

Mas sin embargo, la mayoría de las personas prefieren tener una consulta médica de forma física, de modo que a pesar de informarse sobre enfermedades y encontrar recomendaciones, muy pocos siguen dichas recomendaciones y tienden a realizar una consulta médica presencial.

Dentro del sondeo realizado, se encontró que el principal criterio para adquirir un servicio de consulta médica en línea fue el ser atendido por médicos profesionistas, seguido de la atención inmediata.

Éste último criterio a diferencia de las consultas físicas, puede tomarse como una ventaja competitiva del servicio de consulta médica en línea.

BIBLIOGRAFIA

Asociación Mexicana de Internet. (14 de Junio de 2016). *amipci.org.mx.* Obtenido de amipci.org.mx: https://amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf

comScore. (14 de Junio de 2016). *amipci.org.mx.* Obtenido de amipci.org.mx: https://amipci.org.mx/estudios/comercio_electronico/Estudio_de_Comercio_Electronico_AMIPCI_2015_version_publica.pdf

Gabinete de Comunicación Estratégica. (14 de Junio de 2016). *en2015.gabinete.mx.* Obtenido de en2015.gabinete.mx: http://en2015.gabinete.mx/static/conectividad/Conectividad_mexico_2015.pdf

Lister, J. (2014). *eHow*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/modelo-negocio-internet-info_324076/

Pascualena, J. S. (8 de Junio de 2015). *Infoautonomos El Economista*. Obtenido de Modelos de negocio basados en la publicidad

Rubio, J. M. (29 de Mayo de 2013). *Sugerendo Engineering Commerce*. Obtenido de http://www.sugerendo.com/blog/estrategia-de-e-commerce/modelos-de-negocio-en-internet-i-taxonomias/

EAE Business School. (8 de Julio de 2015). *EAE Business School*. Recuperado el 23 de Junio de 2016, de Las 5 etapas del proceso de decisión del comprador: http://www.eaeprogramas.es/empresa-familiar/2015/07/las-5-etapas-del-proceso-de-decision-del-comprador.htm

Equipo de estudios del ONTSI. (Octubre de 2015). *ONTSI*. Recuperado el 22 de Junio de 2016, de www.ontsi.red.es: http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe_b2c_2014_edicion_2015.pdf

Guinart, S. (2016). *GESTION*. Recuperado el 23 de Junio de 2016, de GESTION.ORG: http://www.gestion.org/gestion-tecnologica/40784/5-caracteristicas-del-nuevo-consumidor-online/

Halpern, D., Troncoso, A., Goic, F., Reinoso, A., & Figueroa, C. (s.f.). *PRIMER REPORTE DE E-HEALTH EN CHILE*. Recuperado el 22 de Junio de 2016, de mediconecta.com: https://mediconecta.com/#Mediconecta-Medios

Matesa, D. (29 de Diciembre de 2015). *Expertos Negocios online*. Recuperado el 23 de Junio de 2016, de http://www.expertosnegociosonline.com/: http://www.expertosnegociosonline.com/comportamiento-del-consumidor-de-e-commerce/

Pueyrredon, M. (2 de Febrero de 2010). *El Mundo de Marcos Pueyrredon*. Recuperado el 23 de Junio de 2016, de Las 12 caras de los consumidores online, su perfiles y caracteristicas para poder abordarlos.: http://pueyrredonline.com/blog/2011/02/las-12-caras-de-los-consumidores-online-su-perfiles-y-caracteristicas-para-poder-abordarlos/

Televisa, E. (10 de Julio de 2016). *padresehijos*. Obtenido de http://www.padresehijos.com.mx/ser-familia/16/07/11/docto-google-para-consultar-sintomas-de-enfermedades/

EVOLUCION Y CRONOLOGIA DE LA MATERIA EN SEGURIDAD PUBLICA EN EL ESTADO DE QUERETARO EN EL PERIODO 2013 – 2016

Gerardo Agustín Rodríguez Martínez[1] y Hugo Pedroza Falcon[2]

RESUMEN

El presente trabajo expone, a partir de la recolección y articulación de información, una evolución cronológica dentro del rubro de seguridad pública que compete a los mandos gubernamentales a nivel municipal y estatal en el estado de Querétaro.

A consecuencia del interceder de la psicología clínica en esta materia, se muestran los desarrollos que han tenido las corporaciones policiacas en mandato de los organismos de gobierno dentro del periodo 2013 – 2016; en los cuales se establece, como elemento principal en el desarrollo de las capacidades y competencias del cuerpo policiaco, la implementación de planes sustentados desde las bases de la psicología clínica en aspectos de seguridad. Planes diseñados por parte de los gobiernos de José Calzada Rovirosa (2009-2015) y Francisco Domínguez Servién (2015-Actualidad).

ABSTRACT

This paper presents, from the results of data collection, a chronological evolution on the field of public safety that concerns to governmental controls in municipal and state levels on the state of Querétaro.

In consequence of clinical psychology interceding, shown the developments that police force has been on the mandate of the governmental organisms in the period 2013 – 2016; where is established, as main element on the develop of capacities and competences of the police force, the implementation of plans supported by the bases of clinical psychology on the field of security. Plans designed by the governments of José Calzada Rovirosa (2009-2015) & Francisco Domínguez Servién (2015-Present).

Palabras Clave: Seguridad; Policía; Gobierno; Psicología; Querétaro.

INTRODUCCIÓN

Dentro del contexto social que a lo largo de la última década se ha establecido, las competencias en materia de seguridad han sido bastas y, día con día, la cantidad de incidentes ocurridos ponen en prueba la capacidad de los elementos de seguridad pública para dar resolución a las problemáticas que pertenecen a esa índole; siendo de suma importancia la valoración de las aptitudes que tienen los elementos de las diversas corporaciones de seguridad publica en los diferentes niveles.

La psicología clínica ha desarrollado aportes referentes a esta materia en cuanto a cuestiones de capacitación y selección de elementos del cuerpo policiaco, especialmente en los rubros de evaluación de aptitudes respecto a los ámbitos emocionales y de inteligencia.

A manera conjunta, las planificaciones para la capacitación de elementos de seguridad pública y las bases de la psicología clínica han establecido una dinámica de trabajo dentro del estado de Querétaro, en la cual se pretende, a través de este trabajo multidisciplinario, un desarrollo y optimización en la calidad de los

1 Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Psicología; Tulipán #134, Colonia San Isidro, C.P: 38670, Acámbaro, Guanajuato, vanhalibel@gmail.com
2 Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Psicología; Domicilio, Colonia, Nombre, C.P: 00000, Santiago de Querétaro, Querétaro,

servicios y competencias que pueden ofrecer los elementos del cuerpo de seguridad pública, así como la institución en su conjunto. Sin embargo, no se observa el progreso de los planes implementados por los organismos gubernamentales. A lo cual, es preciso hace una revisión de los registros datados respecto de la eficacia de los cuerpos policiacos para con los incidentes ocurridos bajo el contexto actual.

MÉTODOS Y MATERIALES

Se estableció una dinámica de recolección de información respecto de las temáticas de seguridad pública y cuerpos policiacos, a través de la revisión de notas de seis editoriales de periódicos que se enfocan en la publicación de noticias respectivas al estado de Querétaro y sus municipios; así como

Los cuatro periódicos que fueron revisados dentro de la investigación fueron: “Noticias”, “El Corregidor”, “Capital”, “AM”, “Diario de Querétaro” y “El Universal”.

Con base en las notas obtenidas, se procedió a elaborar una comparativa entre las noticias que coincidían en el año de publicación, y posteriormente una comparación entre las notas publicadas en los cuatro años revisados; esto con la finalidad de ver el proceso de desarrollo en materia de seguridad pública dentro del estado de Querétaro de manera cronológica-transitiva.

RESULTADOS

La preocupación por el servicio de seguridad pública se mantiene como una de las temáticas que principales, sobre la cual las diversas instancias gubernamentales a las cuales les compete este rubro han actuado a partir del establecimiento de diversos cursos de capacitación a elementos de las corporaciones policiacas.

Dentro de estos cursos, las temáticas que se exponen y pretenden especializar, se revisan temáticas que pasan por las cuestiones de portación de armas, ética y ejercicio policiaco, reforzamiento de cualidades de confianza, desarrollo de habilidades que competan al fenómeno delictivo, así como cuestiones de gestión administrativa en materia de denuncias y emergencias.

Se muestra, asimismo, el involucramiento de varios funcionarios públicos para con el tema de seguridad, a tal manera de un intento de relación directa con las personas que han sido víctimas del crimen y la inseguridad. Así pues, se han planteado estrategias para una mejor gestión de los elementos de seguridad y la forma de desarrollo dentro de las corporaciones.

No obstante, la capacitación de policías no únicamente es una iniciativa para el mejor servicio de las corporaciones policíacas en ambos gobiernos, sino que el análisis y evaluación constante de los elementos que conforman al cuerpo policiaco se ha mostrado notoriamente, a través de exámenes toxicológicos y psicológicos periódicos.

Sin embargo, a pesar de que en ambos gobiernos se plantean medidas para el mejoramiento del servicio de seguridad, la demanda que se gesta a través de las instancias delictivas y sus operaciones plantean nuevas necesidades para combatirlas. Los oficiales de policía sufren altercados de no tan óptimos resultados, los cuales orillan a los gobiernos a la implementación de medidas que protejan a los elementos de las diversas corporaciones, y con ello a la sociedad en sí misma.

En su principal forma, el narcotráfico y aquellos sucesos derivados de este se exponen como la primera instancia que moviliza los esfuerzos del servicio y orienta las capacitaciones de los policías; a lo cual, de manera subsecuente se toman consideraciones en materias de otros ámbitos, tales como el secuestro, la violencia, los robos, y crímenes que han quedado en cualidad baja de prioridad.

De esta manera, se puede apreciar en ambos periodos una forma de mantener una apariencia ante el público, donde, a pesar de la infinidad de sucesos delictivos que se generan día con día en los diversos barrios y municipios del estado de Querétaro, se elaboran las mismas respuestas para nuevos cuestionamientos que emergen de las actividades delictivas para con el cuerpo de policías.

La comparativa entre los sucesos de ambos gobiernos, partiendo de una premisa diferencial, resulta ser en sumo fructuosa dada la naturaleza de los fenómenos que han ocurrido. Dado que con especial particularidad, la cantidad de notas resulta ser –en el caso de los años 2013 y 2014- bastantes más que a comparación con el año 2016; sin embargo, las temáticas de las notas marcan otras diferencias que debiesen ser consideradas.

Dentro del periodo de 2013 y 2014, en el intervalo de meses de Abril a Junio, se puede apreciar una gran cantidad de notas que refieren a cursos de capacitación para elementos de las corporaciones policiacas, así como un seguimiento dentro de reformas e iniciativas para con los elementos a ser seleccionados para esos cargos y los elementos que actualmente ejercen su función dentro de los organismos de seguridad.

Por otra parte, el periodo de Abril – Junio del 2016, nos permite observar una reducida cantidad de notas, pero que, en su contenido surgen controversiales. Estas notas nos remiten, en su mayoría, a sucesos donde las corporaciones policiacas de Querétaro son elogiadas y reconocidas por instituciones de seguridad de otros estados; dejando de lado otras notas referentes a capacitaciones de los elementos policiacos.

Si bien, ambos periodos nos muestran el ejercicio policiaco y sus esfuerzos para garantizar la seguridad pública, se muestran bajo dos apariencias distintas. Por una parte el gobierno de José Calzada mostrando una imagen de un reforzamiento a las cuestiones de seguridad pública para la prevención y capacidad de solución de problemáticas en esta materia; y por otra parte el gobierno entrante de Francisco Domínguez, el cual presenta una apariencia de una organización de seguridad publica en sus más óptimas condiciones, la cual es respaldada por una supuesta “vox populi” representada por instituciones de nivel nacional.

El comparativo de notas, de igual manera nos permite reconocer un determinado seguimiento a las acciones realizadas por los organismos de seguridad a nivel estatal, denotando ciertas particularidades. El periodo Abril – Junio de 2013 expone una gran cantidad de notas respecto de los movimientos que ocurrieron por las y para con las corporaciones de seguridad; de manera un tanto diferente durante el periodo de 2014, en donde las notas, a pesar de ser pocas, denunciaban en su mayoría sucesos de suma relevancia para con las corporaciones policiacas a nivel estatal.

Durante el periodo de 2016, las notas se referían en su mayoría a reconocimientos por parte de instituciones nacionales de seguridad hacia las organizaciones de seguridad pública del estado de Querétaro, aunadas a quejas por parte de funcionarios públicos de los municipios de Querétaro, y un par de capacitaciones a nivel municipal.

CONCLUSIONES

Se puede apreciar como resultado una forma transitoria en la evolución del reforzamiento de la materia de seguridad; tomando por principio el año 2013 en donde las capacitaciones y evaluaciones para con los cuerpos policiacos en los rubros de toxicología y controles de calidad (exámenes de control de confianza, exámenes de portación de armas y exámenes de selección) se mostraron apoyados y beneficiados por las bases de la psicología clínica en gran medida, dado que en un periodo de dos años se consiguió un aumento dentro de la calidad de los servicios de seguridad pública, siendo los años posteriores acreedores de reconocimientos a nivel nacional e internacional por su efectividad.

Por otra parte, los tipos de respuesta para con las necesidades de las comunidades a nivel municipal y estatal no se mostraban significativamente variables en cuanto a temáticas respecto de los cursos de capacitación y los controles toxicológicos y de calidad. Sin embargo, la implementación de aspectos considerables dentro de los procesos para el reforzamiento, con base en los postulados de una psicología clínica especializada en el diagnóstico y detección de perfil, mostro resultados favorables para con los elementos nuevos y veteranos dentro de la corporación policiaca.

La notoriedad del avance es tangible respecto a la eficacia en los rubros actuados; mas es preciso una consideración sobre las competencias actuales que residen dentro de las problemáticas que plantea el contexto en que se desarrolla el Querétaro de hoy. Las exigencias que plantean las situaciones a nivel republica repercuten en el desarrollo de la forma de vida que se lleva hoy por hoy, lo cual orilla a los organismos de seguridad a tomar medidas más adecuadas respecto de los fenómenos que se han gestado a través de la evolución del contexto.

Las necesidades que se plantean en la actualidad merecen respuesta adecuada para lo que son, no un intento de responder a estas con métodos clásicos fuera de una efectividad contextual.

BIBLIOGRAFIA

FOUCAULT, MICHEL (1973). *“Vigilar y Castigar. El nacimiento de la prisión”*. Inédito

KERNBERG, OTTO (1975) “Desórdenes fronterizos y narcisismo patológico”. Buenos Aires. Ed. Paidós.

LACAN, JACQUES (1938). *“La Familia”*. Buenos Aires. Ed. Argonauta

LACAN, JACQUES (1957). *“Lacan: El seminario 5 – Las formaciones del inconsciente”*. Buenos Aires. Ed. Paidós

LACAN, JACQUES (1963). *“Seminario Inédito. Los nombres del Padre”*. Inédito

LACAN, JACQUES (1953). *“Lacan: El seminario 7 – La Ética del Psicoanálisis”*. Buenos Aires. Ed. Paidós

RECONOCIMIENTO DE LAS FASES DE EVOLUCIÓN DE LAS AGENCIAS ADUANALES EN SAN LUIS POTOSÍ Y LA REGIÓN CENTRO DEL PAÍS

Mary Carmen Rodríguez Montes[1] y Bernardo León García[2]

RESUMEN

Las empresas competentes buscan actualizar sus sistemas constantemente, ya que el objetivo principal es mantener satisfecho al cliente cumpliendo sus necesidades. Las agencias aduanales son empresas de servicio que buscan facilitar los trámites que realizan, por lo que es importante conocer que obliga a las agencias aduanales a implementar tecnologías, la forma en que se utilizan los procedimientos, en donde son utilizados y las ventajas que se tienen al hacer uso de la digitalización, para lo cual se realizaron entrevistas al personal de las agencias aduanales en San Luis Potosí. Después de analizar las respuestas de los entrevistados y la información recabada puedo concluir que el principal factor que influye en la digitalización de las agencias aduanales, es la globalización.

ABSTRACT

The competent companies seek to update their systems constantly; because their main objective is to keep the client satisfied fulfilling his needs. The custom agencies are enterprises of service that seek to make the procedures they do easier, therefore it is important to know that it obligates the custom agencies to implement technology, the way the procedures are used, where they are used and the advantages it has to make use of the digitization. For that, there were made interviews to the custom agencies staff in San Luis Potosi. After analysing the answers to the interview and the information that was gathered I can concluded that the main factor that has influence on the digitization of the custom agencies is the globalization.

Palabras Clave: Comercio Internacional, Exportación, Importación, Digitalización

INTRODUCCIÓN

"Dejar de participar en el mercado global asegura a una nación la caída ante una influencia económica y calidad de vida en deterioro para sus ciudadanos". (Czinkota , Ronkainen, & Moffett, 2007, pág. 4)
Una nación no puede considerarse autosuficiente, es por eso que necesita del apoyo de los demás países, aun las naciones más ricas necesitan recursos de los cuales carecen o no son capaces de producir por si solos, es la razón por la que se apoyan del comercio internacional, ya que a través de acuerdos reemplazan sus necesidades y a su vez las carencias en otras regiones.

La innovación vista como la creación de nuevos dispositivos o herramientas a partir de la modificación de elementos ya existentes. El lanzamiento de nuevos cambios permite la creación de nuevos productos.
La innovación constante de un mundo globalizado permite la creación de nuevas y mejores herramientas tecnológicas para crear negocios. La digitalización en el comercio internacional permite que los agentes aduanales y los usuarios de exportación e importación agilicen los trámites necesarios para entrar o permanecer en el mercado. Es importante aprovechar las herramientas proporcionadas para acelerar el mercado ya que con la nueva implementación de tecnologías las barreras arancelarias disminuyen; sin embargo, las barreras no arancelarias pueden aumentar lo cual entorpecería el mercado.

[1]Mary Carmen Rodríguez Montes: Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Urbano Villalón, Colonia, La ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, S.L.P., 130251@upslp.edu.mx
[2] Bernardo León García: Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Urbano Villalón, Colonia, La Ladrillera, C.P: 78363, San Luís Potosí, S.L.P, bernardo.leon@upslp.edu.mx

Aunque los nuevos modelos tecnológicos para el comercio favorecen al mercado, tanto las agencias aduanales como las empresas se quedan estancadas en la metodología que están acostumbrados utilizar, por lo que salir de su zona de confort puede ser un problema para mejorar.
El objetivo de realizar la investigación es conocer los factores que influyen en la digitalización de las agencias aduanales y el comercio internacional, que tipo de sistemas tecnológicos utiliza y en qué áreas son requeridos, así mismo las ventajas o desventajas de implementar sistemas tecnológicos.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la investigación descriptiva la cual busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de algún fenómeno como la digitalización en las empresas de servicio tales como las agencias aduaneras.

Otro de los elementos utilizados en la metodología fue la entrevista, utilizada para reunir información sobre temas específicos y hacer un intercambio de información con diferentes puntos de vista, para después analizar los datos y obtener una conclusión que responda a los objetivos de la investigación.

Para recopilar datos e información se realizaron dos entrevistas la primer entrevista se realizó a Jocelyn Dejanira Cortes Rodríguez para conocer términos y procedimientos de una agencia aduanal, además de una guía de entrevista que se aplicó a José Salvador Arredondo Muñiz encargado del área de sistemas tecnológicos, con el fin de recolectar información apropiada para la investigación, y recolectar información sobre los sistemas tecnológicos que implementan, como funcionan y las áreas en donde se utilizan, para conocer las ventajas que esto tienen, así mismo conocer que factores se involucran para adaptarse al mundo tecnológico. Cabe señalar que por cuestiones de tiempo de duración del proyecto de verano de la ciencia y disponibilidad del personal de agencias aduanales no se aplicaron más entrevistas así como la aplicación de otros métodos como focus group, cámara gessel, entrevistas a profundidad, determinación de una muestra, etc.

RESULTADOS

Respondiendo a los objetivos planteados en la investigación, los resultados son:

LAS DIGITALIZACIÓN, SUS VENTAJAS Y SU IMPORTANCIA EN LAS EMPRESAS

Gracias a la tecnología se logró reducir las barreras para hacer negocios, incrementar ingresos, mejorar la calidad de los productos y servicios que se ofrecen también implementar nuevas herramientas dentro de las compañías. (Nullvalue, 2004).

Actualmente la tecnología juega un papel importante en la sociedad, porque cada uno esta contacto con algún invento o creación tecnológica, es la razón por la que las empresas deben de estar a la vanguardia en cuanto a tecnología, anteriormente era un lujo contar con avances tecnológicas en la organización, pero en estos días las empresas están obligadas a implementar tecnologías.

La digitalización en las empresas genera ventajas para estas, para optimizar procesos, mejorar tiempos, aumentar la calidad del producto y contar con una administración más organizada, algunas instituciones consideran que es una inversión innecesaria y que los procedimientos cotidianos son los más aptos para desempeñar las actividades; sin embargo, contar con sistemas tecnológicos es una inversión a largo plazo, porque los procesos dentro de la empresa serán más agiles.

Implementar tecnología en las empresas no es sencillo, sobre todo para las pequeñas empresas, ya que los obliga a salir de su zona de confort, y adaptarse a los cambios no es sencillo, se debe de tener una mente abierta para considerar el potencial que tiene la digitalización sobre las empresas.

ANÁLISIS DE LOS SISTEMAS ELECTRÓNICOS QUE UTILIZAN LOS AGENTES ADUANALES

Al analizar los sistemas electrónicos en las agencias aduanales se encontró que, se tienen los siguientes desarrollos tecnológicos que se encuentran disponibles en el mercado, pero también algunas agencias desarrollan sistemas propios que se adecuan a las necesidades de la empresa, aunque por cuestiones de privacidad, no se mencionaron específicamente que tipos de sistemas son.

Desde los años noventa, el comercio mundial ha crecido dos veces más rápido que el producto interno bruto mundial. En este contexto, los países que logren atraer inversión extranjera y que impulsen el comercio exterior tendrán mayor crecimiento económico. (Ventanilla Única, 2011).

Para participar en el mercado internacional ya no basta con reducir las barreras arancelarias, se necesita implementar estrategias o modelos modernizados que permitan la reducción de costos para los agentes y las empresas que se quieren integrar al intercambio comercial entre países y así mejorar la competitividad.

Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior
En el 2012, entro en vigor el uso de Ventanilla Única (VU), la cual "tiene por objetivo permitir a los usuarios a través de un solo punto de entrada electrónico, realizar promociones o solicitudes relacionadas con las importaciones, exportaciones y tránsito de mercancías de comercio exterior", se acuerdo con el Gobierno.

COVE
El Comprobante de Valor Electrónico (COVE), sustituye a los documentos que amparen el valor comercial de las mercancías dentro del Despacho Aduanero, con el fin de lograr tener aduanas sin papel. (Carlos, 2013)

Los objetivos de contar con la información de los Comprobantes de Valor Electrónico son:
- Eliminar el papel
- Reducir tiempos
- Facilitar la búsqueda y acceso de información
- Incidir en la competitividad de la economía del país al permitir una participación en los procesos de comercio exterior más ágil, fácil y seguro.

Sistema Electrónico Aduanero
El 9 de diciembre de 2013, se realizaron cambios a la ley aduanera lo cuales permiten a los usuarios que los tramites de importación, exportación y tránsito de mercancías sea de manera electrónica, a través del Sistema Electrónico Aduanero (SEA).

Sistema de Operación Integral Aduanera
SOIA es un sistema que permite a los participantes de importaciones y exportaciones conocer el estado sobre los pedimentos, realizar consultas sobre los embarques entre otras cosas.
Los sistemas electrónicos que también son utilizados por agentes aduanales en las operaciones relacionadas con el comercio exterior con, eConnect, Pedimento Empresarial, ANA, Quosoftware, Muge, Sice, entre otros.

Aduanet
En el mercado existen distintos tipos de software que utilizan los agentes aduanales, y asociaciones en las que pueden apoyarse para mejorar en las operaciones que realizan, pero también hay agencias que crean sus propios softwares adaptados de acuerdo a lo que quieren y necesitan, ahorrando tiempo y dinero, ya que no se necesita comprar un software específico y no se necesita de personal externo para capacitar a los empleados, aunque existen empresas que se encargan de realizar ese trabajo creación y capacitación

de nuevos sistemas. "Aduanet es una empresa encargada del desarrollo e implementación de tecnologías de la información, que se especializa en el área del comercio exterior y que ha brindado desde su fundación hasta la actualidad herramientas innovadoras que agilizan los trámites de comercio". (Aduanet , 2014). El uso de los sistemas proporcionados tiene el fin de agilizar los procedimientos, tanto para los agentes aduanales como para los exportadores, ya que los trámites se realizan de una manera más segura y permite la optimización de tiempo y calidad del trabajo.

DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DIGITALIZACIÓN DE LAS AGENCIAS ADUANALES Y EL COMERCIO INTERNACIONAL.

Por lo anterior se puede concluir que los factores que influyen en la digitalización de las agencias aduanales y el comercio internacional son:

1. Globalización.
2. Mercados competitivos.
3. Competencia
4. Reducción en espacio físico.
5. Los gastos logísticos son menores.
6. Expedientes organizados.
7. Mejores opciones de compra.
8. Ofrecer mejor servicio al cliente.
9. Seguridad en los expedientes del cliente.
10. Mejorar la calidad de producto y/o servicio.

CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis de la información, es importante para las empresas de servicio, como las agencias aduanales actualizar constantemente los sistemas tecnológicos no solo para trabajar en las actividades internas de la organización, también para ofrecer un mejor servicio al cliente, en donde sea más sencillo realizar trámites y localizar en tiempo real la mercancía, actualmente para una agencia aduanal crear o diseñar sistemas tecnológicos propios que se adapten a las necesidades del cliente y de la propia empresa, los vuelve competentes y logran acaparar gran parte del mercado.

BIBLIOGRAFIA

Libros
Bancomext. (2005). *Guía Básica del Exportador* . México D.F. : Banco Nacional de Comercio Exterior .
Caballero Miguez , I., & Pdrín Fabeiro , C. (2006). *Comercio Internacional.* España : Ideaspropias .
Czinkota , M. R., Ronkainen, I. A., & Moffett, M. H. (2007). *Negocios Internacionales.* Thomson.
Vertice. (2008). *La caliad en el servicio al cliente* . España : Vertice .

Artículos en línea
Aduanet. (2014). Recuperado el 25 de Junio de 2016, de http://www.aduanet.net/index.php/nosotros/quienes-somos
CAAAREM. (2012). Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana. Recuperado el 20 de Junio de 2016, de http://www.caaarem.mx/
Ley Aduanera. (2013). México.
Ventanilla Única. (2011). Recuperado el 22 de Junio de 2016, de Ventanilla Digital Mexicana de Comercio Exterior: https://www.ventanillaunica.gob.mx/vucem/SobreVU/SobrelaVU/index.htm
Carlos, C. (2 de Septiembre de 2013). Aduana en México y el mundo. Recuperado el 20 de Junio de 2016, de https://aduanaenmexico.wordpress.com/2012/02/09/basicos-comprobante-de-valor-electronico-cove/

CONSTRUCCIÓN DE MATRIZ INSUMO PRODUCTO PARA EL ESTADO DE ZACATECAS

Axel Arside Rodríguez Quintero[1] y Edgar David Gaytán Alfaro[2]

RESUMEN

En el presente trabajo se estimó la Matriz Insumo-Producto (MIP) para Zacatecas. La economía de Zacatecas, se ha caracterizado como agropecuaria, con un aumento de la importancia de la minería. Se realiza un estudio cuantitativo de la economía y de las interrelaciones de los 79 subsectores. Esta investigación tiene como objetivo la realización de la MIP de Zacatecas para el año 2013. La metodología utilizada es una técnica indirecta, donde a partir de la MIP nacional, se obtiene la MIP para Zacatecas. Las matrices regionales surgen por el interés de describir y explicar la economía de la entidad para la cual se realiza.

Palabras Clave: Matriz regional insumo-producto, economía de Zacatecas, clasificación jel.

ABSTRACT

In this paper it was estimated the Input-Output Matrix (MIO) for Zacatecas. The Zacatecas economy, has been characterized like agricultural, with a increase of the importance of minning. It is performed a quantitative study of the economy and the interrelationships of the 79 subsectors. This research has as purpose making the MIO of Zacatecas for 2013. The methodology is a tecnique RAS, where from the national MIO, is obtained MIO for Zacatecas. Regional matrices arise for the interest to describe and explain the the economy of the entity for wich it is realice.

Keywords: Regional Input-Output Matrix, Zacatecas economy, jel classification.

INTRODUCCIÓN

La elaboración de matrices insumo-producto se propuso a escala nacional, pero se han creado técnicas para obtener las MIP regionales, debido al interés por describir las relaciones intersectoriales de una economía local. La información presentada aquí, es del año 2013 para el estado de Zacatecas. El documento consta de cuatro apartados. El primero se presenta el marco teórico donde se describe brevemente la historia de las MIP. Se describe la metodología usada en el segundo apartado. En el tercero los resultados. Y finalmente, las conclusiones.

MIP: ANTECEDENTES NACIONALES Y REGIONALES

La matriz insumo-producto tiene como antecedente la *tableau économique* de Francois Quesnay, ésta muestra las transacciones económicas entre las clases sociales: los terratenientes (propietarios de la tierra); los agricultores y trabajadores rurales (clase productiva); y la clase estéril que incluye a comerciantes y artesanos. Reflejando así, las ideas de los fisiócratas donde la agricultura era la actividad productiva ya que era generadora de riqueza. Otros antecedentes son los esquemas de reproducción de Karl Marx en 1870 donde, registra las transacciones de los capitales ubicados en la esfera de la producción y sus trabajadores. Y, el modelo de equilibrio general publicado por León Walras en 1877 (Mariña, 1993).

[1] Universidad Autónoma de Zacatecas, Unidad Académica de Economía; calle niños héroes, mod-2, dep-C, El Paraíso, C.P.: 98613, Guadalupe, Zacatecas. Axelrodriguez394@gmail.com
[2] Universidad Autónoma de Zacatecas, Unidad Académica de Economía; Av. Preparatoria S/N, Col. Hidráulica, C.P. 98068, Zacatecas, Zacatecas, davidgaytan81@gmail.com

La matriz insumo-producto es una tabla de transacciones que muestra las relaciones entre los agentes económicos, los cuales son agrupados en sectores de actividad, donde cada sector consume productos fabricados de otros para así realizar un proceso productivo. Las filas representan las ventas y las columnas las compras que realiza con cada sector y con sí mismo. Es importante ya que brinda información en un determinado periodo de tiempo, además de que desglosa por sector diferentes agregados económicos como producción, valor agregado y flujos de comercio, entre otros usos como hacer proyecciones y/o políticas económicas. (Marto, 2009).

La matriz insumo-producto se compone del cuadro de demanda intermedia, el cual muestra los flujos entre los distintos sectores, donde en las filas se cuantifica la demanda intermedia y en las columnas el uso de insumos intermedios. Se cuantifica la Demanda Final como una columna, y los VAB como renglón. El insumo total debe ser el mismo que la producción total, por lo que la oferta es igual a la demanda. En los renglones se cuantifican los ingresos y en las columnas los egresos (INEGI, 2014).

Tabla. 1: Elementos de la matriz insumo-producto

	Demanda Intermedia			Demanda	Producto
Insumos	Sector 1	Sector 2	Sector 3	Final	Total
Sector 1	X11	X12	X13	Y1	X1
Sector 2	X21	X22	X23	Y2	X2
Sector 3	X31	X32	X33	Y3	X3
Valor Agregado Bruto	V1	V2	V3		
Insumo Total	X1	X2	X3		

Los supuestos del modelo son

- Cada sector produce un artículo único y homogéneo, con una misma técnica de producción.
- En el corto plazo no hay cambios en la cantidad de insumos requeridos para elaborar un producto.
- La producción en cada sector depende de los rendimientos constantes a escala, por lo que, un cambio de *n* veces en todo insumo producirá un cambio de exactamente *n* veces en el producto.
- Para la elaboración de matrices regionales, se supone que los coeficientes técnicos de producción es igual a nivel local y nacional, así también la productividad del trabajo y los niveles de consumo per cápita.

En México se han elaborado las matrices insumo-producto a nivel nacional de los años de 1950, 1960, 1970, 1975, 1978, 1980 (las tres últimas fueron actualizaciones de la MIP de 1970), 2003, 2008 y 2012 (INEGI, 2014).

Las matrices regionales se han ido desarrollado por el interés de diversos investigadores. Esto porque permite un análisis de la estructura económica regional y poder realizar comparativos entre diferentes regiones, así como la articulación e interdependencia (Marto, 2009).

Para elaborar MIP regionales, hay que enfrentarse a diversos problemas. Uno de ellos es la poca información que se brinda al público, por esto, se desarrolló la técnica indirecta y la hibrida. La primera, se modifica la matriz nacional ajustando la información, para obtener así la matriz regional. La segunda donde la información se obtiene de fuentes directas, una manera es la aplicación de encuestas, y así transformar los datos con técnicas indirectas. (Dávila, 2001).

Entre las matrices regionales que se han elaborado para México, se encuentran la de Baja California, Coahuila, Jalisco, Michoacán, Nuevo León y Tabasco.

METODOLOGÍA

Se parte de una matriz insumo-producto simétrica (producto por producto) por subsector de actividad, en millones de pesos, a precios básicos, para México año 2012. De esta, se obtiene una matriz de coeficientes técnicos (aij), o requerimientos directos de insumo. La fórmula es:

$$a_{ij} = x_{ij} / X_j \quad (1)$$

Donde: *xij*=Valor de insumos intermedios del sector *i* al *j*; *Xj*=Valor bruto de la producción del sector *j*. Donde *i* representa el sector renglón, es decir, origen y, *j* el sector columna, destino, en el cual se localiza un coeficiente.

Se contrasta la actividad económica Zacatecas con nacional, mediante coeficiente de localización, tomando como variable el Valor Agregado Bruto (VAB) obtenido del Censo económico 2014. El Coeficiente de Localización compara el peso relativo de una región respecto al peso relativo nacional en una industria o sector.

$$LQi = (e_i/e_t)/(E_i/E_t) \quad (2)$$

Donde:

LQi=Coeficiente de localización de la actividad.

e_i=VAB del estado del sector i

e_t=VAB total del estado

Ei=VAB nacional del sector i

Et= VAB nacional

Se obtiene el tamaño relativo de la región mediante la ecuación de Flegg. $\lambda_r^{\delta} = \log_2(1 + Y_r / Y_n)$

Donde:

λ_r^{δ}=Factor de ponderación del tamaño relativo de la región.

Yr=VAB a nivel regional.

Yn=VAB a nivel nacional.

Se obtiene el coeficiente de localización de industria cruzada. Pondera el sector origen *LQi* y el sector destino LQj. Este coeficiente compara las compras nacionales respecto a las nacionales del sector i y las compras del sector j. Se calcula:

$$CILQ_{ij} = \frac{LQ_i}{LQ_j} \quad (4)$$

Si CILQij ≥ 1, el sector *i* puede abastecer todos los requerimientos del sector *j*. Si CILQij ≤ 1 las importaciones y exportaciones son estimadas como residuales, debido a que los flujos regionales brutos son parte de las ventas locales respecto a los regionales.

Con el resultado de la ecuación de Flegg, se calcula la matriz tij o coeficientes de comercio regional, el cual, mide la proporción en que cada insumo puede ser abastecido por los sectores locales a los requerimientos nacionales. La siguiente ecuación muestra el porcentaje de proveer localmente los insumos intermedios:

$$CILQ_{ij} * \lambda_r^{\delta} < 1 \therefore t_{ij} = CILQ_{ij} * \lambda_r^{\delta}$$
$$CILQ_{ij} * \lambda_r^{\delta} \geq 1 \therefore t_{ij} = 1$$
$$0 \leq t_{ij} \leq 1$$

(5)

Posteriormente, se calcula la matriz rij, de coeficientes de requerimientos regionales de *i* para producir una unidad de *j*. Se multiplican las matrices aij y la tij

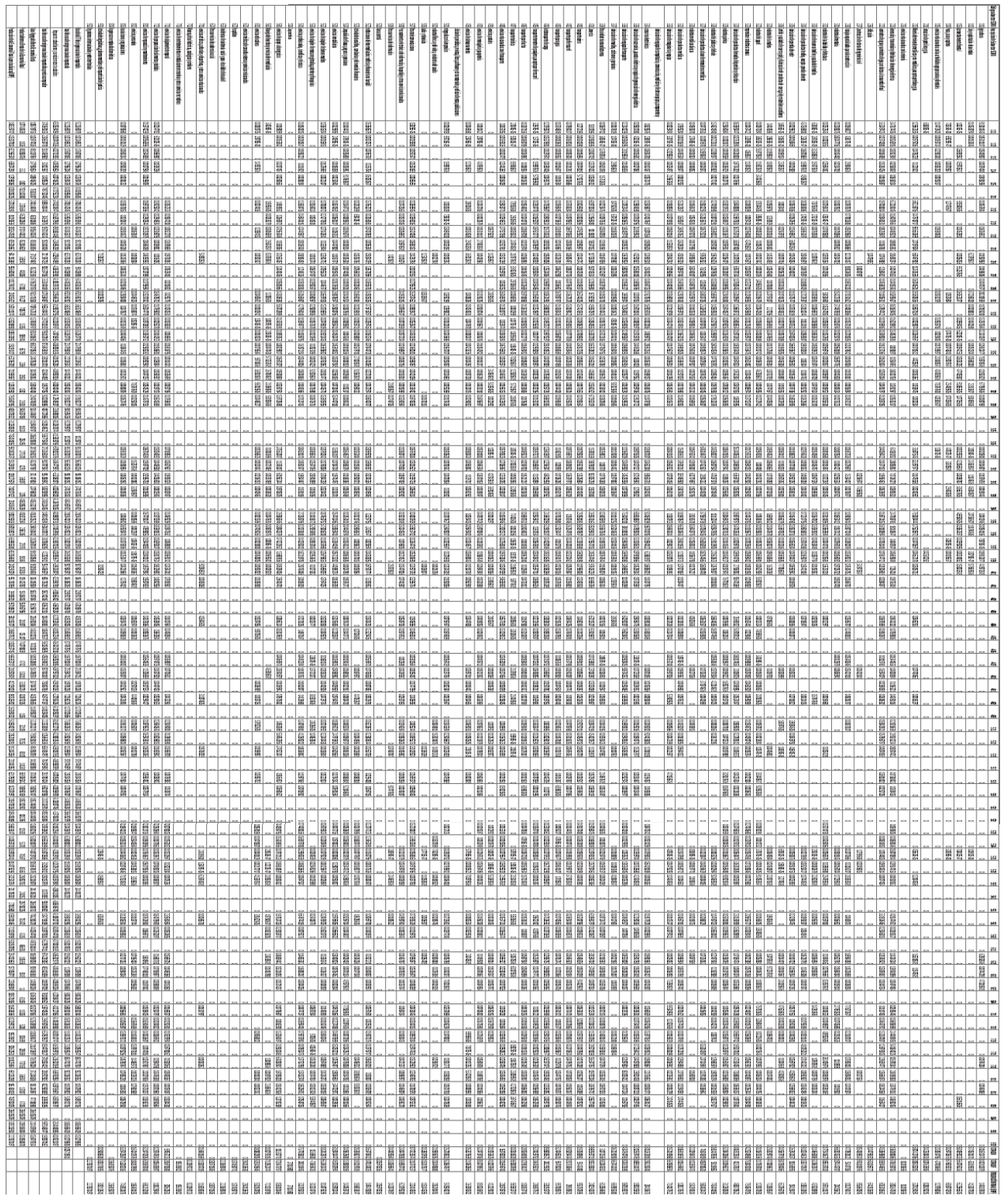
Posteriormente se obtiene el coeficiente de Flegg

$$FLQ_{ij} = (CILQ_{ij})(\lambda_r^{\delta})(a_{ij}) \quad (6)$$

Finalmente, se obtiene la matriz de transacciones intersectoriales para Zacatecas, la cual se construye multiplicando el Valor Bruto de la Producción y rij. Donde el VBP se obtuvo de dividir el VAB por subsector y la proporción PIB/VBP de la matriz nacional, y VAB de Zacatecas. La Demanda Final restando el VBP y la Demanda Intermedia

RESULTADOS

Tabla 2: Matriz insumo-producto para el estado de Zacatecas, 2013.



CONCLUSIONES

La información resultante muestra las transacciones intersectoriales puede ser útil para calcular cuánto es necesario importar y cuánto se puede exportar, ante cambios en la intensidad de uso de los insumos. Además de describir las interrelaciones sectoriales y la identificación de las cadenas productivas.

Se debe empezar a colaborar entre las instituciones educativas, gubernamentales y privadas, para realizar información, que sea precisa y útil para la elaboración de políticas económicas y públicas, publicándose con un aspecto entendible para la sociedad.
Resulta de vital importancia la construcción de matrices regionales, pues así se contaría con gran información económica regional, estatal o municipal. Pero, la poca información publicada por parte de las instituciones es un problema, ya que se publica la información a nivel nacional o estatal, pero no municipal, además de que en ocasiones hay información que no se publica.

El aprovechamiento de la tecnología, como lo son los softwares estadísticos, para la realización de las matrices regionales y análisis de ellas.

BIBLIOGRAFÍA

Marto Sargento, Ana Lúcia. (2009). *Introducing input-output analysisi at the regional level: basic notions and specific issues.*

Mariña Flores, Abelardo. (1993). *Insumo-producto: aplicaciones básicas al análisis económico estructural.*

INEGI. (2014). *Desarrollo de la matriz de insumo producto. Fuentes y metodologías.*

EL PAPEL DE LOS ESTUDIANTES EN EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE QUERÉTARO HACIA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE BASE TECNOLÓGICA Y EMPRENDEDURISMO SOCIAL

Alexia Fernanda Romero Martínez[1] y Alma Luz Ramírez Hernández[2]

RESUMEN

El emprendedurismo es un tema que hoy en día representa una base de formación de estrategias innovadoras y de competitividad que se ven reflejadas en una vertiente de nuevas ideas, proyectos e incluso empresas. Las nuevas generaciones se ven inmersas en este tema; debido a que los emprendedores generan oportunidades en el mundo profesional y empresarial, por medio de la capacidad de generar ideas que crean valor para su entorno. El objetivo de la siguiente investigación es analizar, si en el Instituto Tecnológico de Querétaro, los estudiantes cumplen con el papel de actores proactivos en el Ecosistema Emprendedor universitario mediante una metodología de campo de naturaleza descriptiva y correlacional.

ABSTRACT

Entrepreneuship is a subject that today represents a training base of innovative strategies and competitiveness are reflected in a shed new ideas, projects and business. The new generations are immersed on this issue because entrepreneurs create opportunities in the professional and business world through the ability to generate ideas that create value for your environment. The objective of the following research consists to analyze if at the Institute Tecnológico de Queretaro, students meet with the proactive role of actors in the university entrepreneurial ecosystem through a field methodology descriptive and correlational nature.

***Palabras Clave*:** Ecosistema emprendedor, Proyectos base tecnológica, emprendedurismo social.

INTRODUCCIÓN

Actualmente en México se vive una etapa de grandes cambios a nivel económico, político, social y ambiental, donde la formación de ideas innovadoras que generen proyectos sustentables se ha convertido en una estrategia de competitividad con otros países. Es por ello, que las instancias de gobierno han centrado una parte de sus recursos en apoyar a jóvenes emprendedores que realicen proyectos que generen un cambio social y económico en el país. Instituciones educativas a nivel superior, como lo es el Instituto Tecnológico de Querétaro, se ha dado a la tarea de formar emprendedores impulsando una cultura y visión emprendedora entre sus estudiantes por medio de presentación y apoyo de proyectos en eventos tanto al interior como al exterior de la Institución, sin embargo, la falta de compromiso y motivación emprendedora de los jóvenes pueden llegar a truncar el desarrollo de proyectos dejándolos a la deriva en simples ideas.

La importancia de crear un ecosistema emprendedor para las Universidades recae en la formación de profesionistas que desarrollen estrategias de autoempleo y empresas para dinamizar la actividad económica del país. Los ecosistemas emprendedores se forman con: emprendedores, mentores, educación, ciencia y tecnología, gobierno, grandes empresas, financiamiento y capital. Los protagonistas son y deben ser los emprendedores (Alatriste, 2013), es por ello, que el compromiso de construir un ecosistema emprendedor no solo depende de los recursos que brinda la Universidad, sino que también, los estudiantes deben participar activamente como un catalizador de éste ecosistema. La creación de EBTs es una forma de transferencia de tecnología por la que cada vez muestran mayor interés las empresas, universidades y centros de investigación. (Sánchez, Gómez, Cuervo, Sota, 2007), debido a las

ventajas que representan en un contexto social, ambiental y económico en el desarrollo de proyectos de base tecnológica. El objetivo de la siguiente investigación será medir la aportación de los estudiantes en el desarrollo del Ecosistema emprendedor en el Instituto Tecnológico de Querétaro por medio el nivel de compromiso y emprendedurismo en el desarrollo de proyectos base tecnológica y social presentados en el evento de XI Expoingenierías mediante encuestas aplicadas a los participantes.

MARCO TEÓRICO

De acuerdo con el Índice Global de Emprendimiento (2016), realizado por Global Entrepreneuship Development Index, por sus siglas en ingles GEDI, México ocupa el lugar 87 en términos de emprendimiento de un total de 132 países, y el lugar 18 en América Latina. Esta cifra se calcula mediante cuatros pilares que se encuentran divididos en actitudes, habilidades y aspiraciones emprendedoras, midiendo el ecosistema emprendedor de un país. En términos de habilidades emprendedoras, México se sitúa en el lugar 98. Los jóvenes emprendedores tienen tres fallas principalmente, habilidades emprendedoras, aspiraciones emprendedoras y un compromiso con el desarrollo de sus proyectos. Es por ello que en México, alrededor del 70% de los nuevos negocios no lleguen al tercer año de vida por la falta de objetivos y planeación eficiente.

El emprendedurismo es el proceso de crear algo nuevo con valor dedicando el tiempo y esfuerzo necesario, asumiendo el riesgo financiero, físico y social. (Crutchfield, Leiner, Welles, 2006). Ante un mundo más competitivo, son varios los países que apuestan por iniciativas emprendedoras que funcionen como un motor de desarrollo económico, cohesionador social y que propongan fuentes de crecimiento a un mediano y largo plazo, de ahí el nacimiento del emprendedurismo social, que puede ser definido como la construcción, evaluación y persecución de oportunidades para un cambio social llevado a cabo por individuos visionarios, apasionados y dedicados. (Roberts, Woods, 2005).

Un emprendedor social adquiere el compromiso de crear alternativas sociales, económicas y/o tecnológicas que desarrollen productos o servicio que satisfagan necesidades básicas de un grupo social desatendido. La creación de valor social sostenible es la característica clave que diferencia el emprendedurismo social de las obras de beneficencia o las actuaciones caritativas de individuos bien intencionados. (Guzmán, Trujillo, 2008). A diferencia de un emprendedor tradicional, el emprendedor social no busca un beneficio económico sino que su principal fuente de motivación es impactar positivamente en la sociedad mediante ideas innovadoras que sean sustentables y tengan un gran impacto. La participación y actitud emprendedoras de jóvenes estudiantes que no tienen formación en las áreas empresariales, tienen un impacto menor; que aquellos que son formados bajo un ecosistema emprendedor. (Peterman, Kennedy, 2014).

Por otra parte, las EBT son consideradas catalizadores del cambio tecnológico, pues generan innovación social al modificar los conocimientos y la cultura de la población, fomentando la cultura emprendedora (García, García 2010). Las Empresas de Base Tecnológica se han convertido en uno de los tantos mecanismos para transferir los resultados de la investigación académica al mundo empresarial. De acuerdo a Bostwrth y Collins (2003), el uso de las tecnologías aplicadas a fines sociales es un motor en términos de sustentabilidad social y económica para cualquier país, es por ello que, las habilidades y competencias tecnológicas y la adaptación de estas prácticas al entorno inmediato de los distintos agentes de innovación y emprendimiento de un país o región tienen importantes consecuencias tanto para el desarrollo de las competencias individuales de estos agentes, así como fuertes implicancias en la identificación y elección de la mejor estrategia que pueda ser adoptada por un país o región.

Julien y Sánchez (2012), identificaron tres actores complementarios que participan en la formación de emprendedores exitosos, el emprendedor, la organización y el ambiente. Un ecosistema emprendedor es la interacción de actores, sus roles y el entorno que determinan el desempeño y los resultados empresariales. (Spilling, 1996). El ecosistema emprendedor en donde se desarrolla un emprendedor es un factor crucial ya que es aquí donde encuentra las oportunidades o barreras que le permitirán desarrollarse

a nivel empresarial y convertirlos en un actor proactivo con un fuerte crecimiento. Actualmente las Universidades juegan un rol importante en el desarrollo de emprendedores y reconocen la importancia de crear un medio ambiente propicio que alimente y sostenga la actividad emprendedora, alimentando e impulsando diversos elementos que promuevan el emprendimiento y eliminando aquellos que los inhiben. El desarrollo exitoso del emprendimiento depende; principalmente, de cuatro factores clave: la idea en sí misma, la disponibilidad y obtención de recursos, la habilidad del emprendedor, sus asociados, el nivel de motivación y el compromiso. (Gibb, Ritchie. 1982).

Es fundamental construir escenarios cooperativos capaces de generar alternativas productivas múltiples; fomentar una cultura emprendedora basada en el desarrollo de competencias que despierten la creatividad y la responsabilidad social de crear nuevo valor en las prácticas que emprenda e involucre a otros. (Salinas, Osorio, 2012). Las universidades y el gobierno funcionan muy bien como actores principales para la red, brindando soporte y espacios; además, creando oportunidades para que la comunidad acceda a recursos que normalmente son poco accesibles.

Los jóvenes han demostrado ser una alternativa viable por su capacidad de adaptación, bajo costo de inversión e implementación en el corto plazo, además de la importante generación de empleos, una alternativa es encauzar el potencial que conforma la juventud emprendedora. (IMJUVE, 2015) El emprendedor universitario es aquella persona con estudios superiores que cuenta con el conocimiento, habilidades, motivación para iniciar y desarrollar sus sueños e ideas, de una manera innovadora, asertiva y proactiva en los diferentes escenarios o sectores económicos y sociales.

MÉTODOS Y MATERIALES

La investigación es de campo de naturaleza descriptiva y correlacional, debido a que en un primer momento se hizo una investigación documental de donde se obtuvieron las variables a investigar. Las variables son: Compromiso con el desarrollo de un proyecto, Inserción de temas sociales en el desarrollo de proyectos, Colaboración en proyectos (Proyectos integradores) y Conocimiento básico para el proceso de desarrollo de proyectos tecnológicos. Se eligieron estas variables debido a que son temas y actitudes básicas que necesita un joven emprendedor para que participe asertivamente en la incersión de un ecosistema emprendedor.

El diseño de la investigación fue de tipo no experimental: transversal-correlacional, ya que no se manipuló ni se sometió a prueba las variables de estudio llevándose a cabo un análisis de cada una de ellas por medio de gráficas.

El instrumento que se utilizó es un cuestionario tipo Likert y un estructurado con opciones de respuestas, constituido de 30 preguntas divido en dos secciones: en la primera sección se estudió el conocimiento de los alumnos en el desarrollo de proyectos, y la segunda sección sus características y compromiso. La población está constituida por 121 estudiantes participantes en el XI evento de Expoingenierías en el Instituto Tecnológico de Querétaro. Para la obtención de la muestra se aplicó un muestreo probabilístico por conglomerado. La muestra mínima se obtuvo de la siguiente manera:

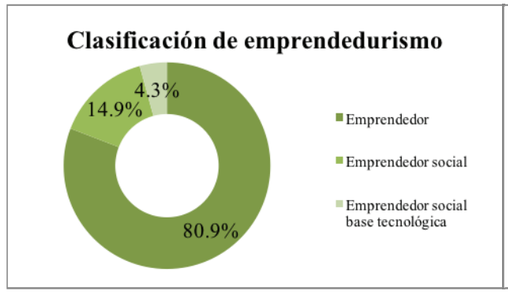
$$n = \frac{N\delta^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \delta^2 Z^2}$$

Dónde:
N= 121 σ= 0.5 z^2= 1.96 (Nivel de confianza del 95%) e= 0.01 (1% de error muestral)

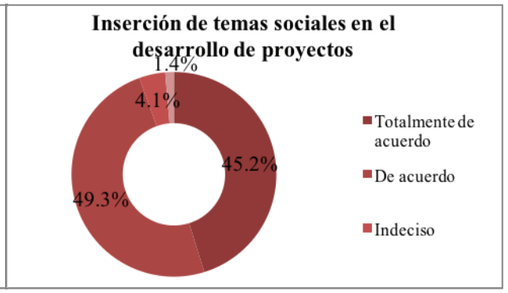
Aplicando la formula el resultado es n=54, sin embargo, se tomó una muestra de 73 alumnos con el fin de reducir el margen de error.

RESULTADOS

La población objeto de estudio está conformada por 121 alumnos del Instituto Tecnológico de Querétaro que participaron en el XI evento de Expoingenierías realizado en la misma institución. La muestra fue de 73 alumnos de los cuales el 87.3% son del género masculino y el 12.3% femenino. La edad promedio oscila de los 22 a los 23 años representando el 63% de la muestra. Las dos carreras que tuvieron mayor participación fueron Ingeniería mecatrónica con un 43.8% e Ingeniería en Sistemas computacionales con un 42.7%. Los semestres que más presentaron proyectos fueron de 9°, 10° y 12° semestre representado por el 63.01%.

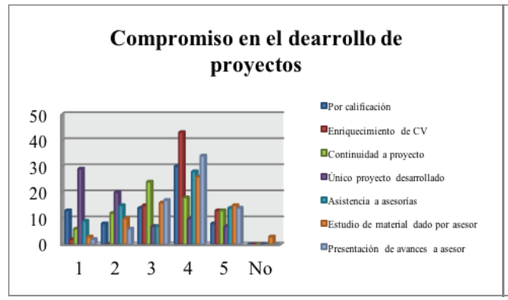


Gráfica 1.Fuente propia

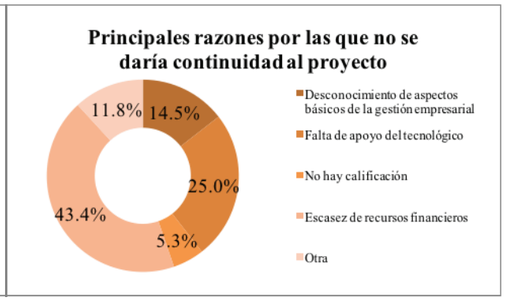


Gráfica 2. Fuente propia

El 94.5% de los alumnos respondieron que consideran para el desarrollo de su proyecto la responsabilidad social (Gráfica 2), sin embargo, solo el 14.9% de los proyectos presentados pueden considerarse como de emprendedurismo social y el 4.3% como emprendedurismo social con base tecnológica mientras, que el restante 80.9% son proyectos de base tecnológica sin tener un enfoque social (Gráfica 1). En la Grafica 3 se destaca que el 42.5 % de los estudiantes no tienen un interés de dar continuidad al proyecto presentado, el 76.7% desarrollan proyectos con el fin de enriquecer su currículum, un 52.1% desarrollan proyectos a cambio de una calificación, el 61.7% asisten a sus asesorías y presentan los avances del proyecto en el tiempo y lugar acordados con el/los asesor/es, un 51.1% de los alumnos estudian el material que el asesor recomienda y el 67.1% de los alumnos han



Gráfica 3. Fuente propia

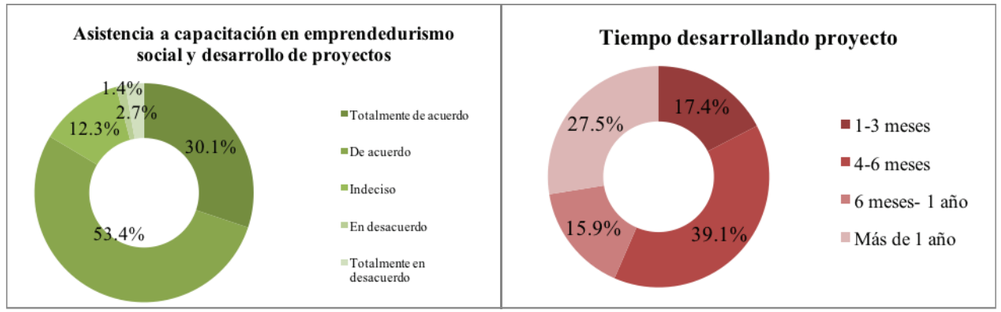


Gráfica 4. Fuente propia

presentado más de un proyecto a lo largo de su carrera.
La principal razón por la cual los estudiantes no daría continuidad a sus proyectos es la escasez de recursos financieros con un 43.4%, en segundo lugar la falta de apoyo por parte del tecnológico con un 25% y la tercer razón se presenta al no saber cómo gestionar el proyecto con un 14.5%; tan solo un 5.3%,

los estudiantes no darían continuidad a su proyecto porque no existiría una calificación de por medio (Gráfica 4).El tiempo promedio que los alumnos trabajan para un proyecto oscila de los 4-6 meses con un 39.1%. El 27.5% han desarrollado el proyecto por más de un año y tan solo el 17.4% de 1-3 meses (Gráfica 6).El 67.1% de los alumnos tienen interés de colaborar con otras carreras para desarrollar proyectos y el 73.9% consideran que es importante que exista un colaboración entre las diferentes carreras; un 15.1% no está seguro de colaborar con otras carreras, mientras que el 16.4% no está interesado en este tipo de colaboración, por último un 17.8% no considera importante la colaboración entre carreras.

En cuanto la realización en red (Universidad, asesor, alumno), el 60.3% están de acuerdo en desarrollar el proyecto de esta manera, el 31.5% se encuentran indecisos y el 5.5% no les interesa. En general, los alumnos se encuentran abiertos a colaborar con otras carreras y recibir el apoyo del Tecnológico en el desarrollo de proyectos.



Gráfica 5. Fuente propia

Gráfica 6. Fuente propia

El 83.5% de los alumnos estarían dispuestos a asistir a capacitaciones en emprendedurismo y desarrollo de proyectos, el 12.3% se encuentra indeciso y tan solo el 4.1% no están interesados en este tipo de capacitaciones (Gráfica 5). Para concluir, otra de las variables que se considero fue el conocimiento sobre apoyos gubernamentales y gestión de proyectos, dando los siguientes resultados: en cuanto a conocimientos básicos en el desarrollo de proyectos el 42.5% de los alumnos consideran que tienen un desconocimiento de los fondos gubernamentales para el apoyo de proyecto, el 24.7% no están seguros de conocerlos; un 47.9% esta inseguro en cuanto a los métodos de financiamiento, sin embargo, en general, el 66.6% de los alumnos encuestados tienen un conocimiento de cómo gestionar sus proyectos y presentar el proyecto como una propuesta de negocio.

Existe un alto porcentaje de alumnos, que a pesar de una gran difusión, todavía tiene desconocimiento de convocatorias gubernamentales que puedan apoyar sus proyectos y de los métodos de financiamiento. Existe un alto porcentaje de alumnos, que a pesar de una gran difusión, todavía tiene desconocimiento de convocatorias gubernamentales que puedan apoyar sus proyectos y de los métodos de financiamiento.

CONCLUSIONES

El espíritu emprendedor debe surgir en el proceso de la formación profesional, su fomento y realización dependerá de las condiciones de las universidades y apoyos que se reciban. Existen todavía contradicciones en relación con la influencia de las características individuales hacia la actitud emprendedora sobre la creación de empresas. La escasa iniciativa de los estudiantes para emprender proyectos se debe a distintos factores, entre los que destacan los comportamientos, habilidades y actitudes. El Instituto Tecnológico de Querétaro ha apoyado el desarrollo de los emprendedores mediante diferentes estrategias, acciones y actividades , como pudieran ser el modelo de talento emprendedor,

entre otras; sin embargo, este esfuerzo no se percibe de manera positiva entre los estudiantes ya que relacionan la falta de recursos con el apoyo de la Institución hacia el desarrollo de proyectos; considerándola como principal barrera el sentirse deficientemente preparados para insertarse y competir en su camino como emprendedores.Las mujeres se presentan menos emprendedoras que los hombres a la hora de constituir tecnologías consideradas tradicionalmente “masculinas” como en la ingeniería, y eso se demuestra en la baja participación activa de mujeres en el evento de Expoingenierías en donde más del 80% de los proyectos presentados son de base tecnológica.

Carreras como ingeniería Mecatrónica, Eléctrica y Electrónica son las que mayor participación tiene en la presentación de proyectos, por otra parte, Gestión Empresarial, Logística y Eléctrica participan de forma esporádica en este evento, mientras que la participación de la carrerea de ingeniería en materiales es prácticamente nula. Es importante el difundir en todas las carreras la participación en eventos como las Expoingenierías y presentar proyectos integradores, esto debido a que solo las carreras que, en su mayoría, presentan proyectos, son aquellas que se especializan en materias enfocadas en el uso de tecnologías.

De mismo modo, es importante el impulsar a los primeros semestres en ser emprendedores ya que en los resultados obtenidos en la encuesta, se evidencia que los jóvenes pasan un período de adaptación dentro del tecnológico para posteriormente iniciar sus proyectos. El emprendedurismo ha disminuido debido a una falta de interés de los alumnos en desarrollar proyectos que vayan más allá de una calificación y al desconocimiento de cómo combinar tecnología y temas sociales.

Por ello es importante la creación de herramientas que permitan que los alumnos identifiquen que tipo de proyecto están desarrollando e identificar áreas de oportunidad, así como la implementación de eventos en donde se capaciten a los alumnos en la presentación de proyectos como un plan de negocios, apoyos gubernamentales a jóvenes emprendedores, desarrollo de capacidades de gestión y habilidades gerenciales.

La inserción de temas sociales en el desarrollo de proyectos de base tecnológica es de gran interés para los estudiantes, sin embargo, son pocos los proyectos que se están desarrollando en esta área a pesar del conocimiento de las ventajas que se obtienen a nivel profesional. El interés que presentan los alumnos en la colaboración entre carreras, con el fin de realizar proyectos integradores, es un área en donde se puede trabajar con el fin de generar una nueva vía para que los estudiantes desarrollen competencias y complementen las oportunidades para aprender a actuar de forma integral y no individualizada.

BIBLIOGRAFÍA

-AHUMADA R. (2016). El rol de la tecnología en los emprendedores sociales. Obtenido de: http://disruptivox.com/el-rol-tecnologia/
-BOSWORTH, B., COLLINS S. (2003). The empirics of growth: An update. Brooking papers on Economic Activity, 2,115-205
-CRUTCHFIELD, L., LEVINER, N., WELLS, D. (2006). Understanding the impact of social entrepreneurs: Ashokas’s answer to the challenge measuring effectiveness, 90-103.Consultada en: https://www.ashoka.org/sites/ashoka/files/UnderstandingtheImpactChapterPDF.pdf
-GARCÍA, A, GARCÍA, M. (2010). Ecosistema emprendedor para las empresas de base tecnológica: visión basada en los recursos. Tec Emepresarial, 4, 8-21.
-GLOBAL ENTREPRENEUSHIP AND DEVELOPMENT INSTITUTE (2016).
-GIBB, A., RITCHIE, J. (1982). Understanding the process of starting small businesses. European Small Business Journal, 1, 26-45

-GUZMÁN V., TRUJILLO D. (2008). Emprendimiento social. Revista Estudios Gerenciales, 24, 104-125.
-INSTITUTO MEXICANO DE LA JUVENTUD (2015)
-LASCURAÍN P. (2014). La comunidad: primer paso para el ecosistema emprendedor. Forbes. Obtenido de: http://www.forbes.com.mx/la-comunidad-primer-paso-para-el-ecosistema-emprendedor/
-ROBERTS, D., WOODS, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. University of Auckland Business Review, 7, 45-51.
-SALINAS, F., OSORIO, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 75, 129-151.
-SPILLING, O. (1996). The Entrepreneurial System: On Entrepreneurship in the Context of a Mega-event. Journal of Business Research, 36, 91-103.

CAMBIOS A LA BANCA DE DESARROLLO, REFORMA FINANCIERA MÉXICO 2013

Nancy Verónica Salas Sánchez[1] y Carlos Ernesto Arcudia Hernández[2]

RESUMEN

La importancia de la reforma financiera 2013, nos da un amplio conocimiento de los cambios que ha hecho en el sexenio del presidente Enrique Peña Nieto, uno de ellos el cual se habla en el siguiente trabajo es la banca de desarrollo que está encargada de fomentar el ahorro y el financiamiento a los sectores así como también dar capacitación y asesoría técnica. El método más frecuente que se utiliza para las ciencias sociales es el de investigación cualitativa, es así que da como resultado las modificaciones que se realizaron a la reforma para promover, gestionar e implementar nuevos programas para la mejora de la economía mexicana con ayuda de las instituciones que conforman a la banca de desarrollo.

ABSTRACT

The importance of the financial reform 2013, gives us a wide knowledge of the changes that you made to the six years of president Enrique Peña Nieto, one of them which is spoken in the next job is the development banking system that is responsible for promoting savings and financing to the sectors as well as provide training and technical advice. The most frequent method that is used for the social sciences is the qualitative research, is so it gives as a result of the modifications that were made to the reform to promote, manage and implement new programs for the improvement of the Mexican economy with the help of the institutions that make up the development banks.

Palabras clave: Reforma financiera, banca de desarrollo, México, 2013

INTRODUCCIÓN

La reforma financiera en México, se promulgó por el presidente Enrique Peña Nieto en el 9 de enero de 2014, publicada en el diario oficial de la federación (DOF) el 10 del mismo mes y año. Se modificó con la finalidad de ampliar el crédito y que las tasas sean menores, para poder contribuir al crecimiento económico.

Habla de cuatro pilares fundamentales el primero de ellos es:

Incrementar la competencia en el sector financiero. Con ello se avanza hacia una reducción de las tasas de interés, es decir, se propiciará que el crédito sea más barato. Asimismo se fortalecerá la Comisión Nacional para la protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF).

El segundo pilar es: Fomentar el crédito través de la banca de desarrollo; La banca del Estado Mexicano se convertirá en un verdadero motor del crecimiento económico. La reforma da un especial énfasis a las áreas prioritarias para el desarrollo nacional, como son la infraestructura, el apoyo a las pequeñas y medianas empresas y pequeños productores del campo, y en general todos aquellos sectores no atendidos por la banca privada, promoviendo además la innovación y la creación de patentes fomentando la sustentabilidad ambiental, la perspectiva de género, la inclusión financiera de niños y jóvenes, y pudiendo realizar funciones de banca social.

[1] Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro, Departamento de Economía Agrícola; Calzada Antonio Narro, No. 1923,col. Buenavista, C.P: 25315, Saltillo, Coahuila, nansua_vero@hotmail.com
[2] Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca. Romualdo del Campo No 501 Fracc Rafael Curiel. Cd Valles, SLP carlos.arcudia@uaslp.mx

El tercer pilar: Ampliar el crédito a través de las instituciones financieras privadas
El cuarto pilar trata de mantener un sistema financiero sólido y prudente. Consiste en mantener la solidez del sistema financiero que México ha construido de una manera responsable a lo largo de ya varios años. (FEDERACIÓN, REFORMA FINANCIERA, 2013)

Los cambios de la reforma financiera se realizaron para poder mejorar las economías de las familias como también de las pequeñas y medianas empresas, ampliando el crédito para que la mayoría de la sociedad tenga acceso a estos beneficios, al igual que los bancos sean más sólidos en el sector financiero, que los usuarios conozcan los derechos mediante la CONDUSEF.

El objetivo de este estudio es poder diferenciar los cambios de la reforma financiera.

El siguiente estudio se enfocara en hablar sobre los cambios y beneficios de la Banca de desarrollo, que forma parte del segundo pilar de la reforma financiera 2013, se abordaran temas que han propiciado al cambio de la banca para beneficios de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), así como ayudar a empresas exportadoras, fomentar el crédito a gente del campo, para poder contribuir al desarrollo económico del país.

MARCO TEÓRICO

En este apartado se conceptualizaran los temas a abordar para una mayor comprensión de su lectura.

Banca de desarrollo:

Según la comisión nacional bancaria de valores la banca de desarrollo; son entidades de la Administración Pública Federal, con personalidad jurídica y patrimonio propios, constituidas con el carácter de sociedades nacionales de crédito, las cuales forman parte del Sistema Bancario Mexicano y atienden las actividades productivas que el Congreso de la Unión determine como especialidades de cada una de éstas, en sus respectivas leyes orgánicas. Tienen como objeto fundamental facilitar el acceso al ahorro y financiamiento a personas físicas y morales, así como proporcionarles asistencia técnica y capacitación. (VALORES C. N., 2014)

Actualmente existen seis instituciones que constituyen el sistema de banca de desarrollo

Nacional financiera (Nafin), Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), Banco Nacional de Obras Públicas (Banobras), Sociedad Hipotecaria Financiera (SHF), Banco Nacional del Ejército, Fuerza Aérea y Armada (Banjército) y Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (Bansefi).

Se enfocara hablar de dos instituciones que forman parte de la Banca de desarrollo como son las siguientes:

Institución de nacional financiera y banco nacional de comercio exterior. Así como también de financiera rural, solamente que este se constituye como un organismo descentralizado de la administración pública federal, sectorizado en la secretaria de hacienda y crédito público, con personalidad jurídica y patrimonio propio.

Conocer la historia de cómo se fue constituyendo la banca de desarrollo, se puede visualizar los cambios ocurridos en los últimos años, es por eso que es importante abordar los antecedentes de la banca.

Antecedentes de la banca de desarrollo

El origen de las instituciones de banca de desarrollo en México se tiene en la década de los años 20, y desde esos tiempos su papel ha sido el de instrumento de la política económica nacional. En México, al igual que en otros países, la banca de desarrollo fue creada para proveer servicios financieros en los sectores prioritarios para el desarrollo integral de la nación. En México se crearon los siguientes bancos: Banco Nacional de Crédito Agrícola (1926), Banco Nacional Hipotecario Urbano y de Obras Públicas (1933, hoy Banobras), Nacional Financiera (1934), Banco Nacional de Crédito Ejidal (1935) y Banco Nacional de Comercio Exterior (1937). (VALORES C. N., 2007)

Los bancos de desarrollo se encargaban de financiar las actividades de mayor riesgo y de más largo plazo y el sistema de financiamiento se caracterizaba por ser regulado y orientado hacia actividades específicas generadoras de valor agregado en la economía que se veían subsidiadas con tasas de interés preferenciales y un fácil acceso al crédito. Así, las funciones de la banca de desarrollo se condensaron en sus inicios en la administración de políticas crediticias políticamente predeterminadas y proveer de servicios financieros a clientes específicos, es así que la banca de fomento surgió con la misión expresa de promover el desarrollo productivo a través de la asistencia técnica y la intermediación financiera de los recursos del gobierno. (De La Cruz Gallegos & Veintimilla Brando, 2013)

Nacional Financiera (Nafin)

Las tareas de Nafin están enfocadas a la promoción del desarrollo industrial y regional, atendiendo sobre todo a las pequeñas y medianas empresas que se ubican en áreas de la economía que requieren apoyos específicos. Asimismo, se apoya a las medianas empresas en el mercado bursátil y a intermediarios financieros en la colocación de deuda para el desarrollo de los mercados financieros (VALORES C. N., 2007)

Con el fin de fomentar el desarrollo integral del sector industrial y promover su eficiencia y competitividad, en el ejercicio de su objeto canalizará apoyos y recursos, y estará facultada para:

Promover, gestionar y poner en marcha proyectos que atiendan necesidades del sector en las distintas zonas del país o que propicien el mejor aprovechamiento de los recursos de cada región.

Establecer programas de financiamiento para apoyar actividades económicas que propicien la creación de empleos, en las empresas u organizaciones indígenas; que permitan la incorporación de tecnologías que les ayuden a incrementar su capacidad productiva, así como para asegurar el acceso equitativo de las mismas a los sistemas de abasto y comercialización.

Promover el desarrollo tecnológico, la capacitación, la asistencia técnica, el incremento de la productividad y el desarrollo integral del mercado de valores, encauzar y coordinar la inversión de capitales.

Ser agente financiero del Gobierno Federal en lo relativo a la negociación, contratación y manejo de créditos del exterior, cuyo objetivo sea fomentar el desarrollo económico, que se otorguen por instituciones extranjeras privadas, gubernamentales o intergubernamentales, así como por cualquier otro organismo de cooperación financiera internacional.

Gestionar y, en su caso, obtener concesiones, permisos y autorizaciones para la prestación de servicios públicos vinculados con la consecución de su objeto o para el aprovechamiento de recursos naturales, que aportará a empresas que promueva.

En igualdad de circunstancias gozará del derecho de preferencia frente a los particulares u otras instituciones para obtener dichos permisos, autorizaciones o concesiones, a excepción de lo que señalen las disposiciones legales aplicables.

Realizar los estudios económicos y financieros que permitan determinar los proyectos de inversión prioritarios, a efecto de promover su realización entre inversionistas potenciales.

Propiciar el aprovechamiento industrial de los recursos naturales inexplotados o insuficientemente explotados y acciones conjuntas de financiamiento y asistencia con otras instituciones de crédito, fondos de fomento, fideicomisos, organizaciones auxiliares de crédito y con los sectores social y privado.

Fomentar la reconversión industrial, la producción de bienes exportables y la sustitución eficiente de importaciones.

Ser administradora y fiduciaria de los fideicomisos, mandatos y comisiones constituidos por el Gobierno Federal para el fomento de la industria o del mercado de valores. (Nacional Financiera, 2014)

Banco del comercio exterior (Bancomext)

Las actividades de Bancomext se centran en la promoción del comercio exterior, para incrementar el valor de las exportaciones y el número de exportadores, con apoyos crediticios y asesoría técnica y promocional a las empresas exportadoras y a aquellas que están vinculadas con las exportaciones, considerando a las pequeñas y medianas. Se impulsa la captación de inversión extranjera en el país y la inversión mexicana en el exterior. (VALORES C. N., 2007)

Bancomext se fundó en 1937 y opera mediante el otorgamiento de créditos y garantías, de forma directa o mediante la banca comercial y los intermediarios financieros no bancarios, a fin de que las empresas mexicanas aumenten su productividad y competitividad.

Entre sus principales funciones destacan:

Financiamiento a las exportaciones mexicanas, a las importaciones y para impulsar las actividades generadoras de divisas como turismo y energía.

Internacionalización de las empresas mexicanas.

Apoyo a la inversión extranjera, la integración de las empresas mexicanas a las cadenas globales de valor y el aumento del contenido nacional en las exportaciones mexicanas. (Bancomext, 2014)

Financiera

En la ley orgánica de la financiera nacional de desarrollo agropecuario rural, forestal y pesquero promulgada por Vicente Fox Quesada en el artículo 2° habla que la Financiera tendrá como objeto coadyuvar a realizar la actividad prioritaria del Estado de impulsar el desarrollo de las actividades agropecuarias, forestales, pesqueras y todas las demás actividades económicas vinculadas al medio rural, con la finalidad de elevar la productividad, así como de mejorar el nivel de vida de su población. Para el cumplimiento de dicho objeto, otorgará crédito de manera sustentable y prestará otros servicios financieros a los Productores e Intermediarios Financieros Rurales, procurando su mejor organización y mejora continua. (www.diputados.gob.mx, 2014)

Está facultada para:

Otorgar crédito de manera sustentable y prestar otros servicios financieros a los Productores e Intermediarios Financieros Rurales, procurando su mejor organización y mejora continua.

Ejecutar los programas que en materia de financiamiento rural se determinen en el Presupuesto de Egresos de la Federación.

Promover ante instituciones nacionales e internacionales orientadas a la inversión y al financiamiento, proyectos productivos que impulsen el desarrollo rural.

Operar con los gobiernos Federal, Estatales y Municipales, los programas que se celebren con las instituciones mencionadas.

Apoyar actividades de capacitación y asesoría a los Productores para la mejor utilización de sus recursos crediticios, así como para aquellos que decidan constituirse como Intermediarios Financieros Rurales.

Fomentar el desarrollo integral del sector rural, para lo cual la Financiera coadyuvará al mejoramiento del sector financiero del país vinculado a las actividades agropecuarias, forestales, pesqueras y del medio rural, tal y como se define en el artículo 3o. fracciones I, II y artículo 116, en lo que corresponda, de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable.

Preservar y mantener los recursos de su patrimonio destinados al otorgamiento de créditos y manejar sus recursos de manera prudente, eficiente y transparente.

Señalar el número, ubicación y estructura de las coordinaciones regionales, las cuales contarán con un titular designado por el Consejo Directivo, a propuesta del Director General. Las agencias tendrán carácter permanente y, para su establecimiento, se considerará la demanda crediticia de las zonas geográficas productivas en el medio rural.

Instalar módulos de manera temporal, en las zonas geográficas productivas cuya demanda crediticia lo requiera en determinada época del año (Rural, 2014)

MÉTODOS Y MATERIALES

Se realizó una investigación cualitativa con base a estudios preliminares de la reforma, así como también en páginas confiables que otorgaran información verídica por ejemplo la página de Comisión nacional bancaria y de valores así como también consultar en el diario oficial de la federación.

RESULTADOS

La banca de desarrollo ofrece en base a la modificación a la ley de instituciones de crédito que en el artículo 65 se agregue otro párrafo, donde establezcan que se le otorgara el crédito a la persona que no tenga el acceso a los servicios financieros, pero solo en casos extraordinarios, es decir, que necesite el crédito de forma inmediata. A cambio el interesado dejara una garantía, el cual al momento de no ser pagado el crédito, tendrá derechos el banco de usarlo de acuerdo a lo estipulado en la ley. Mientras tanto la institución de Nafin está enfocada a promover y gestionar al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en el ámbito industrial. Bancomext se encarga de apoyar al financiamiento de las empresas para fomentar las exportaciones. Con esta nueva reforma le da más libertad a la financiera rural de operar para poder incrementar la productividad en el ámbito agropecuario.

CONCLUSIONES

Con la nueva reforma financiera se busca impactar en ámbitos que están abandonados o bien los que no han sido apoyados adecuadamente, es decir, que el apoyo se de en todos los sectores para que así estos contribuyan a un mejor desarrollo del país, pero sabemos que han surgido mal manejo de recursos en el cual en años anteriores solo el crédito se fomentaba a una población en específico en lo cual limitaba al crecimiento de las pequeñas empresas ya que no cumplían con requisitos que pedían las instituciones encargadas de programas para el fomento del desarrollo. Con estas modificaciones se desea que el crédito llegue a más personas pero también sin afectar la estabilidad de las instituciones de la banca de desarrollo. Es por ello que los cambios que surgieron a partir del pacto por México se vean reflejada de manera positiva en la economía del país ya que se tienen datos de que México es uno de los países que otorga menos créditos.

BIBLIOGRAFÍA

Bancomext. (julio de 2014). *www.Bancomext.com.* consultada en: http://www.bancomext.com/wp-content/uploads/2014/07/Productos_Servicios_Bmxt.pdf (fecha de consulta el 28 de junio de 2016)

De La Cruz Gallegos, J. L., & Veintimilla Brando, D. V. (Agosto de 2013). consultada en: http://www.fesmex.org/common/Documentos/Libros/Paper_AP_Banca_de_Desarrollo_JLdelaCruz-Veintimilla_Ago2013.pdf

FEDERACIÓN, D. O. (s.f.).consultada en: http://reformas.gob.mx/reforma-financiera/que-es (fecha de consulta el 29 de junio de 2016)

Nacional Financiera, S. (. (s.f.). *www.cnbv.gob.mx.* consultada en:http://www.cnbv.gob.mx/SECTORES-SUPERVISADOS/BANCA-DE-DESARROLLO/Descripcion-del-Sector/Documents/Descripcion%20NAFIN.pdf (fecha de consulta el 28 de junio de 2016)

Rural, F. (2014). *www.cnbv.gob.mx.* consultada en: http://www.cnbv.gob.mx/SECTORES-SUPERVISADOS/BANCA-DE-DESARROLLO/Descripcion-del-Sector/Documents/Descripcion%20FINANCIERA%20RURAL.pdf (fecha de consulta el 01 de Julio de 2016)

Unión, C. d. (10 de Enero de 2014). *www.diputados.gob.mx.* consultada en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/248.pdf (fecha de consulta el 01 de Julio de 2016)

VALORES, C. N. (Junio de 2007). *www.cnbv.gob.mx*. consultada en: http://portafolioinfdoctos.cnbv.gob.mx/Documentacion/NW_BD/PDF/BE_BD_01062007.pdf (fecha de consulta el 29 de junio de 2016)

VALORES, C. N. (16 de 04 de 2014). consultada en: http://www.cnbv.gob.mx/SECTORES-SUPERVISADOS/BANCA-DE-DESARROLLO/Descripcion-del-Sector/Paginas/default.aspx (fecha de consulta el 04 de julio de 2016)

ANÁLISIS DE LA TRANSICIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN ELECTORAL FEDERAL A UN SISTEMA DE GESTIÓN NACIONAL EN MÉXICO: DEL IFE AL INE

Jocelyn Citlalli Salazar García[1] y Fernando Díaz Pérez[2]

RESUMEN

El presente documento analiza la transición del organismo electoral de tipo federal en México a un sistema de gestión Nacional. Se examinan algunas clasificaciones que se tienen de Organismos Electorales. Un elemento que impacta en mayor grado es el contexto histórico que ha llevado a un país a adoptar y modificar su institución electoral. Observando la transición normativa que realiza esta institución de carácter público, el análisis del antes y el ahora.

Palabras Clave: Organismos electorales, sistema político**.**

ABSTRACT

This paper analyzes the transition of federal electoral body type in Mexico a national management system . some classifications of Electoral Bodies have discussed . One element that impacts greater is the historical context that led a country to adopt and amend its electoral institution. Noting the transition rules that makes this public institution , analysis before and now .

Keywords : Electoral Management Bodies, Political System.

INTRODUCCIÓN

El 2 de diciembre del 2012 los representantes de los partidos PRI (Partido Revolucionario Institucional, PAN (Partido Acción Nacional) y PRD (Partido Revolucionario Institucional) así como el representante del Ejecutivo Enrique Peña Nieto concordaron en el documento "Pacto por México" fortalecer el Estado mexicano.

Dicho acuerdo buscaba dar proceso a cinco ejes: Sociedad de derechos y libertades; Crecimiento económico, empleo y competitividad; Seguridad y justicia; Transparencia, rendición de cuentas y combate a la corrupción, así como Gobernabilidad democrática. Dentro de este último en su apartado 5.3 se suscribe la conformación de una "autoridad electoral de carácter nacional y una legislación única, que se encargue tanto de las elecciones federales, como de las estatales y municipales", Sin duda una modificación notable para el organismo electoral mexicano encargado de una parte de la construcción democrática y fortalecimiento institucional. En aras de fortalecer la Democracia y todo lo que ello implica, el 10 de febrero del 2014 es publicada en el Diario Oficial de la Federación la Reforma Constitucional en Materia Político- Electoral.

En 1990 se constituye el Instituto Federal Electoral de manera formal, como el órgano encargado de las elecciones en México, dotado de cualidades que le permitieran realizar elecciones transparentes e imparciales. Tres años posteriores a su constitución el poder legislativo le dota de nuevas funciones al ser quien "declare la validez de las elecciones de diputados y senadores, la facultad para expedir constancias de mayoría para los designados a estos cargos y establecer los topes de campañas." (INE, 2016)

[1] Universidad de Guanajuato, División de Derecho, Política y Gobierno; Lascurain de Retana #5, centro,36000, Guanajuato, Guanajuato, jocelyncitlasalazar@gmail.com
[2]Universidad de Guanajuato, División de Derecho, Política y Gobierno; Lascurain de Retana #5,centro, 36000, Guanajuato, Guanajuato, dipf71@hotmail.com

Hacia el año de 1994 se erige el modelo de "consejero ciudadano" y la nueva estructura del consejo general. En 1996 se separa en su totalidad del poder ejecutivo dotándole de mayor independencia. Se sustituye la figura de director y secretario general del IFE por presidente del consejo general y secretario. Los integrantes del consejo general serán nueve miembros.

En 2007 el "congreso de la unión otorgo al IFE cincuenta y tres atribuciones, con los objetivos fundamentales como fortalecer la confianza y la credibilidad de la ciudadanía en las elecciones federales; regular el acceso de los partidos políticos y las autoridades electorales a los medios de comunicación; promover la participación ciudadana en las elecciones asegurar condiciones de equidad y civilidad en las campañas electorales; hacer transparente el proceso de organización y difusión de los resultados electorales.

Crear la Contraloría General del IFE con un titular designado por la Cámara de Diputados y crear la Unidad de Fiscalización como órgano con plena autonomía a cargo de un funcionario designado por el Consejo General". (INE, 2016).

La modificación del IFE a un INE trae consigo transformaciones en sus funciones dotándole de nuevas atribuciones y tareas a cumplir. Anteriormente encargado de las elecciones del Presidente de la Republica, así como de los miembros que integran el Congreso de la Unión (diputados federales y senadores). Se amplía su cobertura en procesos de elección al ser participe dentro de procesos electorales a nivel estatal y local que antes solo eran exclusivas de los organismos locales.

Así mismo dentro de su nuevo carácter nacional deberá de realizar las "elecciones de los dirigentes políticos de los partidos" (Pacto por México, 2012), asegurar que los representantes de las candidaturas independientes tengan las mismas posibilidades que los candidatos de los partidos en los tiempos de radio y televisión, gestionar las encuestas y sondeos de opinión.

El Consejo General incrementa sus miembros de nueve a once representantes. Un Consejero presidente y diez consejeros electorales, en estos últimos aumenta a nueve años el periodo de su cargo. No se modifica la participación de la presencia de "Consejeros del poder legislativo, representantes de los partidos políticos y del Secretario General" (Pacto por México, 2012).

De igual manera dentro de la esfera local tendrá a su cargo: el padrón y nomina electoral, capacitación electoral, ubicación de las casillas, el nombramiento de los representantes de sus mesas directivas esto es que los consejeros locales serán nombrados exclusivamente por el INE y su duración será de siete años, la geografía electoral y su rediseño de los distritos y secciones electorales, estará facultado para expedir reglamentos en materia que era exclusiva de los organismos electorales locales como: la impresión y producción de materiales.

Se crea la Comisión de Vinculación para la Coordinación, en el que el Instituto Nacional y Organismos locales, deberán tratar temas referentes a los procesos y atribuciones de la materia local.
En el contexto señalado, el presente documento analiza la transición del organismo electoral de tipo federal en México a un sistema de gestión Nacional.

Se examinan algunas clasificaciones que se tienen como Organismos Electorales, pues no existe un factor que determine que todos los organismos deben tener las mismas características. Un elemento que impacta en mayor grado es el contexto histórico que ha llevado a un país a adoptar y modificar su institución electoral.

METODOLOGÍA

Dentro del campo de las ciencias sociales se encuentra la disciplina que estudia las teorías y modelos de la organización, cuyo objetivo es explicar los semblantes administrativos con los que debe contar una organización.

Hoy en día se encuentran numerosas nociones de organización y las características que deben tener para definirse como tales, sin embargo cabe destacar la definición que elabora Richard Hall (1983): Una organización es una colectividad con unos límites relativamente identificables, un orden normativo, rangos de autoridad, sistemas de comunicación y sistemas de pertenencia coordinados; esta colectividad existe de manera relativamente continua en un medio y embarca en actividades que esta relacionadas, por lo general; un conjunto de objetivos.

Citando al autor en comento, se destaca la frase "rango de autoridad", ya que hace referencia al concepto de autonomía, tema en el que este organismo tiene un estatus a la par de los poderes: ejecutivo, legislativo y judicial.

En cuanto al término organismo electoral, se emplea para hacer referencia al órgano o al conjunto de órganos creados con el único propósito de llevar a cabo algunas o todas las funciones esenciales de la administración electoral, entre las que quedan comprendidas de acuerdo con el "Diseño de Administraciones Electorales" (IDEA.2006) las siguientes: determinar quien califica para vota, recibir y validar las postulaciones de los contendientes electorales,; conducir las votaciones ; conteos de votos y consolidar los resultados.

Otra definición que nos acerca más al concepto de organismo electoral refiere que "es un servicio público, de carácter nacional, consistente en la administración integra del proceso electoral, que comprende tanto la preparación, organización, dirección, vigilancia y promoción de los comicios, como la realización de los escrutinios, la resolución de las impugnaciones y la declaración oficial de la elección" (Diccionario Electoral, 2003, citado en Pérez, 2011).

Las dos definiciones nos hablan acerca de que es lo que debe administrar (funciones) y la segunda nos es más específica, pues utiliza el concepto de "carácter nacional", más allá de ser solo un organismo que regula las elecciones es una pieza clave para la conformación de la democracia de un país.
Por ello un organismo electoral debe "proveer un diseño institucional adecuado que permita garantizar su independencia y neutralidad política, ya que el modelo elegido revertirá tanto en la eficacia de las elecciones como en la calidad del sistema político democrático". (Pastor 2009).

No existe un modelo de OE único. Algunos autores han buscado clasificar el tipo de modelos de OE. Dentro de la transición que lleva acabo el sistema de gestión federal al sistema de gestión nacional, ¿Tendrá el INE espacio como "Institución" en algún modelo de OE?

IDEA (2006) sostiene la existencia de tres prototipos básicos de OE: independiente, gubernamental, mixto.
"Los *OE de modelo independiente* existen en un país donde sus elecciones son conducidas por un organismo institucionalmente independiente y autónomo de la rama ejecutiva del gobierno, que cuenta y administra su propio presupuesto. Un OE de modelo independiente no es responsable de rendir cuentas ante un ministerio o departamento. Puede ser responsable de rendir cuentas ante e legislativo, la rama judicial o el jefe de Estado.

Los OE de *modelo gubernamental* existen en aquellos países donde las elecciones son organizadas y administradas por la rama ejecutiva del gobierno a través de algunos de sus ministerios o dependencias, como el ministerio interior, o través de autoridades locales. Estas estructuras electorales operan como parte de la rama ejecutiva y son responsables ante el titular del ministerio correspondiente.

Los OE de *modelo mixto* tienen una estructura dual, con un componente encargado de funciones de dirección, vigilancia o supervisión, que es independiente de la rama ejecutiva del gobierno (como en el caso del modelo independiente) y un componente ejecutivo u operativo ubicado dentro de un ministerio o gobierno local (como el modelo gubernamental)".

Los OE deben llegar formas ser estructuras de calidad independiente cuya finalidad sea todo lo relativo al proceso administrativo que conlleva a las elecciones en un país. Esto los impone en una "vertiente horizontal de la rendición de cuentas, ya que el poder ejecutivo es uno de los destinatarios de ese control .A través el ejercicio de ese control, los órganos electorales dan contenido a otras dimensiones de la calidad de la democracia.

En concreto, la responsabilidad horizontal se encuentra vinculada con la competencia electoral. Desde este punto de vista, la administración electoral controla que las autoridades gubernativas no intervienen ni manipulen el proceso electoral, que no concedan privilegios a ninguna fuerza política concurrente en la contienda electoral". (Pastor, 2010). El INE por sus características estaría más relacionado con el modelo mixto, pues su función es autónoma del ejecutivo, teniendo aparte un órgano jurisdiccional especializado en materia electoral que es el Tribunal Electoral dependiente del Poder Judicial Federal.

Cada país adopta un modelo y lo modifica con relación al proceso histórico del control de sus elecciones. Existe una dicotomía en este organismo pues una parte se encarga de los procesos administrativos electorales y otro órgano de los jurisdiccionales aquellos conflictos que surgen durante el proceso electoral. Otra variable que determina el modelo de un OE puede llegar a ser "la escala de desconfianza en las instituciones de los países donde se implantan .De tal modo que cuanto menor sea el grado de confianza el modelo de control será más amplio, complejo y garantista". (Santolaya, 1999, citado en Martínez 2001).

RESULTADOS

En el artículo 41 de la Constitución Mexicana es donde se plasma el modo en que se ejercerá la soberanía del país y lo referente al organismo electoral encargado de realizar las elecciones. La primera reforma fue en año 1977. Hasta el momento se han realizado once reformas al artículo. En el siguiente cuadro se aprecia de manera más clara algunas de las últimas modificaciones referentes a su organización administrativa, contenidas en el artículo 41 constitucional antes y después de la reforma de 2014:

Tabla 1: ***Modificaciones administrativas al organismo electoral mexicano antes IFE ahora INE***

Antes (IFE)	Ahora(INE)
…	…
~~El Instituto Federal Electoral~~ será autoridad en la materia independiente en sus decisiones y funcionamiento …	**El Instituto Nacional Electoral** será autoridad en la materia, independiente en sus decisiones y funcionamiento …
El Consejo General será su órgano superior de dirección y se integra por un consejero Presidente y ~~ochos consejeros electorales~~, y concurrirán, con voz pero sin voto, los consejeros del Poder Legislativo, los representantes de los partidos políticos y un Secretario Ejecutivo; la ley determinara las reglas para la organización y funcionamiento de los órganos, así como las relaciones de mando entre estos.	El Consejo General será su órgano superior de dirección y se integra por un consejero Presidente y **diez consejeros electorales**, y concurrirán, con voz pero sin voto, los consejeros del Poder Legislativo, los representantes de los partidos políticos y un Secretario Ejecutivo; la ley determinara las reglas para la organización y funcionamiento de los órganos, las relaciones de mando entre estos**, así como la relación con los organismos públicos locales.**
Los órganos ejecutivos y técnicos dispondrán del personal calificado necesario para prestar el servicio profesional electoral~~. Una contraloría General~~ tendrá a su cargo con autonomía técnica y de gestión, la fiscalización de todos los ingresos y egresos del Instituto.	Los órganos ejecutivos y técnicos dispondrán del personal calificado necesario para el ejercicio de sus atribuciones. **Un órgano interno de control** tendrá a su cargo, con autonomía técnica y de gestión, la fiscalización de todos los ingresos y egresos del Instituto.
Las disposiciones de la ley electoral y del Estatuto que con base en ella apruebe el Consejo General, regirán las relaciones de trabajo con los servidores del organismo público. Los órganos de vigilancia del padrón electoral se integraran mayoritariamente por representantes de los partidos políticos nacionales. Las mesas directivas de casillas estarán integradas por ciudadanos.	Las disposiciones de la ley electoral y del Estatuto que con base en ella apruebe el Consejo General, regirán las relaciones de trabajo con los servidores del organismo público. Los órganos de vigilancia del padrón electoral se integran mayoritariamente por representantes de los partidos políticos nacionales. Las mesas directivas de casillas estarán integradas por ciudadanos.
~~El consejero Presidente durara en su cargo seis años y podrá ser reelecto una sola vez. Los consejeros electorales duraran en su cargo nueve años, serán renovados en forma escalonada y no podrán ser reelectos.~~ Según sea el caso, uno y otros serán elegidos sucesivamente por el voto de las dos terceras partes de los miembros presentes de la cámara de Diputados~~, a propuesta de los grupos parlamentarios, previa realización de una amplia consulta a la sociedad. De darse la falta absoluta del consejero presidente o de cualquiera de los consejeros electorales, el sustituto será elegido para el periodo de la vacante. La ley establecerá las reglas y el procedimiento correspondiente~~.	**El consejero Presidente y los consejeros electorales duraran en su cargo nueve años y no podrán ser reelectos.** Serán electos por el voto de las dos terceras partes de los miembros de la Cámara de Diputados, mediante el siguiente procedimiento **a) La cámara de Diputados emitirá el acuerdo para la elección del Consejero Presidente y los consejeros electorales, que contendrá la convocatoria pública, las etapas completas para el procedimiento, sus fechas límites y plazos improrrogables, así como el proceso para la designación de un comité técnico de evaluación, integrado por siete personas de reconocido prestigio, de las cuales tres serán nombradas por el órgano de dirección política de la Cámara de Diputados, dos por la Comisión Nacional de Derechos Humanos y dos por el organismo garante establecido en el artículo 6º.constitucional** **b) El comité recibirá la lista completa de los aspirantes que concurran a la convocatoria pública, evaluara el cumplimiento de los requisitos constitucionales y legales, así como su idoneidad para desempeñar el cargo; seleccionara a los mejores evaluados en una proporción de cinco personas por cada cargo vacante, y se remitirá la relación correspondiente al órgano de dirección política de la Cámara de Diputados;** **c) El órgano de dirección política impulsara la construcción de acuerdos para la elección del Consejero Presidente y los consejeros electorales; a fin de que una vez realizada la votación por este órgano en los términos de la ley, se remitirá al Pleno de la Cámara la propuesta con las designaciones correspondientes;**

El consejero presidente y los consejeros electorales no podrán tener otro empleo, cargo o comisión, con excepción de aquellos que actúen en representación del consejo General y de los que desempeñen en asociaciones docentes, científica, culturales, de investigación o de beneficencia, no remunerados. La retribución que perciban será igual a la prevista para los Ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación. ~~El titular de la Contraloría General del Instituto~~ será designado por la Cámara de Diputados con el voto de las dos terceras partes de sus miembros presentes a propuesta de instituciones públicas de educación superior, en la forma y términos que determine la ley. Durará seis años en el cargo y podrá ser reelecto ~~por coordinación técnica necesaria con la entidad de fiscalización superior de la Federación.~~ … ~~La ley establecerá los requisitos que deberán reunir para su designación el consejero presidente del Consejo General, los consejeros electorales, el Contralor General y el Secretario ejecutivo del Instituto Federal Electoral~~; quienes hayan fungido como consejero Presidente, consejeros electorales y Secretario Ejecutivo no podrá ocupar, dentro de los dos años siguientes a la fecha de su retiro, cargos en los poderes públicos caros en cuya elección hayan participado.	**d) Vencido el plazo para que el efecto se establezca en el acuerdo a que se refiere el inciso a) sin que el órgano de dirección política de la Cámara haya realizado la votación o remisión prevista en el inciso anterior, o habiéndolo hecho, no se alcance la votación requerida en el Pleno, se deberá convocar a una sesión en la que se realizará la elección mediante insaculación de la lista conformada por el comité de evaluación;** e) **Al vencimiento del plazo fijado en el acuerdo referido en el inciso a), sin que se hubiera concretado la elección en los términos de los incisos c) y d), el Pleno de la Suprema corte de Justicia de la Nación realizara, en sesión pública, la designación mediante la insaculación de la lista conformada por el comité de evaluación**. **El titular del órgano interno de control del Instituto** era designado por la cámara de diputados con el voto de las dos terceras partes de sus miembros presentes a propuesta de instituciones públicas de educación superior, en la forma y términos que determine la ley. Durará seis años en el cargo y podrá ser reelecto por una sola vez. **Estará adscrito administrativamente a la presidencia del Consejo General y mantendrá la coordinación técnica necesaria con la Auditoria superior de la Federación.** La ley establecerá los requisitos que deberán reunir para su designación **el consejero Presidente del Consejo General, los consejeros electorales, el titular del órgano interno de control** y el Secretario Ejecutivo del Instituto Nacional Electoral. Quienes…

Cuadro de elaboración propia. Tachado: partes eliminadas con la reforma. Negritas: partes añadidas con la reforma.

En la tabla 1 se aprecian los cambios significativos que tuvo la reforma electoral con relación al "Diseño Institucional" del ahora INE. Formalmente sigue manteniendo un status de órgano autónomo con carácter independiente del Poder Ejecutivo.
Modifica el tiempo de duración en el cargo

CONCLUSIONES

Un organismo electoral como es el INE debe contar con una estructura sólida, incluyente y responsable en la rendición de cuentas. Pues una institución de esta índole puede llegar a tener repercusiones tanto positivas como negativas en la democracia mexicana.

El INE es un organismo dual en su organización pues una parte es encargada de realizar todo lo referente a los procesos electorales y otra encargada de lo relativo a lo jurisdiccional, su dualidad le brinda independencia del poder ejecutivo. Lo que es, un claro ejemplo de democracia al tener organismo que no dependan de los demás poderes y los coloque dentro de una esfera autónoma.

La ampliación en el periodo que llegaran a tener el Presidente y los demás consejeros que representa al INE apoyara a que esta organización no se desestabilice, pues muchas veces las organizaciones que están bien o mal organizadas se ven reflejadas en las decisiones y actuaciones que tiene el más alto mando dentro de su estructura, por ello esto le brindara un conocimiento más amplio así mismo mayor calidad pues le dará tiempo para recabar experiencia.

Se incrementan sus funciones a realizar. ¿Pero no estaríamos dejando a un lado lo que nos conforma como Republica Federal, al ser este organismo de carácter nacional?, me refiero a que estaríamos centralizado las decisiones que cada estado debe de tomar en la elección de sus representantes. México es un país pluricultural y cada estado que lo conforma es claro ejemplo de ello, lo que desde mi punto de vista nos lleva a pensar que su "soberanía" se vería afectada al no permitirles realizar sus elecciones con un organismo propio encargado de los procesos y necesidades de cada localidad.

BIBLIOGRAFÍA

Barrientos del Monte, Fernando. (2011) Gestión Electoral Comparada y confianza en las elecciones en América Latina. Instituto Nacional de Administración Pública, A.C.: México.

Emmerich, Ernesto Gustavo. (2009). Situación de la Democracia en México. Universidad Autónoma Mexicana.

González, Isabel. "Avalan Presupuesto de más de 15 mil mdp para INE 2016", *Excelsior*, 28 de agosto de 2015, sección nacional. Recuperado el 13 de julio 2016 en: http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/08/28/1042713.

International Institute for Democracy and Elector Assistance. Diseño de Administraciones Electorales. Avance del Manual de Idea Internacional.2006.Estocolmo, Suecia.

Instituto Nacional Electora. Página Oficial, consultado el 11 de julio 2016 en: http://www.ine.mx/portal/.

Martínez Ruano, Pedro. (2011) Reflexiones acerca de la Administración Electoral. Revista de Estudios Politicos.N112.

Pacto por México (2012). Acuerdo político. Consultado el 9 de julio 2016 en: http://pactopormexico.org/PACTO-POR-MEXICO-25.pdf

Pastor Albladejo, Gema. (25-25,2009) Calidad de la Democracia y Administración Electoral. Ponencia presentada al IX Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración (AECPA) (Repensar la democracia: inclusión y diversidad).Málaga.

Pérez Albo, Hevia. (2011) Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. [Versión electrónica]. Recuperado el 11 de julio 2016 en: http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/qdiuris/cont/14/cnt/cnt8.pdf

Reforma a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.2006-2015.Secretaria de Gobernación. Recuperado el 12 de julio 2016 en: http://www.ordenjuridico.gob.mx/Constitucion/reformas.php

Hall, Richard. (1983).Organizaciones Estructura y procesos .Editorial Prentice. Colombia.

ANÁLISIS DE LOS FACTORES DE CALIDAD DE LA ESCUELA DE PROCEDENCIA Y LOS RESULTADOS DE ADMISIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA UAMZM

Ana Jazmín Salazar Gómez[1] y Héctor López Gama[2]

RESUMEN

El objetivo general de este estudio es determinar los factores que definen la calidad de la institución educativa de procedencia de los estudiantes de nuevo ingreso al área socio-administrativa de la Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media (UAMZM), de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP) y analizar la relación que existe entre estos factores y los resultados del proceso de admisión obtenidos. Mediante un estudio cuantitativo, de tipo documental, correlacional, descriptivo y de corte transversal se pretende llevar a cabo la investigación. Se espera obtener información pertinente que contribuya al análisis de los factores de calidad y determinar la incidencia que estos tienen sobre el resultado de proceso de admisión, todo con el propósito de obtener elementos para direccionar a los alumnos de nuevo ingreso a programas de apoyo.

ABSTRACT

The overall objective of this study is to determine the factors that define the quality of the educational institution of origin of new students to the socio-administrative area of the Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media (UAMZM), of Universidad Autónoma de San Luis Potosí and analyze the relationship between these factors and the results obtained admission process. Through a quantitative study, documental, correlational, and descriptive and cross-section is intended to carry out the investigation. It is expected to obtain relevant information contributing to the analysis of quality factors and assess the impact these have on the outcome of all admissions process in order to obtain elements to address the new students to support programs.

Palabras Clave: Calidad educativa, Factores de calidad, Resultados de admisión.

INTRODUCCIÓN

El interés por tener una educación de calidad ha crecido considerablemente tanto a nivel nacional como a nivel internacional, ya que los organismos internacionales de tipo económico y financiero, tales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), el Banco Mundial (BM),la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), además de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) han adquirido gran influencia en muchos países para impulsar reformas en materia de calidad educativa (Jiménez, 2011).

En México se ha repetido constantemente que la educación es vital para el futuro del país por lo que resulta muy importante la calidad en este sector. Sin embargo los indicadores no son muy alentadores, existe un gran índice de reprobación y deserción, además México se sitúa en casi los últimos lugares a nivel internacional en conocimientos básicos. Respecto a esto, la baja calidad de las escuelas se atribuye a que

[1] Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Carretera Rioverde -San Ciro Km 4, Col. Puente del Carmen, CP. 79617, Rioverde, S.L.P., México; yaz.150795@gmail.com
[2] Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Carretera Rioverde -San Ciro Km 4, Col. Puente del Carmen, CP. 79617, Rioverde, S.L.P., México; hlopez@uaslp.mx

no hay un énfasis en las necesidades de aprendizaje de los alumnos, a la poca relevancia y pertinencia de los programas educativos con el sector laboral, además a la falta de profesores que cuenten con el perfil adecuado, a la deficiente comunicación de la comunidad educativa, a la ineficiencia en la gestión de escuelas, insuficiencia de infraestructura adecuada y de recursos económicos, además de poca participación social e interés en actividades que apoyen la educación y la investigación (Oria, 2003).

Arias, Chávez y Muñoz (2006) consideran el prestigio y el aprovechamiento académico del nivel procedente (bachillerato), como dos de los criterios estándares de calidad de las Instituciones de Educación Superior (IES). Por lo anterior, se considera que el promedio de las calificaciones obtenidas por los estudiantes en el ciclo de educación media superior funge como predictor del aprovechamiento escolar futuro de los estudiantes en el ámbito universitario.

Es aquí donde toma importancia realizar un estudio que permita encontrar la asociación que existe entre los resultados de admisión y los factores de calidad de la escuela de procedencia. Debido a lo anterior el objetivo general de la presente investigación es determinar los factores que definen la calidad de la institución educativa de procedencia de los estudiantes de nuevo ingreso al área socio-administrativa de la UAMZM y analizar la relación que existe entre estos factores y los resultados del proceso de admisión obtenidos.

JUSTIFICACIÓN

Cu Balan (2005) resalta la importancia de la vinculación entre la educación media superior y superior, ya que esta comunicación puede permitir a ambas instituciones mejorar y reforzar los conocimientos del alumno, en el caso de las preparatorias se pueden actualizar los planes de estudio para preparar a los estudiantes cuando ingresen a la universidad.

Por otro lado para las universidades, es relevante detectar desde el proceso de admisión las carencias de conocimientos con las que llegan los alumnos a la universidad, de esta manera se pueden implementar cursos de tipo remediales para nivelar los conocimientos de todos los alumnos de nuevo ingreso y de esta forma contribuir a la calidad. Es en esta parte donde los estudios para evaluar la calidad de la escuela de procedencia, toma gran relevancia.

Para medir la calidad de una institución educativa existen diversas formas o modelos, las más tradicionales, según Astin (1991) son: la estimación del prestigio, la ponderación de los recursos y la estimación de los resultados. Por ello la presente investigación surge ante la necesidad de conocer la calidad de la escuela de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso al área socio-administrativa de la UAMZM, a partir de los resultados obtenidos en el proceso de admisión y considerando los factores de calidad de la escuela de procedencia que lo determinan.

MARCO TEÓRICO

La definición de calidad, según la Oficina Regional de Educación de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) para América Latina y el Caribe (ORELAC), en el ámbito educativo está orientada por cinco dimensiones fundamentales: equidad, relevancia, pertinencia, eficacia y eficiencia (OREALC/UNESCO Santiago, 2007).

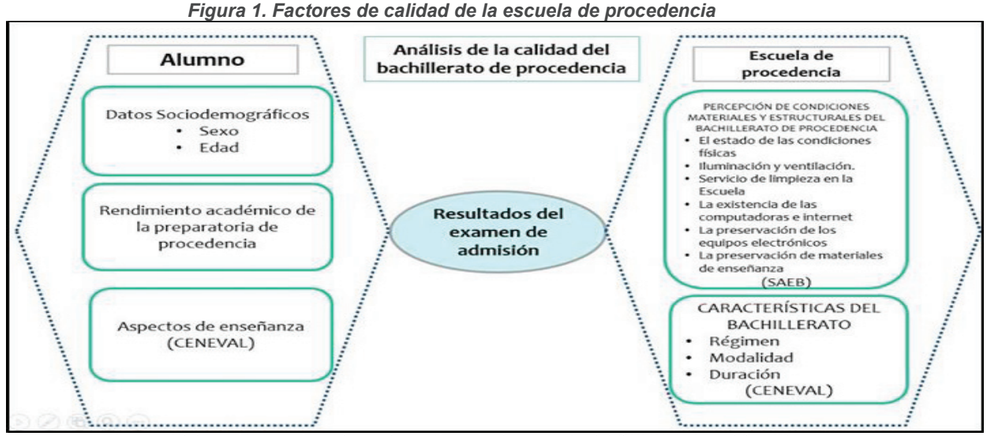
La equidad se refiere al acceso a todos los estudiantes a recursos y ayudas que les permitan desarrollar sus aprendizajes, cuando todos, dependiendo de la cultura proveniente, tienen la oportunidad de desplegar competencias que les aprueben para insertarse a la vida laboral y en su comunidad, la relevancia y pertinencia o congruencia, cuando los contenidos curriculares están alineados con las necesidades de la comunidad, que sean útiles y se orienten a la consecución de objetivos.

En cuanto a la eficacia y la eficiencia, existen muchos autores que hablan de ello, son términos fundamentales en la calidad y en síntesis, la eficacia se refiere a la obtención de los resultados esperados y la eficiencia está encaminada a los recursos que se utilizan para cumplir las metas y objetivos.
Ramírez, García, Tapia, Armenta y De la Rosa (2013) desarrollaron una investigación que consiste en un estudio descriptivo cuantitativo de los factores asociados a la calidad del servicio educativo en 16 escuelas preparatorias Incorporadas al Instituto Tecnológico de Sonora, México.

Se aplicó un instrumento a los directivos de las instituciones y se obtuvo información acerca de nueve dimensiones: área administrativa, desempeño docente, biblioteca, laboratorio de ciencias, laboratorio de informática, área psicopedagógica, infraestructura, seguridad en el plantel y registro escolar. Los resultados encontrados fueron enfocados al posicionamiento o cumplimiento de cada uno de los indicadores en las instituciones, se determinó el promedio y además a partir del puntaje se identificaron aquellas instituciones que necesitan fortalecerse y en qué áreas le corresponde hacerlo.

A partir de esta información y en base a cuestionarios de contexto emitidos por instituciones como el Centro Nacional de Evaluación de la Educación Superior (CENEVAL) y el SAEB (Centro Nacional de Evaluación de la Educación Básica) se propone el siguiente modelo de investigación que engloba diversos factores de calidad en base a los resultados de admisión en la UAMZM:

Figura 1. Factores de calidad de la escuela de procedencia



Fuente: Elaboración propia en base al cuestionario de contexto del CENEVAL y el SAEB.

METODOLOGÍA

La investigación se desarrollará desde un enfoque cuantitativo, ya que el objetivo es medir la incidencia de los factores de calidad en el proceso de admisión, mediante la obtención de datos numéricos y utilizando el método estadístico para la comprobación de hipótesis. El estudio se basa en la búsqueda de varias fuentes bibliográficas que apoyan en la determinación de los factores de calidad por lo que se hace una revisión de tipo documental.

Asimismo esta investigación será de tipo correlacional, transversal y descriptiva ya que pretende analizar la relación que existe entre los distintos factores de calidad y los resultados del proceso de admisión y posteriormente explicar las características que poseen las escuelas de procedencia del alumno de nuevo ingreso en un periodo específico de tiempo. Debido a lo anterior se dice que el estudio es de carácter diagnóstico (Bernal, 2010).

RESULTADOS ESPERADOS

Se espera obtener información pertinente que contribuya al análisis de los factores de calidad propuestos: las condiciones materiales y estructurales, las características del bachillerato, el rendimiento académico de la preparatoria de procedencia, datos sociodemográficos y aspectos de enseñanza de la escuela de procedencia de los alumnos de nuevo ingreso del área socio-administrativa en la UAMZM.

Se espera determinar la incidencia que estos factores de calidad tienen sobre el resultado de proceso de admisión. La información recabada de esta investigación servirá como pilar para hacer un diagnóstico de las escuelas de procedencia. En este sentido, se pretende detectar a los estudiantes que necesitan ser canalizados a programas de apoyo o de intervención académica.

CONCLUSIONES

La calidad educativa es un tema de investigación muy amplio y muy complejo, ya que no existe una definición clara de los factores que definen la calidad de una institución de educativa, sin embargo los estudios que se han realizado dejan ver algunos conceptos con los que se asocia. En el caso del área socio-administrativa de la UAMZM la información que se conoce es el resultado de admisión de cada uno de sus nuevos ingresos, por lo cual se decidió establecerlos como variable dependiente.

Sin embargo existen otros modelos de calidad que pueden direccionar el estudio. A pesar de lo anterior es de reconocerse la valoración del concepto de calidad en un ámbito que va más allá de la universidad ya que la calidad de la escuela de procedencia es algo que esta fuera de su alcance. De esta manera es fundamental determinar un perfil de los estudiantes que ingresan a la unidad y así detectar a tiempo aquellos que necesitan un apoyo o intervención académica

BIBLIOGRAFÍA

Arias, F., Chávez, A. y Muñoz, I. (2006). El aprovechamiento previo y la escuela de procedencia como predictores de aprovechamiento futuro: un caso. Enseñanza e Investigación en Psicología, 11(1), 5-22.

Astin, A. (1991). ¿Por qué no intentas otras formas de medir la calidad? Revista de la Educación Superior (78), 26-40.

Bernal, A. (2010). Metodología de la Investigación (Tercera ed.). Colombia: Pearson.

Cu Balan, G. (2005). El impacto de la escuela de procedencia del nivel medio superior en el desempeño de los alumnos en el nivel universitario. Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficiencia y Cambio en Educación, 3(1), 764-769. Obtenido de http://www.ice.deusto.es/rinace/reice/vol3n1_e/Cu.pdf

Jiménez, M. (2011). El discurso mundial de modernización educativa: evaluación de la calidad y reforma de las universidades latinoamericanas. Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología, 20(2), 219-238.

OREALC/UNESCO Santiago. (2007). El derecho a una educación de calidad para todos en América Latina y el Caribe. Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, 5(3), 1-21. Obtenido de http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Argentina/lpp/20100427082535/3.pdf

Oria, V. (2003). ISO 9000:2000 en la educación mexicana (Primera ed.). México, D.F.: Secretaría de Educación Pública.

LA PÉRDIDA DE LOS RECUERDOS Y LA INTENCIÓN DE RE-COMPRA EN EL TURISMO DE AVENTURA

Salvador De Torres Elba Julieta[1] y Amezcua Núñez Juan Bernardo[2]

RESUMEN

El presente trabajo de investigación pretende demostrar la importancia que representa para un turista que la empresa pierda sus memorias de viaje. Analizamos la evaluación de la calidad en el servicio y la intención de recompra de un tour. Consideramos que en el turismo de aventura los recuerdos son parte esencial de la experiencia del servicio y la forma de respuesta ante la falla es esencial para no perder al cliente. Para lo cual se realizó un experimento de manera hipotética con el fin de probar como la respuesta de la agencia de viaje ante la queja por pérdida de fotografías puede influenciar de manera positiva o negativa una intención de recompra. Los resultados del experimento arrojaron que la recompra dependerá de haber recibido un buen servicio en general, acompañada de la disculpa de la agencia.

Palabras Clave: Pérdida de recuerdos, Fotografía, Calidad en el servicio, Intención de recompra.

ABSTRACT

The intention of the present research is demonstrate the importance that represent the photographs for the tourists while they are doing an adventure tourism activity, related to the quality service and the intention for repurchase a tour again. For that reason was done an hypothetically experiment in order to reply a hypothesis that tells us the response of the travel agency to the complaint photographs can influence positively or negatively to get a repurchase intention. The experiment results showed that the repurchase depends of the good service generally and an apology.

Keywords: Memories loss, Photography, Quality service, Repurchase intention.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las principales actividades económicas para un país. Actualmente la actividad turística se ha convertido en una de los principales actores de comercio entre bienes y servicios. Según un comunicado de prensa de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016) nos dice que como categoría mundial de exportación el turismo ocupa el tercer puesto, por detrás de categorías de combustibles y productos químicos, y por delante de alimentación y automoción; Siendo en muchos países en desarrollo el primer sector exportador.

Es importante mencionar que de acuerdo a la OMT el turismo internacional creció un 4% en 2015. Mientras el gasto turístico del segundo mayor emisor del mundo: Estados Unidos de América aumentó 9% llegando a los 120 mil millones de dólares, lo cual nos indica que el turismo es una actividad de impacto económico para los países tanto como emisores como receptores. Dentro del sector turístico podemos percibir la diversificación del mismo y un ejemplo claro lo tenemos en el turismo de naturaleza, que se mantiene en crecimiento dejando de lado al turismo convencional o sol y playa; el turismo de naturaleza se divide en

[1]Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Unidad Acadêmica Multidiciplinaria Zona Huasteca; Romualdo del Campo #501, Fracc. Rafael Curiel CP: 79060 Ciudad Valles, S.L.P, elba.julietasdt@gmail.com
[2]Universidad Autônoma de Coahuila, Facultad de Mercadotecnia, Prolongación David Berlanga y 16 de Septiembre. Unidad Campo Redondo C.P: 25020, Saltillo, Coahuila. ban@prodigy.net.mx

tres vertientes: turismo rural, ecoturismo y turismo de aventura, siendo éste último la atracción de los turistas jóvenes que gozan de los desafíos interpuestos por la naturaleza. El crecimiento de esta tendencia se puede observar estadísticamente ya que uno de los datos registrados por la (OMT, 2003), nos dice que entre la demanda turística de algunos países europeos, la mayor parte de las actividades deportivas fueron realizadas al aire libre y en contacto con el medio natural.

Mientras que en 2013 de acuerdo a un reporte de la Outdoor Foundation el 49.9% de todos los estadounidenses participaron en una actividad al aire libre, mientras que en México la tendencia de este segmento nos dice que 25 de cada 100 personas que visitan el país realizan alguna actividad de turismo de aventura, según fuentes de la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR).
Es por ello que el presente trabajo de investigación se centra en el turismo de aventura al ser detonante en la actividad turística. Siendo el principal objeto de estudio la reacción del turista ante la pérdida de los recuerdos o memorias de su viaje, así como la intención de recompra.

MARCO TEORICO

Durante el siglo XX el turismo deportivo se ha desarrollado, dejando de ser un privilegio para unos pocos hasta convertirse en un fenómeno económico, social, y cultural en el siglo XXI (Weed and Bull, 2009). Sin embargo, aun cuando el turismo de aventura ha logrado posicionarse significativamente la investigación científica en relación a este segmento es muy poca (Gibson, 2002: 34, Hinch et al., 2006: 10; Schwark, 2007: 281, Weed, 2008a: 1).

En esta investigación se abordará el tema del turismo de aventura desde otra perspectiva, es decir, el objeto central es la percepción del turista ante un escenario de falla en el servicio en el turismo de aventura. En una situación hipotética donde se proyecta un experimento relacionado a la pérdida de los recuerdos del turista, en específico la pérdida de fotografías del viaje; considerando que los recuerdos o memorias del viaje son de suma importancia para el turista o viajero.

En la actualidad, es observable que hay una alta tendencia a compartir en redes sociales nuestro contenido de viajes, creemos que está tendencia según nuestra hipótesis aumenta cuando se trata de la práctica de deportes extremos en el turismo. De acuerdo con (Romano, 2011) entre más fotografías, películas, correos electrónicos y mensajes son creados, nuestra colección comienza a reflejarnos; es por ello que se vuelve parte de nosotros mismos, lo que ahora podemos llamar *"Extended Self",* término propuesto y utilizado por Russell Belk en 1988. Este autor nos dice que la tecnología afecta directamente en la forma que consumimos, nos presentamos a nosotros mismos y nos comunicamos en la era digital.

Por ejemplo, el viajero o turista regularmente tiende a subir su contenido de video o fotografía a las redes sociales. Este hecho quizá puede darse por presunción o para a recomendar un destino turístico o actividad turística deportiva. Cualquiera que sea la razón; existe la necesidad de capturar un recuerdo y compartir la experiencia.

Ahora es común encontrar fotografías de viajes en redes sociales como Facebook u otro medio social en línea. La teoría del *Extended Self* (Belk, 1988) nos dice que la divulgación en línea de fotografías, videos, blogs, etc. que son nuestros reportorios, nos vincula a los recuerdos pasados de forma individual o colectiva; así como lo hacían nuestros álbumes de fotos.

Además, las importancia de una buena fotografía ha cobrado relevancia gracias a los avances tecnológicos y a las redes sociales, ya que de acuerdo con (Chalfen, 2000) con la llegada de las cámaras digitales y de video hemos pasado de tomar fotografías a hacer fotos; lo que ha permitido hacer cada vez más sencillo el subir una foto a la computadora o bien utilizar el mismo celular para retocar una foto y postearla en redes sociales en cuestión de minutos.

Por consiguiente, se puede observar que la fotografía en nuestras vidas es ahora imprescindible, así como difundirlas en las redes sociales. De acuerdo con *Digital Marketing Stats* en 2015, Instagram tenía 400 millones de usuarios activos al mes, siendo el 28% de población estadounidense, siendo este medio utilizado por población joven menos de 35 años, seguido por *Flickr, PhotoBucket y Picasa*. De hecho, adquiere aún más valor si pensamos en la fotografía en donde nos encontramos realizando una actividad turística fuera de lo rutinario, y me refiero a las fotografías de deportes extremos. Es común querer colgar en las redes una fotografía en donde estamos haciendo un deporte extremo o turismo de aventura como: vuelo en parapente, rappel, salto en bungee, etc.

Al publicar este tipo de fotografías enviamos un mensaje adicional no explícito a nuestros espectadores sobre nuestro valor de realizar una actividad como esa. Y como lo dijo (Del Santo, 2014) en uno de sus artículos: "En un mundo en que la importancia de la imagen y de lo visual es superlativa, es la foto la que en un primer lugar marca el tono de nuestra presencia online y envía un mensaje (a veces de forma subliminal, a veces a voz en grito) a nuestro público objetivo sobre nuestro estilo, nuestros valores y nuestra idiosincrasia*"*

METODOLOGÍA

Se diseñó una encuesta donde se presenta una situación hipotética para determinar cuál es el mejor tipo de respuesta de una agencia de viaje para influir positiva o negativamente ante la queja por pérdida de fotografías, relacionada a la intención de recompra.

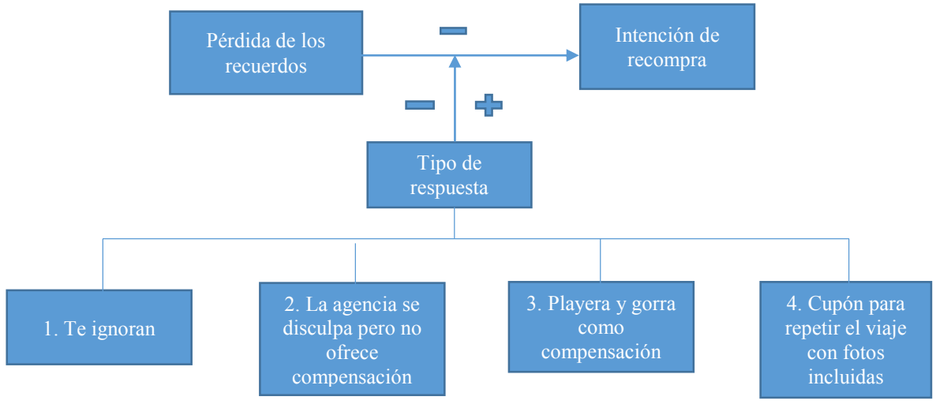
En dicha situación hipotética se les pidió a las personas imaginarse que son una pareja joven que realiza actividades de aventura en su primer viaje juntos y al adquirir su paquete digital de fotografías nunca lo reciben por irresponsabilidad de la agencia turoperadora.

La pareja está emocionada con obtener el paquete fotográfico de su viaje de 3 días 2 noches de aventura, ya que fue la primera vez que realizaron actividades extremas como rafting, rappel y salto de cascadas, etc. Así que lo adquieren en la agencia pagando por anticipado. Posteriormente, la agencia los contacta vía telefónica para decirles que las fotografías se perdieron debido a una falla en el dispositivo de memoria.

Para probar nuestra hipótesis sobre la influencia positiva o negativa que puede generar la empresa al turista para una posible recompra pese a una mala experiencia creamos 4 variantes de respuesta ante una misma queja las cuales se presentaron de forma aleatoria. Se aplicaron 400 cuestionarios vía electrónica, 100 para cada escenario o tipo de respuesta. Las variables de respuesta se resumen en lo siguiente: 1.

La agencia te ignora, 2. La agencia se disculpa pero no te ofrece ninguna compensación, 3. La agencia disculpa y te ofrece una compensación no relacionada con el viaje, 4. La agencia se disculpa y te ofrece un cupón para repetir el viaje con fotos incluidas.
A continuación se presenta un esquema para explicar la hipótesis creada a partir de la experiencia del turista con la agencia operadora de turismo de aventura.

Esquema 1. Elaboración Propia.
"El impacto de respuesta de la agencia de viaje en el turista para lograr una intención de recompra"



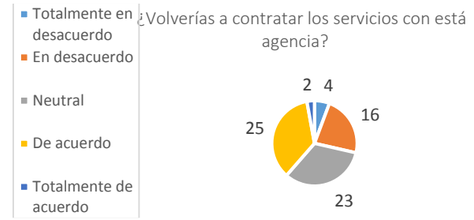
H1: La pérdida de los recuerdos disminuye la intención de recompra con la agencia.
H2: El tipo de respuesta del proveedor de servicio impacta positiva o negativamente la intención de recompra.
H2[1]: La falta de respuesta ante la queja hace más evidente la disminución en la intención de recompra.
H2[2]: Una falta de compensación influencia de manera negativa para lograr una intención de recompra.
H2[3]: Una compensación diferente puede influenciar positivamente en la intención de recompra.
H2[4]: Una compensación asertiva permite que el turista considere con mayor facilidad una intención recompra.

La variable dependiente es la recuperación del turista (i.e. intención de recompra del servicio).
Para probarla, se elaboró en la plataforma *Qualtris* la encuesta en línea que consta de 24 preguntas. En donde utilizamos la escala *Service Quality (Past Experiences)* para evaluar la calidad del servicio. Agregamos la pregunta de si volvería a comprar un servicio con esa agencia de viajes para comprobar la intención de recompra.

Cabe señalar que el diseño de caso y las preguntas se elaboraron por experiencia personal del autor al trabajar de forma directa con turistas, y observar su reacción al enterarse del extravío de sus fotografías. La encuesta fue diseñada para el público joven en un rango de 18 a 35 años por ser ellos quienes gustan de las actividades de aventura. La distribución de la encuesta se dio a través de Facebook principalmente con el fin de lograr recolectar las 400 muestras. Difundiendo la encuesta entre personas que hubieran publicado su participación en alguna actividad de turismo de aventura. Para motivar a las personas a contestar dicha encuesta agregamos un impulso de motivación, el cual fue: un sorteo de 4 tarjetas Premium de *Spotify* para quienes participaran contestando la encuesta.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los resultados del experimento anterior. Cabe señalar que para este reporte se seleccionó una de las preguntas clave para considerar la intención de recompra en el turismo de aventura y la manipulación de datos se realizó a través del programa estadístico SPSS en donde utilizamos la opción analizar – descripción de estadísticas – opción *CrossTabs* así como *ANOVA One Way*.
La pregunta 11 en la cual se le pregunta al turista si volvería a comprar ante la situación presentada: 11.- ¿Volverías a contratar los servicios de esta agencia?



La encuesta está diseñada para que cada variable de respuesta represente 25% del 100% de respuestas considerando que son 400 personas encuestadas, 100 por cada variable de respuesta.
Del 25% de los encuestados únicamente respondió esta pregunta el 17.5% = 70 personas en la pregunta 11.

Del total de 70 personas 25 dijeron que volverían a contratar el servicio pese a una mala experiencia. 23 personas se muestran neutrales y 16 personas están en desacuerdo. 3.07 es el promedio de respuesta ante una posible recompra.

Figura 1.La agencia te ignora.

Del 25% el 19.8% = 79 personas contestaron la pregunta 11 generando un promedio de respuesta ante una recompra del 3.03. De los encuestados 25 dijeron que volvería a contratar el servicio, mientras que 21 personas se muestran como neutrales, pese a que no recibirían ningún tipo de compensación, sin embargo, la disculpa basta en este caso.

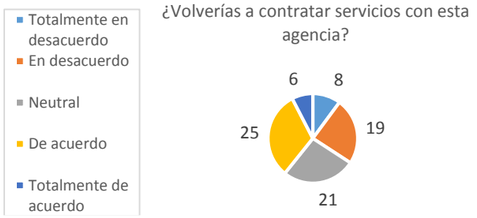


Figura 2. La agencia se disculpa pero no te ofrece ninguna compensación.

Del 25% respondió el 22.5% = 90 personas la pregunta 11. Su promedio de respuesta ante una recompra es del 2.99 En el caso 3. Tenemos 32 personas que se muestran en neutral al preguntarles si volverían a comprar. Aquí podemos concluir que es preferible disculparse, ya que si le das una compensación diferente a la esperada no le será de total agrado. También podemos observar que 21 personas dijeron que no volverían a contratar, mientras que 22 sí lo harían.

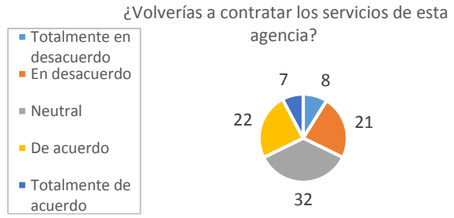


Figura 3. La agencia disculpa y te ofrece una compensación no relacionada con el viaje.

Del 25% que representa 100 encuestas, 80 personas contestaron la pregunta 11.
34 personas se muestran como de acuerdo, 17 personas se muestran como neutrales. El resultado es favorable debido a que las 34 personas muestran un interés de recompra, sumando a 12 personas que están totalmente de acuerdo tenemos 46 personas a favor, que representa más de la mitad.



Figura 4. La agencia se disculpa y te ofrece un cupón para repetir el viaje con fotos incluidas.

Tabla 1. Tabla de resultados ANOVA *One Way*

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
11.- ¿Volverías a contratar los servicios de esta agencia?	1	70	3.07	0.968	0.116	2.84	3.3	1	5
	2	79	3.03	1.132	0.127	2.77	3.28	1	5
	3	90	2.99	1.074	0.112	2.77	3.21	1	5
	4	80	3.42	1.179	0.133	3.16	3.69	1	5
	Total	319	3.12	1.102	0.062	3	3.24	1	5

Los números del 1 al 5 de la izquierda representan las variables de respuesta de la agencia siendo el 1 la primera respuesta, cuándo la agencia te ignora, etc. En cuanto a la pregunta: ¿Volverías a contratar los servicios…? El *Mínimum* representa totalmente en desacuerdo *y Máximum* Totalmente de acuerdo. Representando el *Mean* el promedio de intención de recompra.

A continuación se muestra la interpretación de resultados:
H1: La pérdida de los recuerdos (fotos) no necesariamente afecta la intención de recompra siempre y cuando el servicio en general sea bueno.
H2: El tipo de respuesta del proveedor de servicio si impacta positiva o negativamente la intención de recompra. Un ejemplo lo podemos ver en los resultados de la variable 3.
H2[1]: De acuerdo al experimento, de 70 personas encuestadas el valor 3.07 nos dice que considera una recompra porque disfrutaron el viaje, a pesar de que atendieron su queja. Por lo que está hipótesis no se cumple.
H2[2]: Esta hipótesis nos dice que si la agencia se disculpa y no ofrece compensación disminuye la intención de compra, aquí observamos que fueron 79 personas quienes contestaron, es decir tenemos más encuestados, y hay una reducción en la intención de recompra alcanzando el valor 3.03. Por lo que se determina que la hipótesis se muestra neutral.
H2[3]: Esta hipótesis no se cumple, debido a que hay una reacción negativa del turista, al ofrecerle una compensación diferente a la esperada. La intención de recompra reflejada con un valor de 2.99
H2[4] La hipótesis 4 es relativa, si el turista se la paso genial, perdió sus fotos y le dicen que podrá repetir el viaje con sus fotos gratis, tendrá una respuesta favorable ante una intención de recompra. Este valor fue el más alto con el 3.42

CONCLUSIONES

El sector de los servicios en México representa el 63,5% del PIB según datos estadísticos de 2010 representando una contribución significativa para la economía Mexicana. Por lo que se debe tener consideración ofrecer servicios de calidad, esto, en cualquiera de los ámbitos. Especialmente para la industria del turismo, debido a que esta industria de servicios no sólo requiere recibir un servicio estándar, sino que se trata de recibir experiencias acompañadas de un servicio de calidad, y cómo parte de las experiencias tenemos la importancia que tiene fotografía como memorias de viaje del turista, por lo que la pérdida de las mismas por parte de la agencia pudiera afectar la relación agencia y cliente para una intención de recompra, para lo cual de acuerdo al experimento se deben tomar estrategias para no perder al turista, siendo una de las más efectivas una compensación relacionada al viaje, con las fotografías incluidas.

BIBLIOGRAFÍA

ALONSO, M; BARCOS, L; MARTÍN, J. (2006). "Gestión de la Calidad del servicio turístico" en *Gestión de la Calidad de los procesos turísticos, España: Editorial Síntesis, S.A;* [pp. 277-290].

MATUTE, J.; POLO, Y.; Utrillas, A.; "Las características del boca-oído electrónico y su influencia en la intención de recompra online" en Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa" www.elsevier.es/redee
Publicado por Elsevier España, revista on-line, 18 de abril 2015; [pp. 1-15].

WAS¨CHE, H.; WOLL, A; (2010) "Regional sports tourism networks: a conceptual framework" in Journal of Sport and Tourism August, 2010. Vol. 15, No.3 pp. 191- 214.

BELK, R. (2013). "Extended Self in a Digital World" on the Journal of Consumer Research, Vol. 40, No. 3 (October 2013), pp. 477-500 Published by: The University of Chicago Press http://www.jstor.org/stable/10.1086/671052
Consulted: (June-09-2016)
UNTWO. (2016) Las llegadas de turistas internacionales suben en 2015 un 4% hasta el récord de 1.200 millones. Madrid PR 16008 18 de enero 2016. Consultada en: http://media.unwto.org/es/press-release/2016-01-18/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suben-en-2015-un-4- (fecha de consulta 28 de junio 2016).

EL CONTROL CONSTITUCIONAL DE LA FUNCIÓN LEGISLATIVA EN MÉXICO (2013)

Zaira San Román Flores[1] y Sara Berenice Orta Flores[2]

RESUMEN

En el estado constitucional de derecho en que nos encontramos, los procedimientos legislativos deben llevarse a cabo de acuerdo a lo que establece la Constitución. Cuando no se siguen esos lineamientos en la elaboración de una ley se transgrede la Carta federal. En México, estas transgresiones pueden reclamarse vía acción de inconstitucionalidad (AI).

El trabajo que se presenta es de tipo exploratorio. Se llevó a cabo la recopilación de las 42 sentencias en la materia emitidas por la Suprema Corte de Justicia de la Nación durante el año 2013. Se detectaron las violaciones al procedimiento legislativo (VPL) reclamadas por medio de las AI. Como resultado de la investigación se presentarán dos de las sentencias encontradas durante dicho periodo.

ABSTRACT

In the constitutional rule of law in which we live, legislative procedures must be carried out according to the provisions of the Constitution. When these guidelines are not followed in drafting a law violates the federal Charter. In Mexico, these transgressions can be claimed via unconstitutionality (AI). The work presented is exploratory. He carried out the collection of 42 judgments on the matter issued by the Supreme Court of Justice of the Nation in 2013. violations of the legislative procedure (VPL) claimed by the AI were detected. As a result of the research will be presented two judgments found during that period.
Palabras clave: inconstitucionalidad, legislativo, Suprema Corte.

INTRODUCCIÓN

El Poder Legislativo es el órgano encargado de producir las normas generales a las que habrá de someterse el pueblo mexicano, el procedimiento para elaborar una ley implica una amalgama de principios y reglas que se deben seguir. Por lo tanto en un proceso legislativo debe existir una similitud entre lo que está plasmado en la Constitución y lo que sucede en los hechos.
Cuando no se cumplen estos parámetros, es decir, acontecen violaciones al procedimiento legislativo, se transgrede la esencia del Estado constitucional y se propicia una causal para presentar una acción de inconstitucionalidad.

Este trabajo trata de saber que tanto ha sido la afectación al principio democrático que se ha cometido en México durante el ejercicio de la función normativa y que soluciones ha dado la Suprema Corte de Justicia de la Nación a estas infracciones. Este estudio se centra en las 42 sentencias emitidas por la Corte en materia de acciones de inconstitucionalidad durante el año 2013. Cabe destacar que esta colaboración se suma a la que la investigadora anfitriona se encuentra haciendo sobre las sentencias emitidas por la Corte durante la Décima Época, lo que corresponde al periodo del 2012 al 2016.

[1] Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Romualdo del Campo 501, Col. Rafael Curiel, C.P. 79060, Cd. Valles, S.L.P. MÉXICO, zaiira_1995@hotmail.com.

[2] Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Romualdo del Campo 501, Col. Rafael Curiel, C.P. 79060, Cd. Valles, S.L.P. MÉXICO, berenice@uaslp.mx.

MARCO TEORICO

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su artículo 105, fracción II, que en México existe una garantía constitucional denominada acción de inconstitucionalidad que puede interponerse por las minorías (33%) de los órganos legislativos estatales o federal; por el Procurador General de la Republica; por los partidos políticos con registro ante el INE; por los órganos de protección de derechos humanos estatales o federal y por el organismo garante que establece el artículo 6° de la Constitución. Acción que podrá ejercitase dentro de los 30 días naturales siguientes a la fecha de publicación de la norma.

Carpizo (2011, p.6) manifiesta que la acción de inconstitucionalidad es el instrumento de defensa constitucional que procede ante la posible contradicción que pudiera llegar a existir entre una norma de carácter general y la Constitución. Por su parte López-Ayllón y Valladares (2011) exponen que la acción de inconstitucionalidad es un mecanismo de control constitucional que se interpone ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación con la finalidad de que ésta examine la constitucionalidad de una ley o un tratado internacional, y así se pueda declarar con relación a la norma impugnada su constitucionalidad, su inconstitucionalidad, su invalidez parcial, el sobreseimiento o la desestimación.

Entendemos, pues, que la acción de inconstitucionalidad es el instrumento de defensa interpuesto ante la SCJN para verificar la constitucionalidad de una ley o un tratado internacional.

METODOLOGIA

Primeramente se conoció la cantidad total de acciones de inconstitucionalidad que ingresaron a la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) en el año 2013. Esto se hizo a partir de una búsqueda electrónica en la página de la SCJN. Se recabaron todas las sentencias disponibles en formato electrónico, y se guardaron en una carpeta del ordenador. Se recabaron un total de 42.

Mediante el método de censo, que implica estudiar todos los insumos encontrados, se estudiaron las 42 sentencias emitidas por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (con un promedio de 100 cuartillas cada una). De este universo de estudio se seleccionaron aquellas en que se reclamaron VPL, que fueron dos sentencias.

Las unidades de estudio fueron las sentencias correspondientes a las acciones de inconstitucionalidad 2/2013 y 27/2013 con sus acumuladas 28/2013 y 29/2013. Y se ofrece como resultado la descripción y análisis de las referidas sentencias. Este trabajo se suma a una investigación más amplia desarrollada por la profesora anfitriona y que corresponde al estudio del mismo tipo de sentencias, emitidas en el periodo 1995-2011.

RESULTADOS Y DISCUSION

Se presenta en este apartado la descripción de la parte sustantiva de las sentencias 2/2013 y 27/2013 más acumuladas 28/2013 y 29/2013.

Acción de inconstitucionalidad 2/2013.

En la acción de inconstitucionalidad 2/2013, los integrantes de la Sexagésima Legislatura del Congreso del Estado de Tlaxcala, solicitaron la invalidez del Decreto 154 relativo a la Ley de Pensiones Civiles del Estado de Tlaxcala, publicada en el Periódico Oficial del Gobierno de dicha entidad, el primero de enero de 2013.

Los accionantes argumentaron que no hubo una debida integración de la mesa directiva del Congreso del Estado de Tlaxcala. Declaran que se les convoco a una sesión, cuyo único punto del orden del día era la

elección de los Diputados que integrarían la nueva Mesa Directiva y que entraría en funciones el 31 de diciembre de 2012. Sin embargo, según manifiestan los promoventes, tal elección no se efectuó en virtud de que en lugar de elegirse la Mesa Directiva, se dio lectura a la iniciativa que ahora se impugna, lo que generó inconformidad entre los legisladores presentes y se suscitaron hechos de violencia, que hicieron necesario que se decretara la suspensión y posterior conclusión de la sesión.

Asimismo manifiestan que no obstante lo anterior, el primero de enero de 2013, se publicó en el periódico oficial del Estado la ley que ahora se impugna y la cual aparece firmada por los Diputados que integraron la Mesa Directiva del primer periodo ordinario de sesiones, aun careciendo de ese carácter a partir del 31 de diciembre.

En consecuencia resulta inconstitucional que los Diputados antes mencionados, hayan firmado la aprobación de la ley impugnada y más aún, convocado y dirigido la sesión en la que se aprobó la Ley de Pensiones Civiles, en virtud de que en esa fecha no gozaban de tal carácter y en consecuencia carecían de las facultades que la ley otorga a los Diputados que integran la Mesa Directiva pues el ejercicio de tal facultad concluyó el 15 de diciembre del 2012.

De igual forma, manifiestan que el contenido de esta Ley no se hizo de su conocimiento por ningún medio, además de que al momento de recibirla no se procedió a su primera lectura, ni medió votación para omitir la lectura de dicho proyecto de decreto y esto generó que el Pleno del Congreso no conociera el proyecto de decreto. Declararon también que se cambió la sede del Congreso local para la aprobación de la Ley de Pensiones Civiles del Estado de Tlaxcala a un recinto privado, distinto al oficial, sin notificación ni aprobación previa por parte del Pleno del Congreso.

La Corte determinó sobreseída la causa de improcedencia de la presente acción de inconstitucionalidad, pues la Ley de Pensiones Civiles del Estado de Tlaxcala, contenida en el Decreto 154, publicada el primero de enero de 2013 y tildada de inconstitucional en el presente medio de control de la constitucionalidad, fue abrogada, lo que de suyo implica un acto legislativo nuevo.

En esta sentencia puede inferirse que el Poder Legislativo del Estado de Tlaxcala prefirió emitir otro acto legislativo y no esperar la resolución de la Corte, que ante las violaciones procedimentales descritas, probablemente habría concluido en la nulidad del Decreto impugnado.

Acción de inconstitucionalidad 27/2013

Se resolvieron las acciones de inconstitucionalidad 27/2013 y sus acumuladas 28/2013 y 29/2013. Fueron presentadas por el Partido Acción Nacional (PAN), por el Procurador General de la República y por el Partido del Trabajo ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación. Se reclaman la invalidez del Decreto Número 540, publicado en la Edición Número 69 del Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Durango el 29 de agosto de 2013. Fue el Partido Acción Nacional quien manifestó una violación al proceso legislativo mientras que los demás se inconformaron por cuestiones de fondo.

El PAN sostiene que las iniciativas de reforma constitucional que fueron presentadas por los tres Poderes del Estado, los diputados integrantes del grupo parlamentario del Partido Acción Nacional y el diputado integrante del grupo parlamentario del Partido del Trabajo, no fueron publicadas por la Comisión de Estudios Constitucionales del Congreso, conforme lo dispone la Constitución Local y lo ordena la práctica parlamentaria. Aunado a lo anterior, las referidas iniciativas se publicaron en un periódico que no tiene circulación en más de la mitad de los municipios del Estado, por lo que fue deficiente su publicidad.

Al someterse a discusión en lo particular el dictamen de la Comisión de Puntos Constitucionales, se formularon 116 reservas, las cuales fueron votadas; sin embargo, no se votaron los artículos del dictamen que fueron reservados, al no haber procedido la mayoría de las reservas. En efecto, una vez votadas las

reservas, debió haberse votado la procedencia, es decir, la aceptación o no de los artículos del dictamen, así como la de aquellos que no sufrieron modificación derivado de alguna reserva. En la parte final de la discusión, sólo se sometieron a votación los artículos que no fueron reservados, así como los artículos transitorios, mas no aquellos que fueron reservados y los transitorios que no fueron modificados con motivo de una reserva, con lo que se incumplieron las reglas establecidas en el artículo 186 y demás relativos de la Ley Orgánica del Congreso del Estado.

La Corte estimo que al publicar las iniciativas en el órgano informativo oficial del Congreso y en uno de los periódicos de la entidad, se cumplió con la obligación establecida en la Constitución Estatal. Puesto que ni en la Constitución ni en la Ley Orgánica del Congreso del Estado, se prevé que la Comisión Legislativa a la que se turna una iniciativa de reforma constitucional (Estudios Constitucionales) la difunda para hacerla del conocimiento de la ciudadanía, ni ordena que la difusión de las iniciativas que propongan modificaciones constitucionales se haga en un medio en particular, sino simplemente que se hagan del conocimiento de la ciudadanía.

En torno a las supuestas irregularidades en la aprobación del dictamen en lo particular por el Pleno del Congreso, al haberse votado sólo las reservas, más no los artículos reservados. La corte concluyo que no se violentaron las formalidades establecidas en el precepto transcrito, pues el dictamen de la Comisión de Estudios Constitucionales, en relación con las iniciativas de reforma a la Constitución, al componerse de varios artículos, fue sometido a debate en lo general en sesión de 15 de agosto de 2013 y, aprobándose en este sentido, fue sometido a debate en lo particular en la misma sesión respecto de los primeros cien artículos, al haberse formulado numerosas reservas; posteriormente, en sesión de 18 de agosto siguiente, se sometió a debate en lo particular respecto de los artículos restantes, en relación con los cuales también se formularon diversas reservas.

La sentencia que se comenta es de especial interés, puesto que es evidente el trabajo de la Corte como un Tribunal Constitucional que evalúa al detalle los procesos de otros poderes, en este caso el del Congreso del Estado de Durango. Antes de la existencia de las acciones de inconstitucionalidad (1995) era prácticamente imposible que la Suprema Corte de Justicia incursionara en los actos internos de los parlamentos.

CONCLUSIONES

La acción de inconstitucionalidad es el medio de defensa por el cual las minorías políticas de los congresos, partidos políticos así como las autoridades y órganos, que la ley estima pertinentes, pueden interponer ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación, cuando consideren que una norma general es contraria a lo establecido en la Constitución federal, sea por cuestiones de fondo o de forma. Por lo que una violación al procedimiento legislativo puede reclamarse por esta vía.

La importancia que tiene este medio de control es que ya no se pueden desestimar a las minorías como ocurría en el siglo pasado, estas deben ser escuchadas por el parlamento, puesto que una violación al proceso legislativo puede provocar la nulidad de la ley impugnada.

Cuantitativamente se puede decir que no son tantas las transgresiones que se comenten durante el proceso legislativo pero desde un estudio cualitativo estas violaciones implican una afectación sustancial al Estado de derecho en el que vivimos, pues todo procedimiento de las autoridades de Estado, debe estar sujeto a los lineamientos que establece la Constitución.

BIBLIOGRAFIA

CARPIZO, E. (2011). *La defensa constitucional en México.* México: Editorial Porrúa.

LOPEZ AYLLON, S. Y VALLADARES, F. (2011). *Las acciones de inconstitucionalidad en la constitución mexicana: balance empírico de doce años de ejercicio*. Puede consultarse en http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/cconst/cont/21/ard/ard6.htm (3 de julio de 2016)

ORTA FLORES, B.O. (2014). *Las violaciones al procedimiento legislativo mexicano. Estudio de causas y efectos a través del control abstracto de constitucionalidad,* Tesis de doctorado, Universidad de Buenos Aires.

ORTA FLORES, B.O., TORRES ESPINOSA, B. y ARCUDIA HERNÁNDEZ, C.E. (2016). Congreso Internacional de Desarrollo Económico, Social Empresarial en Iberoamérica. En *la certeza en la producción de leyes, un requisito para el desarrollo*. (pp. 1-8)

SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN (2016). *Sentencias y datos de expedientes,* disponible en http://www2.scjn.gob.mx/ConsultaTematica/PaginasPub/TematicaPub.aspx (4 de julio de 2016)

DETERMINAR LAS TICs UTILIZADAS EN LAS MiPyMes DE CIUDAD MONCLOVA

Deisy Ayerim Sánchez Falcón[1] y Homero Zertuche Zúñiga[2]

RESUMEN

El documento que se elaboró, muestra los resultados de la investigación realizada en las diversas regiones asignadas, enfocándose propiamente en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs). Los resultados obtenidos se obtuvieron por alumnos del Instituto Tecnológico Superior de Monclova “Ejercito Mexicano” a través de unas series de encuestas aplicadas en los micro negocios, implementándose una serie de acciones para que se brinden asesorías, consultorías y capacitaciones para todos aquellas micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMes) que no se han actualizado, para que lo realicen y se den cuenta como facilita la organización y proyección de sus negocios.

Palabras clave: MiPyMes, TICs, tecnología, giro de negocios, comercio

ABSTRACT

The document that was elaborate, show the results of the investigation in various assigned regions , focusing strictly on the use of Information Technology and Communication (TIC’S).
The results were obtained by students of Instituto Tencnologico Superior de Monclova ‘’Ejercito Mexicano’’.

through a series of surveys conducted in micro businesses , implemented a series of actions for advising , consulting and training for all those Small and Medium Enterprises that have not been updated are provided, so that they can realize how easy the organization and projection of their business is.
Keywords: MiPyMes, Information Technology and Communication (TIC’S), commerce

INTRODUCCION

El hombre se distingue de los demás seres, por eso maravilloso que es la mente, lo cual lo lleva a indagar las causas y efectos de los fenómenos que suceden a su al rededor. Hoy en la actualidad el uso de las TICs son de relevante importancia ya que facilita en todos los ámbitos el acceso a la información, consultas, realización de tareas, concentración de resultados, entre otras.

Por tal motivo el Instituto Tecnológico Superior de Monclova ‘’Ejercito Mexicano’’ implemento proyecto denominado: Determinar las TICs en las MiPyMes de la Región Centro de Coahuila caso Monclova, con el objetivo de conocer la cantidad de micro negocios que no hacen uso de las mismas, para así organizarse y brindar asesorías, orientaciones y capacitaciones a través del Instituto Tecnológico Superior de Monclova “Ejercito Mexicano”.

La realización de este proyecto se elaboró en la localidad de Monclova, apoyándose en un grupo de alumnos de diversos grados de esta Institución.

[1] Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano, Ingeniería en Gestión Empresarial, Carretera 57 Km 4.5 Lecho del Río Monclova, Col. Unidad Tecnológica y Universitaria, 25701 Monclova Coahuila
[2] Instituto Tecnológico Superior de Monclova Ejercito Mexicano, Ingeniería Informática, Carretera 57 Km 4.5 Lecho del Río Monclova, Col. Unidad Tecnológica y Universitaria, 25701 Monclova Coahuila,

Se aplicaron encuestas, asignándole 84 a cada alumno entrevistador, las cuales se aplicaron del 1° de junio al 8 de julio, en la región antes mencionada.

De tal manera que se plantearon los siguientes objetivos.
Objetivo general: Investigar el uso de las TICs en las MiPyMes en la región centro desierto caso Monclova.

MARCO TEORICO

Tecnologías de información y comunicación: En la última década los sistemas de medios de comunicación masivas y de educación han sufrido cambios debido al desarrollo y la difusión de nuevas tecnologías de información y las comunicaciones por Internet liderando.

La enorme avalancha de recursos informativos que dan vida a Internet sentaron las bases sobre las que muchas investigaciones coincidieron al pronosticar cambios radicales en las instituciones (Hasta se ha llegado a predecir la desaparición de las aulas y los maestros tradicionales).

Ahora, con cierta visión hacia el futuro, se puede afirmar que falta un largo trecho por recorrer para lograr una conexión convenientemente entre el sistema educativo y las tecnologías de información y comunicación. La relación entre las Tecnologías, el Internet y los medios de comunicación en las instituciones educativas, en los últimos años, diferenciando, básicamente, tres etapas:

- Fascinación y adquisición de los primeros equipos informáticos
- Aulas de informática fueron conectadas a Internet.
- Integrar la informática en el diseño curricular.

Con esto se intenta transmitir el por qué es importante pensar en las TICs como medio de enseñanza, que ha ayudado a pensar así y como el desarrollo tecnológico a obligando a crear nuevos enfoques en las teorías sobre la enseñanza y el aprendizaje usando las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como medio para tal fin.

Hasta hace poco todo el debate y, sobre todo, todas las políticas públicas y decisiones de centros educativos relacionados con el desarrollo de la sociedad de la información en el sistema educativo, se fundamentaban en cuánto hardware había por alumno, o por escuela. Los equipos tecnológicos y sus softwares complementarios son la infraestructura mínima para empezar a trabajar.

La realidad es que en este campo aún queda mucho por hacer. En demasiadas escuelas, institutos superiores y universidades la computadora se encuentra encerrada en la oficina del/la directora/a de escuela o en la sala de profesores. Aún quedan muchos centros escolares sin conexión a Internet o con un sistema tan rudimentario que casi sale más a cuenta trasladarse a pie para conseguir la información buscada, si eso no va, no tiene sentido hablar de videoconferencias, aulas virtuales y tele formación.

TIC: Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes.

MiPyMes :El desarrollo de las llamadas Micro, pequeñas y medianas empresas MIPYMES en nuestro país ha sido considerable y es una de las áreas de la economía en la cual nuestra política económica interna invierte mayores recursos, en la actualidad es común escuchar sobre de ellas en todos los medios de comunicación y en la propaganda del Estado con sus programas de apoyo y fondos económicos, sobre todo de los gobiernos panistas de Vicente Fox y Felipe Calderón y como este llamado "milagro económico" ha permitido a muchos Mexicanos emprender su propia empresa, hacer sus propias inversiones, generar recursos y acceder a los del gobierno para hacer crecer sus expectativas de negocios, para abatir el desempleo y generar recursos extras a las economías familiares, hoy por hoy las MIPYMES son parte fundamental de la economía Mexicana.

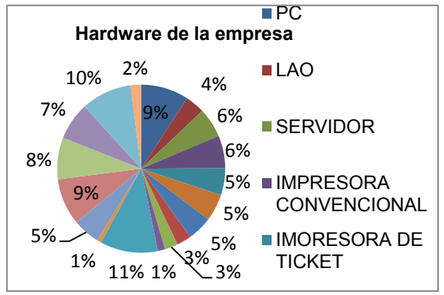
Actualmente la situación del caso Monclova
Es la ciudad más importante de la región, su Índice de Desarrollo Humano (IDH) es de 0.861 (2010). Además, Monclova es una de las cinco ciudades con mayor desarrollo comercial, industrial y financiero de México y la número 12 con menor rezago social o desempleo del país. Por otro lado, está posicionada como la ciudad número 11 de México en cuanto a competitividad se refiere. Es una ciudad destacada por la mayor producción de acero de todo México y Latinoamérica, lo que le ha valido el mote de "La Capital del Acero".

MÉTODOS Y MATERIALES

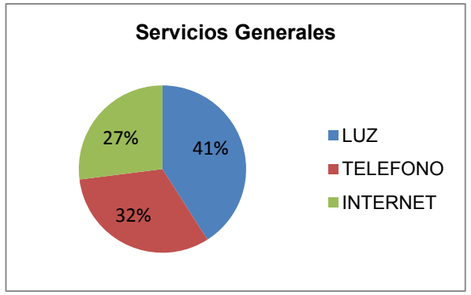
Este proyecto se trata de una investigación de campo en la que la etapa inicial fue la recolección de datos a través de la aplicación de las encuestas en las MiPyMes de la Ciudad de Monclova se visitó cada uno de los negocios y se le aplico un instrumento de recolección de datos para conocer y determinar el uso de las TICs en la Ciudad de Monclova, algunas de las técnicas que se utilizó para cuestionar fue misma que se estuvo viendo en cada uno de los negocios

Otra de las fases en las que está compuesta la investigación fue la organización y procesamiento de datos en la cual, no basta recopilar información, sino que es preciso además, analizarla e interpretarla, recopilando datos realizando graficas de Excel para detonar los resultados obtenidos.
Cronograma de Actividades:

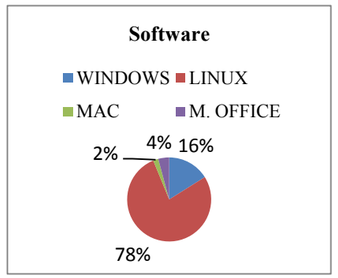
Etapa 1: Recolección de datos para Identificar Mi PYMES de la Región Centro de Coahuila (4 semanas)
Etapa 2: Organización y procesamiento de datos para así poder determinar el grado de uso de las TICs que permita elaborar la propuesta para implementación de las Tecnologías de la Información y Comunicación TICs) en la Mi Pymes. Caso Región Centro Desierto de Coahuila (2 semanas)
Etapa 3: Difusión de resultados a través de la elaboración de reporte final (3 semanas)



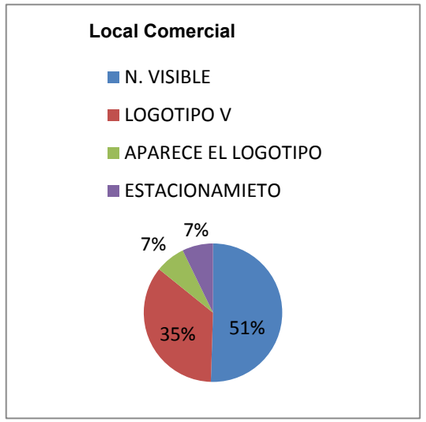
Grafica 1. Aquí se muestra que los negocios encuestados es de suma importancia contar con la tecnología básica para el funcionamiento adecuado de su negocio.



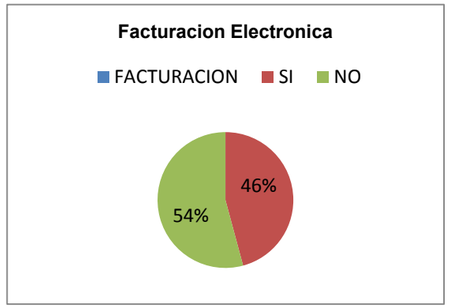
Grafica 2. Aquí se indica que la mayoría de los negocios tiene luz además contienen servicios como teléfono e internet



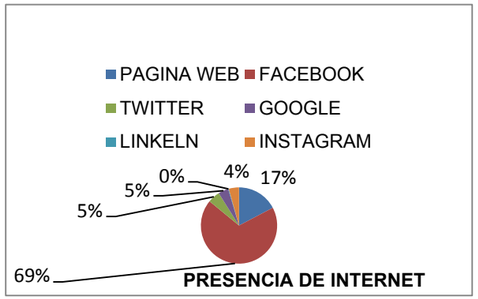
Grafica 3. Aquí se muestra que el software más utilizad en los negocios es Linux



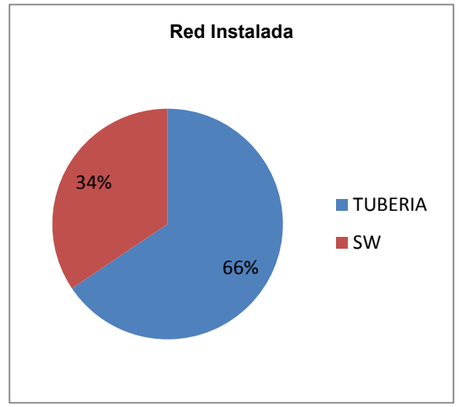
Grafica 4. Aquí se muestra que la mayoría de los locales no tiene visible el l



Grafica 5. Se puede analizar claramente que un 54 % de MiPyMes considera importante el uso de facturas electrónicas ya que hace más sencillo el trabajo y más seguro.



Grafica 6. En esta grafica nos muestra cómo ha invadido hoy en la actualidad la tecnología de las redes social y la más importante y popular el Facebook.



Grafica 7. Se puede ver que el 66% de los negocios utilizan tubería ya que tienen diferentes líneas de Internet.

CONCLUSION

Como futuros ingenieros gestores de la información e implementación de las TICs en empresas o micro empresas, se tiene la responsabilidad de brindar asesorías, capacitación y consultorías para el mejor funcionamiento del mismo ya que hoy en la actualidad , el mundo de los negocios está más sujeto a cambios más dinámicos en donde las Tecnologías de la Información y Comunicación juegan un papel sumamente importante ya que el futuro de las MiPyMes depende de la tecnología para hacer un negocio próspero y más sencillo de administrarse gracias a todo lo que conlleva la tecnología .

Después de entrevistar a numerosas dueños de micro negocios en diversas regiones, en cuanto a la necesidad de utilizar las TICs para mejoramiento y eficiencia dentro de los mismos.

BIBLIOGRAFÍA

(s.f.). Recuperado el 17 de agosto de 2016, de http://www.serviciostic.com/las-tic/definicion-de-tic.html

monografias. (s.f.). Recuperado el 17 de AGOSTO de 2016, de http://www.monografias.com/trabajos37/tecnologias-comunicacion/tecnologias-comunicacion.shtml

Monografias. (s.f.). Recuperado el 17 de agosto de 2016, de http://www.monografias.com/trabajos93/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia/mipymes-mexico-milagro-productivo-economia.shtml

wikipedia. (s.f.). Recuperado el 17 de agosto de 2016, de https://es.wikipedia.org/wiki/Regi%C3%B3n_Centro_Desierto_de_Coahuila

ANÁLSIS DEL HAMBRE EN EL ESTADO DE ZACATECAS BAJO EL MODELO DE MÍNIMOS CUADRADOS ORDINARIOS

Arely Yesenia Sauceda Quintero[1] & Louis Valentín Mballa[2]

RESUMEN

El presente documento tiene por objetivo la construcción de un modelo econométrico de regresión lineal múltiple por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios con la finalidad de analizar cuantitativamente la problemática del hambre en el estado de Zacatecas. Se pretende mostrar el impacto que ha tenido la desregulación financiera en el sector agrícola del estado. Las variables tomadas en cuenta para la realización del modelo son: Años de escolaridad, habitantes por vivienda, Valor Agregado Bruto y Número de hectáreas cosechadas, en cada uno de los 58 municipios de Zacatecas.

ABTRACT

This document aims to build an econometric model of multiple lineal regressions by the method of Ordinary Least Squares in order to quantitatively analyze the problem of hunger in the state of Zacatecas. It aims to show the impact that has had financial deregulation in the agricultural sector of the state. The variables taken into account for the implementation of the model are: years of schooling, people per household, Gross Value Added, and number of hectares harvested in each of the 58 municipalities that conform the state.

Palabras clave: Desregulación económica, carencia alimenticia, pobreza, sector agrícola, distribución del ingreso, MCO.

INTRODUCCIÓN

La crisis alimentaria es un eslabón más de la crisis capitalista. En el contexto del modelo neoliberal un orden agroalimentario global está totalmente interconectado en la forma de funcionamiento del régimen de acumulación. Según (Rubio, 2013) los bienes básicos para la alimentación han comandado este orden mundial agroalimentario, esencialmente en las exportaciones.

Quienes predominan en esta materia son los países desarrollados, que desvalorizan las materias primas de origen agropecuario en orden de contrarrestar la caída de la cuota de ganancia (permite reducir costos de producción), para así exportar y vender a precios por debajo de, inclusive y aunque parezca una paradoja, sus costos de producción, pues por ser países altamente desarrollados sus gobiernos otorgan fuertes subsidios a los productores (Rubio, 2013).

En este sentido las empresas trasnacionales logran desplazar a productores locales, con ayuda de acuerdos comerciales que permitan aranceles de importación muy bajos. Estos precios reducidos se imponen como referentes en el mercado mundial, significando esto una competencia desleal.

[1] Universidad Autónoma de Zacatecas Facultad de Economía Jardín Juárez 147 Centro Histórico, C.P. 98000 Zacatecas, Zac., México, aresauceda@gmail.com
[2] Universidad Autónoma de San Luis Potosí Facultad de Contaduría y Administración Álvaro Obregón #64, Col. Centro, C.P. 78000 San Luis Potosí, S.L.P. México. louis.mballa@uaslp.mx

Los objetivos de la investigación fueron los siguientes:

- Realizar un modelo de regresión lineal múltiple por el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios.
- Demostrar la significancia que ha tenido la desregulación económica sobre el sector agrícola en el estado de Zacatecas.
-

MARCO TEÓRICO

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) es un acuerdo de amplio alcance que establece las reglas que rigen el comercio y las inversiones entre Canadá, Estados Unidos y México. Desde que el tratado entró en vigor el 1 de enero de 1994, el TLCAN ha eliminado gradualmente las restricciones al comercio y a la inversión entre los tres países de la región de América del Norte. Brinda a las empresas de América del Norte un mejor acceso a los materiales, las tecnologías, los capitales de inversión y los talentos disponibles en toda la región (Gobierno de Canadá. EUA y México., 2012).

El TLCAN para el sector agropecuario mexicano a profundizado la dependencia alimentaria del país en cereales, oleaginosas, carne de bovino y porcino, y productos lácteos, perdiéndose así la soberanía alimentaria, entendida como “La libertad, la capacidad y el derecho de comunidades y naciones para decidir las estrategias productivas, de abasto, comercialización y consumo de alimentos” (Food Secure Canada , 2012).

El sector agrícola ya no está básicamente destinado a producir alimentos frescos para la población nacional, ahora funciona como sector “insumo” para los agronegocios y el comercio. De manera similar la principal función de la agricultura cambió de alimentar a la población rural a alimentar a las enormes poblaciones urbanas. La agricultura ya no funge como motor de crecimiento, sino como auxiliar de la industrialización. Además el campo ha servido como factor al momento de ofrecer mano de obra a las industrias (Sanderson, 1986).

La transformación agraria en México ha impactado de forma favorable a la agricultura de forma empresarial mediante el desarrollo de las tecnologías y el aumento del capital aplicado a la producción agrícola ha aumentado la productividad del trabajo. Sin embargo, según (Sanderson, 1986) estos cambios no parecen haber logrado mejoras en las condiciones de vida de los agricultores y su familia, sino que la pobreza ha acompañado a la modernización. Puesto de otra forma, la readaptación productiva derivada de la modernización e industrialización no ha resuelto los viejos problemas de la agricultura.

La pobreza no ha disminuido, la tierra se ha concentrado en manos de un número menor de propietarios, ha operado la expulsión de agricultores familiares. El asalariado campesino pasa a ser el sector más numeroso y más pobre del sector agrícola. Esta situación ha hecho que los trabajadores y su familia hayan incorporado a su vida cotidiana el sentido de la incertidumbre de un mercado que no le asegura el pleno empleo en el año. (Sanderson, 1986).

Algunos datos generales de Zacatecas

Zacatecas es el 32vo estado soberano de México. Tiene una extensión territorial de 75,284 representando el 3.8% del territorio nacional. Sus coordenadas extremas son 25°09' al norte, 21°04' al sur de latitud norte; al este 100°49' y al oeste 104°19' de longitud oeste.. Limita al norte con el estado de Coahuila, al noroeste con el estado de Durango, al oeste con el estado de Nayarit, al este con los estados de San Luis Potosí y Nuevo León, y al sur con los estados de Jalisco, Aguascalientes y Guanajuato.

Tiene una población total de 1,490,668, habitantes, el 1.3% de la población nacional, ubicándose en la 25º entidad más poblada de México. Está conformado por 58 municipios. (CONCANACO, 2014)

La economía zacatecana para 2012, medida por su producto interno bruto anual, asciende a 123,430 mil millones de pesos corrientes, cifra que representa aproximadamente el 1.0% de la economía nacional,

ubicándose como el quinto estado con menor PIB. En lo que se refiere al dinamismo económico, en los últimos años ha presentado un crecimiento promedio cercano al 4%, que si bien es mayor al promedio nacional, resulta insuficiente para mejorar las condiciones socioeconómicas de la población y generar los empleos requeridos. Zacatecas, con respecto de las 32 entidades federativas de México, en 2010 ocupó el lugar seis en porcentaje de población en pobreza y el 12 en porcentaje de población en pobreza extrema. Por lo tanto, hoy en día, Zacatecas se ubica dentro de las 10 entidades con mayor pobreza en el país. (CONEVAL, Medición de pobreza, 2012).

MÉTODO Y MATERIALES

El método por Mínimos Cuadrados Ordinarios
Dada una muestra aleatoria, con el Método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), se estiman los parámetros de la pendiente y la intercepción del modelo poblacional. Según (Wooldridge, 2010) con la línea de regresión MCO se obtiene el cambio pronosticado en la variable dependiente (y) para un determinado cambio en las independientes ($x1, x2, \dots xk$).El **análisis de regresión múltiple** es más adecuado para un análisis *ceteris paribus* debido a que permite controlar *de manera explícita* muchos otros factores que afectan en forma simultánea a la variable dependiente.

El modelo de regresión múltiple sigue siendo el vehículo más empleado para el análisis empírico en la economía y en otras ciencias sociales. Asimismo, el método de mínimos cuadrados ordinarios se usa de manera general para estimar los parámetros del modelo de regresión múltiple. Este análisis permite muchos factores observados que afecten a y.
El **modelo** general **de regresión lineal múltiple** puede expresarse como:

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \cdots + \beta_n x_i + \varepsilon_t \qquad (1)$$

Donde:
$\beta_0$es el intercepto
$\beta_1$es el parámetro asociado con x_1
β_2 es el parámetro asociado con x_2. Y así sucesivamente.

La variable "ε_t" en (1) es el **término de error** o **perturbación**. Este término contiene los otros factores distintos de x_1, x_2 , …, x_i, que afectan a "y". No importa cuántas variables explicativas se incluyan en el modelo, siempre habrá factores que no se pueden incluir y todos ellos juntos están contenidos en ε_t . (Wooldridge, 2010)

El análisis de la situación de hambre con base en el MCO en el estado de Zacatecas.

Datos:
Los datos que se utilizaron para la construcción del modelo están concentrados en una tabla que contiene los valores correspondientes al promedio de años de escolaridad, promedio de habitantes por vivienda, el Valor Agregado Bruto per cápita, medido en pesos mexicanos, las hectáreas cosechadas de granos básicos en 2013 además de la variable dependiente, hambre en el estado de Zacatecas, que está medido en porcentaje. Para cada uno de los 58 municipios del estado de Zacatecas.

El conjunto de datos que se usará en el análisis empírico son:

- **Promedio de años de escolaridad**. La relación es Escolaridad-Ingreso. Una relación contundente que existe entre los años de escolaridad, entre más años de escolaridad que se tengan mayor probabilidad de encontrar un trabajo mejor remunerado, y por ende menos probabilidad de padecer el hambre.

- **Promedio de habitantes por vivienda**. Se considera que esta variable es de suma importancia y que se relaciona directamente con el hambre, pues como los estudios de la pobreza del CONEVAL lo indican, las familias más numerosas tienden a ser de las más pobres.

- **VAB per cápita**. Debido a la inexistencia de datos sobre el producto interno bruto municipal en el estado de Zacatecas se calculó el Valor Agregado Bruto Total de la base de datos del INEGI "Censo económico 2009"; para construirlo se sumaron las cifras totales las 18 actividades económicas que el INEGI contabiliza, como son: Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza, minería, generación de energía, agua y gas, construcción, industria manufacturera, comercio, transporte, información, y todos los servicios. Al obtener la cifra se dividió entre el total de la población de cada municipio y se obtuvo el Valor Agregado Bruto Total Per Cápita, medido en pesos mexicanos.

- **Hectáreas cosechadas**: Se consideró esta variable porque como se mencionó anteriormente el estado de Zacatecas es un estado rural, donde una cantidad considerable de la población aún se dedica a este tipo de actividades. Está medida en hectáreas.

- **Porcentaje de población con Hambre** que se pretende medir con el modelo. Las cifras son el porcentaje de gente con carencia alimenticia con respecto al total de la población del municipio.

Análisis econométrico.
El modelo se enfocó en la estimación por Mínimos Cuadrados Ordinarios, de un modelo de regresión lineal múltiple

$$y = \beta_0 + \beta_1 \text{años de escolaridad} + \beta_2 \text{habitantes por vivienda} + \beta_3 VAB + \beta_4 \text{hectáreas cosechadas} + \varepsilon_t \qquad (2)$$

donde:
β_0 es el intercepto.
β_1 es el parámetro asociado a la variable Promedio Años de Escolaridad
β_2 es el parámetro asociado a la variable Habitantes por Vivienda
β_3 es el parámetro asociado a la variable Valor Agregado Bruto
β_4 es el parámetro asociado a la variable Hectáreas Cosechadas en 2013.

El modelo se aproxima a la satisfacción de los supuestos clave en el MCO.

RESULTADOS

Tabla 1. Modelo 1: MCO, usando las observaciones 1-58
Variable dependiente: Población con hambre

	Coeficiente	*Desv. Típica*	*Estadístico t*	*Valor p*	
Constante	−40.68	6.62	−6.14	<0.0001	***
Promedio de habitantes por vivienda	20.13	1.63	12.36	<0.0001	***

Promedio Años de escolaridad	−2.13	0.65	−3.28	0.0018	***
Hectáreas cosechadas 2013	.00002	00002	0.83	0.4092	
VAB	−0.0007	0.0005	−1.43	0.1562	

$$\widehat{hambre} = -40.6838 - 2.1318\ años\ de\ escolaridad + 20.13\ habitantes\ por\ vivienda - 0.0007\ VAB + 0.000023\ hectáreas\ cosechadas + \varepsilon_t \quad (3)$$

En (3) el intercepto β_0 es el valor predicho para $\widehat{hambre}$ cuando todas las variables son igual a cero. Es decir -40.68 es la predicción del porcentaje de población con hambre cuando las variables independientes son cero. Dado que no puede haber una población en negativo, el intercepto, en este caso, no tiene en sí ningún significado.

Estimaciones interesantes son las de los coeficientes *promedio de habitantes por vivienda y promedio de años de escolaridad.* Como era de esperarse existe una relación parcial positiva entre el número de *habitantes por vivienda* y el porcentaje de *personas con hambre*. Con *años de escolaridad, VAB per cápita y hectáreas cosechadas* constantes (*ceteris paribus),* cada punto más en *habitantes por vivienda,* se relaciona 20.13 con el porcentaje de personas con hambre.

Es decir, si se eligen 2 municipios, A y B, y tienen el mismo *promedio de años de escolaridad*, mismo *VAB* y mismas *hectáreas cosechadas* pero en A habita en promedio 1 persona más en la vivienda, que en B, se predice que en el municipio A puede haber 20.13 más porcentaje de hambre que en municipio B. Los tres asteriscos en el p value en este parámetro estimado indican que la variable es al 99% significativa, lo que quiere decir que explica de una manera efectiva a la variable dependiente, siendo esta $hambre$.

El signo de *años de escolaridad*, implica que con *ceteris paribus,* un cambio de un punto en años de escolaridad, tendrá un efecto de -2.13 sobre el porcentaje de población con hambre. Se predice que un año más de educación disminuye el hambre en 2.13. Lo que concuerda con la teoría descrita anteriormente, donde aborda que la población con mayor escolaridad tiene mayor probabilidad de obtener un trabajo mejor remunerado y por ende su probabilidad de tener carencia alimenticia es menor. Al igual que en parámetro estimado *habitantes por vivienda*, el parámetro estimado asociado a *años de escolaridad* tiene una significancia del 99% en el valor de la variable dependiente, es decir que esta variable explica de una forma muy convincente a la variable que se está tratando de estudiar.

El valor estimado para la variable *hectáreas cosechadas en 2013* con *ceteris paribus* en las demás variables arroja un valor de 0.00002, lo que se traduce en aumento muy pequeño en el *porcentaje de población con hambre*. Este es un efecto pequeño que indica que una vez que se ha tomado en cuenta *habitantes por vivienda, años de escolaridad y VAB, las hectáreas cosechadas* no son un fuerte predictor en la *población con hambre,* 1 hectárea más cosechada en el estado de Zacatecas no tiene gran significancia en la variable estudiada. El valor p no es significativo, como puede ser corroborado en la tabla 1.

Naturalmente hay muchos factores que contribuyen al aumento o disminución de la variable dependiente, como ya se abordó en el marco teórico, la producción agrícola en el estado de Zacatecas es mayormente de exportación y aporta un porcentaje bajo al PIB estatal, lo que puede explicar, en parte, el porqué de este valor tan bajo en el parámetro estimado.

Finalmente se estima el valor del parámetro asociado a la variable Valor Agregado Bruto (VAB), -0.0007. El signo negativo indica que por cada unidad que aumente el VAB, el porcentaje de la población con hambre con *ceteris paribus* en las demás variables, disminuirá en 0.07%, lo cual no es significativo, al ser medido el cambio por cada unidad que aumente, sin embargo, si esta unidad se multiplica por 100, o

sea el cambio en el VAB sea un aumento de 100 pesos, el parámetro cambia a 7%, teniendo la posibilidad de reducirse en esta cantidad la población con hambre.

CONCLUSIONES

Los resultados arrojados por el modelo son los esperados. concuerdan con los objetivos planteados. Tomando en cuenta las variables independientes del modelo econométrico construido, se concluye que el número de habitantes por vivienda es el factor más importante al momento de determinar la probabilidad de padecer hambre.

Siendo Zacatecas un estado pobre, marginado y poco industrializado, el aumento de 1 habitante en la vivienda aumenta considerablemente la posibilidad de padecer hambre en el mismo. Un segundo factor es la educación, los resultados muestran que 1 año más invertido en formación académica de una población sí disminuirá la probabilidad de que ésta padezca carencia alimenticia. Por lo que se puede decir que la inversión en la educación es uno de los mejores mecanismos a largo plazo para combatir este problema.

La tierra es un tema aparte, a pesar de que el estado es líder en la producción de algunos productos básicos para lo hogares mexicanos, esta producción no aporta una cantidad considerable al PIB estatal ni nacional, y como se comprueba con el modelo, no tiene significancia sobre la variable estudiada. Finalmente la variable Valor Agregado Bruto, muestra resultados interesantes, pues como se esperaba y de acuerdo a la teoría económica clásica, el aumento en el ingreso de la población podría disminuir la cantidad de personas con carencia alimenticia.

BIBLIOGRAFÍA

Libros
Sanderson, S. (1986). *La transformación de la agricultura mexicana.* D.F., México: Alianza Editorial Mexicana.
Wooldridge, J. (2010). *Introducción a la Econometría, un enfoque moderno.* D.F., México: Cengage Learning Editores.
Rubio, B. (2013). *La crisis alimentaria mundial: impacto sobre el campo mexicano.* México: Porrúa.
Artículos en línea.
CONCANACO. (2014). *Indicadores económicos del estado de Zacatecas.* CONCANACO , Compendio estadístico de SECTUR .
CONEVAL. (2012). *Medición de pobreza.* Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, D.F.
CONEVAL. (2016). *Medición de pobreza.* Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, D.F.
Food Secure Canada . (2012). *usc-canada.org*. Retrieved 2016 йил 27-06 from http://usc-canada.org/UserFiles/File/SixPillars_Nyeleni.pdf
Gobierno de Canadá. EUA y México. (2012 йил 16-04). *TLCANHoy.org*. Retrieved 2016 йил 27-06 from TLCANHoy.org: http://www.tlcanhoy.org/faq_es.asp#faq-1

TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA DE MATERIALES GRAFÉNICOS

Karen Elena Segura Briceño[1] y Gloria Arroyo Jiménez[2]

RESUMEN

Desde el descubrimiento del grafeno su uso se ha popularizado debido a las grandes propiedades y el gran avance que ha conllevado en cualquier área de la industria. El grafeno es un material bidimensional el cual ha acaparado la atención de todo el mundo, por lo cual se han buscado métodos de extracción eficientes para satisfacer las necesidades de la industria.

El presente artículo tiene como objetivo visualizar la industria de autopartes así como los modelos actuales de transferencia de materiales grafenicos que se están utilizando hoy en día. Para llegar a los objetivos establecidos se recabo información verídica en sitos y bases de datos, posteriormente se analizó los rubros establecidos para dar una conclusión de este virtuoso material.

Palabras clave: Transferencia Tecnológica, Métodos de Obtención de Grafeno, Patentes, Comercialización en la Industria de Autopartes.

ABSTRACT

Since the discovery of graphene its use has become very popular due to the large properties and the great progress that has led in any area of the industry. The graphene is a two-dimensional material which has attracted the attention of the entire world, for which they have been sought efficient extraction methods to meet the needs of the industry.

The present article aims to display the autoparts industry as well as the current models of transfer of materials grafenicos you are using today. To reach the objectives set were collect accurate information in websites and databases, subsequently discussed the items set to give a conclusion of this virtuoso material.

Key words: Technology transfer, Methods of obtaining graphene, Patents, Marketing Auto parts Industry

INTRODUCCIÓN

Técnicamente, el grafeno es un material muy ligero cinco veces más que el aluminio, flexible y más resistente que el acero, y además tiene otras cualidades, como su gran conductividad del calor y la electricidad y, sobre todo, que es barato. Para conocer más de las propiedades del grafeno es definido como "una sustancia formada por carbono puro, de un átomo de espesor en la que los átomos están unidos por una estructura de panel de abeja de dos dimensiones" (Berengueras, 2015). Fue observado por primera vez en 1964, no fue hasta el 2004 cuando los investigadores Andre Geim y Konstantin Novoselov lo redescubrieron y describieron con exactitud, un estudio que les valió el Premio Nobel de

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Licenciatura en Administración y Gestión 6 semestre, Urbano Villalón #500 Col. La Ladrillera, C.P. 78363, San Luis Potos, S.L.P., 130618@upslp.edu.mx
[2]Profesora Investigadora, Instituto Tecnológico de Querétaro, División de Estudios de Posgrado e Investigación, Av. Tecnológico s/n esq. Mariano Escobedo, Col. Centro Histórico, C.P. 76000, Querétaro, Qro., garroyo@mail.itq.edu.mx

Física en el 2010. A pesar de las grandes virtudes de este material, existe un gran desconocimiento, por ello; empresas e instituciones en el mundo se han enfocado a investigar exhaustivamente para descubrir el total de características y usos que se le puede extraer a las propiedades del grafeno
.
Se hablara de dos perspectivas en el área del grafeno, la primera atribuirá a identificar los métodos de obtención a nivel nacional IMPI y a nivel internacional WIPO con el propósito de visualizar con profundidad este campo. Como segunda perspectiva se hablara de la industria de autopartes que hoy en día se han incorporado al mercado basándose en la búsqueda de base de datos.

Es imprescindible definir las propiedades del grafeno, pero distintos autores han revelado que la industria revolucionará por completo en los siguientes años. Esto será posible en el momento en que se descubra el método apropiado de obtención para satisfacer las necesidades del mercado tomando en cuenta la calidad, producción en grandes masas y costos bajos.

Por otro lado el Instituto Tecnológico de Querétaro con el apoyo del Fondo Mixto de Fomento a la Investigación Científica y Tecnológica se han sumado a la investigación, y como resultado han desarrollaron polímeros para la industria aeronáutica y automotriz, cuyo sustento es para las alas de los aviones, en el cual se buscaba la movilidad para contrastar las condiciones del viento. En el presente proyecto se presentara un panorama del gran impacto que está conllevando el desarrollo del grafeno.

Después de haber desarrollado cualquier tecnología es necesario establecer un modelo de transferencia, el cual es un proceso para ser vendida o concesionada, teniendo como objetivo adquirir el conocimiento de un producto o derechos de un actor, ya que es "el movimiento de tecnología y saber-hacer (know-how) relativo a la tecnología entre socios (individuos, entidades y empresas) con el objetivo de mejorar como mínimo el conocimiento y habilidad de uno de los socios, así como fortalecer la posición competitiva de cada uno" (Abramson, 1997). Por ende es necesario establecer un proceso satisfactorio.

En cuanto a la transferencia de materiales grafénicos es importante asemejar cada uno de los pasos ya mencionado. Por lo cual se investigó los métodos de transferencia de materiales grafenicos que la industria ha utilizando y así conocer como grandes empresas han protegido su transferencia.

METODOLOGÍA

El presente trabajo fue dividido mediante pasos para la adquisición del conocimiento a través de una investigación bibliográfica, acudiendo a sitios y bases de datos como lo es IMPI, WIPO y EBSCO.Teniendo como objeto la recopilación de información verídica en cuanto al tema de transferencia tecnológica de materiales grafénicos incluyendo aspectos directos e indirectos como; patentes, métodos de obtención de grafeno, comercialización de grafeno, impacto a la industria y usos actuales.

RESULTADOS

A continuación se darán a conocer los resultados por rubros atribuyendo a los objetivos propuestos:

1. **Aplicaciones** *Los siguientes aspectos son unas de las áreas más significativas en la industria del grafeno:*

Medicina: (Hernández, 2016)"Aplican la nanotecnología al reforzamiento de tejidos oculares para tratar enfermedades de la córnea" explicó uno de los investigadores. Gracias a las investigaciones que está desarrollando en Alicante integrado por el departamento de Química Inorgánica y Vissum han desarrollado nanomateriales de carbono entre ellos el grafeno, para que actúen en la córnea y con ello atajar su debilitamiento.

Celulares: Se ha anunciado por los sitios web el descubrimiento de Smartphone caracterizados por su flexibilidad y su dureza, siendo posible por las propiedades del grafeno. Fue anunciado por las empresas Moxi y Galapad de origen chino. (Vida actual, tecnología , 2015).

Por otro lado se encuentra Samsung compitiendo por el mercado del grafeno ya que menciona que ha producido teléfonos celulares a base de grafeno. Según Samsung cuenta con 38 patentes y por lo menos 17 solicitudes que utilizan la palabra "grafeno" en el resumen de su invención, según datos de la Oficina de Patentes y Marcas de ese país y a nivel internacional. (Samsung, 2015).

IBM (The International Business Machines Corporation) construyó un prototipo de chip conformado por grafeno y manteniendo algunos de los materiales como lo es el silicio. Se cree que esta tecnología podría ser utilizada pronto en dispositivos móviles de comunicación, que transmitirían datos más rápidos y con un coste menor al usar menos energía. (IBM, 2015).

Automotriz: La industria automotriz ha revolucionado totalmente ya que la empresa Spania Gta dio a conocer el primer automóvil mencionando “Gta Spano es el primer automóvil que cuenta con 3 partes del coche con los componentes del grafeno, que mejora la resistencia y reduce el peso entre otras múltiples propiedades” (GTA, 2016)

Pintura: Graphenstone es una empresa dedicada a la fabricación de pintura con un toque innovador ya que su producto está elaborado mediante grafeno lo cual lo distingue del mercado, contando con beneficios eficaces enfocados al cuidado del medio ambiente y a la protección de la salud ya que elimina bacterias en el lugar que se coloca el producto. (Graphenstone, Graphenstone, 2014).

1.2. Comercialización

España se ha considerado líder de la producción de grafeno. “España ocupa un lugar privilegiado, como productor y exportador de grafeno. Varias empresas nacionales han alcanzado un grado de especialización muy alto”(INNOVATICIAS, 2015). Ya que cuenta con 7 empresas y 2 instituciones en el campo de la industria. Por otro lado el resto del mundo se han interesado por el continuo descubrimiento del grafeno, con el propósito de encontrar métodos factibles para la producción en grandes masas para satisfacer las necesidades del mercado.

Se puede observar en la tabla 1, que estas dos marcas registradas en el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial provienen de la empresa GRAFOID la cual está situada en Canadá.

Tabla 1 Según el IMPI ha registrado 2 marcas en territorio nacional las cuales son:

Marca	Datos del titulo	Productos y Servicios
Grafspire	GRAFOID, Albert Street, Canadá	1. Productos higiénicos y sanitarios, para uso médico y veterinario.
Grafmind	GRAFOID, Albert Street, Canadá	**1.** Compuesto químico que comprende naylon y grafeno, para su uso en la fabricación de aviones y automóviles. **2.** Productos higiénicos y sanitarios de material compuesto que comprende nailon y grafeno

1.3. Patentes

Mediante la búsqueda de patentes en las páginas oficiales como IMPI y WIPO se han obtenido los siguientes registros los cuales han sido plasmados en diagramas representados en las ilustraciones 1 y 2 los cuales son divididos por patentes y los que se encuentran en solicitud, así como subdivisiones de productos o métodos de obtención de grafeno. A pesar que la industria del grafeno ha sido considerada en proceso de crecimiento hoy en día empresas e instituciones han buscado posicionarse en el mercado del grafeno en cualquiera de sus ámbitos. Se puede observar que en el IMPI se han registrado 7 patentes y 15 se encuentran en solicitud mientras que en WIPO 23 patentes y 9 solicitudes.

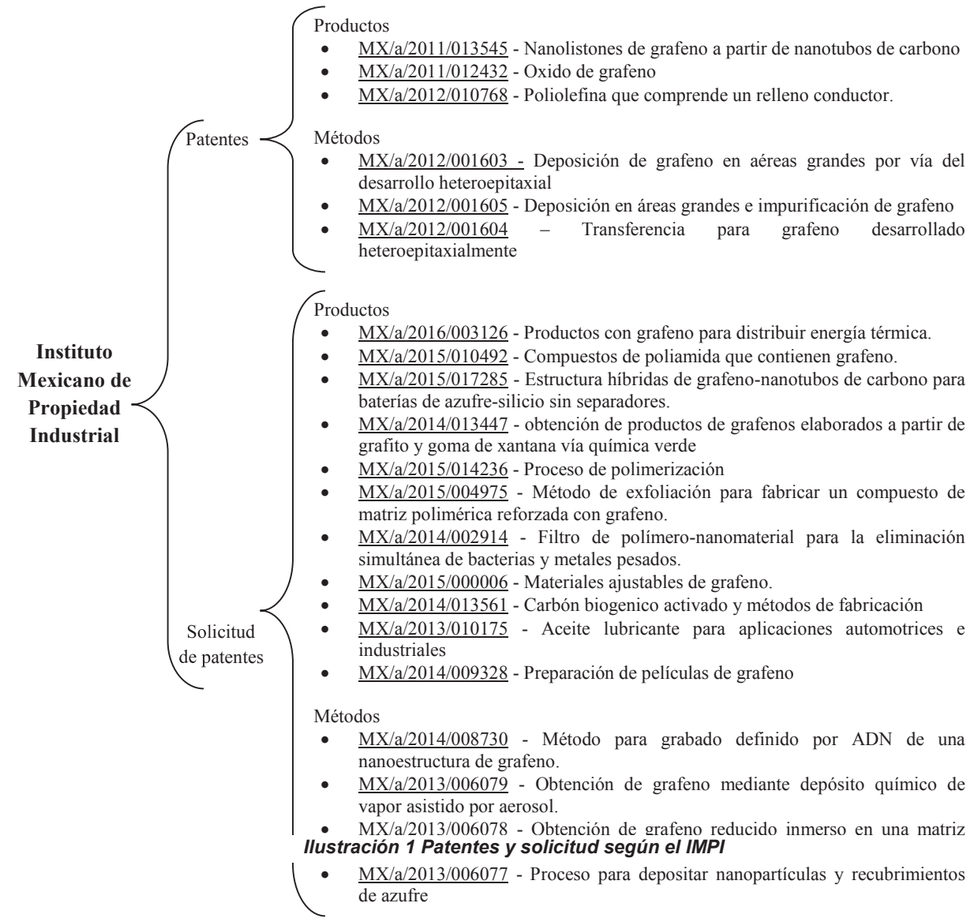


Ilustración 1 Patentes y solicitud según el IMPI

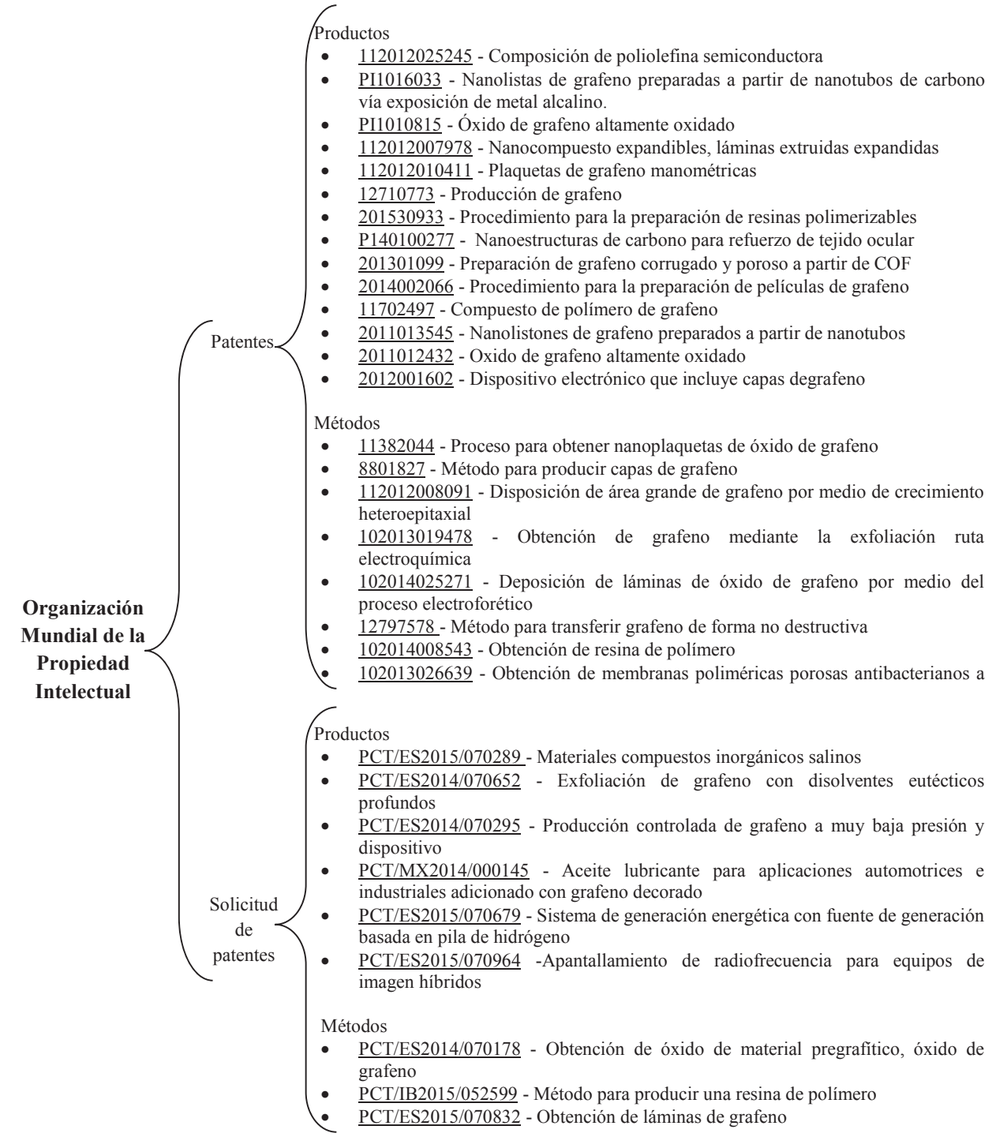


Ilustración 2 Patentes y solicitudes según WIPO

2. **Transferencia Tecnológica de materiales grafénicos**

Investigadores de la Universidad Nacional de Singapur (NUS), ha desarrollado un método de un solo paso para crecer y transferir de alta calidad grafeno en el silicio y otros sustratos rígidos.Creció grafeno

sobre una capa de catalizador de cobre revestimiento de un sustrato de silicio. Después del crecimiento, el cobre es grabado mientras que el grafeno se mantiene en su lugar por las burbujas que se forman puentes capilares. Los puentes capilares ayudan a mantener el grafeno en la superficie de silicio. El grafeno se adhiere a la capa de silicio.(Singapore, 2013). Esta técnica permite a la aplicación de dispositivos como moduladores optoelectrónicas, transistores, biosensores en el chip y las barreras de túnel.

En la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO) se hanregistrado 2 patentes de métodos de transferencia de grafeno.

- **Método para transferir grafeno de forma no destructiva**

  Autor: Institute of Metal Research Chinese Academy of Sciences

  Número de patente: 2571602

- **Procedimiento de transferencia de nanocapas de grafeno y aparato de realización del mismo**

  Autor: Universidad Politécnica de Madrid

  Número de patente: B32B38/10

CONCLUSIONES

Mediante los objetivos propuestos se ha entregado los presentes resultados los cuales representaron que las alternativas de mercado son demasiadas ya que las propiedades del grafeno se prestan para ser utilizados en cualquier sector. En cuanto a la perspectiva del Instituto Tecnológico de Querétaro que ha desarrolló nuevos componentes (polímeros) para la industria aeronáutica y automotriz por medio de plásticos sintéticos reforzados con nanomateriales puede ser protegido ya que no se ha encontrado ningún registro igual o similar en IMPI, WIPO o en la base de datos de EBSCO.

El panorama de la industria de autoparte será cada día mayor, ya que investigadores como es el caso de Spania GTA han creado un automóvil totalmente revolucionado. A pesar de dichas virtudes este material no se ha incorporado al mercado en su totalidad ya que hoy en día se encuentran en investigaciones. A pesar de esto en cuanto a la industria de autopartes se ha registrado solo 1 patente en tanto en territorio nacional como internacional.

Tabla 2 Patente registrada en IMPI y WIPO en cuanto en la industria de autopartes

Numero	Titulo	Solicitante
IMPI - MX/a/2013/010175 WIPO - PCT/MX2014/000145	Aceite lubricante para aplicaciones automotrices e industriales adicionado con grafeno decorado.	Instituto tecnológico y de estudios superiores de monterrey

BIBLIOGRAFÍA

Abramson, N. (1997). The national academies press. Recuperado el 25 de Junio de 2016, de http://www.nap.edu/catalog/5271/technology-transfer-systems-in-the-united-states-and-germany-lessons

Berengueras, J. (27 de Febrero de 2015). Economía . Obtenido de Economía : http://www.elperiodico.com/es/noticias/economia/que-grafeno-material-revolucionara-mundo-caracteristicas-4932350

Graphenstone. (s.f.). Graphenstone . Recuperado el 18 de Junio de 2016, de http://www.graphenstone.com/productos.html

Graphenstone. (2014). Graphenstone. Recuperado el 18 de Junio de 2016, de http://www.graphenstone.com/productos.html

Gta, S. (s.f.). Spania Gta. Recuperado el 1 de Julio de 2016, de http://www.spaniagta.com/es/gta-spano-history

GTA, S. (2016). Spania GTA. Recuperado el 1 de Julio de 2016, de http://www.spaniagta.com/es/gta-spano-history

Hernández, J. (4 de Abril de 2016). Información . Recuperado el 27 de Junio de 2016, de Información : http://www.diarioinformacion.com/alicante/2016/04/03/grafeno-abre-paso-medicina/1745586.html

IBM. (2015). IBM. Recuperado el 1 de Julio de 2016, de http://www.ibm.com/mx-es/
INNOVATICIAS. (2015). INNOVATICIAS. Recuperado el 3 de Julio de 2016, de http://www.innovaticias.com/innovacion/30711/espana-lidera-la-produccion-de-grafeno
Jorge Sabato y Michael Mackenzie. (1982). Visión Industrial. Obtenido de Visión Industrial: http://www.visionindustrial.com.mx/industria/la-tecnica/que-es-la-tecnologia
Manchester, T. U. (2012). Manchester. Obtenido de Manchester: http://www.graphene.manchester.ac.uk/
Samsung. (2015). Samsung. Recuperado el 28 de Junio de 2016, de http://www.samsung.com/mx/home/
Singapore, N. U. (12 de Diciembre de 2013). NUS News. Obtenido de NUS News: http://news.nus.edu.sg/press-releases/7133-nus-researchers-develop-novel-bio-inspired-method-to-grow-high-quality-graphene-for-high-end-electronic-devices
Vida actual, tecnología . (4 de Marzo de 2015). Recuperado el 30 de Junio de 2016, de Vida actual, tecnología : http://www.elpais.com.uy/vida-actual/lanzaran-smartphones-cien-veces-mas.html

RESPONSABILIDAD SOCIAL FORMACIÓN E IMPACTO SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES

Wendy Arely Segura Sanchez[1] y Martha Alicia Alonso Castañón[2]

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo conocer el nivel de percepción, de la formación y conocimientos de estudiantes de nivel superior, sobre el tema de Responsabilidad Social (RS), ya que día a día este aspecto es más importante de atender por parte de las organizaciones. Actualmente existe una mayor inquietud en las empresas de realizar sus operaciones con un enfoque en el desarrollo sustentable en beneficio de la misma organización y de la sociedad. Por lo tanto, se requiere formar capital humano que pueda integrarse a las empresas en apoyo a la implementación de estrategias que mejoren las relaciones entre la organización y su entorno. La educación formal e informal, los valores familiares, la cultura y el entorno, con el que diariamente interactúan las personas, influye en el comportamiento de las personas y por lo tanto puede facilitar el éxito en la implementación de acciones en materia de RS en las empresas, que les permitan un mayor crecimiento económico, social, y medioambiental.

ABSTRACT

This research has as main objective to know the level of perception about, training and knowledge of senior students on the subject of Social Responsibility (SR). Because every day this aspect is more important to care by organizations. Nowadays, there is a major concern for companies to conduct their operations with a focus on sustainable development for the benefit of the same organization and society. Therefore, it is required to form human capital that can be integrated to support companies in the implementation of strategies to improve relations between the company and its environment. Formal and informal education, family values, culture and the environment, with the daily people interact, influences personal behavior and therefore can facilitate the successful implementation of actions on SR in business. That allow them greater economic, social, and environmental growth.

Palabras Clave: Responsabilidad social, medio ambiente, cultura, educación superior.

INTRODUCCION

En la primera década del siglo XXI la llamada Responsabilidad Social se presenta como nuevo reto en la sociedad y en las organizaciones, por el impacto que tiene en su entorno. Las Instituciones de Educación Superior (IES) comprometidas con desarrollar profesionistas, que respondan a las necesidades de las organizaciones, deben considerar este aspecto, favoreciendo que los estudiantes tengan un mayor grado de concientización y responsabilidad sobre las acciones que día a día realizan y así llevar este compromiso a las empresas.

De acuerdo a la Conferencia Mundial de la UNESCO, celebrada en 1998, donde se desarrollaron grandes directrices para la educación superior de todos los países, se consideró que para México aún existen

[1] Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Francisco I. Madero, No 849, Col. Moderna, C.P. 78233, San Luis Potosí, S.L.P., México, wendya.segura.s@hotmail.com
[2] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Urbano Villalón No. 500 Col. La Ladrillera. C.P. 78363. San Luis Potosí, SLP. martha.alonso@upslp.edu.mx

metas clave a alcanzar en el desarrollo de la educación superior, tras enfrentarse a vulnerables elementos de política, social, económica, y educativa que proporcionan inestabilidad. Con dicha necesidad se plantea reflexionar al respecto de ubicar a la Responsabilidad Social como valor obligado; este concepto no es nuevo, y de hecho, se comienza a introducir en el discurso de algunas empresas a partir de 1889, como una forma de organizar y administrar las riquezas de las empresas hacia el bien de la sociedad (Carnegie 1993).

En ese sentido la Organización de Estados Americanos (OEA, 2008) en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) definen la Responsabilidad Social como: "Una política de calidad ética del desempeño de la organización que se ocupa de la gestión responsable de los impactos que genera hacia dentro y hacia fuera, solucionando continuamente los problemas diagnosticados en colaboración con las partes interesadas y/o afectadas."

En este sentido, se considera fundamental reconocer la importancia de la formación de profesionistas socialmente responsables, capaces de adoptar y adaptar conductas y valores con enfoque en RS, las cuales en su forma básica pueden ser adquiridas desde la familia, en la escuela y ser aplicadas a lo largo de la vida y por lo tanto en la actividad laboral.

MARCO TEORICO

La OIT (2006) establece que la Responsabilidad Social (RS): "Es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores"

El término de Responsabilidad Social, es complejo, pues incluye aspectos del medio ambiente, la transparencia en las operaciones económicas de las organizaciones, el ambiente laboral, etc.; la RS es un compromiso de todos, desde el papel de la persona como integrante de una familia, como estudiante, profesionista y ciudadano.

Algunas empresas se dicen comprometidas con el medio ambiente, por ejemplo, en la producción de bienes y servicios, cuidando el nivel de contaminantes que generan, la energía utilizada y reciclando materiales; no obstante, las empresas se integran con personas, los empleados, con los cuales también se debe mostrar Responsabilidad Social. Esto se puede observar desde un trato digno hasta la confianza en comunicar situaciones críticas de la empresa, así como en proveer un buen ambiente de trabajo, que favorezca un desempeño eficiente.

Por otro lado, se tiene el compromiso con la sociedad de emitir cuentas claras, atendiendo a la transparencia. Este aspecto se ha convertido, de acuerdo con el Global Reporting Iniciative (GRI), en un elemento crítico para construir confianza, mantener o mejorar la reputación y la gestión de los riesgos (GRI, 2015) así, de esta manera, la empresa muestra responsabilidad con la sociedad y puede alcanzar sus metas conjuntamente.

METODOLOGIA

Como parte de las actividades del proyecto, se desarrolló un cuestionario de 40 preguntas, divididas por secciones, considerándose aspectos de medio ambiente, entorno económico, personal y académico. El instrumento se aplicó a los alumnos de la Licenciatura en Administración, de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, de la ciudad de San Luis Potosí. Dadas las condiciones y limitantes, se aplicó el instrumento a estudiantes en curso de verano, de diferentes semestres, considerando una población de 350 estudiantes.

RESULTADOS

En esta primera etapa se aplicó el cuestionario a estudiantes de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. En total se aplicaron 151 cuestionarios en los dos turnos en los que se ofrecen cursos de verano.

En primer lugar se pretende obtener información sobre los conceptos que los estudiantes identifican con el término de Responsabilidad Social. Los resultados arrojan que el 86% de los estudiantes considera que la RS es tener compromiso con la sociedad y el medio ambiente; también se mencionan los conceptos de valores y ética profesional, así como ayudar a los demás; solo el 2% menciona el compromiso y la responsabilidad de las empresas con la sociedad, empleados, compradores y proveedores; estos resultados se presentan en la Figura 1. El respeto, el reciclaje de materiales y el cuidado del entorno son los tres elementos con mayor porcentaje de menciones, en relación al término que se estudia, como se indica en la Figura 2.

Por otro lado, el 30% de los alumnos reportan que realizan actividades relacionadas con la RS. Entre las actividades mencionadas que se desarrollan se destacan: 28% cuidado del agua y el medio ambiente; 15% recolección de materiales para reciclar; 15% separar basura.

En el caso de los alumnos que realizan actividades de este tipo en su casa, se reportan los siguientes resultados: el 46% realiza actividades como reciclar materiales, ser ordenado, no tirar aceites de cocina, no usar automóvil, participar en actividades de reforestación. Cada acción tiene una reacción y estas se ven reflejadas en el entorno en el que convivimos como la familia, la escuela, y la sociedad.



Figura 1. Que es la Responsabilidad Social.
Fuente: Elaboración propia.

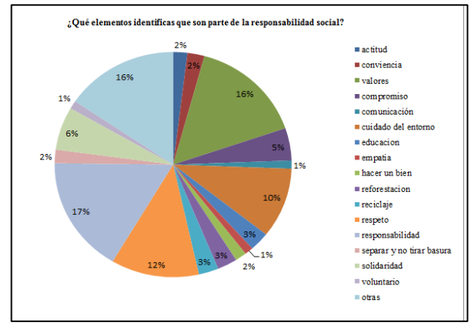


Figura 2. Elementos importantes de RS
Fuente: Elaboración propia.

Otro aspecto que se consideró en el cuestionario, es si realizar actividades con enfoque en RS tiene impacto en los diversos ámbitos en los que se desenvuelve el estudiante. Las respuestas indican lo siguiente: el 29% menciona que el impacto percibido, en el ámbito familiar, es que aumenta la unión entre los miembros de la familia; el 21 % indica que impacta en la generación de valores y el 18% opina que favorece la adquisición de buenos hábitos desde casa.

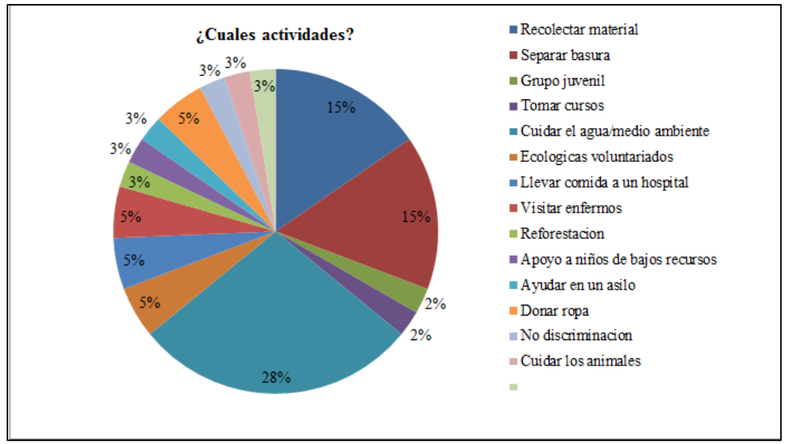


Figura 3. Actividades que realizan los alumnos consideradas como parte de la Responsabilidad Social.
Fuente: Elaboración propia.

El impacto en el ámbito académico se percibe como: Beneficio social, 23%; preparación para la realidad laboral 14% y adquisición de valores el 17%.

En el aspecto laboral, consideran que mejora el ambiente laboral 27%; incrementa la responsabilidad del personal, 23%; mejora la conciencia humana 15%. Por otro lado se percibe una influencia en la formación de la sociedad y en la integración de grupos de personas, 41% y 16 %, respectivamente.

Por otro lado, el 56% de los estudiantes reporta que realiza actividades de RS en la universidad. Las actividades con mayor número de menciones son: separación de basura con 11%; apoyo con comida a personas de escasos recursos, donación de juguetes y donaciones a casa hogar 11%. Las acciones para controlar los productos de consumo se reporta con un 1% como parte de la responsabilidad social.

Fuera de la Institución sólo el 17% participa en actividades que considera de RS; se destaca la participación en el Capítulo Universitario del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas A.C, con un 15% de la población estudiantil; los estudiantes participan de manera independiente a los programas oficiales de la universidad. Esta actividad se considera la más importante, pues como parte de las funciones del grupo estudiantil se desarrollan acciones en apoyo a otros estudiantes.

Con respecto a la normatividad de la Institución, se preguntó a los alumnos si consideran que la Misión de la Facultad de Contaduría y Administración contempla elementos de RS, a lo cual el 59% de los estudiantes responden que si identifican elementos que responden al tema de investigación. Por otro lado, en lo que respecta al Plan de Estudios, el 61% de los alumnos identifican materias, como Desarrollo Humano, en la que se promueven actividades como: visitar orfanatos, asilos, casas hogar y donar artículos como juguetes y ropa.

El análisis en este apartado tiene como finalidad identificar que tanto la Institución, tanto en su normatividad como en el plan de estudios del programa educativo, contempla la formación y el involucramiento de los estudiantes en aspectos de RS, de manera que en su integración al mercado

laboral desarrollen sus funciones favoreciendo, además del aspecto del medio ambiente, una mayor transparencia en la operación y un fuerte sentido de ética profesional en su desempeño.

En función de la información obtenida, se puede comentar que los alumnos perciben un compromiso por parte de la Universidad, por fomentar en el alumno una ética profesional para su desempeño en el ámbito laboral. El 48% de los estudiantes identifica que el programa de estudios hace siempre énfasis en la relevancia de la transparencia en las operaciones económicas, reflejado en los contenidos de materias de finanzas, contabilidad etc. Promoviendo el cumplimiento de la normatividad y las obligaciones tributarias.

En el aspecto ambiental la Universidad muestra su compromiso, de acuerdo a la percepción de los alumnos, ya que contempla lo siguiente: Restricción de no fumar, separar basura, cuidado de las áreas verdes, dándoles a los estudiantes una educación ambiental y fomentando buenos hábitos para su desarrollo como profesionista.

Sin embargo, aun cuando se cuenta con señalética en los edificios, para favorecer el cuidado del medio ambiente, los alumnos no saben si existe un programa con finalidad ambiental o si hay un responsable. Por otro lado, afirman saber que la Universidad promueve la reducción del uso del agua, la promoción de deporte y actividades culturales, y que se fomenta el buen desarrollo de los alumnos.

Los alumnos observan que la Institución ha desarrollado convenios con otras IES, como la Escuela Bancaria y Comercial (EBC), con la cual, en conjunto, trabajan por la responsabilidad estudiantil en beneficio de la sociedad. La Institución cuenta con convenios para ofrecer becas a los alumnos de excelencia, apoyando a estudiantes de escasos recursos y alto rendimiento académico. Se menciona la existencia del buzón de sugerencias, que permite a los estudiantes presentar sugerencias para mejorar las condiciones que se identifiquen como área de oportunidad.

CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social, es más que solamente el cuidado del medio ambiente. Es un hecho que la educación y valores que se reciben en la familia tienen un fuerte impacto en el comportamiento de las personas en otros espacios, como son la escuela y el trabajo. Las IES deben formar profesionistas socialmente responsables que respondan a los retos globales de las empresas y organizaciones.

Al término de esta investigación se ha observado que los estudiantes de la Licenciatura en Administración, muestran un conocimiento parcial sobre el termino de Responsabilidad Social con un enfoque principalmente al aspecto ambiental, 86% de la población estudiantil. Otros elementos como: el trabajo digno en la organización, la transparencia en cuentas, el cumplimiento con las obligaciones de ley, no tienen menciones significativas.

Los estudiantes perciben que en casa se fomenta el cuidado del medio ambiente y del agua; posteriormente el alumno, en el ambiente académico, desarrolla aprendizajes, realizando otro tipo de actividades, curriculares o extracurriculares, fomentadas a través de las materias del plan de estudios. Se puede establecer que los hábitos que se adquieren en casa, con el paso de los años, en su formación en la universidad y, de manera independiente, con otras organizaciones, influirán en los alumnos para ser personas socialmente responsables y serán elementos clave, contribuyendo al desarrollo sustentable que se busca para la sociedad a través de las organizaciones.

La Responsabilidad Social es un elemento indispensable en el desarrollo de las personas; es necesario difundir el alcance de este término y resaltar la importancia que tiene para el desarrollo de la sociedad en general. Las IES tienen el reto de fortalecer este aspecto en la formación de sus egresados. En particular,

a los futuros administradores les permitirá ejercer de manera más eficiente su profesión apoyados en una visión sistémica.

BIBLIOGRAFÍA

ANTELO-GONZÁLEZ, Y. Y.; ALFONSO-ROBAINA, D.; CALLEJO-CARBALLEDA, C.M.; DE LEÓN-MARTÍN, M. (2015) "Estrategia de Responsabilidad Social de Bayer CropScience en la comunidad Mamonal de Cuba" Ingeniería Industrial Vol. XXXVI/No. 3/septiembre-diciembre/2015/p. 318-327

BUNNER, J (2000) "Globalización y el futuro de la educación Tendencias, desafíos, estrategias" En análisis de prospectivas de educación en América Latina y el caribe UNESCO- Santiago.

GLOBAL REPORTING INICIATIVE (2015): "Sustainability and Reporting Trends in 2025". Disponible en: https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Sustainability-and-Reporting-Trends-in-2025-1.pdf.

MENDIZABAL B., G & TUFIÑO G., B. (2015). "Desafíos de la responsabilidad social corporativa (RSC) frente a los derechos humanos de los trabajadores: el ejemplo mexicano" en Alegatos, Num. 91, Septiembre / diciembre 2015, [pp. 591-610]

OEA-BID (2008). "¿Cómo enseñar Ética, Capital Social y Desarrollo en la Universidad? Estrategias de RSU". Módulo 2. Responsabilidad Social Universitaria: Ética desde la organización. OEA.

ORENCIO, V., OTEO. (2015). "Factores que influyen en la calidad y cantidad de Responsabilidad Social en las empresas españolas estudios de casos de las empresas". Ibex 35, Economía Publica, Social y Cooperativa, 85, 37.

UNESCO (1998). "Declaración mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI Visión y Acción", Paris, Francia: UNESCO.

ANÁLISIS PROCESO ELECTORAL DURANGO 2016

Jazmín Alejandra Solís López y Blanca Chong López

RESUMEN

Este proyecto aborda integralmente el análisis de la cobertura que se les dio a los candidatos y partidos políticos en la contienda electoral a la candidatura estatal que se desarrolló en Durango en los dos medios impresos más importantes de la Comarca Lagunera, El Siglo de Torreón y La Opinión Milenio.

El trabajo tiene como objetivo conocer el tratamiento que se les da a las notas periodísticas de los candidatos, el espacio que se le brinda a cada uno de ellos y en número de notas que aparecen en ambos medios. Durante el Verano de la Ciencia se colaboró con este proyecto primero, recolectando los periódicos según las fechas en que se desarrollaron las campañas electorales, después codificando la información obtenida de cada una de las notas y finalmente haciendo un análisis de los resultados obtenidos.

INTRODUCCION

Los procesos electorales representan uno de los momentos más importantes en las sociedades democráticas. En esos contextos destacados lo constituye los medios de Comunicación Masiva, al servir no solo para que los partidos expongan sus posiciones, sino también como canales a través de los cuales la sociedad demuestra sus opiniones sobre las propuestas políticas. Ello ha tenido como consecuencia una creciente mediatización en el desarrollo de los procesos electorales (Canseco, 2012).

Por la forma en que se expone a los candidatos y sus propuestas, y la manera en que se trata la información relacionada con dichos actores políticos, se puede conseguir que las personas acepten o rechacen al candidato, logrando así influir en la acción del voto, puesto que <<es difícil pensar […] que una inversión multimillonaria, como lo es el marketing electoral, no tenga efecto alguno en la decisión del voto de los electores>> (Macías, 2007:302). Por ello la necesidad de emprender líneas de investigación acerca de la cobertura mediática de los actores políticos en los procesos electorales.

METODOS Y MATERIALES

El objetivo general del proyecto de investigación fue analizar el contenido informativo que difundieron los dos medios impresos más importantes de la Comarca Lagunera, con el fin de identificar la equidad y tratamiento periodístico que ofrecieron sobre los candidatos a la gubernatura del estadio de Durango en la contienda electoral del 2016.

1. ¿En qué sección del periódico se presentó la nota?
2. Nombre del candidato al que hace referencia la nota.
3. ¿Cómo se originó la noticia analizada?
4. ¿Cuál fue el género periodístico bajo el que se presentó la nota?
5. ¿Cuál fue el Tema más importante que se trató en la nota?
6. ¿Cuál fue el segundo Tema en importancia de los que se trataron en la nota?
7. ¿En la nota se hace referencia de manera explícita a una propuesta o una promesa del candidato analizado?

Con el fin de realizar el estudio de la información sobre la contienda en medios impresos se diseñó un análisis de contenido. La muestra fue de dos semanas compuestas, una del mes de abril y otra del mes de

mayo, debido a que el periodo de campaña electoral se desarrolló a partir del 03 de abril hasta primero de junio. En este periodo se analizaron 81 notas periodísticas en ambos medios.

RESULTADOS

Ambos medios dieron una cobertura pequeña para las candidaturas estatales. El Siglo de Torreón registró 50 notas mientras que La Opinión Milenio solo 31 Los candidatos que obtuvieron más espacio en los medios fueron Esteban Villegas, en Milenio tuvo más cobertura mientras que José Rosas Aispuro tuvo más espacio en El Siglo. Quien recibió menos espacio fue la candidata Nancy Carolina Vásquez Luna contendiente del Partido Encuentro Social con solo tres notas en el Siglo (tabla 1).

El origen de las notas analizadas se registró que la mayoría provenían de los eventos realizados por los candidatos, en el caso de Milenio, mientras que en el siglo la mayoría de las notas eran investigaciones realizadas por los reporteros (tabla 2).

Los temas que más se abordaron en el análisis fueron principalmente de política partidista, en segundo lugar están otros temas que involucran al Instituto Nacional Electoral (INE), José Rosas Aispuro fue quien más hablo sobre política partidista (Tabla 3).

Esteban Villegas y José Rosas Aispuro fueron quienes más promesas realizaron durante sus campañas (tabla 4)

Tabla 1 Notas por candidato

CANDIDATO	SIGLO	%	MILENIO	%
1) Esteban Alejandro Villegas Villarreal (PRI – PVEM – PANAL – PD)	14	17.28	17	20.98
2) José Rosas Aispuro Torres (PAN – PRD)	20	24.69	10	12.34
3) Alejandro González Yáñez (PT)	5	6.17	0	0
4) José Guillermo Fabela Quiñones (Morena)	4	4.93	4	4.93
5) Nancy Carolina Vásquez Luna (Partido Encuentro Social)	3	3.7	0	0
6) Alejandro Campos Avitia (Candidato independiente)	3	3.7	1	1.23
TOTAL	50	60.47	31	39.48

Tabla 2 Origen de la nota analizada

	SIGLO	%	MILENIO	%
1) Rueda de prensa	6	7.4	2	2.46
2) Boletín informativo	0	0	0	0
3) Investigación del reportero	20	24.69	8	9.87
4) Entrevista exclusiva	0	0	1	1.23
5) Encuesta (resultados, posturas, comentarios, etc.)	11	13.58	0	0
6) Eventos, foros, mítines o reuniones del candidato	13	16.04	18	22.22
7) Otros medios de información (diferentes al analizado)	0	0	2	2.46
8) Reportaje	0	0	0	0
9) Crónica	0	0	0	0
10) Otra	0	0	0	0
TOTAL	50	61.71	31	38.24

Tabla 3 Tema más importante que se trato en las notas por los candidatos

	Esteban Villegas		Jose Rosas Aispuro		Alejandro González		Guillermo Fabela		Nancy Vásquez Luna		Alejandro Campos		
	SIGLO	MILENIO	SIGLO	MILENIO	SIGLO	MILENIO	SIGLO	MILENIO	SIGLO	MILENIO	SIGLO	MILENIO	TOTAL
1)Economía	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
2)Seguridad Pública	2	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	0	7
3)Sindicatos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4)Transparencia y acceso a la información	1	0	1	0	3	0	2	0	1	0	1	0	9
5)Educación	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
6)Empresas Paraestatales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7)Relaciones exteriores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8)Participación Ciudadana	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2
9)Administración Pública	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
10)Deportes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11)Religión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
12)Infancia y juventud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13)Grupos vulnerables	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
14)Minorías y étnias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15)Medios de comunicación	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
16)Ciencia y Tecnología	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
17)Empleo y desempleo	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3
18)Política partidista	5	6	14	4	0	0	0	0	1	0	1	1	32
19)Infraestructura	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
20)Agricultura y Ganadería	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
21)Corrupción	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
22)Salud Pública	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
23)Otro	1	1	1	0	1	0	1	3	1	0	1	0	10
TOTAL	14	17	20	10	5	0	4	4	3	0	3	1	81

Tabla 4 Referencia explícita a una propuesta o promesa del candidato

	Esteban Villegas		Jose Rosas Aispuro		Alejandro González		Guillermo Fabela		Nancy Vásquez Luna		Alejandro Campos		TOTAL
	SIGLO	MILENIO	SIGLO	MILENIO	SIGLO	MILENIO	SIGLO	MILENIO	SIGLO	MILENIO	SIGLO	MILENIO	
SI	8	11	6	5	1	0	0	0	0	0	0	1	32
NO	6	6	14	5	4	0	4	4	3	0	3	0	49
TOTAL	14	11	20	10	5	0	4	4	3	0	3	1	81

CONCLUSIÓN

Los medios de Comunicación mexicanos no son políticamente neutrales, en el caso de este análisis en ambos medios impresos, los principales de la Comarca Lagunera, los candidatos que tuvieron más espacio en estos son representantes de los partidos políticos más influyentes de México, es decir el PRI Y EL PAN con sus respectivas coaliciones.

Los temas más abordados fueron de política partidista, es decir que sus campañas se basaban en promesas. La guerra sucia que se desato en estas notas no hacía referencia explícitamente a los nombres de los candidatos, si no a los diferentes partidos, instituciones públicas y el gobierno en turno.

El método más utilizado para generar seguidores eran los eventos realizados en diversas localidades del estado. Con los que respecta a los demás contendientes, estos casi no tuvieron espacio en los diferentes medios impresos, y las notas en donde eran mencionados en su mayoría hablan sobre quejas a diversas entidades públicas o problemas en lo que se veían envueltos.

BIBLIOGRAFÍA

Canesco, R. (2012) Valores para la calidad democrática. *Revista Mexicana de Comunicación,* 132, octubre-diciembre.

Macias, H. (2007) Medios de comunicación, percepción de campañas y votantes tijuanenses durante el proceso electoral presidencialde 2006. *XIV Anuario de Investigacion de la Comunicació,* CONEICC, 289-304.

PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR EN CUANTO A SERVICIOS MÉDICOS EN LÍNEA

Oliver Román Sosa Penilla[1] y Xóchil Hernández[2]

RESUMEN

El siguiente documento contiene información sobre la aceptación que tienen las personas que viven en San Luis Potosí hacia los servicios médicos en línea. La investigación se llevó a través de un método de sondeo en el cual se encuestó a 100 personas, una entrevista con un propietario de este servicio e investigación documental.

El alcance del proyecto fue el conocer cómo es el funcionamiento del modelo de negocio, quienes se encuentran presentando el servicio tanto en San Luis Potosí, en México y en el mundo. Además, se investigó la aceptación que el modelo ha tenido en otros países similares. En base al proceso de compra del consumidor se analizó como éste puede llegar a utilizar éste servicio. Al final se obtuvo una investigación que permitirá realizar una investigación más profunda.

ABSTRACT

This research it's about, ¿how is the acceptation from the costumer to the Medial Services Online? This document contains Documental Investigation, an interview with a local CEO from a web site that offers this service and a test survey made to 100 persons. Obtaining as result a pre-research allowing future researchs.

Palabras clave: Médico, Online, Entrevista, Encuestas, Pre-investigación.

INTRODUCCIÓN

Como consecuencia del avance tecnológico se ha dado paso a la creación de nuevos modelos de negocio y extinción de aquellos que no han logrado adaptarse a los tiempos modernos. Uno de los modelos de negocio que nace como consecuencia de éstos cambios es la telemedicina, la cual consiste dar una consulta médica utilizando los medios de comunicación electrónicos, de ésta manera se logra dar mejor atención a los pacientes y se logra llegar a las personas que no tienen posibilidad de asistir físicamente a un médico, o bien atendiendo los casos que no requieren una consulta presencial.

Actualmente la telemedicina se encuentra en fase introductoria en el país, por lo que no se cuenta con investigaciones previas que muestren un panorama claro sobre el éxito que éste modelo podría tener.

MARCO TEÓRICO

Actualmente el servicio es ofrecido en San Luis Potosí por el Doctor Sergio Sifuentes Cerda, quién a través de su página web "mimedicoenlinea.mx" puede realizar una consulta en la cual ofrece un seguimiento con historial médico, envío de recetas válidas mediante firmas electrónicas, recomendaciones para sus pacientes e información de utilidad médica.

[1] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Licenciatura en Administración y Gestión. Colonia Quintas de la Hacienda 2, Quinta de las Rosas, Calle 1, No. 120-A. C.P: 78348. Soledad, San Luis Potosí. 120579@upslp.edu.mx.
[2] Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Academia de Mercadotecnia. Frac. El Rosedal, Rosa de Holanda 112ª, C.P: 78120, San Luis Potosí, San Luis Potosí. xo.velazquez@gmail.com

Éste servicio es manejado mediante un proceso el cual consiste en:

1. Registro único en la página web para poder dar seguimiento al expediente. El registro puede ser personal o familiar.
2. Facilidad para agendar una cita en un servicio 24/7, rellenando un formato con especificaciones sobre la consulta que se quiere realizar.
3. Una vez llenado el formato se procede a realizar el pago mediante tarjeta de crédito. Cabe mencionar que el doctor está buscando nuevos métodos de pago accesibles para personas que no posean una tarjeta de crédito.
4. En la hora seleccionada por el paciente se realizará una video llamada.
5. En caso de ser necesario el médico expedirá una receta médica la cual tendrá valides en cualquier farmacia.

Hoy en día dentro del país no se cuenta con un estudio sobre el comportamiento del consumidor ante estos servicios.
En chile se llevó a cabo un estudio llamado “Primer reporte e-healt” como consecuencia de la falta de investigación acerca de éste servicio en Latino América, a través de una encuesta realizada y finalizada por 1490 personas Latinoamericanas.

MÉTODOS Y MATERIALES

La investigación se realizó a través de 3 métodos:

- **Investigación Documental**: Buscando información sobre estudios previos realizados tanto en El país como en otros lados del mundo, además, se investigó el proceso de compra de un consumidor vía Online, se investigó de igual forma los modelos de negocio emergentes debido al avance de las tecnologías de la comunicación y finalmente se buscó páginas web que ofrecieran servicios iguales o similares.

- **Entrevista**: Se entrevistó al Doctor Sergio Sifuentes Cerda, propietario de una página web que ofrece el servicio de consulta en línea. Indagando en su experiencia médica profesional, los pros y contras de éste servicio y sus planes a futuro para mejorar el modelo.

- **Encuesta**: Se realizó una encuesta de prueba a 100 personas que cumplieran con el perfil de mercado meta de la página web “Mimedicoenlinea.mx” la encuesta fue elaborada en base al estudio realizado en chile por “mediconecta.cl” teniendo como fin conocer los hábitos del consumidor en cuanto al cuidado de su salud y como hacen uso de las telecomunicaciones para buscar soluciones a sus síntomas o enfermedades de igual forma se buscó conocer la postura que tienen en cuanto a un servicio en forma vía Online y su disponibilidad para pagarlo bajo condiciones profesionales.

RESULTADOS

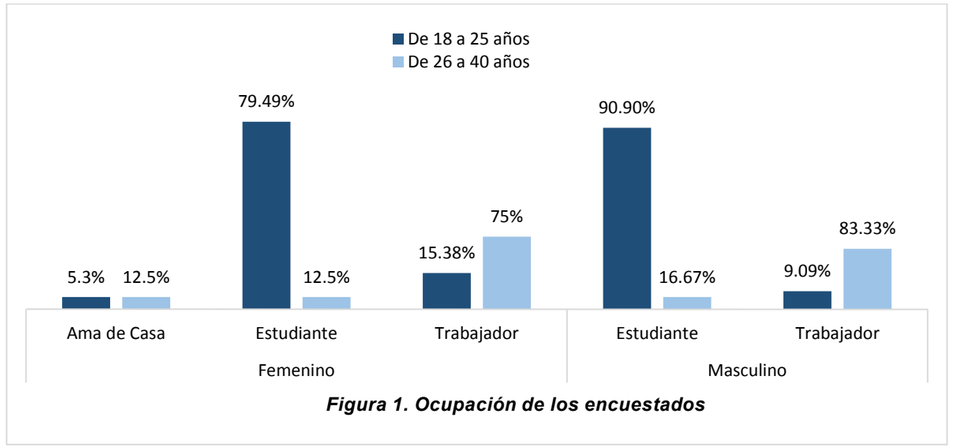


Figura 1. Ocupación de los encuestados

La encuesta se realizó en su mayoría a estudiantes, de los hombres encuestados ninguno se dedica a las labores del hogar, y se encuestó a más mujeres trabajadoras que a hombres.

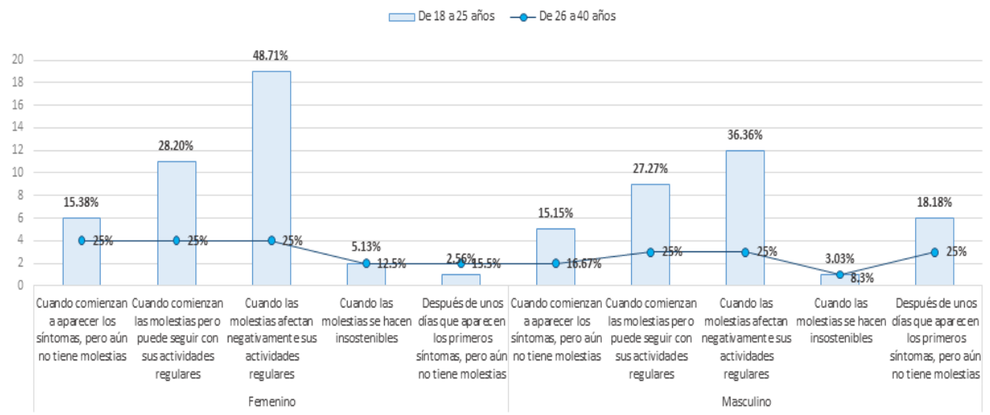


Figura 3. ¿Cuándo deciden atenderse mediante una consulta médica?

La mayoría de las personas acuden a una consulta médica “cuando las molestias interfieren con sus actividades regulares” en segundo lugar se encuentran las personas que van “cuando aparecen las molestias, pero no interfieren con sus actividades regulares”.

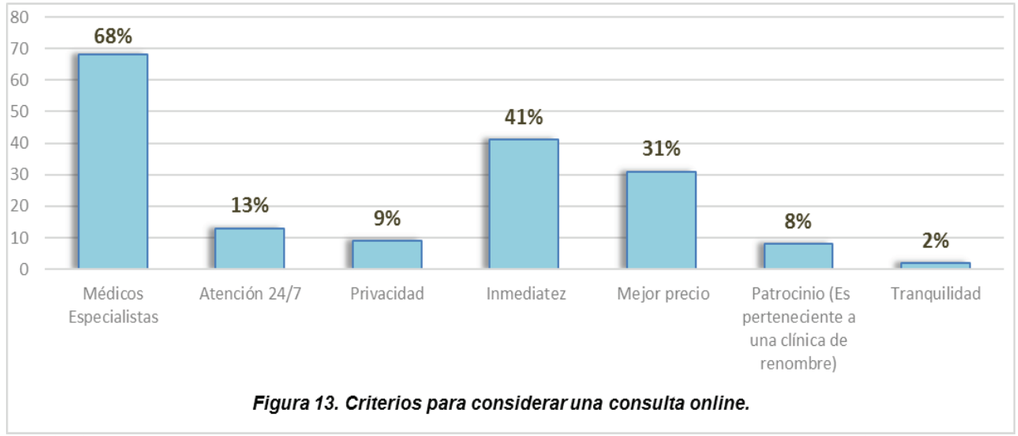


Figura 13. Criterios para considerar una consulta online.

El criterio más relevante para considerar tomar una consulta en línea es la atención por médicos especialistas, seguido por la inmediatez y un menor precio. Lo cual demuestra que las personas buscan ser atendidos por una persona que les dé confianza y ofrezca un servicio accesible en cuanto a tiempo y costo.

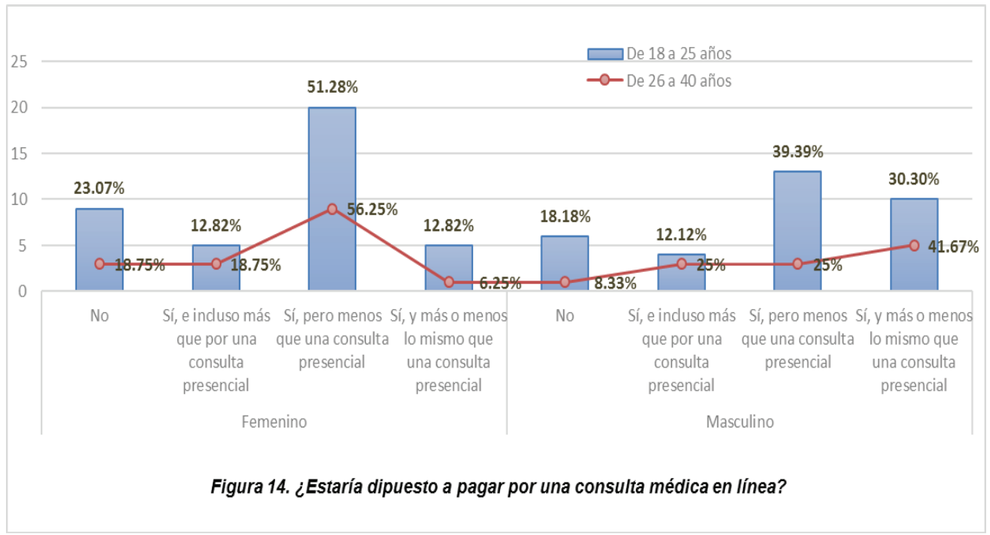


Figura 14. ¿Estaría dipuesto a pagar por una consulta médica en línea?

La mayoría de las personas están dispuestas a pagar por una consulta en línea siempre y cuando este sea un servicio más barato. Los hombres de rango de edad mayor se muestran más accesibles al estar dispuestos en pagar incluso más que una consulta presencial y teniendo solo una negativa en cuanto a tomar el servicio.

Las mujeres de rango de edad mayor están dispuestas a pagar por el servicio, pero no pagarán un costo mayor a una consulta presencial.

CONCLUSIONES

El servicio de telemedicina en México ha sido poco aprovechado por los médicos, las personas no tienen posicionada una marca específica que les brinde el servicio de telemedicina por lo que existe un mercado grande para la primera empresa que se proponga a ofrecer el servicio en forma y difundirlo.

Las personas tienden a realizar búsquedas sobre su salud en internet, principalmente por curiosidad, pero también por la comodidad y fácil acceso que se tiene a numerosos remedios caseros, los cuales no son recomendados por un médico lo que implica un riesgo para las quién sigue los remedios ofrecidos por personas anónimas.

Dentro del sondeo realizado se detectó que el principal criterio para adquirir un servicio de consulta médica en línea es el ser atendidos por un profesional, seguido de la inmediatez del servicio.
La telemedicina cuenta con numerosas ventajas y pocas desventajas, que de ser tomado como un proyecto a largo plazo podrían ser reducidas.

BIBLIOGRAFÍA

Asociación Mexicana de Internet. (14 de Junio de 2016). *amipci.org.mx*. Obtenido de amipci.org.mx: https://amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf

comScore. (14 de Junio de 2016). *amipci.org.mx*. Obtenido de amipci.org.mx: https://amipci.org.mx/estudios/comercio_electronico/Estudio_de_Comercio_Electronico_AMIPCI_2015_version_publica.pdf

Gabinete de Comunicación Estratégica. (14 de Junio de 2016). *en2015.gabinete.mx*. Obtenido de en2015.gabinete.mx: http://en2015.gabinete.mx/static/conectividad/Conectividad_mexico_2015.pdf

Lister, J. (2014). *eHow*. Obtenido de http://www.ehowenespanol.com/modelo-negocio-internet-info_324076/

Pascualena, J. S. (8 de Junio de 2015). *Infoautonomos El Economista*. Obtenido de Modelos de negocio basados en la publicidad

Rubio, J. M. (29 de Mayo de 2013). *Sugerendo Engineering Commerce*. Obtenido de http://www.sugerendo.com/blog/estrategia-de-e-commerce/modelos-de-negocio-en-internet-i-taxonomias/

EAE Business School. (8 de Julio de 2015). *EAE Business School*. Recuperado el 23 de Junio de 2016, de Las 5 etapas del proceso de decisión del comprador: http://www.eaeprogramas.es/empresa-familiar/2015/07/las-5-etapas-del-proceso-de-decision-del-comprador.htm

Equipo de estudios del ONTSI. (Octubre de 2015). *ONTSI*. Recuperado el 22 de Junio de 2016, de www.ontsi.red.es: http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/informe_b2c_2014_edicion_2015.pdf

Guinart, S. (2016). *GESTION*. Recuperado el 23 de Junio de 2016, de GESTION.ORG: http://www.gestion.org/gestion-tecnologica/40784/5-caracteristicas-del-nuevo-consumidor-online/

Halpern, D., Troncoso, A., Goic, F., Reinoso, A., & Figueroa, C. (s.f.). *PRIMER REPORTE DE E-HEALTH EN CHILE*. Recuperado el 22 de Junio de 2016, de mediconecta.com: https://mediconecta.com/#Mediconecta-Medios

Matesa, D. (29 de Diciembre de 2015). *Expertos Negocios online*. Recuperado el 23 de Junio de 2016, de http://www.expertosnegociosonline.com/: http://www.expertosnegociosonline.com/comportamiento-del-consumidor-de-e-commerce/

Pueyrredon, M. (2 de Febrero de 2010). *El Mundo de Marcos Pueyrredon*. Recuperado el 23 de Junio de 2016, de Las 12 caras de los consumidores online, su perfiles y caracteristicas para poder

abordarlos.: http://pueyrredonline.com/blog/2011/02/las-12-caras-de-los-consumidores-online-su-perfiles-y-caracteristicas-para-poder-abordarlos/

S.f. (1998-2016). *Net Doctor El Español*. Recuperado el 17 de Junio de 2016, de netdoctor.elespanol.com/: http://netdoctor.elespanol.com/

S.f. (2000-2016). *Salud Medicinas*. Recuperado el 17 de Junio de 2016, de www.saludymedicinas.com.mx/: http://www.saludymedicinas.com.mx/

S.f. (2015). *Mi Medico en Linea*. Recuperado el 17 de Junio de 2016, de http://mimedicoenlinea.mx/: mimedicoenlinea.mx

S.f. (2016). *Consultorio Medico*. Recuperado el 17 de Junio de 2016, de www.consultorio-medico.es/: http://www.consultorio-medico.es/

S.f. (2016). *Mediconecta*. Recuperado el 17 de Junio de 2016, de mediconecta.com/: https://mediconecta.com/

S.f. (s.f.). *Mi bebe Sano*. Recuperado el 17 de Junio de 2016, de www.mibebesano.com: http://www.mibebesano.com

Televisa, E. (10 de Julio de 2016). *padresehijos*. Obtenido de http://www.padresehijos.com.mx/ser-familia/16/07/11/docto-google-para-consultar-sintomas-de-enfermedades/

EL IMPACTO EN LA CALIDAD DE VIDA RESPECTO AL EMPLEO Y SUELDO PRODUCIDA POR LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN MÉXICO DEL 2000 AL 2015

Mónica Azucena Torres Carrillo[1] y Fernando Barrientos Del Monte[2]

RESUMEN

En la siguiente investigación se pretende comparar el impacto que ha dejado la Inversión Extranjera Directa en México en los últimos quince años (2000-2015), basado en datos obtenidos en el INEGI, para así evaluar la eficacia de esta estrategia económica en virtud de la calidad de vida, específicamente en medida del aumento de oportunidades laborales y al aumento salarial en el sector industrial. De las cuales, su relación en el desarrollo de este proyecto muestran que a pesar de la cantidad monetaria invertida en el establecimiento de corporaciones internacionales, la tasa de desempleo va en aumento, sin embargo cabe recalcar que el salario mínimo de un trabajador también aumenta año con año, lo que podría interpretarse que el aumento de las Personas Económicamente Activas o por sus siglas PEA está liderado por obreros y que la Tasa de Desocupación está dada en su mayor parte por personas con Licenciatura.

ABSTRACT

The following research is to compare the impact that has left foreign direct investment in Mexico over the last fifteen years (2000-2015) , based on data from INEGI, in order to assess the effectiveness of this economic strategy under quality of life , specifically as increased employment opportunities and wage increase in the industrial sector. Of them, their relationship in the development of this project show that despite the monetary amount invested in the establishment of international corporations, the unemployment rate is increasing, however it should be emphasized that the minimum wage of a worker also increases year with year, which could be interpreted that the increase in economically active people or by its acronym PEA is led by workers and the unemployment rate is given mostly by people with Bachelor.

Palabras Clave: Inversión Extranjera Directa, Empleo y Salario.

INTRODUCCIÓN

México es un país que ha mantenido abiertas sus puertas al capital extranjero desde muchas décadas atrás, con el fin de estar más cerca de la influencia de países con economías desarrolladas. Empero, a pesar de las varias décadas en las que México ha participado en estas negociaciones es necesario evaluar si se está logrando desarrollar una mejor calidad de vida en la población, si los indicadores de empleo y salario son directamente afectados por la IED y si lo son en qué medida lo hacen.

A continuación, en el marco teórico, se describe y analiza ampliamente conceptos y estadísticos recuperados de años pasados con el fin de comparar y entender el impacto de la IED sobre las variables anteriormente mencionadas.

[1]Universidad Politécnica de San Luis Potosí, Administración y Gestión; Urbano Villalón #500, La Ladrillera, C.P: 78363, San Luis Potosí, San Luis Potosí, moniiatc@gmail.com
[2]Universidad de Guanajuato de adscripción del Investigador anfitrión, Instituto, División de Derecho, Política y Gobierno; Lascuraín de Retana #5, Centro, Nombre, C.P: 36000, Guanajuato, Guanajuato, f.barrientos@ugto.mx

MARCO TEORICO

TEORÍA SOBRE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

Atraer la Inversión Extranjera Directa a países con economías emergentes contribuye a financiar un crecimiento económico sostenido en el largo plazo, pero es esencial comprender como es su funcionalidad y cuáles son sus objetivos principales.

PRO México se denomina a sí misma como el organismo del gobierno federal encargado de coordinar las estrategias dirigidas al fortalecimiento de la participación de México en la economía internacional, apoyando el proceso exportador de empresas establecidas en nuestro país y coordinando acciones encaminadas a la atracción de inversión extranjera y define a la Inversión Extranjera Directa (IED) como:

> […] La colocación de capitales a largo plazo en algún país extranjero, para la creación de empresas con el propósito de internacionalizarse. En la inversión directa se perciben los derechos corporativos, de control y gestión, además es probable que los beneficios sean de largo plazo.
>
> La mayoría de los gobiernos ofrecen incentivos y beneficios a aquellas empresas que escojan su país como lugar para establecer operaciones. Estos van desde servicios de apoyo a inversionistas extranjeros, mano de obra barata, protección de la propiedad y hasta exenciones tributarias.

Con lo anteriormente mencionado, el abrir las puertas a las IED en México puede traer como consecuencia un crecimiento económico, así como la mejoría y desarrollo de infraestructura urbana, crear más oportunidades de empleos, así como tener un mayor acercamiento tecnológico e intelectual a los avances de países de economías desarrolladas, para con ello alcanzar un mayor flujo de dinero en el país.

LA CALIDAD DE VIDA LABORAL

De manera general, la calidad de vida es el bienestar de una persona en términos objetivos (tangible) y subjetivos (intangible), tomando en cuenta diversos aspectos físicos, mentales y sociales. Fue hasta 1972 que Louis E. Davis, plantea el término de Calidad de vida laboral, donde afirmaba que eran las "Relaciones de la persona al trabajo, especialmente resultados personales como satisfacción, salud mental y seguridad".

Sayeed y Sinha (1974), establecen algunas dimensiones con los cuales es posible medir la calidad de vida laboral, de las cuales para fines de la investigación se toman las siguientes:

1. **Beneficios económicos:** los salarios, recompensas remunerativas o no remunerativas que recibe un trabajador.
2. **Orientación de la carrera:** es el estar en un lugar indicado, en base a las habilidades de cada individuo.
3. **Avances sobre méritos:** reconocimientos, subir de puesto.
4. **Satisfacción de la vida general:** esto incluye los tres ámbitos, laboral, familiar y social.
5.

TRABAJO Y SALARIO

La relación entre Trabajo y Salario está dada a mayor responsabilidad, preparación, habilidades y capacidades, entonces mayor será la remuneración económica por los servicios ofrecidos.
En marco de la Ley Federal del Trabajo 2016, define Trabajo como:

> **Artículo 2°.** […]Se entiende por trabajo digno o decente aquél en el que se respeta plenamente la dignidad humana del trabajador; no existe discriminación por origen étnico o nacional, género, edad, discapacidad, condición social, condiciones de salud, religión, condición migratoria, opiniones, preferencias sexuales o estado civil; se tiene acceso a la seguridad social y se percibe un salario remunerador; se recibe capacitación continua para el incremento de la productividad con beneficios compartidos, y se cuenta con condiciones óptimas de seguridad e higiene para prevenir riesgos de trabajo. […]
>
> **Artículo 20°.** Se entiende por relación de trabajo, cualquiera que sea el acto que le de origen, la prestación de un trabajo personal subordinado a una persona, mediante el pago de un salario.
> De la misma manera, la Ley Federal del Trabajo 2016, señala al Salario como:
>
> **Artículo 82.** Salario es la retribución que debe pagar el patrón al trabajador por su trabajo.
> **Artículo 84.** El salario se integra con los pagos hechos en efectivo por cuota diaria, gratificaciones, percepciones, habitación, primas, comisiones, prestaciones en especie y cualquiera otra cantidad o prestación que se entregue al trabajador por su trabajo.

ANTECEDENTES HISTORICOS

Para entender más acerca de los objetivos de la Inversión Extranjera Directa es necesario conocer que durante el régimen de Porfirio Díaz (1876 a 1910), el ya mencionado presidente, bajo la búsqueda de aumentar la riqueza nacional, promueve la inmigración de capital extranjero teniendo como objetivo el incremento de la producción interna y que a su vez se reactivara la competencia entre productores.
Durante este periodo de inversión extranjera, Díaz logró comunicar a casi todo el país a través del ferrocarril, manejó un esquema de promoción de exportaciones de productos regionales y el establecimiento de bases para la industria nacional moderna en gran escala.

IMPACTOS DE LA IED SOBRE EL EMPLEO Y EL SALARIO EN MÉXICO

Dado que en las últimas décadas se ha potencializado la entrada de empresas extranjeras al país es necesario evaluar cuál ha sido la influencia que ha obtenido la IED sobre el empleo y los ingresos de los trabajadores. En este margen, el gran reto para el gobierno mexicano es establecerse en un punto donde la IED ayude a que México pueda desarrollar un proceso de crecimiento acelerado y continuo; de esta manera la desigualdad en cuestión de ingresos se vería minimizada.

Haciendo hincapié en lo mencionado en el artículo de *Inversión Extranjera Directa, Crecimiento Económico y Desigualdad en América Latina* de Suanes, Macarena y Roca-Sagalés, Oriol.

> […] existen diversos estudios a nivel de país que arrojan evidencia de una mayor desigualdad salarial provocada por un incremento de los salarios pagados por las empresas extranjeras en relación con los pagados por las nacionales; así como un aumento en la brecha salarial entre trabajadores cualificados y no cualificados (Lipsey y Sjöholm, 2004; Math, 2002; Te Velde, 2003; Akiten *et al.*, 1996; Feenstra y Hanson, 1997).

Tomando en cuenta que México cuenta con una red para la promoción y protección recíproca de las inversiones con treinta y tres países, diez tratados de libre comercio con cuarenta y cinco países, nueve acuerdos de alcance limitado en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y es miembro del Tratado de Asociación Transpacífico, podría ser fácil suponer que México recae en esta ejemplificación de desigualdad salarial.

Los efectos de la IED en aspectos salariales en el caso de México, una economía en desarrollo, retomando el artículo previamente mencionado, según Berman, pueden ser tres.

1. El primero es conocido como "efecto composición", donde empresas extranjeras toman provecho del personal calificado con la ventaja de posicionarlos mejor.

2. El segundo caso, expone que la IED puede afectar la oferta de trabajadores cualificados mediante la inversión específica en la educación general.

3. Finalmente el tercer caso se presenta cuando la IED tiene probabilidades de inducir un crecimiento rápido en la productividad laboral tanto en empresas extrajeras como nacionales, sin embargo, si este crecimiento será sesgado hacia sectores cualificados, causará una brecha entre los sectores, por lo que se puede concluir que el IED causa una gran brecha salarial a pesar del empleo.

LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN MÉXICO DEL 2000 AL 2015

Tabla 1 PEA y salarios en relación a la IED

INVERSION DIRECTA EXTRANJERA						
Año	Variable Independiente	Variable Dependiente	Variable Dependiente	Variable Dependiente		
	Millones de Dólares IED	Tasa de Desocupación	Población Económicamente Activas (PEA) miles de personas	Salario Real		
				ZONA A	ZONA B	ZONA C
2000	$18,303.10	2.6	39,151.6	$37.90	$35.10	$32.70
2001	$30,032.00	2.8	39,424.8	$40.35	$37.95	$35.85
2002	$24,036.00	3.0	40,084.4	$42.15	$40.10	$38.30
2003	$18,890.60	3.4	40,866.3	$43.65	$41.85	$40.30
2004	$25,130.00	3.9	41,962.3	$45.24	$43.73	$42.11
2005	$24,734.40	3.6	43,631.5	$46.80	$45.35	$44.05
2006	$20,982.30	3.6	44,982.5	$48.67	$47.16	$45.81
2007	$32,320.70	3.6	45,904.5	$50.57	$49.00	$47.60
2008	$28,610.20	3.9	46,769.2	$52.59	$50.96	$49.50
2009	$17,678.80	5.4	48,018.4	$54.80	$53.26	$51.95
2010	$26,083.00	5.3	48,717.8	$57.46	$55.84	$54.47
2011	$23,375.90	5.2	49,721.7	$59.82	$58.13	$56.70
2012	$18,950.80	4.9	51,228.8	$62.33	$60.57	$59.08
2013	$44,626.70	4.9	51,787.1	$64.76	$61.38	--
2014	$22,794.70	4.8	51,924.1	$67.29	$63.77	--
2015	--	4.3	52,007.8	$70.10	$66.45	--

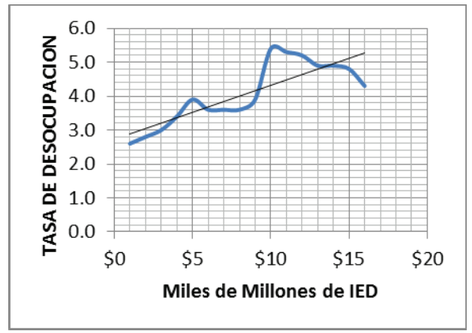
Tabla 2 Indicadores de ocupación según sector de actividad económica recuperados del INEGI

Secundario							
Total		Industria extractiva y de la electricidad		Industria manufacturera		Construcción	
Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
11743497	23.86	432715	3.68	7710812	65.66	3599971	30.66
11743497	23.86	432715	3.68	7710812	65.66	3599971	30.66
12503694	24.71	425162	3.40	8115912	64.91	3962619	31.70
12841272	25.29	396443	3.09	8316794	64.77	4128035	32.15

Terciario															
Total		Comercio		Restaurantes y servicios de alojamiento		Transportes, comunicaciones, correo y almacenamiento		Servicios profesionales, financieros y corporativos		Servicios sociales		Servicios diversos		Gobierno y organismos internacionales	
Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%	Personas	%
30533001	62.03	9650363	31.61	3410249	11.17	2423577	7.94	3356501	11.00	4064888	13.32	5257114	17.22	2370308	7.76
30533001	62.03	9650363	31.61	3410249	11.17	2423577	7.94	3356501	11.00	4064888	13.32	5257114	17.22	2370308	7.76
31075609	61.40	9720585	31.28	3653977	11.76	2491310	8.02	3517917	11.32	4080255	13.13	5352814	17.23	2258752	7.27
31241960	61.53	9675058	30.97	3777780	12.09	2585886	8.28	3525675	11.29	4046281	12.95	5392097	17.26	2239183	7.17

RESULTADOS

Retomando la evolución de los datos recuperados sobre los montos de inversión extranjera en miles de dólares en relación a la tasa de desempleo de la Tabla 1, es notorio que entre mayor sea la Inversión Extranjera Directa, mayor es incremento del salario mínimo, pero a pesar de esto también es notorio como se eleva la tasa de desocupación. Lo que también nos es la Tasa de Desocupación en el país aumenta año con año; Lo que esta gráfica nos muestra, es como el empleo ofertado por empresas extranjeras afecta directamente en el número de personas ocupadas.



CONCLUSIONES

A lo largo de esta investigación mencionamos al salario como variable directa de la Inversión Extranjera Directa, así como diferentes variables que a su vez afectan la conducta de la IED, tales como la capacitación y conocimientos del personal que labora en dichas empresas. Por lo que para responder a la pregunta principal de la investigación, se puede concluir que la IED ha ayudado al país a incrementar la calidad de vida de los trabajadores a nivel obrero ya que esta estrategia comercial ha ayudado a crear más empleos y a aumentar el salario mínimo de los trabajadores, sin embargo, esta no ha impulsado una mayor demanda de contratación de gente titulada.

BIBLIOGRAFIA

- Aguirre Jiménez, Martha. (1984). “El proceso de industrialización y la expansión de la inversión extranjera directa en el país, desde el régimen porfirista hasta 1982.” Hacia un control Administrativo en el Ámbito de Tributario de la Inversión Extranjera Directa. México D.F. Pp. 23-61.

- DGIE. (2015). “Inversión Extranjera en México y en el Mundo. Carpeta de Información Estadística”. Información Histórica, Inversión Extranjera Directa en México, Flujos Preliminares. México. Pp.12
- González Díaz, Francisco N. (2016). ProMéxico, Inversión y Comercio. México. Recuperado de http://www.promexico.gob.mx/.
- Marín Lanz, Mayerling Dayana. (2011). “Cap. 2, Calidad de vida en el Trabajo”. Propuesta de un programa de calidad de vida laboral para los trabajadores de PDVSA CVP, Puerto Ordaz. Guayana.
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social. (2016). “Relaciones Individuales de Trabajo”. “Condiciones de Trabajo”. Ley Federal del Trabajo. México. Pp.18, 31.
- Servicio de Administración Tributaria. (2016). Cuadro Histórico de los Salarios Mínimos. México. Recuperado de www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/tablas.../salarios_minimos_historico.xls.
- CEFP. (2016). México: Empleo, 1998-2014. México. Recuperado de www.cefp.gob.mx/intr/bancosdeinformacion/cortoplazo/indicadores.../im016.xls
- INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. (2016). “Indicadores económicos de coyuntura> Población ocupada, sub ocupada y desocupada (resultados trimestrales de la ENOE, 15 años y más)> Series originales> Valores relativos> Tasas de desocupación> Nacional> Total”. México.
- Suanes, Macarena; Roca-Sagalés, Oriol. (2015). Inversión Extranjera Directa, Crecimiento Económico y Desigualdad en América Latina. “Sistema de Información Científica Redalyc”. Vol. LXXXII (3), núm. 327, Julio- Septiembre, Pp.675-706.

SITUACIÓN DEL DESEMPLEO JUVENIL EN MÉXICO. LOS JÓVENES FRENTE A LA INSERCIÓN LABORAL

Valeria Torres Salinas[1] y Aderak Quintana Estrada[2]

RESUMEN

En la presente investigación se estudió la situación del desempleo en México, la cual es alarmante y de suma importancia, puesto que no permite que exista un desarrollo, afectando de manera directa a la economía individual, familiar y hasta del país, provocando un efecto cicatriz en esta población. Debido a la gran importancia de este tema, el documento se enfoca en la situación actual del desempleo juvenil y el escenario que los jóvenes enfrentan en la búsqueda de su primer empleo, describiendo algunos de los diversos factores que influyen, por ejemplo: la falta de; oportunidades, experiencia, capacidades, educación, el propio mercado y factores psicológicos, que son una barrera para lograr una buena inserción en el mercado laboral.

ABSTRACT

In this research the unemployment situation in Mexico was studied, which is alarming and of utmost importance, since it does not allow that there is a development, directly affecting the individual, family and even the country's economy, causing a scarring effect in this population. Due to the great importance of this issue, the paper focuses on the current situation of youth unemployment and the stage that young people face in finding their first job, describing some of the various influencing factors, for example lack of; opportunities, experience, skills, education, the market itself and psychological factors that are a barrier to achieve good integration into the labor market.

Palabras clave: Desempleo en México, desempleo juvenil, inserción laboral.

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas han ocurrido grandes cambios y grandes crisis que han afectado el desarrollo tanto económico como social en México, uno de los sectores más afectados por la inestabilidad económica, ha sido el empleo, debido a la descapitalización sufrida en las empresas, lo que ocasiono un aumento notablemente en la tasa de desempleo. Estas crisis y cambios han generado una gran recesión, la cual se vive actualmente y es una gran barrera a la que se enfrentan los jóvenes para acceder a empleos de calidad, que no sólo tienen impactos inmediatos en su bienestar, sino también costos a largo plazo, debido a que las condiciones al inicio de la trayectoria laboral tienen efectos persistentes en el tiempo.

En la Resolución relativa al empleo de los jóvenes, adoptada en 2005, se puso de relieve el hecho de que «hay muchos trabajadores en edad joven que no pueden acceder a un trabajo decente» y «se enfrentan a desafíos en el mercado laboral», esta situación es aún más lamentable dado que «los jóvenes aportan numerosos activos a este mercado». Para resolver este problema, se debería ofrecer «numerosas vías de acceso a empleos decentes», en especial porque «los trabajadores jóvenes no son grupos homogéneos: tienen necesidades, capacidades y expectativas diferentes». (OIT, 2012, pág. 5)

[1] Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media, Carretera Rioverde-San Ciro Km. 4, Ejido Puente del Carmen CP 79617, Rioverde, S.L.P; v_a_l_e_ts@hotmail.com
[2] Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Media; aderak.quintana@uaslp.mx

Factores como el bajo crecimiento económico, un mercado laboral insuficiente, falta de experiencia entre otros, han traído como consecuencia la imposibilidad de integrar a los jóvenes al empleo formal; todo ello ocasiona fenómenos como la migración de los jóvenes, su incorporación a la informalidad, al crimen organizado, o su total improductividad.

El objetivo general de esta investigación es describir la situación del desempleo juvenil en México, buscando detallar algunos de los factores que influyen en los jóvenes durante la inserción laboral y a pesar de que es algo complejo, poder reflexionar sobre lo que se podría hacer para cambiar este panorama, no solo para los jóvenes, si no de igual manera para toda la sociedad y con esto lograr un desarrollo en conjunto.

METODOLOGIA

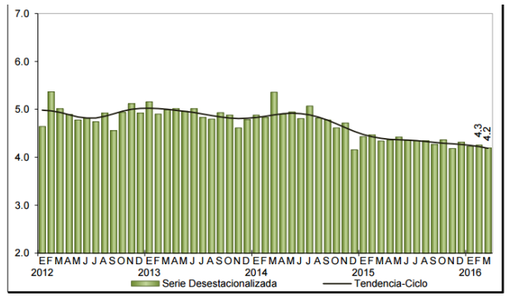
La investigación partió de una revisión bibliohemerográfica especializada, en particular de la situación del desempleo juvenil a nivel mundial, lo cual permitió dar respuesta a la pregunta de investigación: ¿Qué factores influyen para obtener el primer empleo en los jóvenes?, además, el desarrollo del argumento de la investigación se apoyó en opiniones de autores y datos estadísticos, con estos datos se hizo un análisis descriptivo con la finalidad de tener una mejor comprensión del proceso social de estudio y poder plantear así las reflexiones finales del trabajo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El desempleo juvenil se puede definir como la situación de ausencia de trabajo en la población activa en edad laboral comprendida de 15 a 24 años, este es un problema grave a nivel mundial, dado que tiene consecuencias económicas y sociales no solo para el joven desempleado sino también para toda la sociedad, una de las situaciones más difíciles es durante la transición del sistema educativo al mercado de trabajo, es decir, el período en que los jóvenes ingresan al mercado laboral en búsqueda de su primer empleo y por diversos factores no logran encontrarlo.

La crisis financiera originada en Estados Unidos del 2008 y con repercusiones globales, trajo serias consecuencias negativas en la economía mexicana, en los últimos años México ha experimentado una fuerte contracción económica, dicha contracción ha sido consecuencia de la caída de las exportaciones, la inversión extranjera, las remesas y el turismo internacional, entre otros rubros. Transfiriendo consigo consecuencias negativas tanto en el Producto Interno Bruto (PIB) como para el desempleo (Vargas y Cruz, 2014, pág. 214).

De acuerdo con Oliveira (2006), México se distingue de otros países de América Latina por presentar niveles más reducidos de desempleo, pero enfrenta, al igual que muchos de ellos, un deterioro de las condiciones laborales y de los ingresos, como consecuencia de las serias dificultades para crear el volumen de empleos de calidad necesario para absorber la fuerza de trabajo disponible (p.2).
Como se logra observar en la gráfica 1, en el tercer mes de 2016, la tasa de desocupación (TD) a nivel nacional fue de 4.2%, tasa ligeramente menor a la del mes precedente, de 4.3%.



Gráfica 1. Tasa de desocupación nacional a marzo de 2016 series desestacionalizada y de tendencia- ciclo. (Porcentaje de la PEA). Fuente: INEGI

Sin embrago el panorama para los jóvenes es aún más complicado, en México la décima parte de los jóvenes no cuenta con empleo y el problema se puede observar más grave cuando una de cada cuatro personas del país es joven y un tercio de la población económicamente activa (PEA) calculada en 52 millones 918 mil 649 individuos también lo es, y es que de los más de 121 millones de mexicanos, más de 30 millones son jóvenes. De éstos, al menos 2 millón 140 mil 020 individuos no encuentran empleo (INEGI, 2016).

La tasa de desocupación en los jóvenes durante el primer trimestre del 2015, de acuerdo al INEGI (2015), fue de 7.4%, es decir, casi el doble a la tasa estimada a nivel nacional para la población de 15 y más años (4.2 por ciento). De la misma forma se encuentra un análisis por edad, el cual muestra que en los jóvenes de 20 a 24 años la tasa de desempleo es de 8.3%, mientras que los adolescentes de 15 a 19 años es de 8.6%, quienes tienen el mayor nivel de desocupación. Asimismo destaca que uno de los problemas que enfrenta la población joven al momento de buscar trabajo es la falta de experiencia laboral; 18.2% de los jóvenes desocupados no cuenta con esta experiencia.

La juventud es una de las etapas más trascendentales en la vida, ya que en la misma se producen importantes cuestiones y cambios como la madurez física y psicológica, que conlleva al ingreso al mundo laboral y sí está inserción no es la adecuada, no sólo tienen impactos inmediatos en su bienestar, sino también costos a largo plazo, según Gentile (2014), a esto se le puede llamar “efecto cicatriz” (scarring effect) que son los efectos que determinadas circunstancias contextuales (de índole económica, política, social o financiera) tiene en la juventud un individuo y que luego siguen influyendo en sus decisiones y preferencias durante el resto del ciclo vital.

Smilovitz (2012), menciona que existen diversos motivos que influyen para obtener el primer empleo, uno de ellos y de más controversia es la educación, en la cual México invierte, o quizá sea más adecuado decir “gasta” un porcentaje elevado de su presupuesto en educación, más del 20%, lo que supera a todos los demás países de la OCDE, sin embargo, en cantidad, la cifra invertida es de las más bajas, apenas 2 875 dólares por alumno, no obstante más de 9 de cada 10 pesos se destina a sueldos de maestros, y cabe recalcar que en las evaluaciones de PISA (exámenes de matemáticas, ciencias naturales y lectura, que se realiza a alumnos de secundaria) los estudiantes mexicanos han obtenido algunos de los peores resultados de toda la OCDE desde el año 2000.

Así que la pregunta que resalta es, ¿hasta qué punto son culpables los profesores e instituciones del aprendizaje deficiente de los alumnos?, y ¿esto cómo repercute en el alto índice de desempleo en los jóvenes?, y se podría responder, que efectivamente existe una pequeña culpa y repercute de manera directa, pero en sí la actitud que tenga el alumno frente a la búsqueda de su primer empleo es fundamental, ya que algunas personas al obtener un título, creen que esto garantiza un empleo bien

remunerado y con buenas prestaciones sociales, sin embargo esto no es así, es más la actitud, aptitud y la perseverancia que adjunto a los conocimientos son el boleto más eficiente para obtenerlo.

Lo anterior se puede ligar a factores psicológicos que en un determinado momento influyen en esta situación, dado que cuando una persona se encuentra en situación de desempleo, puede experimentar poderosas y negativas repercusiones en muchos aspectos de su vida, desde el desamparo económico, hasta otras que pasan más desapercibidas, como las repercusiones emocionales, psicológicas y sociales. El desempleo provoca en la persona respuestas de ansiedad, tensión, angustia y preocupación, pérdida de autoestima, agresividad y rebelión, que poco a poco deriva en un estado de marginalidad, en algunos casos depresión y aumento de la pasividad. Lo que no permite mantener una actitud adecuada. (Bellver, 2013).

De acuerdo con la ENJUVE (2005, citado por Sánchez, 2011), refiere que los jóvenes enfrentan limitaciones para la inserción laboral debido a su falta de experiencia, sus expectativas sobre las exigencias del mercado laboral, sus bajos niveles de instrucción para el desarrollo de habilidades y capacidades laborales. Los datos de la ENJUVE registran que el 42 % de los jóvenes dejó de estudiar entre los 15 y 17 años, la mayoría de ellos porque tenía que trabajar, de este modo, el máximo nivel de estudios entre los jóvenes es la escuela secundaria, concluida (20%) o inconclusa (17%).

Lo que deja observar otro de los factores que influyen para obtener el primer empleo, ya que esa falta de preparación académica se traduce en la imposibilidad de acceder a un empleo o a tener que aceptar un trabajo precario, sin condiciones laborales decentes, pero que a cambio exigen poca capacitación. Asimismo los altos niveles de deserción escolar se explican porque la escuela dejó de ser atractiva para los jóvenes, puesto que los aprendizajes que se tienen en la escuela no les están dando las herramientas necesarias para poder integrarse a la vida cotidiana, sobre todo en los contextos urbanos.

Sin embargo, para la mayoría de los jóvenes, la principal causa de su desempleo no es su falta de experiencia o de instrucción, sino la falta de ofertas laborales. De hecho, quienes piensan que su desempleo se debe a una insuficiente preparación representan apenas el 17.8 por ciento.

Cabe destacar que cuando los universitarios salen al mercado laboral y chocan con la falta de oportunidades, el conocimiento que han adquirido a lo largo de varios años al no ponerlo en práctica y la falta de deseo por seguir estudiando, visto que esto no garantiza un empleo bien remunerado, eleva la pérdida de tiempo y recursos que se suma a la falta de creación de riqueza que supone el desempleo.

Otro de los factores que influyen en el desempleo de los jóvenes es que existe un débil mercado laboral, la tasa de competitividad, es decir, la productividad de los empleados y empresas mexicanas a lo largo del tiempo es muy baja. Según el World Economic Forum (WEF), se ocupa el lugar número 53 a nivel mundial, lo que elimina la posibilidad de tener remuneraciones elevadas, no hay que olvidar que ya no se compite sólo a nivel nacional, sino que los estándares son mundiales.

Además, la oferta laboral supera a la demanda. Cada año, más de un millón de jóvenes salen a buscar trabajo, pero el mercado sólo crea entre 500 mil y 600 mil vacantes. Así, los jóvenes se suman a las filas del desempleo o de la economía informal, que ya supera en cantidad de trabajadores a la formal, a un ritmo de cientos de miles cada año, por esto, hay más de un millón 200 mil ninis, lo que ha llevado a muchos a señalar a estos muchachos como la 'generación perdida' (Smilovitz, 2012).

Como respuesta a este débil mercado laboral, Felipe Calderón Hinojosa para tratar de detener el desempleo sobre todo en los jóvenes, en enero del 2007 puso en marcha el "programa de primer empleo (PEE)", dicho programa proponía otorgar a los patrones un subsidio correspondiente a las cuotas obrero-patronales de los 12 primeros meses de aseguramiento del trabajador ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), siempre que se tratara de un empleado nuevo. Sin embrago no pudo crear los más de 800 mil empleos anuales necesarios para atender la demanda laboral, así que a este programa se le

considero como un "programa populista y endeble", ya que su objetivo no era tan atractivo como para promover la creación masiva de empleos por parte de las empresas. (Muñoz, p.15, 2008, citado por Sánchez 2011).

Es importante fomentar este tipo de programas, mejor estructurados, debido a que la experiencia es fundamental para encontrar trabajo, muchas veces se encuentra con un círculo vicioso en el que; si no hay trabajo no hay experiencia y sin experiencia no hay trabajo. Y es que en la realidad a nivel mundial año con año se forman miles de universitarios que no encuentran el trabajo al que aspiran y por otro lado las competencias con las que salen no son las suficientes para cubrir las ofertas de empleo que el mercado exige.

Así, el joven que incluso llega a terminar una carrera universitaria y tiene que encarar una primera búsqueda laboral sin haber adquirido experiencia previa suele convertir ese trance en toda una hazaña para poder colocarse en un empleo formal dentro de la profesión elegida. La falta de experiencia es uno de los famosos argumentos que los propios empleadores con prejuicios utilizan para flexibilizar aún más una franja de la fuerza de trabajo calificada, a tal grado que luego justifican la falta de correspondencia entre calificación académica y mercado laboral como un problema estructural del mercado de trabajo. Por ello los jóvenes profesionistas tienen que aceptar empleos precarios, con lo que empiezan a pagar por cuotas la experiencia laboral que el mercado les ofrece con desdén, quedando como vía de escape el autoempleo y las actividades informales (Horbath, 2004).

El desempleo en México de manera general, es un problema que se ha arrastrado a lo largo de años y que se trata de amenorar, mas nunca de cortar de raíz y de ahí proviene el gran dilema, el que hacer para conseguir que todas las personas tengan trabajo y una vida estable y por ende la economía del país comience a avanzar, posiblemente no se tenga una respuesta certera y unánime pero lo que es seguro, es que aún faltan varios años para erradicar esta situación y el efecto cicatriz que contrae.

Para finalizar, Smilovitz (2012) resalta y es muy certero al decir, que el ser joven desempleado en México implica una carga para la economía familiar en un contexto en el que el mercado laboral es precario y las oportunidades escasean, el perder la fuerza, la energía y el conocimiento de toda una generación de jóvenes no sólo suponen una caída en la productividad y un aumento del desempleo, sino que pone sobre sus hombros la responsabilidad de buscar alternativas para impulsar la economía, sin contar con el respaldo de las instituciones.

REFLEXIONES

El tema del desempleo no es un fenómeno nuevo, pero desafortunadamente es un problema importante que aqueja a cierto porcentaje de la población mexicana, debido a un bajo crecimiento económico y un mercado laboral insuficiente y poco atractivo para los jóvenes (pues se trata de trabajos mal pagados, sin posibilidades de desarrollo y en condiciones precarias) ha traído como consecuencia la imposibilidad de integrarlos al empleo formal y de la misma manera provoca pobreza por una mala distribución económica entre la sociedad.

Los principales factores que enfrentan los jóvenes al momento de buscar su primer empleo son la falta de experiencia y preparación, es necesario decir que, la educación es muy importante porque los resultados de los alumnos de hoy son los mismos que de los trabajadores mañana. Y si bien es un rubro en el que existe una gran crisis, no es la culpable de todo, la actitud, aptitud, los conocimientos, la manera de utilizar de manera estratégica las fortalezas y debilidades y el saber venderse como trabajador son puntos claves para modificar esta historia. Sin embargo, no se debe perder de vista que un factor de suma importancia es el mercado laboral insuficiente, y se podría decir que de él se deriva este problema.

El desempleo es como una bola de nieve que entre más rueda más grande se vuelve y afecta de una u otra manera a todos, debido a que los gobiernos pierden también al no recibir las contribuciones a los

sistemas de seguridad social que supondrían los trabajos formales, de igual manera al no poder insertar a todos los recién egresados en el mercado laboral se pierde la inversión que se hace en educación.Es un problema difícil de encarar pero, sí el gobierno; impulsa a este sector con programas económicos, de habilitación, de inserción laboral mejor estructurados, las instituciones; realizan modificaciones (actualización) a los programas de estudios más apegados a la realidad y los jóvenes; se vuelven proactivos y comienzan a ser emprendedores, empleándose entre ellos mismos, creando empleos con una remuneración justa, se puede llegar a un cierto punto en donde la tasa de desempleo tienda a bajar.

REFERENCIAS

BELLVER, E. (2013, julio 05). El desempleo tiene efectos psicológicos en las personas. Psicología general. [Blog] depsicologia.com. Recuperada el 25 de junio de 2016 de http://depsicologia.com/desempleo-efectos-psicologicos/

GENTILE, A. (2014, agosto, 31). Las cicatrices de quien se ha hecho adulto en tiempos de crisis. Agenda pública. Impacto social. Recuperado el 15 de junio de 2016 de http://www.eldiario.es/agendapublica/impacto_social/cicatrices-hecho-adulto-tiempos-crisis_0_297470335.html

HORBATH, J. E. (2004). Primer empleo de los jóvenes en México. *Papeles de Población*, 10 (42), 200-248. FLACSO México. Recuperado el 16 de junio de 2016 de http://www.redalyc.org/html/112/11204208/index.html

INEGI (2015, agosto 10). "estadísticas a propósito del… día internacional de la juventud (12 de agosto)". Datos nacionales. 1-10. Aguascalientes, Aguascalientes.

INEGI. (2016). Estadística. Cuadro de resumen "Indicadores de ocupación y empleo al primer trimestre de 2016". Ocupación y empleo.

INEGI. (2016, abril 27). Indicadores de ocupación y empleo cifras oportunas durante marzo de 2016 (cifras desestacionalizadas). *Boletín de prensa*. 164 (16). 1-2. Aguascalientes, Aguascalientes.

OLIVEIRA, O. (2006). Jóvenes y precariedad laboral en México. *Papeles de Población*, 49 (12), 37-73. UNAM. Recuperado el 19 de junio de 2016 de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11204902> ISSN 1405-7425

OIT (2012). Conferencia Internacional del Trabajo, 101ª reunión. La crisis del empleo de los jóvenes: ¡Actuemos ya! ILC.101 (V), 1-128. Ginebra, Suiza.

SÁNCHEZ, M. (2011, febrero 11). Jóvenes, principales afectados por el desempleo. Trabajo. [Blog] CONTRALÍNEA.com.mx. Recuperado el 21 de junio de 2016 de http://www.contralinea.com.mx/archivo-revista/index.php/2011/02/17/jovenes-principales-afectados-por-el-desempleo/

SMILOVITZ, E. (2012, octubre 03). Ninis, "la generación perdida". [Blog] ALTONIVEL. Recuperado el 13 de junio de 2016 de http://www.altonivel.com.mx/24010-ninis-la-generacion-perdida.html

VARGAS, E. Y CRUZ, R. (2014). Búsqueda de empleo entre jóvenes de acuerdo con su participación y protección laboral en México. *Papeles de Población,* 81 (20), 213-245. UNAM. Recuperado el 19 de junio de 2016 de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-74252014000300009&lng=es&nrm=iso

EL CAPITAL INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ

Rocío Sarahí Torres Vázquez[1] y Patricia Hernández García[2]

RESUMEN

El capital intelectual es importante para las organizaciones; su identificación permitirá desarrollar estrategias y crear ventaja competitiva, así la identificación en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí se convierte en un tema relevante, pues el problema al que tienen las instituciones es su conocimiento de manera formal. El objetivo principal es identificar el capital intelectual de la UASLP, ya que el conocimiento de la situación actual será la base para trabajar en la mejora de sus resultados y en reconocimiento entre sus actores. La metodología empleada es cuantitativa. El análisis realizado partió del modelo de Nava-Rogel y Mercado-Salgado (2011) adaptando las dimensiones capital humano-capital estructural-capital relacional, los resultados mostraron los componentes del capital intelectual aplicables a la UASLP.

ABSTRACT

The intellectual capital is important for organizations; their identification will develop strategies and create competitive advantage and the identification at the Autonomous University of San Luis Potosi becomes an important issue, since the problem to which institutions have is their knowledge in a formal way. The main objective is to identify the intellectual capital of the UASLP, since knowledge of the current situation will be the basis for work on the improvement of their results and in recognition among its stakeholders. The methodology employed is quantitative. The analysis of the model of Nava-Rogel departed and Mercado-Salgado (2011) adapting the dimensions human capital-structural capital-relational capital, the results showed the components of intellectual capital applicable to the UASLP.

Palabras Clave: Capital Intelectual, Capital Humano, Capital Estructural, Capital Relacional.

INTRODUCCIÓN

El capital intelectual ha sido considerado por muchos, definido por algunos, entendido por pocos y formalmente valorado por nadie (Bontis, 1998; citado por Nava-Rogel y Mercado-Salgado, 2011). De ahí la importancia en realizar investigaciones que despierten el interés en este concepto especialmente por las instituciones de educación superior, para que logren identificarlo y medirlo. El capital intelectual se clasifica en capital humano, capital estructural y capital relacional (Brookig, 1997 citado por Nava-Rogel y Mercado-Salgado, 2011).

Los estudios realizados en las Instituciones de Educación Superior (IES), (Topete y Bustos; 2008 citado por Nava-Rogel y Mercado-Salgado, 2011) confirman que los indicadores que integran el capital intelectual dependen del giro de la institución educativa y del objetivo que se persigue al medir este intangible.

La falta de identificación del capital intelectual de manera formal en las instituciones de educación superior es la principal problemática conocida, por lo tanto, éste no se puede mejorar, considerando lo

[1]Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Facultad de Contaduría y Administración, Francisco I. Madero # 849 Colonia Moderna, C.P. 78000 , San Luis Potosí, SL.P., zarhay_torres.02@hotmail.com.
[2] Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Facultad de Contaduría y Administración, Francisco I. Madero # 849 Colonia Moderna, C.P. 78000, San Luis Potosí, SL.P., patricia.hernandez@uaslp.mx

anterior, la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), tampoco cuenta con estudios que indiquen el valor del capital intelectual que tiene la institución en forma conjunta, pero tampoco en sus entidades académicas, institutos y coordinaciones, ya que son ajenas a este concepto, por lo cual se procedió a efectuar un estudio sobre los componentes de capital intelectual dentro de la universidad. En este sentido, se ha comenzado a popularizar el término capital intelectual y a elaborar herramientas que permitiesen medir su valor (Bontis, Dragonetti, Jacobsen y Ross, 1999; citado por Nava-Rogel y Mercado-Salgado, 2011).

Partiendo de esto, el objetivo de esta investigación es identificar el capital intelectual de la UASLP, los objetivos específicos incluyen identificar las variables que integran el capital intelectual de la UASLP, comparando dichas variables con el modelo de Nava-Rogel y Mercado-Salgado (2011), considerando que al identificar adecuadamente el capital intelectual será capaz de identificar las ventajas competitivas en forma directa, lo cual permitirá tener mejores resultados, mayor reconocimiento, y por lo tanto, tener acceso a mejores apoyos económicos y operativos de manera directa. Se utilizó para esta investigación la metodología de tipo cuantitativa.

MARCO TEORICO

El capital intelectual se define como la posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología, relaciones y destrezas profesionales que dan a la organización una ventaja competitiva, se integra por el capital humano, capital relacional y capital estructural. Los componentes o dimensiones son el capital humano, el cual se considera como el conocimiento útil para la institución que poseen las personas y equipos de trabajo, así como su capacidad para generarlo y aprenderlo; el capital relacional que incluye el conjunto de relaciones que se mantiene con el exterior de la institución, así como el conocimiento que puede obtenerse de la relación con otros agentes del entorno; y el capital estructural considerado como el conocimiento que la organización obtiene al explicitarlo, sistematizarlo y hacerlo propio, incluyendo estructuras, procedimientos y sistemas de los que depende la eficacia y eficiencia interna (Nava-Rogel y Mercado-Salgado, 2011).

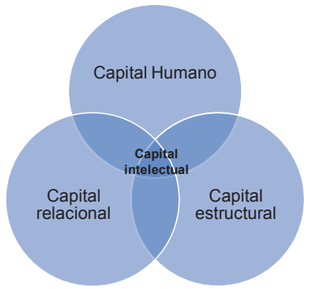


Figura 1. Dimensiones del capital intelectual
Fuente: Nava, R. & Mercado, P. (2011). "Análisis de trayectoria del capital intelectual en una universidad pública mexicana", en *Revista electrónica de investigación educativa*, Núm. 2, Vol. XIII, Julio, [pp. 169].

Algunos modelos de capital intelectual son: el modelo de dirección estratégica por competencias de Bueno (1998; citado por Ordóñez-De Pablos, 2004); el modelo de creación, medición y gestión del conocimiento de Bueno (2001; citado por Ordóñez-De Pablos, 2004); y el modelo de la Universidad de Western Ontario de Bontis (1996; citado por Ordóñez-De Pablos, 2004) entre otros.

Algunos propósitos de quienes realizan estudios de capital intelectual en IES se encuentran: realizar un inventario de capital intelectual de la institución (Bueno, 2012; Leithner, Bornemann y Schneider, 2012; Ramírez, Lorduy y Rojas, 2007; Sánchez, Elena y Castrillo, 2009; citado por Nava-Rogel y Mercado-Salgado, 2011), y generar información transparente sobre el uso y aplicación de recursos en pro del capital intelectual (Fazlagic, 2005, citado por Nava-Rogel y Mercado-Salgado, 2011).

Presentar el capital intelectual de las universidades permite que la institución genere una ventaja competitiva en sus regiones de influencia, ya que al conocerse y medirse (Nava-Rogel y Mercado-Salgado, 2011) podrá desarrollar planes estratégicos para mejorar su desempeño.

MÉTODOS Y MATERIALES

La metodología utilizada en esta investigación fue cuantitativa, se preparó la información con base en el modelo de estudio: CH-CE-CR aplicado a la UASLP en base a Nava-Rogel y Mercado-Salgado, (2011). Presentando un análisis de las variables que conforman el capital intelectual en la UASLP, analizando los informes anuales de los periodos de 2012 al 2016, que son generados por la institución y con esto poder determinar la importancia de cada uno de los componentes de CI para el éxito de la institución.

Para lograrlo, se procedió a:

1.-Identificación de artículos científicos como Análisis de trayectoria del capital intelectual en una universidad pública mexicana (Nava & Mercado, 2011); The assessment of intelectual capital (IC) in the south african context, a qualitative approach (De Beer & Barnes, 2003); El concepto de capital intelectual y sus dimensiones (Sánchez, Melián, y Hormiga, 2007) y Las cuentas de capital intelectual como complemento del informe anual (Ordóñez De Pablos, 2004).
2.- Revisión de artículos científicos (identificación de conceptos clave)
3.- Revisión de informes anuales de la UASLP en los periodos de 2012-2016.
4.- Captura de información sobre las componentes de capital intelectual en la UASLP.

RESULTADOS

De 4 indicadores que Nava-Rogel y Mercado-Salgado, (2011) presentan como componentes del capital humano, con 27 variables, en la UASLP se identificaron 36 variables, en investigación en Nava-Rogel y Mercado-Salgado (2011) se presentan 9 indicadores y en la UASLP se lograron identificar 5, en la variable docencia 6 de los 4 presentados en el artículo, en publicaciones 14 de los 6, y en alumnos el artículo indica 8 indicadores, sin embargo, en la UASLP se detectaron 11, como se observa en la figura 2.

Figura 2. Indicadores de capital humano de la UASLP.
Fuente: Elaboración propia a partir de Nava, R. & Mercado, P. (2011). "Análisis de trayectoria del capital intelectual en una universidad pública mexicana", en *Revista electrónica de investigación educativa*, Núm. 2, Vol. XIII, Julio, [pp. 169].

CAPITAL HUMANO			
Equivalencias		Equivalencias	
Nava, R. & Mercado, P. (2011)	UASLP	Nava, R. & Mercado, P. (2011)	UASLP
INVESTIGACIÓN	**INVESTIGACIÓN**	**ALUMNOS**	**ALUMNOS**
Número de investigadores/ PTC	PTC reconocidos en el SNI (Profesoras)	Generales alumnos (edad y sexo)	TSU Alumnas
	PTC reconocidos en el SNI (Profesores)		TSU Alumnos
	PTC reconocidos en el SNI		Alumnas licenciatura Matrícula escolar al 31 de Dic 2014
	Profesoras de tiempo parcial, postdoctorados y cátedras en el SNI		Alumnos licenciatura Matrícula escolar al 31 de Dic 2014
	Profesores de tiempo parcial, postdoctorados y cátedras en el SNI		Alumnas posgrado matrícula escolar al 31 de Dic 2014
	Profesores de tiempo parcial, postdoctorados y cátedras en el SNI		Alumnos posgrado matrícula escolar al 31 de Dic 2014
Número de investigadores/ Empleados			Alumnas TSU nuevo ingreso ciclo escolar 2014-22015
Edad promedio de los investigadores			Alumnos TSU nuevo ingreso ciclo esclar 2014-2015
Mujeres en admnistración/investigación			Alumnos TSU nuevo ingreso ciclo esclar 2014-2015
Investigadores graduados en la universidad			Alumnas licenciatura nuevo ingreso ciclo escolar 2014-2015
Número de doctores	Profesoras con doctorado		Alumnos licenciatura nuevo ingreso ciclo escolar al 2014-2015
	Profesores con doctorado		Alumnos licenciatura nuevo ingreso ciclo escolar 2014-2015
	PTC con doctorado		Alumnas posgrado nuevo ingreso ciclo escolar 2014-2015
	Profesoras con maestría		Alumnos posgrado nuevo ingreso ciclo escolar 2014-2015
	Profesores con maestría		Alumnos de posgrado nuevo ingreso ciclo escolar 2014-2015
	PTC con maestría		Alumnos TSU egresados en 2015
	Profesoras con especialidad		Alumnas TSU egresados en 2015
	Profesores con especialidad		Alumnos TSU egresados en 2014
	PTC con especialidad		Alumnas licenciatura egresados en 2015
Miembros de sociedades científicas			Alumnos licenciatura egresados en 2015
% de crecimiento de los investigadores			Alumnos licenciatura egresados en 2014
Promedio de duración de los investigadores			Alumnas posgrado egresados en 2015
DOCENCIA	**DOCENCIA**		Alumnos posgrado egresados en 2015
Número de profesores de tiempo completo	Profesoras de tiempo completo en la entidad		Alumnos posgrado egresados en 2015
	Profesores de tiempo completo en la entidad		Alumnas TSU tituladas en 2015
	Profesores tiempo completo		Alumnos TSU titulados en 2015
	Profesoras hora clase		Alumnos TSU titulados en 2014
	Profesores hora clase		Alumnas licenciatura tituladas en 2015
	Profesores hora clase		Alumnos licenciatura titulados en 2015
	Profesoras de medio tiempo		Alumnos licenciatura titulados en 2014
	Profesores de medio tiempo		Alumnas posgrado titulados en 2015
	Profesores de medio tiempo		Alumnos posgrado titulados en 2015
	Técnicos académicos (profesoras)		Alumnos posgrado titulados en 2015
	Técnicos académicos (profesores)		
	Técnicos académicos	Aspectos psicológicos alumnos	
Estudiantes por profesor		Características sociales y familiares	
Años de experiencia		Estudios previos de alumnos (certificados)	
Gasto por capacitación		Promedio final de estudiantes	
	PTC que proporciona tutoría (adicionado)	Graduados	
	PTC con cubículo	Duración promedio de estudios	
PUBLICACIONES	**PUBLICACIONES**	Deserción	
Publicaciones arbitradas	Libros y/o capítulos de libros		
	Artículo en revista arbitrada y/o indexada		
	Artículo en revista no arbitrada y/o de divulgación		
Publicaciones de ponencias (proceeding)	Memoria		
	Tesis de licenciatura		
	Tesis de especialidad		
	Tesis de maestría		
	Tesis de doctorado		
	Informe		
	Otro tipo de producto (prototipo, informes,sitio web,etc…)		
	Número de tesis de doctorado en proceso		
	Número de tesis de maestría en proceso		
	Número de tesis de especialidad en proceso		
	Número de tesis de licenciatura en proceso		
Publicaciones por investigador			
Conferencias y ponencias pronunciadas			
Tesis finalizadas de maestría y doctorado			
Publicaciones coautores del sector laboral			

CAPITAL RELACIONAL	
Equivalencias	
Nava, R. & Mercado, P. (2011)	UASLP
RELACIÓN EMPRESAS	**RELACIÓN EMPRESAS**
Convenios y acuerdos	convenios y acuerdos (Total)
Beneficios derivados de la vinculación	
Impacto relaciones con empresas	
Empleados involucrados	
REPUTACIÓN	**REPUTACIÓN**
Posición en rankings	Rankings (Núm. De veces que ha aparecido))
Premios	premios (Total de premios)
Impacto del sitio de internet	
Número de citaciones	
REDES DE TRABAJO	**REDES DE TRABAJO**
Becas de investigación	
Científicos internacionales en la universidad	
Estudiantes internacionales	estudiantes internacionales (Total de estudiantes)
Número de conferencias asistidas	conferencias asistidas (Total de asistentes)
Empleados financiados fondos no-institucionales	
Proyectos de investigación	

Figura 2. Indicadores de capital relacional de la UASLP.
Fuente: Elaboración propia a partir de Nava, R. & Mercado, P. (2011). "Análisis de trayectoria del capital intelectual en una universidad pública mexicana", en *Revista electrónica de investigación educativa*, Núm. 2, Vol. XIII, Julio, [pp. 169].

En los indicadores pertenecientes a capital relacional, basándonos en el cuadro de Nava-Rogel y Mercado-Salgado, (2011), se encontraron las siguientes variables: de relación empresas con un total de 4 indicadores, en la UASLP se identificó solo una variable, en reputación se identificaron 2 de los 4 presentados por Nava-Rogel y Mercado-Salgado, (2011), y por último en redes de trabajo se detectó 2 de los 6 presentados por Nava-Rogel y Mercado-Salgado, (2011).

CAPITAL ESTRUCTURAL	
Equivalencias	
Nava, R. & Mercado, P. (2011)	UASLP
INFRAESTRUCTURA FÍSICA	**INFRAESTRUCTURA FÍSICA**
Arrendamiento de lugares y equipo	Nuevos edificios (Total deedificios nuevos construidos)
Número de asientos disponibles	
Inversiones en libros y medios electrónicos	
Número de computadoras por alumno	
Número de computadoras por empleado	
Gasto de TICs por alumno	
Gasto total de en infraestructura de I&D	
Fondos no institucionales	
Fondos destinados a I&D /investigadores	
RUTINAS Y PROCEDIMIENTOS	**RUTINAS Y PROCEDIMIENTOS**
Descripción de procesos	
Plan estratégico de investigación	
Mecanismos de evaluación de ese plan	
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	**ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**
Número de departamentos	
Número de empleados por departamentos	
Servicios de laboratorio/opinión de expertos	
Número de profesores de asignación	
Número de programas de posgrado	
Número de cursos impartidos	cursos impartidos (Total de asistentes a cursos)
Conferencias organizadas	

Figura 4. Indicadores UASLP de capital estructural
Fuente: Elaboración propia a partir de Nava, R. & Mercado, P. (2011). "Análisis de trayectoria del capital intelectual en una universidad pública mexicana", en *Revista electrónica de investigación educativa*, Núm. 2, Vol. XIII, Julio, [pp. 169].

En la parte de capital estructural Nava-Rogel y Mercado-Salgado, (2011), presentan como indicadores: infraestructura física, con un total de 9 variables, en la UASLP se identificó solo una, en rutinas y procedimientos los autores antes mencionados utilizan 3 variables, sin embargo, en la UASLP no se identificó ninguno perteneciente a esta división, por último en estructura organizacional se detectó uno de los 7 presentados por Nava-Rogel y Mercado-Salgado, (2011).

CONCLUSIONES

En la actualidad el capital intelectual dentro de las instituciones de educación superior carece de medición, lo cual ocasiona que el conocimiento que se está generando en las universidades no sea tomando en cuenta como lo importante y relevante que es para éxito y reconocimiento que tiene la institución superior, para una institución como la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, es esencial medir el capital intelectual dentro de cada una de las entidades que la conforman, para poder determinar comparaciones entre facultades, coordinaciones e institutos y conocer que es lo que genera conocimiento y en donde se puede aplicar recursos para incentivar el crecimiento, es relevante saber que la mayoría de investigaciones se han realizado al sector empresarial y al de servicios, sin embargo no debe perderse el interés en efectuar estudios de capital intelectual, enfocados a la educación, en especial aplicados a las instituciones de educación superior, en la investigación realizada se pudo identificar los indicadores del capital intelectual dentro de la UASLP, para poder medirlos y mejorar, si no se hubiera hecho un análisis de CI de la UASLP, se carecía de información relevante tanto para la universidad como para los actores involucrados, no se podría desarrollar el CI, no se conocería en donde invertir recursos, o simplemente puede desaparecer ese conocimiento, de igual manera se profundiza la necesidad de continuar con reportes de capital intelectual en la universidad para determinar la evolución de este, es importante mencionar que, de los como ponentes de CI es el capital estructural, del que menos se informa por la entidad, por lo tanto se muestra muy pocos indicadores al respecto, es necesario que la universidad publique información sobre las variables que esta investigación se detectó con ausencia de datos para su posterior análisis., para concluir este estudio se limitó al uso de variables que conforman el capital intelectual en la UASLP, sin embargo la información generada, representa una área de oportunidad para por seguir como otras líneas de investigación que se enfoquen en cada institución de educación superior donde se puede profundizar, enriquecer y complementar al respecto.

BIBLIOGRAFIA

NAVA, R. & MERCADO, P. (2011). “Análisis de trayectoria del capital intelectual en una universidad pública mexicana”, en *Revista electrónica de investigación educativa*, Núm. 2, Vol. XIII, julio, [pp. 169].

ORDÓÑEZ De PABLOS, P. (2004). “Las cuentas de capital intelectual como complemento del informe anual” en *Economía industrial*, Núm. 357, julio-septiembre, [pp. 131-140].

SÁNCHEZ, A., MELIÁN, A. y HORMIGA, E. (2007). “El concepto de capital intelectual y sus dimensiones” en *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, Núm. 2, Vol. XIII, mayo-agosto, [pp. 97-111].

DE BEER, M. & BARNES N.(2003). “The assessment of intellectual capital (IC) in the south African context a qualitative approach” en *Journal of human resource management*, Núm. 1, Vol. 1, November, [pp. 17-24].

INCLUSION FINANCIERA EN MÉXICO Y SU RELACIÓN CON EL CRECIMIENTO Y DESARROLLO ECONÓMICO

Luz Adriana Tovar Martinez[1] y Pedro Isidoro González Ramírez[2]

RESUMEN

El presente trabajo muestra la estimación de un índice de Inclusión Financiera (IF) por entidad federativa para 2012 y 2015 a partir de las bases de datos de la CNBV referentes al acceso y uso de los sistemas financieros formales; ante tales estimaciones es destacable el alto grado de IF existente en el Ciudad de México y Estado de México, caso contrario a ello se encuentran algunos estados como Campeche, Tlaxcala y Colima con baja IF. Dichos resultados muestran la aun debilidad existente en la cobertura de estos servicios en la mayoría de los estados de la república mexicana; así mismo se analizó la relación existente entre la variable de IF, índice de Gini, IDH, PIB y consumo encontrándose que esta es positiva.

ABSTRACT

This paper shows the estimated index of Financial Inclusion (IF) by state for 2012 and 2015 from the data bases of the CNBV regarding access and use of formal financial systems; to such estimates is worth noting the high degree of IF existing in the Federal District and State of Mexico, otherwise to it are some states like Campeche, Colima and Tlaxcala with low IF. These results show the still existing weakness in the coverage of these services in most states of the Mexican Republic; likewise the relationship between the variable IF, Gini index, HDI and GDP the results show that the relationship is positive.
Palabras clave: Inclusión financiera, Sistema financiero, Economía regional.

INTRODUCCIÓN

La inclusión financiera (IF) de acuerdo a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) se define como el acceso y uso de sistemas financieros formales en el marco de una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor y promueva la educación financiera para mejorar las capacidades financieras de todos los segmentos de la población (CNBV, 2013).

Cuando se tiene acceso a algún tipo de servicio financiero formal como créditos y préstamos se incentiva el consumo de las familias de una determinada región lo cual trae consigo una reactivación de la economía local, incidiendo en el bienestar y calidad de vida de las familias. En este sentido, cuando hay alguna situación de crisis económica el uso de este tipo de servicios financieros formales permite suavizar el consumo, evitando su abrupta caída dentro la economía local o regional.

Actualmente en México el tema de la IF ha sido un tema poco abordado pero que cobra especial relevancia sobre todo en los segmentos de la población rural y de un alto grado de marginación social principalmente por las barreas impuestas por los sistemas financieros formales que dan pocas facilidades de acceso y uso de sus servicios. Bajo este contexto en aquellas regiones donde la IF es baja y el grado de marginación es alto, se opta por recurrir a sistemas financieros informales donde las tasas de interés impuestas son elevadas; afectando el bienestar y calidad de vida de las familias.

[1] Facultad de Economía Universidad Autónoma de San Luis Potosí Av. Pintores s/n, C.P. 78213, San Luis Potosí, S .L P., México; maarthinezluz@gmail.com
[2] Facultad de Economía Universidad Autónoma de San Luis Potosí Av. Pintores s/n, C.P. 78213, San Luis Potosí, S .L P., México; pedro.gonzalez@uaslp.mx

Existen múltiples elementos que inhiben el acceso y uso de sistemas financieros formales tanto por el lado de la oferta y de la demanda de estos servicios. Por el lado de la oferta, por ejemplo, pueden ser fallas del mercado, información asimétrica, monopolio, oligopolio o específicamente en el mercado financiero barreras a la entrada de nuevos competidores. En algunos otros casos suponen barreras para una parte de la población que es excluida por razones de precio, riesgo o de oferta reducida (Claessens 2006 en BBVA Bancomer, 2013).

Por el lado de la demanda el precio y el ingreso son los determinantes económicos más destacados para los servicios de uso y acceso (Beck y De la Torre en BBVA Bancomer, 2013). Aunque cabe destacar que no solo los factores económicos influyen en la demanda sino también por aspectos socioculturales que pueden llevar a la exclusión voluntaria (Claessens, 2006 en BBVA Bancomer, 2013). Si bien es cierto cada región en México posee características que le hacen diferente a las otras regiones ya sea por aspectos sociales, políticos, culturales o bien administrativos, dichos factores influyen dependiendo de su naturaleza sobre la calidad de vida y bienestar de la población, y por consiguiente influyen también sobre el grado de IF que tenga ese territorio.

En México, la IF ha sido relativamente baja en comparación con algunos otros países latinoamericanos, como Brasil y Chile, tanto en acceso como en uso de los sistemas formales; estos resultados fueron arrojados en un estudio realizado por el Banco de México (2013). La investigación utiliza el índice de Sarma para el cálculo de la IF, dicho índice es utilizado ya que captura de manera más acertada el grado de IF puesto que toma como base tres dimensiones fundamentales de la IF, infraestructura, uso y penetración bancaria. En este estudio se muestra como México se encuentra entre los últimos lugares respecto a las dimensiones utilizadas de uso e infraestructura (Negrin y Marín, 2013).

Dentro del índice de Sarma la dimensione de Infraestructura comprende variables como número de sucursales, cajeros y terminales de punto de venta; en la dimensión de uso, se toman en cuenta aspectos como número de transacciones en cajeros automáticos y en terminales de punto de venta y por último la dimensión de penetración bancaria se toman en cuenta aspectos como el número de contratos de tarjetas de crédito y débito (Sarma, 2008).

Los sistemas financieros formales como bancos y otras instituciones financieras han impuesto requisitos muy estrictos difíciles de cumplir para la gran mayoría de la población, estos han dado lugar a la discriminación de ciertos sectores de la población más desfavorecida que de alguna manera busca obtener algún tipo de crédito o préstamo para solventar algunas de sus necesidades básicas como alimentación, salud, educación etc., o bien para emprender algún tipo de negocio que le permita obtener un mayor ingreso que eleve su calidad de vida y le permita desarrollarse de manera plena e integral; pero dadas las condiciones existentes respecto a las barreras que no les permiten hacer uso de este tipo de servicios por parte de sistemas financieros formales se ven en la necesidad de recurrir al sector informal donde no existen barreras de acceso, sin embargo esto se compensa en los elevados tipo de interés y en las garantías que se piden a cambio.

Este tipo de mecanismos puede identificarse como prácticas de usura por parte de personas que buscan el beneficio personal y no el colectivo. Es así que la población de determinadas regiones que tienen menor acceso a sistemas formales y hacen uso de los sistemas informales entorpece e inhiben su posibilidad de mejorar su desarrollo y calidad de vida, ya que por el contrario la fijación de altas tasas de interés afecta directamente su nivel de ingreso reduciéndolo y por consiguiente variables importantes como consumo se ven afectadas por esta situación (disminución del valor adquisitivo).

El objetivo de este trabajo es conocer y analizar de manera más amplia y especifica el grado de IF existente en cada entidad federativa para lo cual se hará el cálculo del índice de Sarma por entidad federativa, la utilización de este índice puede en primera instancia arrojar el estatus de IF en el que se encuentra cada entidad del país. Así mismo se busca determinar si existe relación entre la IF y el crecimiento y desarrollo económico.

METODOLOGIA

Medir la IF involucra no solo un factor sino que el aspecto de la medición va más allá de considerar un solo factor puesto que si se hiciera de esta manera la información obtenida presentaría un alto grado de sesgo debido a la falta de elementos que le den consistencia y veracidad a la medición.
Existe dos índices con los cuales se puede medir la IF, Chakravarty and Pal (2010) y el índice de Sarma (2008), este índice es propuesto para medir la inclusión financiera ya que captura información de varias dimensiones de los sistemas financieros formales. Los criterios para la construcción de este índice son los siguientes:

1. Debe incluir información sobre diferentes aspectos o dimensiones de inclusión financiera posibles.
2. Debe ser fácil y simple de estimar.
3. Debe ser comparable entre países.

Los valores que toma el índice se encuentran en un intervalo de 0 y 1, donde 0 indica completa exclusión financiera y 1 indica completa inclusión financiera, entre más cercano a 1 la IF es mayor y de la mima manera entre más cercano a 0 la IF es menor. Las dimensiones de un sistema financiero inclusivo consideradas para la construcción del índice son tres: penetración bancaria, disponibilidad de los servicios bancarios y el uso de los sistemas bancarios (Sarma, 2008)

- Penetración bancaria **(dimensión 1):** Un sistema financiero inclusivo debe tener penetración bancaria amplia entre sus usuarios, por lo cual el número de personas que tienen una cuenta bancaria puede ser tomada como una medida de penetración del sistema bancario.
- Disponibilidad de servicios bancarios **(dimensión 2):** Los servicios ofrecidos por un sistema financiero integrador deben estar a disposición de sus usuarios, esta disponibilidad puede estar representada por el número de sucursales bancarias, cajeros automáticos o bien por el número de personal del banco.
- Uso **(dimensión 3):** Se consideran dos servicios básicos del sistema bancario, crédito y depósito.

Para el cálculo de este índice primero se estima una dimensión para cada una de las dimensiones establecidas de la IF, las cuales tomaran valores de *0* a *1* es decir el valor que tomara la dimensión *di* será $0 \leq di \leq 1$.
La fórmula para estimar cada una de las dimensiones se presenta a continuación:

$$dij = \frac{Aij - mi}{Mi - mi} \tag{1}$$

$Donde$:
$Aij = Valor\ observado\ sobre\ la\ dimension\ j\ para\ el\ elemento\ i$
$mi = \min_j\{Aij\}$
$Mi = \max_j\{Aij\}$

Una vez obtenido el coeficiente de las dimensiones, se integrará a la siguiente fórmula para la estimación de la IF, donde el resultado obtenido tomara un valor del intervalo 0 a 1.

$$FIIj = 1 - \sqrt{\sum_{i=1}^{n} \frac{(1 - \boldsymbol{dij})^2}{n}} \tag{2}$$

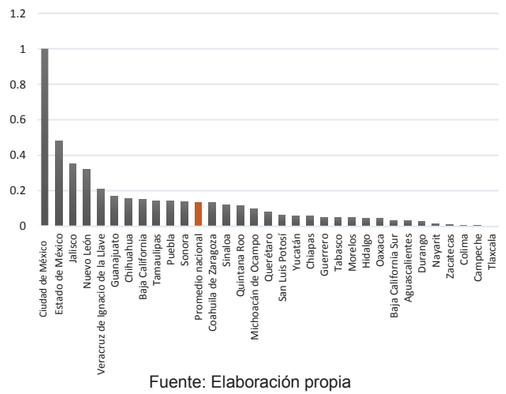
Utilizando esta metodología propuesta por Sarma, en el presente trabajo se muestra la estimación de este mismo índice, para su estimación se utilizó información proveniente de las bases de datos de IF de la CNBV. Las estimaciones corresponden a los años 2012 y 2015 para todos los estados de la república mexicana. Las dimensiones fueron construidas de acuerdo a las adaptaciones de Negrin y Marín (2013) y quedaron conformadas de la siguiente manera:

- Dimensión 1 - *Penetración bancaria:* integrada por el número de contratos de tarjetas de crédito y el número de contratos de tarjetas de débito.
- Dimensión 2 - *Infraestructura:* integrada por el número de cajeros automáticos, número de sucursales financieras formales y por el número de terminales de punto de venta (TPV).
- Dimensión 3 - *Uso:* Esta última dimensión se encuentra integrada por el número de transacciones en cajeros automáticos y el número de transacciones en terminales de punto de venta (TPV).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

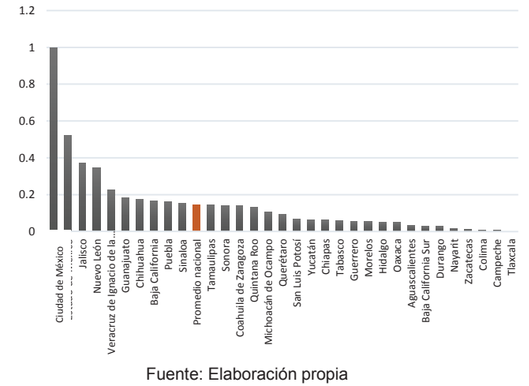
Aplicando las ecuaciones (1) y (2) para los datos obtenidos para 2012 y 2015, a continuación se presentan los resultados de las estimaciones correspondientes al índice de IF. La grafica 1 muestra las estimaciones para 2012 por entidad federativa, véase que de las 32 entidades únicamente 11 (Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Nuevo León, Veracruz, Guanajuato, Chihuahua, Baja California, Tamaulipas, Puebla y Sonora)se encuentran por encima de la media nacional y los restantes 21 se posicionan por debajo de la media nacional (Sinaloa, Quintana Roo etc.). La grafica 2 presenta los resultados para 2015, para este año el número de estados que se encontraban por encima de la media nacional se redujo a 10 (Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Nuevo León, Veracruz, Guanajuato, Chihuahua, Baja California, Puebla y Sinaloa), donde es importante mencionar que Tamaulipas y Sonora descendieron a posiciones por debajo de la media nacional y por consiguiente las entidades que se encuentran por debajo de la media nacional incrementaron a 12.

Grafica 1 índice de Sarma (IF) por entidad federativa, 2012



Fuente: Elaboración propia

Grafica 2 índice de Sarma (IF) por entidad federativa, 2015



Fuente: Elaboración propia

Nótese en ambos casos que de acuerdo a la metodología propuesta por Sarma no todos los estados que se encuentran por encima de la media nacional tienen IF alta, por ejemplo, en las gráficas 1 solamente el Ciudad de México se considera con IF alta ya que el valor de su índice es de 1y el Estado de México se considera con IF media dado que su índice es de 0.47, es importante mencionar que para 2015 este incremento su índice y se posiciono dentro de la clasificación de IF alta. Por otro lado, algunos estados como Jalisco y Nuevo León se encuentran en una posición que de acuerdo a sus coeficientes puede ser considerada como IF media.

Ahora bien, ante tales resultados se realizó la búsqueda de algunas variables que pudiesen dar cuenta sobre crecimiento y desarrollo económico, encontrándose las siguientes: índice de Gini, IDH, PIB y consumo, en el caso de las dos primeras variables, estas fueron tomadas del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y de la Comisión Nacional de la Evaluación (CONEVAL)

respectivamente, en el caso de las variables consumo y PIB, ambas fueron tomadas de las bases de datos de INEGI.

Tabla 8: Matriz de correlación de variables a nivel estatal para 2012

	Índice de Sarma	Índice de desarrollo humano	Índice de Gini	Logaritmo natural del consumo	Logaritmo natural del PIB
Índice de Sarma	1.0000				
Índice de desarrollo humano	0.5232	1.0000			
Índice de Gini	-0.2405	-0.446	1.0000		
Logaritmo natural del consumo	0.7803	0.1352	-0.153	1.0000	
Logaritmo natural del PIB	0.7804	0.3372	0.0263	0.8558	1.0000

Al realizar estimaciones de correlación entre estas variables se encontraron los siguientes resultados: la relación entre el IDH y el índice de IF es positiva con un coeficiente de 0.5232, la relación con el índice de gini y la IF resulta negativa, es decir a mayor IF menor desigualdad, respecto a las variables consumo y PIB se pudo encontró que la relación es muy positiva y cercana a uno, pues ambos coeficientes son de 0.78, es decir entre más cercano a la unidad sea el coeficiente, mayor será la relación que existe entre las variables.

Ante tales resultados como una primera aproximación que podría servir para posteriores estudios y análisis se puede corroborar que la relación entre la IF y el crecimiento es positiva, dado que los signos que presentan los coeficientes IDH, consumo y PIB son positivos, lo cual da evidencia de la existente relación de estas variables y la IF; respecto a la variable índice de gini o también conocido como índice de desigualdad, a menores valores en este índice, indica un mejoramiento y reducción de la desigualdad, en este sentido, la relación que esta variable presente con respecto a la IF es negativa, lo que permite deducir que ante incrementos o decrementos de la IF esta variable tendera a moverse en sentido opuesto, es decir a mayor IF, menor desigualdad. Estos resultados obtenidos representan un tema de particular interés que abre nuevos horizontes de investigación referentes a este tema en posteriores estudios.

CONCLUSIONES

Aunque en México los esfuerzos en materia de política pública respecto a este tema han llevado a tomar decisiones importantes como la instauración de un organismo encargado de promover el acceso y uso de este tipo de servicios, como el Consejo Nacional de Inclusión Financiera (CONAIF) , aun se presentan bajos índices de IF a nivel estatal. El presente trabajo, aporto en primera instancia la estimación de un índice con el cual se puede dar cuenta sobre la cobertura de servicios financieros dentro del país, así mismo como una primera aproximación se propusieron algunas variables representativas del crecimiento y desarrollo económico y se realizaron algunas estimaciones de correlación para saber si hay relación entre estas variables y al IF.

Los principales resultados que arrojo este trabajo revelan que es destacable el papel que ha desarrollado la Ciudad de México y el Estado de México en cuanto a la cobertura de servicios financieros formales, ya que para 2015 son los únicos estados que se consideraron como estados con IF alta, por otro lado, se encontró a los estados de Jalisco y Nuevo León quienes se consideran como estados con IF media, el resto de los estados se posicionaron dentro de la clasificación más baja que corresponde a la IF baja, siendo estos resultados desalentadores ya que la gran mayoría de estados se encuentra dentro de esta última clasificación.

Respecto a la relación planteada entre las variables IDH, índice de gini, consumo y PIB y la variable de IF, de acuerdo los resultados obtenidos, se puede concluir que existe relacion de la variable de IF con el crecimiento y desarrollo económico.

BIBLIOGRAFIA

CHAKRAVARTY, S. R., & PAL, R. (Marzo de 2010). Measuring Financial Inclusion: An Axiomatic Approach. Obtenido de http://www.igidr.ac.in/pdf/publication/WP-2010-003.pdf

CLAESSENS, S. (Agosto de 2006). Access to Financial Services: A Review of the Issues and Public Policy Objectives. The World Bank Research Observer, 21(2), 207-240.

COMISION NACIONAL DE LA EVALUCIÓN, C. (s.f.). CONEVAL. Obtenido de http://www.coneval.gob.mx/

INEGI. (2013). Encuesta Nacional de Gasto de los Hogares. Tabulados basicos, 2014. ENGASTO. Obtenido de http:/www.inegi.org.mx

NEGRIN, J. L., & MARÍN, G. (Junio de 2013). Financial Inclusion Index an Application to Mexico. (B. d. México, Ed.)

PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO, P. (s.f.). Obtenido de http://www.mx.undp.org/

SARMA, M. (Junio de 2008). Indian council for research on international economic relations.

ANÁLISIS DE ÁREAS DE OPORTUNIDAD PARA LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN EL ADULTO MAYOR A TRAVÉS DEL TURISMO

Mirtha Azeneth Vallejo Avila[1] y Sandra Lilia Jasso Ibarra[2]

RESUMEN

Es de vital importancia que las personas de la tercera edad hoy en día se sientan útiles frente a la sociedad realizando actividades que le permiten desarrollar sus valiosas cualidades, vivencias personales y conocimientos referentes a la historia y cultura de la ciudad de Monclova Coahuila, consiguiendo una vida digna, segura, útil y permitiendo que adquieran un sentido de pertenencia a un grupo social con características similares entre este grupo de personas, así mismo creando una fuente de empleo a través de la implementación de guías turísticos que permitirán a los visitantes y a los ciudadanos conocer más sobre la historia de la localidad, así como aumentar la economía y el prestigio de Monclova y la Región.

ABSTRACT

It is vital that de la elderly people today feel useful to society doing activities that allow you to develop valuable qualities, personal experiences and knowledge concerning the history and culture of the city of Monclova Coahuila, allowing a dignified, safe, life and allowing gain a sense of belonging to a social group with similar characteristics among this group of people, likewise creating a source of employment through the implementation of tourist guides that allow visitors and citizens to know more about the history of the city, and increase the economy and prestige of Monclova and the region.

Palabras Clave: Turismo, Adulto Mayor, Guía Turístico, Empleo.

INTRODUCCION

Hoy en día, el turismo forma parte de nuestra vida, ya que le da un sentido más divertido y permite disfrutarla más plenamente. El proyecto desarrolla la posibilidad de promover el empleo del Adulto Mayor a través de un Programa de Guía Turístico, considerando con responsabilidad que cumplen un perfil idóneo, siempre cuidando el bienestar de las personas de la tercera edad y así cuidando que estas personas tengan conocimiento de la ciudad y sus diferentes lugares de interés, experiencia en el trato con personas, conocimiento en la vialidad y tiempos de traslados en la ciudad, historia y/o antecedentes de los diferentes sitios incluidos en los recorridos, entre otras capacidades físicas y de resistencia.

Lo anterior permitirá brindar un empleo digno, que le permita adquirir un sentido de pertenencia a un grupo con características similares a las suyas y en una actividad de trascendencia para nuestra comunidad. Existe una gran cantidad de personas de la tercera edad solo viven de la pensión, producto del esfuerzo de sus labores a lo largo de su vida, generando sedentarismo, así que al darles una oportunidad para poder trabajar en algo digno, se sentirán motivados y capaces para seguir laborando.
Esto traerá beneficios tanto a los adultos mayores que estén interesados, como a nuestra ciudad y así mismo la sociedad también obtendrá beneficios ya que al tener otra fuente de empleo.

[1] Instituto Tecnológico Superior de Monclova “Ejército Mexicano”, Monclova, Coahuila; Carretera 57 kilómetro 4.5, Unidad Tecnológica y Universitaria, Monclova, Coahuila de Zaragoza, azeneth_1801@hotmail.com
[2] Instituto Tecnológico Superior de Monclova “Ejército Mexicano”, Monclova, Coahuila; Carretera 57 kilómetro 4.5, Unidad Tecnológica y Universitaria, Monclova, Coahuila de Zaragoza, sandyjibarra@hotmail.com

MARCO TEORICO

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) "el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros".
El turismo resulta muy importante no solo desde el punto de vista social y cultural, sino que también en cuanto a lo económico.

Desde el punto de vista cultural resulta muy útil ya que no solo permite la apreciación de cultura, tradiciones, geografía, artesanías y otros aspectos de miembros ajenos a la comunidad, sino que también permite la valorización y la concientización dentro de la misma comunidad.
Beneficios Que Se Derivan Del Turismo:

1	Integra las comunidades locales a las actividades turísticas
2	Estimula la comprensión de los impactos del turismo sobre los recursos naturales y culturales
3	Garantiza una distribución justa de costos y beneficios
4	Genera empleo local, tanto directo como indirecto (por cada directo produce tres indirectos)
5	Genera divisas al Estado e inyecta capitales a la economía local
6	Induce a la planificación regional, logrando un desarrollo armónico e integral de todos los sectores de la economía
7	Destina parte de los beneficios para la construcción de obras de interés comunitario como escuelas, centros médicos, instalaciones deportivas, centros culturales, entre otros.
8	Promueve y valora las manifestaciones culturales locales, regionales y nacionales (bailes, artesanía, gastronomía, vestimenta, música, manifestaciones religiosas y mágicas religiosas, etc.)
9	Logra un desarrollo equilibrado con el medio ambiente, a través de los estudios de impactos ambientales y el monitoreo ambiental
10	Oferta, valora, preserva y genera beneficios económicos de los recursos de flora y fauna, en beneficio de las comunidades locales

¿Que es un guia turístico?
Un guía turístico o guía de turismo es aquel individuo que se dedica a orientar a un grupo de personas en un entorno de turismo, mostrándole aquellos lugares más destacados del espacio que están visitando. Es un sujeto que trabaja como acompañante de los turistas y que está capacitado para informar a los viajeros sobre los hechos más relevantes de una ciudad, un museo, un edificio histórico o cualquier otro atractivo.

¿Por qué el adulto mayor como guía turístico?
De acuerdo con los pronósticos mundiales, en el año 2025 el 10% de la población estará constituida por adultos mayores, y en el 2050 el 22%, es decir de cada 4 personas 1 será adulto mayor. Por lo tanto, este es un sector que viene alcanzando un peso importante en la población mundial por lo mismo la profesión del guía turístico es una de las más adecuadas para el adulto mayor ya que los riesgos son bajos pero no dejan de existir diferentes variables que son necesarias controlar como los nervios, la capacidad de improvisación, de respuesta.

¿Qué capacidades debe tener el adulto mayor como guía turístico?
Las capacidades coordinativas deben ser las siguientes:

Generales o básicas.	• Regulación de movimiento • Adaptación y cambios motrices
Especiales	• Orientación • Equilibrio • Reacción • Ritmo • Anticipación • Diferenciación • Acoplamiento
Complejas	• Aprendizaje motor • Agilidad

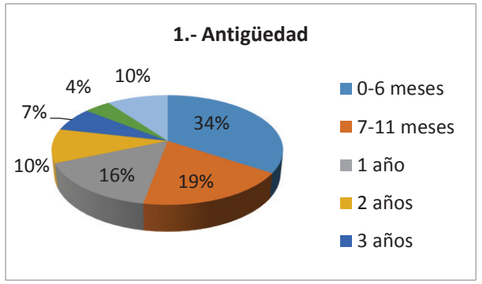
METODOS Y MATERIALES

Para realizar la investigación, se formularon diversas preguntas, las cuales serían dirigidas a las personas de la tercera edad de la ciudad de Monclova Coahuila, los temas que se abordaron en ellas fueron enfocados hacia la estabilidad de su trabajo actual, su salud, sus ingresos y de cuantas personas dependen de ese salario, si aceptarían trabajar de guía turístico, Al mismo tiempo se elaboró un tríptico informativo sobre los recorridos que se harían y los lugares que se visitarían.

Tras la revisión del cuestionario mencionado, se comenzó con su aplicación.
Se visitaron los lugares a los que se llevaría a cabo el recorrido para verificar si las personas encargada de los sitios nos permitirían llevar a los grupos de personas a conocer sobre la historia de cada uno de los lugares así como visitar los que son de recreación.

Al finalizar la aplicación de las encuestas, a la fecha del 18 de julio del 2016, se registraron todos los datos obtenidos en un archivo de Excel para así poder apreciar con mayor facilidad los resultados, los cuales fueron cifrados con las opciones de SI ó NO para preguntas dicotómicas, y el por qué para que fuera más explicito

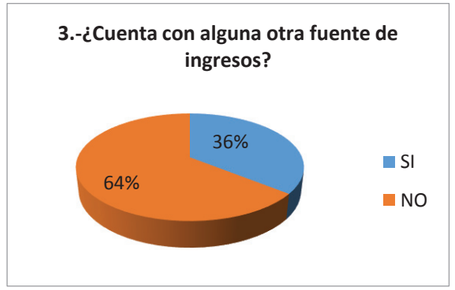
RESULTADOS



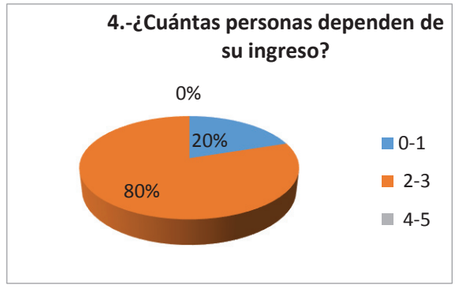
La mayoría del adulto mayor, tiene de antigüedad entre 1 y 6 meses (34%) y de 7-11 meses (19%),



Como observamos en la tabla de la pregunta numero 2 Un 91% de los entrevistados están satisfechos con su trabajo ya que mencionaban que estaban conformes porque era en lo único que los podían contratar, mientras que un 9% no lo está, ya sea que no ganan lo suficiente, no les gusta el lugar de trabajo, y si por ellos fueras buscaran otra fuente de empleo pero por su edad no fácilmente les otorgan trabajo.



Como podemos observar en esta grafica nos damos cuenta de que la mayor parte un 64% de los adultos mayores entrevistados no cuentan con otro ingreso aparte de las propinas que se les otorga en los establecimientos en los que laboran, mientras que un 36% de ellos cuentan con un ingreso extra el cual sería el de la pensión lo cual es el ahorro que generaron durante su vida.



Un 80% de las familias que cuentan con al menos un miembro perteneciente a la población de más de 60 años, se conforman por 2 o 3 integrantes que dependen del salario del adulto mayor trabajador. El 20% restante utiliza su sueldo en ellos mismos.



El 53% de los adultos de mayor edad no cambiarían su empleo porque se sienten muy a gusto en él, o bien, sienten que en ningún otro lado los van a emplear. Mientras que un 47% sí cambiaría de empleo si tuviera la manera.

CONCLUSIONES

Revisando los resultados del presente proyecto, se concluye lo siguiente: En lo que respecta a las entrevistas se destacan puntos de suma importancia, por ejemplo, que al contratar al adulto mayor como guía turístico, se logrará que se sienta realizado con la labor que desempeña, pues muchos de ellos ven su trabajo como algo necesario para poder seguir solventando sus gastos y además por distracción.

Ahora bien, en base a la encuesta que se realizó , un 36% cuenta con una pensión pero el otro 64% no, ellos simplemente se mantienen con lo que ganan día con día y debido a su necesidad se conforman con cualquier trabajo en donde los acepten, la mayoría empacadores. Por otra parte el 53% de los adultos de mayor edad no cambiarían su empleo, lo anterior se debe al temor de no ser empleados en otra institución o empresa, sin embargo un 47% sí está dispuesto a cambiar de empleo si tuviera la manera y su perspectiva de ingreso fuera mejor que la actual.

Con respecto a los objetivos, el equipo de trabajo considera que se han logrado ya que a través de la investigación realizada se ha reafirmado que un programa de Guía Turístico para el adulto mayor sería beneficioso para este sector de la población y a través de este trabajo dignifica su vida y mejora sus ingresos aumentando su calidad de vida.

Sabiendo esto, se tiene la certeza que sí existe gente dispuesta a trabajar como guía turístico ya que muchos de ellos buscan mejores condiciones de trabajo, más salario, etc. Por otro lado, el que las personas no quieran cambiar de trabajo, asegura que al contratar a alguien, no se tendrá el problema de la rotación de personal.

BIBLIOGRAFIA

CEN. (1809). *Guia Turistico.*
Codhem. (Junio de 2012). Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de http://www.codhem.org.mx/localuser/codhem.org/difus/adultos.pdf
Guias Granada. (2015). Recuperado el 2015, de Profesion Guia Turistico: http://www.guiasgranada.com/profesion-guia-turistico.php
INEGI-SECTUR. (1998-2003). *Cuenta satelite del Turismo en Mexico.*
Lazara Gonzalez, M., & Fonseca, M. E. (2008). *Gestion Estrategica del Turismo.* Sintesis.
Manual de buenas practicas guias de turismo y operacion turistica gestion de servicio. (2007). Lima, Peru: MINCETUR.
OMT. (1994). *Turismo.*
Pulido Hernandez, J. I. (2002). *Politica Economica del Turismo.* Piramide.
Riojas, E. (11 de Diciembre de 2015). *Adulto mayor*. Recuperado el 11 de Diciembre de 2015, de Adulto Mayor: http://www.adultomayor.df.gob.mx/index.php/quien-es-el-adulto-mayor

HACIA UNA DIGNIFICACION DEL ARTE HUICHOL: BAJO EL DEDO DE DIOS EL 18° VCRC

Sahaida Lizet Vargas Pargas[1] e Irma Gloria García González[2]

RESUMEN

Bajo el dedo de Dios: La poesía y la música titulo para la campaña de difusión, que fusiona Derecho con Relaciones Humanas ambas con un mismo interés, el bienestar humano y social y con la finalidad de conferir a la sociedad por la ignorancia existencial o cultural de estos pueblos. Teniendo en pro una sociedad más consiente de la riqueza cultural y de su región, devolviéndole su valor siendo más equitativos .Considerando que se puede resumir en concientizar y conferir.

Con el ánimo de rescatar nuestros pueblos indígenas tomando acciones para dignificar estas culturas iniciando en este caso la cultura Huichola,. Con la difusión de la música y poesía huichol, como exposiciones de esta por una sociedad en armonía.

Palabras Clave: Huicholes, música, dignificación, conferir.

ABSTRACT

Under the finger of God. The campaign against the dissemination of music and poetry that merges human rights and human relations both in the same interest. And bestow on society the cultural ignorance that exists of these tribes. Having a more conscience society of its rich culture and it's region, giving back an equitable treatment and value considering that it can be transmitted and allowed. With intent to rescue our indigenous tribes, taking action to dignify these cultures starting with in this case the huichol people. And the dissemination of the huichol's poetry and music, such as exhibitions of a society in harmony.

INTRODUCCIÓN

El esta investigación, cuya autora es la M. en C. Irma Gloria García González, tiene por objeto la dignificación del arte Huichol. Con base al proyecto se propone trabajar de conjunto con la secretaria de cultura para propiciar el rescate del arte Huichol, ya que es de suma importancia para nuestra sociedad que sea de su conocimiento la riqueza cultural Huichol, como la apreciación de su arte. Observando la posibilidad de implementarlo en la ciudad de zacatecas y también motivando a las universidades a ser agentes de rescate de la cultura huichola.

El planteamiento del problema a tratar, cuantas personas en la actualidad sabemos cuántos pueblos indígenas habitan en territorio Mexicano, conocemos su cultura, lengua , tradiciones, gastronomía, sus fuentes de trabajo, sus habilidades y talentos que a cada uno lo hace especial, no hay la correcta difusión de esta ni la apreciación y cuando se encuentra a alguno de ellos vendiendo sus productos o tocando algún instrumento se les trata con respeto , o se les desdeña , gozamos de una riqueza cultural en México y pocos estamos al tanto de ella , no reciben un trato digno la sociedad cambio la perspectiva hacia ellos cuando son nuestras raíces provenimos de estos pueblos indígenas

[1]Universidad Autónoma de Coahuila , Escuela ciencias de la comunidad ; Carretera Torreón- Matamoros km. 7.5 ,.P: 27087, Torreón, Coahuila lizzettvargas@outlook.es
[2]Universidad Autônoma de Zacatecas, Instituto, Departamento o dependência; Jardin Juarez #147 , centro Histórico , C.P: 98000, Zacatecas, Zacatecas, gagi8889@hotmail.com

(La Chronique des Amériques Octobre 2008 N°18)Durante más de cinco siglos, y de varias formas, los indígenas en México han visto alterados sus modos de vida y su hábitat a partir del despojo de sus tierras y recursos naturales. A pesar de esto, hay en el país 62 pueblos indígenas1 que han logrado sobrevivir a estas prácticas y que hoy están dando una lucha más por seguir existiendo.

Los pueblos indígenas son organizaciones de diferente nivel de desarrollo dentro de la sociedad mexicana, su perfil es diverso por que se ha conformado por estándares culturales diferentes.

Los pueblos indígenas son anteriores al proceso de la conquista y colonización, aunque el presente es resultado de una explosión demográfica y de migraciones sin planeación ni control.

La denominación de la cultura sociopolítica europea fue el factor de e3xclucion más importante, mientras que los pueblos indígenas apartados de toda la perturbación social crecieron en un sistema comunitario de usos y costumbres, posteriormente influenciados por el catolicismo. (pueblos indígenas resumen 2010)

México debe su riqueza cultural y su carácter distintivo como pueblo único en el mundo a la herencia formidable de sus pueblos originarios. Su rico patrimonio en lenguas, arte y cultura convierten a México en una de las naciones latinoamericanas con mayor legado y población indígenas. El profundo carácter mestizo de la nación mexicana sólo puede explicarse por el pasado milenario y el presente enriquecedor de sus pueblos y comunidades indígenas.

Desgraciadamente, los pueblos y comunidades indígenas aún no disfrutan de una situación social y económica propicia para el mejor desarrollo humano (pueblos y comunidades indígenas 2012)

El plan de acción de este proyecto involucra un sin acciones que se han realizado ya en años anteriores encaminadas en la difusión de la dignificación de la culturas indígenas(huichol) por campañas gubernamentales para fomentar valores de respeto, no discriminación , desigualdad tratando con ello de reducir estos efectos . Sin embargo las campañas no dan un seguimiento ni en realidad hacen un estudio sobre sus necesidades o expectativas es realmente muy superficial y fugaz .al final no hay programas continuos ni un respaldo por el gobierno.

Con la campaña “Bajo el dedo de Dios: ...” poesía y música, se quiere llegar a concientizar sobre el respeto hacia la culturas indígenas en este caso la Huichol y exponiendo su cultura en diferentes a su vez promoviendo su música y poesía. Con la certeza de que haciendo participe a la sociedad de exposiciones conciertos, logramos revalorar y adquirir conocimiento de dicha cultura logrando mejorar el interés y actitud hacia ellos.

MÉTODOS Y MATERIALES

Entendido el contexto y antecedente surgieron las preguntas ¿Qué debemos hacer para que los hombres sean los portavoces de la campaña?, ¿Cómo disminuir la discriminación? Como lograr una armonía social y pueda ser homogénea, resulta ambicioso, pero no inalcanzable, con el proyecto “Bajo el dedo de Dios” se dirige a un sector específico, la cultura huichol hombres en este caso, músicos que con su ayuda se podrá dar a conocer más su música como su cultura en general y a su vez retomando valore olvidados y así de la mano se vaya propiciando un cambio en la sociedad rescatando y valorando los pueblos indígenas con base a nuestra vida diaria.

La revolución en cuanto a esta campaña tiene objeto en difundir la música y poesía por medio de esta estrategia rescatar un sector “músicos Huichole” usando como medio exposiciones en ámbito educativo para la sociedad , haciendo uso de los medios de comunicación , radio televisión para la difusión , como pequeñas presentaciones de grupos musicales en parques , plazas donde se de fácil acceso para la sociedad también tomando en cuenta que serían lugares más concurridos para tener un público masivo.

Iniciando el proyecto con , la exposición de la presentación “Bajo el dedo de Dios” con la finalidad de dar a conocer la cultura general Huichol, y dando a conocer el poemario que bajo el mismo nombre se hizo una recolección de estos y traducidos al español quienes algunos fueron convertidos en canciones , para que sea más atractivo se creó un video musical, “Bajo el dedo de Dios” título que fue creado en base a la religiosidad de esta cultura , ver en pro de las culturas indígenas y de la armonía social, este proyecto tomo más fuerza a partir de una ardua labor de campo con entrevistas informales a este sector a causa de su desconfianza se decidió ser perspicaz en la labor de campo nos permitieron concluir que hay abusos y olvidos por parte de la sociedad y el gobierno.

Artículo 2. La nación mexicana es única e indivisible.(reformado mediante decreto publicado en el diario oficial de la federación el 14 de agosto de 2001) La nación tiene una composición pluricultural sustentada originalmente en sus pueblos indígenas que son aquellos que descienden de poblaciones que habitaban en el territorio actual del país al iniciarse la colonización y que conservan sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas. (Reformado mediante decreto publicado en el diario oficial de la federación el 14 de agosto de 2001)

La música huichola es muy variada. Entre los géneros tradicionales destacan los sones de xaweri y kanari (rabel y guitarrita), que se cantan siempre con nuevos versos improvisados y se tocan con instrumentos de fabricación autóctona, para acompañar la danza zapateada. El repertorio de los mariacheros incluye corridos y otras canciones populares, cuyas letras a veces están en huichol, pero se tocan con instrumentos de tradición mestiza (violín, vihuela, contrabajo). (CDI Monografía "Los Huicholes" por Johannes Neurath.)

Mediante una lluvia de ideas surgieron los posible métodos de difusión como el título del proyecto, como la selección de artículos para las exposiciones de cultura general Huichol .

CONCLUSIONES

La Investigación “ La poesía y la música” con el título de campaña “ Bajo el dedo de Dios” con una de sus principales aportaciones al trabajo de investigación fue en la recolección de poemas , su traducción al español y conversión al música junto con un video musical, dentro del Verano de la Ciencia, contribuyendo así en el aprendizaje y rescate de pueblos indígenas para una sociedad en armonía, a partir y difusión de valores, confiriendo a través de la música y exposiciones culturales , dando uso a técnicas y elementos de Derecho y Relaciones Humanas.

Aun que se logró obtener un producto en el Verano Regional de la Ciencia trae consigo aun aprendizaje, crecimiento personal experiencias nuevas, motivación, mejora de calidad personal permitiendo adentrarse en la investigación como en el problema cambiando la perspectiva y dejando nuevos aprendizajes tanto para estudiantes como para investigadores.

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea

La Chronique des Amériques Octobre (2008) “Conquista, olvido, despojo, eje del exterminio de los pueblos indígenas en el Noroeste y Norte de México” Paola Martínez González** consultada en http://www.ieim.uqam.ca/IMG/pdf/Chro-MARTINEZ-18-08.pdf

Peter T. Furst, *Alucinógenos y cultura*, México, FCE, 1980 (San Francisco, 1976), páginas 234- 235).

Legislación Federal (Actualizada al 29 de julio de 2016)
CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
Título Primero consultada en http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/9/3.htm?s=

CALIDAD DE VIDA LABORAL

Imelda Nallely Vega Avila[1] y José Raúl Díaz Menchaca[2]

RESUMEN

Se aplicó una encuesta a los trabajadores de steel fab para determinar la calidad de vida laboral de cada uno de ellos, ya que contar con un buen ambiente laboral puede llevar a que los trabajadores tengan una buena productividad o en caso de que no sea favorable tener mucha rotación de personal o ausentismo, dentro de dicha empresa puede llegar que se lleve al éxito o al fracaso. En este proyecto de investigación se pretende conocer las condiciones en las que se encuentran los trabajadores de dicha empresa, ya que así se tendrá conocimiento si realizan un trabajo con eficiencia o si existe algo que afecte su desempeño.

ABSTRACT

A survey of workers Steel fab was applied to determine the quality of working life of each of them as they have a good working environment can lead to that workers have good productivity or if not favorable to have high staff turnover and absenteeism within the company that can lead to success or failure. In this research project is to understand the conditions in which workers of the company are, as this knowledge will if performing work efficiently or if there is something that affects their performance.

INTRODUCCIÓN

La calidad de vida laboral se evidencia cuando forma parte de la vida cotidiana, de la forma de ser, de los hábitos, incluso los de trabajo, es en este último en donde se puede ubicar la calidad de vida laboral y esta se alcanza cuando existe un ambiente de trabajo pleno de calidad.

La calidad de vida laboral es uno de los factores que afectan principalmente la productividad en las empresas, ya que se tiene que reconocer cada puesto de trabajo, la organización que se tiene dentro de la organización y la gestión de cada trabajo que se realice, conocer cada condición de trabajo que puede suponer riesgos para cada uno de los trabajadores, en pocas palabras la calidad de vida laboral es trabajo, salud, buenas condiciones, es vida.

MARCO TEORICO

Calidad de vida laboral
Es evidente que la calidad de vida laboral está estrechamente relacionada con las condiciones de trabajo. Estas, por definición, son cualquier característica del mismo que pueda tener influencia en la aparición de riesgos para la seguridad y salud del trabajador.

Una calidad de vida laboral afectada por una gestión de unos factores psicosociales determinados supone considerar a dicha calidad de vida como dinámica en una organización del trabajo. Este proceso no

[1] Estudiante del Instituto Tecnológico Superior de Monclova del, Carretera 57 Km 4.5, Ciudad Tecnológica y Universitaria, CP 25701, Monclova Coahuila, Teléfono (866) 1705087. vega_1601@hotmail.com
[2] Profesor del Instituto Tecnológico Superior de Monclova del, Carretera 57 Km 4.5, Ciudad Tecnológica y Universitaria, CP 25701, Monclova Coahuila, Teléfono (866) 649 03 70. jrdiazm64@gmail.com

estático debería mantener y aumentar el bienestar psíquico del trabajador, y esto significa su aumento del rendimiento. En definitiva, la calidad de vida laboral no debe tener tres direcciones opuestas, sino una única en la que la meta a conseguir sea humanizar el lugar de trabajo dando respuestas a las necesidades de los trabajadores.

La calidad de vida laboral es reconocer que los puestos de trabajo, la organización y la gestión del trabajo, es decir las condiciones en trabajo pueden suponer riesgos para la salud del trabajador. Y que si no hay una gestión adecuada de estos, se producirán los daños. Calidad de vida laboral es trabajo, es salud y es vida.

Supervisión
La supervisión es una actividad técnica y especializada que tiene como fin fundamental utilizar racionalmente los factores que le hacen posible la realización de los procesos de trabajo: el hombre, la materia prima, los equipos, maquinarias, herramientas, dinero, entre otros elementos que en forma directa o indirecta intervienen en la consecución de bienes, servicios y productos destinados a la satisfacción de necesidades de un mercado de consumidores, cada día más exigente, y que mediante su gestión puede contribuir al éxito de la empresa.

Hoy más que nunca, se requiere en las empresas hombres pensantes, capaces de producir con altos niveles de productividad en un ambiente altamente motivador hacia sus colaboradores.
Supervisar efectivamente requiere: planificar, organizar, dirigir, ejecutar y retroalimentar constantemente. Exige constancia, dedicación, perseverancia, siendo necesario poseer características especiales individuales en la persona que cumple esta misión.

Condiciones de trabajo
Las condiciones de trabajo están formadas por la jornada de trabajo y el salario.
Jornada de trabajo
Concepto: La Jornada de trabajo es el tiempo durante el cual el trabajador está a la disposición del patrón para desarrollar sus labores. Es decir, la jornada de trabajo comprende el tiempo desde que el trabajador está listo para iniciar el desempeño de sus labores hasta que concluye la duración fijada para el turno que le corresponde.

Salario
El salario es el pago en efectivo y en especie, que el patrón entrega al trabajador por el desempeño de su trabajo. Esa retribución debe ser necesariamente la convenida entre las partes en el contrato de trabajo.
El pago en efectivo nunca puede ser inferior al salario mínimo a cambio de una jornada laboral.
El salario es una contraprestación que recibe el trabajador a cambio del trabajo realizado para un empleador, la cuantía se establece en el contrato de trabajo. El salario se recibe principalmente en dinero, si bien puede contar con una parte en especie evaluable en términos monetarios. Siempre debe existir una remuneración en dinero, la retribución en especie es necesariamente adicional.
Los salarios representan algo muy diferente para trabajadores y empleadores. Para estos últimos, aparte de ser un elemento del costo, es un medio que permite motivar a los trabajadores. En cambio, para los trabajadores representa el nivel de vida que pueden tener, un incentivo para adquirir calificaciones y, por último, una fuente de satisfacción frente al trabajo realizado. La negociación colectiva en la empresa o en el sector y un diálogo social tripartito en el plano nacional son las mejores vías para determinar el nivel de los salarios y resolver conflictos potenciales.

Clima laboral
El clima laboral no es otra cosa el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad.
De aquella manera, mientras que un buen clima se orienta hacia los objetivos generales, un mal clima destruye el ambiente de trabajo ocasionando situaciones de conflicto, malestar y generando un bajo rendimiento.

La calidad del clima laboral se encuentra íntimamente relacionada con el manejo social de los directivos, con los comportamientos de los trabajadores, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con las características de la propia actividad de cada uno. Propiciar un buen clima laboral es responsabilidad de la alta dirección, que con su cultura y con sus sistemas de gestión, prepararán el terreno adecuado para que se desarrolle. Las políticas de personal y de recursos humanos la mejora de ese ambiente con el uso de técnicas precisas como escalas de evaluación para medir el clima laboral.

Equidad
En su uso cotidiano, podríamos equiparar el término ‘equidad ‘con el de ‘igualdad‘, puesto que cuando hacen referencia a ámbitos como el laboral suelen tener como objetivo supuestos idénticos. Sin embargo, la equidad aporta un valor de justicia a la búsqueda de la igualdad, es decir, se considera un equilibrio en base a lo que es justo y no una mera cuestión de proporcionalidad.

La equidad laboral es aquello que debería regir los puestos de trabajo de todos los ciudadanos del mundo. Por desgracia aún no lo hace, y es poco probable que algún día llegue a hacerlo en todo el planeta. Por tanto, es un concepto que jamás dejaremos de emplear y que es imprescindible que conozcamos. Tanto por su uso como por lo que significa.

Desarrollo integral
El desarrollo Integral es un proceso, un avanzar en dirección a un ideal. Esto Supone una serie de mejoramientos progresivos, un adelantar pasos que Conducen hacia la perfección de los hombres y de la sociedad. Se trata de avanzar, no imprescindiblemente de llegar.

La inexistencia de una visión que genere una conceptualización integrada del mundo imposibilita, al mismo tiempo, tener una visión integrada del ser humano mismo. Buscar el desarrollo integral remite a la problemática: hacia dónde se perfilará al ser humano. Desde esta perspectiva, la existencia de múltiples significaciones sobre el concepto de desarrollo integral complicaría las opciones de respuesta y por supuesto las tendencias para realizar el proceso con miras a lograrlo. El desarrollo integral será conceptuado desde quién y desde qué intencionalidad.

Enriquecimiento del trabajo
En su propuesta inicial, el enriquecimiento del trabajo amplía dos funciones:
l) Examinar y determinar qué puestos serían objeto de modificación.

2) Estudiar y diseñar posibles motivadores dentro de esas tareas.
Supone por un lado, convertir las tareas de los sujetos en tareas más interesantes, de mayor desafío y responsabilidad; así como también incorporar más oportunidades de reconocimiento, de logros, de ascensos, etc., del propio individuo.
El enriquecimiento del trabajo es en definitiva una estrategia motivacional de cambio, tanto de los trabajos como de las actitudes y conductas de los sujetos.

Los principales objetivos que persigue esta técnica son:
*Aumentar el interés y la satisfacción en el trabajo.
*Incrementar la autonomía y el afán de logro de la persona.
*Utilizar al máximo los recursos potenciales del hombre.
*Promover el desarrollo individual y la promoción.

Cuando queremos llevar a cabo un enriquecimiento del trabajo tenemos que considerar las distintas dimensiones o cargas que posee el trabajo en el cual vamos a desarrollar dicha técnica; por tanto, debemos tener en cuenta si el enriquecimiento se está dando en una dimensión del trabajo horizontal, vertical o en ambas simultáneamente.

Cuando queremos llevar a cabo un enriquecimiento del trabajo tenemos que considerar las distintas dimensiones o cargas que posee el trabajo en el cual vamos a desarrollar dicha técnica; por tanto, debemos tener en cuenta si el enriquecimiento se está dando en una dimensión del trabajo horizontal, vertical o en ambas simultáneamente.

a) Si estamos ante un caso de enriquecimiento horizontal tendríamos que pensar en un incremento del número de funciones a desempeñar en una tarea pero introduciendo elementos o responsabilidades del mismo nivel. Con ello conseguiremos un mejor uso de su capacidad de trabajo y un mayor grado de autorrealización.

b) Por otra parte podemos hablar de una carga vertical del trabajo cuando se incrementa la complejidad con funciones de rango o nivel superior al de la tarea inicial.

Reconocimiento
La primera razón para referirme al reconocimiento es su atractiva eficiencia o, dicho en otras palabras, su extraordinaria relación coste-beneficio. El reconocimiento es tratado generalmente como una forma de recompensa. En general, podríamos pensar en la existencia de dos tipos básicos de recompensas que la organización puede utilizar para motivar a las personas y generar un buen desempeño.

El primero es el dinero. Sin duda la retribución en sus diferentes formas juega un papel sumamente importante en el refuerzo del compromiso del individuo, especialmente cuando se aplica siguiendo modelos contrastados científicamente. El segundo tipo de recompensa es el reconocimiento no económico.

Los estudios muestran que reconocer a los trabajadores por un trabajo bien hecho reporta entre otros los siguientes beneficios:

- Crea un impacto en el significado que damos a nuestro trabajo.
- Es una de las fuentes que tienen las organizaciones para involucrar y comprometer a sus empleados.
- Juega un papel clave en el cambio organizacional, en lo que denominamos aprendizaje organizacional, y también en el aprendizaje individual en el puesto de trabajo.
- Y como era de esperar, impacta también en la satisfacción del trabajador y, por ende, en la productividad y rendimiento de la organización.
- Su ausencia constituye el segundo factor de riesgo psicosocial en el trabajo, ya que influye sobre nuestra habilidad para gestionar el estrés y las situaciones profesionalmente complicadas.

Todo ello a un coste muy asequible. La mayoría de los expertos están de acuerdo en que el desarrollo de prácticas de reconocimiento es sencillo, altamente disponible y rentable en términos económicos; es decir, puede ser fácil de hacer y tener una distribución más económica: simplemente no hay excusa para no hacerlo.

MÉTODOS Y MATERIALES

Se aplicó una encuesta a los trabajadores de la empresa Steel fab consistente a 76 reactivos, una vez aplicada la encuesta se captura la información en Excel para conocer detalladamente la información de cada trabajador que se encuesto y así realizar un diagrama de afinidad para conocer las condiciones de trabajo, el clima laboral, la equidad, el desarrollo integral, la supervisión que se maneja dentro de la empresa, el enriquecimiento del trabajo y conocer si a los trabajadores se les reconoce cuando realiza bien su trabajo. Se pretende conocer si las instalaciones están apropiadas para que los empleados realicen su trabajo de una forma cómoda, ellos calificaron las instalaciones donde 10 era excelente y 5 reprobado.

RESULTADOS

Se terminó de capturar la información obtenida, quedando pendiente interpretar dicho información para obtener los resultados esperados, el cual se realizara posteriormente, ya que el resultado que se había planeado en esta investigación, no se pudo determinar, debido a que al momento de elaborar el informe no se tenían todos los datos requeridos para determinar la calidad de vida laboral dentro de la empresa Steel fab.
Por lo cual se espera dicha información para poder concluir con la investigación.

CONCLUSIONES

En esta investigación podemos observar que la mayoría de los empleados solo cuentan con escolaridad terminada hasta secundaria y su antigüedad solo es de meses, son muy pocos los que tienen años trabajando para la empresa, los empleados consideran que existen muchas oportunidades de crecer, pero no hay transporte para su traslado y un comedor disponible para sus horas de comida, también piden que se fomente el deporte, ya que esto hará que ellos se encuentren más activos. Los trabajadores consideran que dentro de la empresa se encuentra un ambiente laboral muy favorable, ya que existe compañerismo y buena relación con los supervisores.

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea
Aguado, D. (05 de 04 de 2013). *Motivacion y reconocimiento*. Recuperado el 05 de 07 de 2016, de Instituto de ingenieria del conocimeinto: http://www.iic.uam.es/rr-hh/motivacion-y-reconocimiento/

Amundarain, A. (27 de 08 de 2010). *La supervision y la organizacion*. Recuperado el 05 de 07 de 2016, de monografias.com: http://www.monografias.com/trabajos17/supervision/supervision.shtml

Arango, L. A. (s.f.). *Desarrollo integral*. Recuperado el 05 de 07 de 2016, de Banco de la republica: http://www.banrepcultural.org/node/64425

Fandiño, M. (13 de 03 de 2012). *¿Que es la equidad laboral?* Recuperado el 05 de 07 de 2016, de Republica: http://buscarempleo.republica.com/derecho-laboral/equidad-laboral.html

Herran Gamarra, F. J. (08 de 07 de 2014). *Calidad de vida laboral. Trabajo, salud y vida.* Recuperado el 05 de 07 de 2016, de Prevencion integral: http://www.prevencionintegral.com/comunidad/blog/psicoprevencioncom/2014/07/06/calidad-vida-laboral-trabajo-salud-vida

nombre, s. (s.f.). *¿Que es el clima laboral?* Recuperado el 05 de 07 de 2016, de Emprende PyME: http://www.emprendepyme.net/que-es-el-clima-laboral.html

nombre, s. (s.f.). *Condiciones de trabajo*. Recuperado el 05 de 07 de 2016, de Alianza PyME: http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3617/Condiciones-de-trabajo-

nombre, s. (s.f.). *enrequecimiento del trabajo*. Recuperado el 05 de 07 de 2016, de Recursos humanos. Satisfacción de los empleados. Técnicas para motivar a los empleados: https://rodas5.us.es/file/724ed50e-fbf1-19f2-c79d-c96534e547e4/1/tecnicas_motivacion_scorm.zip/page_04.htm

ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE EL DESARROLLO DE PATENTES Y EL GASTO AMBIENTAL EN EL SECTOR MANUFACTURERO EN MÉXICO

Beatriz Alejandra Velasco Mendoza[1] y Roberto González Acolt[2]

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de investigación fue analizar la relación que existe entre el desarrollo de patentes de marcas, productos o procesos y el gasto de inversión y corriente para prevenir, reducir o eliminar la contaminación ambiental que las ramas de actividad económica manufacturera realizan. Los resultados muestran que existe una relación positiva entre el desarrollo de patentes y el gasto ambiental, es decir, que a medida que las empresas destinen un peso más al gasto ambiental, el número de empresas que desarrollen patentes se incrementará alrededor de 0.04%. La división VIII del sector manufacturero tuvo mayor participación en el gasto ambiental, así como estar sujeta a cumplir alguna norma ambiental y contar con personal dedicado a actividades de protección al ambiente.

ABSTRACT

The objective of this research was to analyze the relationship that exists between the development of patents of trademarks, products or processes and the spend of investment and current to prevent, to reduce or to eliminate environmental pollution made by branches of manufacturing economic activity. The results show that there is a positive relationship between the development of patents and the environmental expenditure, is to say that as companies allocate one weight more environmental expenditure the number of companies which develop patents will increase around 0.04 percent. The VIII division of the manufacturing sector had greater participation in the environmental expenditure, as well as compliance with environmental regulations and have employees dedicated to protection activities to the environmental.

Palabras clave: Desarrollo de patentes, gasto ambiental, sector manufacturero, innovación.

INTRODUCCIÓN

Los problemas que enfrenta la sociedad entorno al medio ambiente se ha agravado debido a que las empresas en su finalidad de producir bienes y servicios generan contaminación. Existen medidas regulatorias que las empresas deben adoptar para reducir la emisión de contaminantes al medio ambiente y que se expresan en cuatro diferentes instrumentos con el fin de reducir o eliminar esta externalidad negativa: 1) Comando y control (leyes, reglamentos y normas), 2) Incentivos económicos (impuestos, cuotas, políticas de precios), 3) Inversión gubernamental (infraestructura ambiental y desarrollo en nuevas tecnologías) y 4) Información y esquemas voluntarios (acuerdos voluntarios y programas educativos). El enfoque que se requiere para prevenir la contaminación ambiental es que exista el compromiso tanto de las empresas y el Estado (Romo, et al. 2005).

No todas las empresas, sin embargo, perciben de la misma manera la relevancia que tienen estas medidas, para algunas de ellas las acciones ambientales implican reducción de ganancias. En contraste, para otras significa una oportunidad de ser competitivas en el mercado. Por ejemplo, la hipótesis de Porter plantea que una normativa ambiental más exigente puede resultar más beneficiosa ya que introduce incentivos para la innovación y por consiguiente un impacto positivo sobre la competitividad (Azqueta, 2007).

[1] Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro, Departamento de Economía Agrícola; Calzada Antonio Narro 1923, Buenavista, C.P. 25315, Saltillo, Coahuila, b_bety04@hotmail.com
[2] Universidad Autónoma de Aguascalientes, Departamento de Economía; Avenida Universidad Nº 940, Ciudad Universitaria, C. P: 20131, Aguascalientes, Ags., rgonza@correo.uaa.mx

Se podría pensar que adoptar medidas para reducir la contaminación representa un efecto negativo sobre la productividad y competitividad de las empresas, esto no es así ya que las regulaciones ambientales favorecen la productividad de las empresas y conducen a la innovación de los procesos productivos en favor del medio ambiente (Domínguez, 2006).

Esta relación entre aspectos ambientales y tecnología ha sido analizada en diversos países, por ejemplo Brunnermeier y Cohen (2003) estudian la industria manufacturera en Estados Unidos donde investigan la relación entre la exigencia en la reducción de contaminantes (cambios en los costos de abatimiento y monitoreo) y la innovación ambiental.

Basados en una muestra de 146 industrias, finalmente, encontraron que un aumento en los costos por abatir la contaminación de las empresas está ligado a un ligero incremento en la innovación ambiental -medido por el registro exitoso de patentes-. Sin embargo, también hallaron que el monitoreo ambiental a las firmas no las motiva a la innovación y que existe una relación positiva entre las industrias de competencia extranjera y la presencia de actividad innovadora.

En México, Mercado (2008) analiza la industria siderúrgica debido a que merece atención especial por el impacto ambiental que genera, primero estudia los impactos ambientales de las principales transformaciones de la industria mexicana del acero e identifica algunos factores que lo expliquen, entre ellos la apertura comercial y las políticas ambientales.

Posteriormente determinó el tipo de planta de éste sector que ha tenido mejor gestión y desempeño ambiental en el control de la contaminación. Para ello evaluó el comportamiento de 12 plantas siderúrgicas organizadas en dos grupos según su proceso productivo, como resultado encontró que el efecto composición y tecnológico crean influencia positiva en el abatimiento de la contaminación, sin embrago el efecto escala produce efectos negativos, encontró también, que las firmas grandes implementan tecnologías más limpias en comparación con las pequeñas, las primeras cumplen de cierta manera más allá de lo exigido por las normas ambientales debido a factores financieros y tecnológicos.

Concluyó que las dos principales razones que motivan a las empresas a cuidar el medio ambiente son las regulaciones gubernamentales y la exigencia de sus clientes en el exterior. En la presente investigación se pretende estudiar cómo las decisiones ambientales en las actividades de la industria manufacturera influyen en la innovación, por ello el objetivo de la investigación es analizar cómo afectan los gastos de inversión y corriente para disminuir la contaminación sobre la innovación que realizan las unidades económicas manufactureras de México.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para comprobar como contribuyen los gastos de inversión y corriente para disminuir la contaminación sobre la innovación que las empresas manufactureras realizan se utilizó el siguiente modelo econométrico:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \ln X + \mu \quad \ldots\ldots\ldots (1)$$

En donde:

Y es el número de unidades económicas por rama manufacturera que desarrollaron patentes de marcas, productos o procesos en la innovación[3] durante 2008; ln X es el logaritmo natural de la suma del gasto en inversión y corriente para prevenir, reducir o eliminar la contaminación ambiental que realizan las

[3] INEGI (2009b) retoma el concepto de innovación de la OCDE (2006), quien define la innovación como la introducción de un nuevo y mejorado bien, servicio, proceso o método dentro las actividades que realizan las empresas internamente, para que exista la innovación es necesario que el producto o proceso sea nuevo y que además sea introducido a la empresa. Los principales tipos de innovación que existe son las innovaciones de producto, de procesos, de mercadotecnia y de organizaciones.

unidades económicas por rama del sector manufacturero (INEGI, 2009a), β_0 y $\beta_1$son los parámetros del modelo y μ representa el término de error. Cabe señalar que el modelo de la ecuación (1) el efecto parcial de la variable X sobre Y es igual a $\Delta Y = (\beta_1/100)\ \%\ \Delta X$. La hipótesis que queremos demostrar es que el gasto en inversión y corriente que realizan las ramas manufactureras no incide en el desarrollo de patentes de marcas, producto o procesos que realizan las unidades económicas de este sector, es decir, la hipótesis a probar H_0: $\beta_1 = 0$ contra la alternativa H_1: $\beta_1 > 0$.

Los datos para construir la ecuación (1) se obtuvieron de los censos económicos que presenta INEGI (2009b), la estimación del modelo se realizó por medio de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) en el paquete estadístico gretlw32.

RESULTADOS

Primero, se presentan los principales indicadores que reflejan la participación por divisiones de las unidades económicas manufactureras en acciones relacionadas en favor con el medio ambiente, de acuerdo con los datos que proporciona INEGI (2009b) se tienen 86 ramas de actividad económica en el sector manufacturero clasificado en 9 grandes divisiones[4] (INEGI, 1995).

Se puede observar en las figuras 1, 2 y 3 que la división VIII presenta la mayor proporción de unidades económicas que realizaron gastos de inversión y corriente para prevenir, reducir o eliminar la contaminación ambiental. Por otra parte, dicha división ocupó la mayor proporción de unidades económicas que están sujetas a cumplir alguna norma ambiental y además representa a las firmas que contaron con personal dedicado a actividades de protección al medio ambiente, en contraste, las divisiones III y IX no tuvieron tanta relevancia según los indicadores señalados.

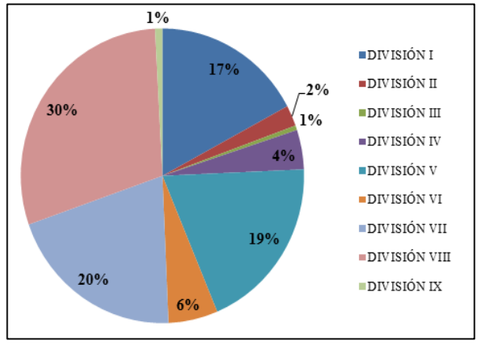


Figura 1. Participación por división del sector manufacturero que realizaron gastos de inversión y corriente para prevenir, reducir o eliminar la contaminación ambiental.

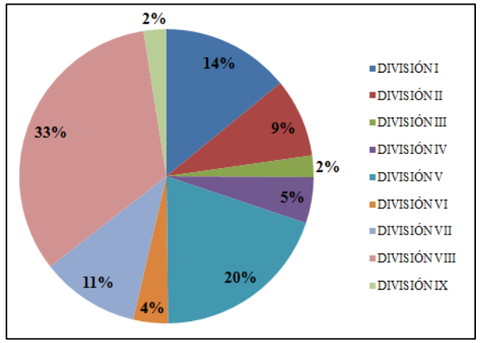


Figura 2. Participación por división del sector manufacturero que están sujetos a cumplir alguna norma ambiental.

[4] División I: Productos Alimenticios, Bebidas y Tabaco. División II: Textiles, Prendas de Vestir e Industria del Cuero y del Calzado. División III: Industria y Productos de la Madera. División IV: Papel, Productos de Papel, Imprenta y Editoriales. División V: Sustancias Químicas, Derivados del Petróleo, Productos de Caucho y Plásticos. División VI: Industria de Minerales No Metálicos, Excepto Derivados del Petróleo y el Carbón. División VII: Industrias Metálicas Básicas. División VIII: Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo. División IX: Otras Industrias Manufactureras.

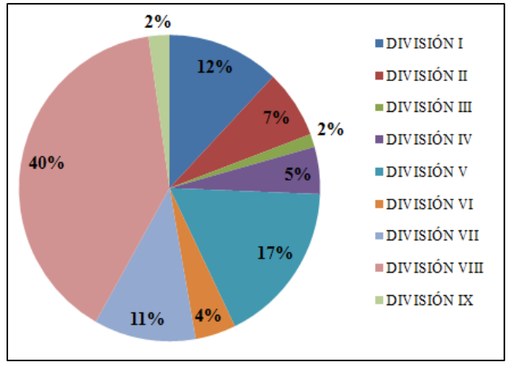


Figura 3. Participación por división del sector manufacturero que contaron con personal dedicado a actividades de protección al medio ambiente.

En la tabla 1 se muestran los resultados de la ecuación (1), se percibe que existe un relación positiva entre el gasto de inversión y corriente que las unidades económicas realizan y el desarrollo en patentes, dicha relación expresa que cuando las unidades económicas del sector manufacturero destinen un peso más en gastos de inversión y corriente para prevenir, reducir o eliminar la contaminación ambiental aumentará alrededor de 0.04% el número de unidades económicas que desarrollen patentes de marcas, productos o procesos.

Se muestra en la tabla 1 que el estadístico *t* para nuestra variable ln X resulta ser significativo para el modelo, recordemos que la hipótesis alternativa planteada para nuestro trabajo es de una cola (H_1: $\beta_1 > 0$). Ahora bien, a un nivel de significancia de 5% y con 68 grados de libertad se tiene un valor crítico en la distribución *t* aproximada de 1.67, dado que el estadístico *t* para β_1 estimada es 2.7575 y supera el valor crítico se rechaza la hipótesis nula, es decir, cuando $\beta_1 > 0$ a un nivel de significancia del 5%, H_0 se rechaza.

Tabla 1. Resultados de la ecuación (1)

	Coeficiente	Estadístico *t*	Valor *p*
Intercepto	-23.9352	-1.6177	0.11037
ln X	3.99065	2.7575	0.00747
Observaciones	70		
R Cuadrado	0.100575	R Cuadrado corregido	0.087348

Un estudio que se relaciona con la presente investigación y que se enfoca hacia el mismo sector económico es el de Aigner y Lloret (2013), quienes tomaron una muestra de 103 industrias Mexicanas y encontraron que la innovación de productos, servicios y marketing, así como el modelo de negocio o innovación de procesos guían la sostenibilidad ambiental de las empresas, ya que más de las dos terceras partes de las mismas consideraron muy importantes ambos elementos al momento de adoptar la sostenibilidad.

Como se expresó anteriormente, en la división VIII las unidades económicas tiene una participación importante en los tres indicadores ambientales, dicha división está compuesta por empresas que dedican su actividad, por ejemplo a la producción de muebles metálicos, productos metálicos estructurales, maquinaria y equipo, equipo y aparatos eléctricos para la Industria, fabricación y ensamble de maquinaria, aparatos electrodomésticos, fabricación y/o ensamble de automóviles, industria automotriz y

de carrocerías metálicas, motores, partes y fabricación de accesorios para automóviles, es decir, son ramas que se caracterizan por estar controladas por empresas grandes y de carácter multinacional. Este hallazgo es reforzado por lo que encontró López (2014) en su estudio, en el sentido de que las empresas de México que desarrollan actividades manufactureras y que destinan gastos e invierten específicamente al control y protección del medio ambiente las cuales se caracterizan principalmente por ser muy grandes, vinculadas a actividades modernas y participan en consorcios.

CONCLUSIONES

En el presente trabajo encontramos que el gasto de inversión y corriente para prevenir, reducir o eliminar la contaminación ambiental que las unidades económicas de la rama manufacturera realizan influye de manera positiva en el desarrollo de patentes de marcas, productos o procesos, acción que refleja ser un factor relevante para poder medir la innovación ambiental que las empresas realizan.

Al igual que en ésta investigación Giner de los Ríos (2014) quien considera el gasto como un elemento para poder medir la contribución ambiental que realizan las empresas, expresa que el gasto que las empresas realizan es un indicador que no necesariamente se encuentra relacionado con la mejora ambiental, y aunque lo fuera en ocasiones resulta difícil separar los montos destinados a lo ambiental y a la rentabilidad, por lo que hay que tomar en cuenta que dicho indicador presenta algunas restricciones y está sujeto a mejoras, de manera que se evite llegar a errores de interpretación, por ejemplo, el hecho de que una empresa destine mayor gasto solo por cumplir las exigencias de las autoridades no se puede concluir que tenga mayor desempeño ambiental que una que no lo hace con esos fines.

Una de las limitaciones de este trabajo es que se empleó un modelo de regresión simple por lo que no se incluyó otras variables ambientales que afectan la innovación que llevan a cabo las empresas. Otro aspecto a considerar es que no se midió propiamente la innovación ambiental, dado que INEGI no registra el desarrollo de patentes de marcas, productos o procesos de carácter ambiental, esto nos conduce a considerar el planteamiento de Sánchez (2014) quien explica que la información de carácter ambiental es escaza debido a que al recolectar ésta hace falta el buen diseño de las encuestas para medir el esfuerzo de las empresas por proteger el medio ambiente, además, considera que el gasto de inversión y corriente no se pueden medir como datos aislados, sino más bien hace falta información en series temporales largas que permitan hacer un análisis más exacto de estos indicadores. Para nuestro trabajo solo se tomaron datos de los censos económicos de 2008, ya que no se tiene información actualizada ni en series temporales, se recomienda hacer un análisis más profundo para definir variables que puedan explicar mejor la innovación ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

AZQUETA, D. (2007). *Introducción a la economía ambiental*, Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U

DOMINGUEZ, V. (2006). *México: Empresa e innovación ambiental*, México: H. Cámara de Diputados, LIX Legislatura, Universidad Nacional Autónoma de México, Miguel Ángel Porrúa.

ROMO, D., ROMERO, O., & SAMANIEGO, R. (2005). *Industria y medio ambiente en México,* México H. Cámara de Diputados, LIX Legislatura, Instituto Tecnológico Autónomo de México, Miguel Ángel Porrúa.

Artículos de libros

GINER DE LOS RIOS, F. (2014). "¿Qué es lo que en realidad medimos como inversión ambiental?" en Mercado A. y López R. (Eds.) *La estadística ambiental en México*, México, D. F: El Colegio de México, Centro de estudios económicos, Programa sobre Ciencia Tecnología y Desarrollo; CEPAL, [pp. 89-97].

LOPEZ, R. (2014). "Desarrollo tecnológico y sustentabilidad" en Mercado A. y López R. (Eds.) *La estadística ambiental en México*, México, D. F: El Colegio de México, Centro de estudios económicos, Programa sobre Ciencia Tecnología y Desarrollo; CEPAL, [pp. 191-213].

MERCADO, A. (2008). "La industria mexicana del acero: Una evaluación de su comportamiento ambiental" en Jenkins R. y Mercado A. (Eds.) *Ambiente e industria en México: Tendencias, regulaciones y comportamiento empresarial*, México, D.F: El Colegio de México, Centro de estudios económicos, [pp. 247-290].

SÀNCHEZ, J. (2014). "Estadísticas de la empresa y el medio ambiente en México: fuentes y retos" en Mercado A. y López R. (Eds.) *La estadística ambiental en México*, México, D. F: El Colegio de México, Centro de estudios económicos, Programa sobre Ciencia Tecnología y Desarrollo; CEPAL, [pp. 149.160].

Artículos de revista

AIGNER, D. & LLORET, A. (2013). "Sustainability and competitiveness in México" en *Management Research Review,* Núm. 12, Vol. 36, [pp. 1252-1271].

BRUNNERMEIER, S. & COHEN, M. (2003). "Determinants of environmental innovation in US manufacturing industries" en *Journal of Environmental Economics and Management,* Núm. 2, Vol. 45, [pp. 278-293].

Artículos en línea

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GEOGRAFIA. (2009a). "Cuestionario para la industria manufacturera", Consultada en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/I0S.pdf (fecha de consulta 17/06/2016).

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GEOGRAFIA. (2009b). "Censos económicos 2009", Consultada en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/privado-paraestatal.asp (fecha de consulta 17/06/2016).

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y GEOGRAFIA. (1995). "Clasificador de Actividades Económicas de la Encuesta Nacional de Empleo (CAE-ENE)", Consultada en: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/metodologias/encuestas/hogares/Cae_ene.pdf (fecha de consulta 17/06/2016).

OCDE, EUROSTAT. (2006). "Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación", Consultada en: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDOsloManual05_spa.pdf (fecha de consulta 10/06/2016).

REVISIÓN EN ORIGEN PROMOTOR DE BENEFICIOS FISCALES

Anahí Estefanía Velázquez López[1] y Porfirio Tamayo Contreras[2]

RESUMEN

El Gobierno Federal establece una serie de programas que dan facilidades a las empresas que cumplen correctamente con sus obligaciones fiscales en materia de comercio exterior. Entre estos programas está el Programa de Revisión en Origen. Por tanto, el objetivo de la investigación es conocer cuáles son los beneficios fiscales que otorga el programa de revisión en origen. La hipótesis que se plantea es que el programa de revisión en origen apoya a los grandes importadores, así como a las empresas con programa IMMEX, otorgándoles beneficios fiscales que otras empresas no tienen.

La metodología utilizada fue documental con base, principalmente, en libros, páginas web, la Ley Aduanera vigente y su reglamento y el Código Fiscal de la Federación. Se concluye que el Programa de Revisión en Origen si otorga beneficios fiscales a los grandes importadores. Así como a las empresas que cuenten con programa IMMEX (Industria Manufactureras Mexicana de Exportación).

Palabras claves: Revisión en origen, beneficios fiscales, grandes importadores y empresas IMMEX

ABSTRACT

The Federal Government establishes a number of programs that provide facilities to the companies that comply correctly with their tax obligations in foreign trade. Among these programs is the program revision in origin. Therefore, the objective of the research is to know which are the tax benefits granted by the revision in origin program. The hypothesis that is raised is that the revision in origin program supports big importers and companies with IMMEX program, granting them tax benefits that other companies don´t have. The method used was based mainly on books, web pages, the law Customs Act and the regulations, and the Tax Code of the Federation. It´s concluded that the revision in origin program, offers tax benefits to big importers. As well as companies with IMMEX (Mexican Manufacturing Industry Export) program.

Keywords: Revision in origin, tax benefits, big importers, and IMMEX companies.

INTRODUCCIÓN

El programa de revisión surge de manera estructurada en el sexenio del mandatario Ernesto Zedillo Ponce de León, quien promueve modificaciones a la Ley Aduanera para facilitar a los grandes importadores y a las empresas que realizan importaciones temporales para la transformación, elaboración en programas de maquila y de exportación, actualmente registradas al amparo del programa IMMEX (Industria Manufacturera Mexicana de Exportación).

En la Ley en comento, el programa de revisión en origen simplifica y reduce el tiempo de despacho de mercancías, ya que el agente aduanal no tendrá que verificar la información proporcionada por el proveedor, porque está ya fue verificada y asumida como cierta por el importador. Entendiendo como tal

[1]Universidad Politécnica de San Luís Potosí, Mercadotecnia Internacional; Urbano Villalón 500, Col. La Ladrillera, C.P: 78369, San Luis Potosí, S.L.P. annahivelazquez@gmail.com
[2] Universidad de Guanajuato, División de Ciencias Económico Administrativas; Fraccionamiento 1; Col. El Establo S/N, C.P: 3625, Guanajuato, Gto. aeinegocios@prodigy.net.mx

que el importador tiene la obligación de constatar que lo señalado en la factura coincida con los bienes a importar. Si bien, el agente aduanal no será responsable por lo manifestado por el importador, siempre y cuando, siga al pie de la letra la carta de instrucciones emitida por la empresa importadora. Además, al momento de realizar el previo aduanero a simple vista no pueda distinguir la composición de los productos a importar.

Por otro lado, la empresa Zenkor Trade Solutions (2016) en su estudio titulado Procedimiento de Revisión en Origen, manifiesta que los beneficios de la revisión en origen son básicamente dos; agilidad en los procesos de importación de las mercancías, la rectificación de datos que pudieran estar inexactos en determinadas situaciones y en caso de que, la autoridad determine omisiones en el pago de contribuciones y cuotas compensatorias causadas con motivo de la importación, se exigirá el pago de las mismas y de sus accesorios. Efectuado el pago correspondiente no se aplicarán otras sanciones que por dichas omisiones se encuentren previstas en la Ley Aduanera o en el Código Fiscal de la Federación.

Asimismo, Zenkor Trade Solutions (2016) concluye que las empresas que aplican el procedimiento de revisión en origen en los procesos del comercio exterior obtienen grandes beneficios, pero también tienen obligaciones que deben cumplir tales como el cálculo anual, la revisión de la información manifestada en el pedimento de importación, dar avisos sobre las modificaciones o adiciones a los datos asentados en el registro del despacho de mercancías de las empresas en relación a la denominación o razón social, entre otras.

Tomando en cuenta lo anterior, se plantea el siguiente objetivo de investigación: Conocer cuáles son los beneficios fiscales que otorga el programa de revisión en origen. Por tanto, la hipótesis que se plantea es que el programa de revisión en origen apoya a los grandes importadores, así como a las empresas con programa IMMEX, otorgándoles beneficios fiscales que otras empresas no tienen.

MÉTODO Y MATERIALES

En la presente investigación se realizó una investigación de tipo documental, la cual se llevó a cabo indagando por medio de los métodos de recolección, selección y análisis, para obtener información relacionada sobre el procedimiento de revisión en origen. En donde, única y principalmente se empleó como instrumento de investigación fuentes documentales, tales como la Ley Aduanera y su reglamento, el Código Fiscal de la Federación, libros de aduanas en México, páginas web y el Servicio de Administración Tributaria (SAT), en el cual se realizaron visitas a la organización como en el sitio web para la obtención de información y para enriquecer la investigación con la asesoría de expertos en el tema.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos de la investigación son presentados por medio de los instrumentos de estudio documentales empleados para desarrollar el procedimiento de esta. Por tanto, el objetivo e hipótesis planteados se resuelven al determinar y dar a conocer los beneficios fiscales que otorga el programa de revisión en origen, como con la hipótesis que tiene por planteamiento que la revisión en origen apoya a los grandes importadores, así como a las empresas con programa IMMEX, otorgándoles beneficios fiscales que otras empresas no tienen.

Considerando lo anterior, los beneficios fiscales se otorgan principalmente con el conocimiento de que existen principalmente dos fórmulas; margen de error (ME) y Porcentaje de Contribuciones y Cuotas compensatorias Omitidas (PCO), que provee el programa de revisión en origen a los importadores con el propósito de que estos las apliquen y puedan obtener como beneficio el saber si habrá pago de contribuciones o cuotas compensatorias. Incluso la fórmula ME da como opción realizar pagos espontáneos de las contribuciones o aprovechamientos, en cambio, el PCO tiene como ventaja que las contribuciones o cuotas compensatorias omitidas, se podrán pagarán al presentar el informe anual sin

actualizaciones, ni recargos y multas. Por otro lado, de acuerdo al artículo 21 del Código Fiscal de la Federación existe la obligación del pago de las contribuciones o aprovechamientos omitidos con actualización, mediante la aplicación del índice nacional de precios al consumidor, publicados por el Banco de México.

El valor de las contribuciones y aprovechamientos que se tengan que pagar, se actualizan desde el mes inmediato anterior en que el importador debió realizar el pago y hasta el mes inmediato anterior en que lo realice. Es decir, si el importador debe una contribución el día 30 junio de 2016 y decide no pagarla hasta el 26 de febrero del siguiente año, implica que el importador tiene una omisión de contribución, que pagará en el año 2017. Que relacionado a lo anterior, de acuerdo al artículo en comento, se toma el índice nacional de precios al consumidor del mes de enero de 2017 entre el índice nacional de precios al consumidor del mes de mayo de 2016.

El beneficio previsto en el artículo 98 de la ley Aduanera, en éste proceso de actualización, para una empresa registrada en el Programa de Revisión en Origen es que en lugar de tomar el mes inmediato anterior aquel en que omitió la contribución o aprovechamiento. Tomará el penúltimo mes a aquel en el que se dejó de cubrir la obligación fiscal. Siguiendo con el ejemplo del párrafo anterior, ahora se tomaría el índice nacional de precios al consumidor del mes de enero de 2017 entre el índice nacional de precios al consumidor del mes de abril de 2016.

Otro beneficio fiscal es que el importador registrado en el Programa de Revisión en origen realiza su propia auditoria al verificar los datos de las mercancías contenidas en el pedimento y en caso de que detecte irregularidades estas las pagará de manera espontánea sin multas, solo con actualizaciones y recargos. Además, los recargos los puede cubrir con la tasa más bajo que es la de plazos. Siempre y cuando pague las contribuciones y aprovechamientos omitidos dentro de los treinta días posteriores a la omisión.

Cuando la autoridad aduanera al ejercer sus facultades de revisión llaga a detectar la omisión de contribuciones y aprovechamientos las exigirá con multas, actualizaciones y recargos. Los recargos tendrán que cubrirse con la tasa de mora. No obstante, el Programa de Revisión en Origen genera para el importador el beneficio de no aplicar alguna otra sanción prevista en la misma Ley Aduanera o en el Código Fiscal de la Federación. Para ser más precisos la autoridad fiscal no aplicará otra sanción más que la relacionada con la omisión del tributo aduanero.

Y no ejercerá alguna otra, en el supuesto del incumplimiento de alguna regulación no arancelaria, como es el aplicable en lo dispuesto en el artículo 177 fracción VIII de la Ley Aduanera que a la letra indica: *Tratándose de mercancías susceptibles de ser identificadas individualmente, no se consigne en el pedimento o en la información transmitida relativa al valor y demás datos de comercialización de las mercancías o, en su caso, valor comercial, los números de serie, parte, marca, modelo o, en su defecto, las especificaciones técnicas o comerciales necesarias para identificar las mercancías y distinguirlas de otras similares, cuando dichos datos existan. Esta presunción no será aplicable en los casos de exportación, salvo tratándose de mercancías importadas temporalmente que retornen en el mismo estado o que se hubieran importado en los términos del artículo 86 de esta Ley.*

La multa aplicable de acuerdo al numeral 178 fracción VII de la Ley Aduanera es del 70% al 100% del valor declarado o del valor comercial de las mercancías.

DISCUSIÓN

Por tanto, como resultado de lo anterior el procedimiento de revisión en origen apoya a las grandes empresas cediéndoles considerables beneficios fiscales que favorecen y agilizan las operaciones de los importadores como a las empresas con programa IMMEX. Asimismo, se logra determinar que, la aplicación del factor de actualización, otorgado como beneficio, dentro del artículo 98 de la Ley

Aduanera puede generar en algunos casos un beneficio como un pago mayor. Lo anterior va a depender de la inflación que se tenga en el penúltimo mes anterior al de la omisión de la obligación fiscal. Si se tiene una inflación menor, entonces el factor de actualización va a ser mayor, y si tiene una inflación más alta que del mes anterior el factor bajará.

El programa de revisión en origen, si beneficia con la aplicación de la multa solo para los tributos no cubiertos. Un contribuyente normal tendría que pagar las multas tanto para las regulaciones arancelarias como no arancelarias. Además, de las que se ocasiones por parte del Código Fiscal de la Federación, sobre todo los relacionados con defraudación fiscal que son castigados con la privacidad de la libertad.
En la aplicación de los recargos por la omisión de la contribución omitida que el importador decidió pagar posteriormente.

En este recargo existen dos tonalidades; el de mora en el cual el importador fue moroso y no pagó en la fecha que correspondía, por lo tanto, la autoridad le cobrará un recargo por mes. Sin embargo, el beneficio es visible para las empresas registradas en el programa de revisión en origen cuando la autoridad permite que el importador pueda realizar el pago en plazos, por tanto, se brinda una tasa de recargos menor denominada de prórroga o plazo que es del 50% menor al de mora. Fuera del programa de revisión en origen la tasa de prorroga se otorga cuando el importador llega a un acuerdo con la autoridad aduanera para el pago de sus obligaciones fiscales.

CONCLUSIÓN

A través de la investigación realizada se concluye que el programa de revisión en origen si otorga beneficios fiscales en comparación con las empresas que no están dentro de éste registro, en materia aduanera. Por tanto, es de resaltar que definitivamente el procedimiento de revisión en origen tiene muchos beneficios que ofrecer a los importadores que decidan emplearlo. No obstante, la importancia de los beneficios fiscales residen especialmente en la aplicación de no sanciones del Código Fiscal de la Federación y en algunos casos, con la posibilidad de que la actualización se disminuya o que el recargo sea mucho menor si se realiza de manera espontánea.

Por otro lado, aunque revisión en origen sea evidentemente un proceso eficiente e impacte favorablemente a las empresas, no es un procedimiento muy conocido o empleado por parte de estas, debido a que, sólo pueden adquirirlo organizaciones que tengan ingresos o importaciones superiores a $106, 705,330.00 pesos por año, a excepción de las maquiladoras o empresas que cuenten con el programa IMMEX (Industria Manufacturera, Maquiladora y de servicios de Exportación).

BIBLIOGRAFÍA

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2010). “Comercio exterior, despacho de mercancías, inscripción en el registro de despacho de mercancías de las empresas (revisión en origen)” en *SAT Servicio de Administración Tributaria.* Consultada en http://www.sat.gob.mx/comext/despacho_mercancias/Paginas/inscripcion_d_mercancias.aspx, el 02-07-2016.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2013). “Capítulo II Definitivos de importación y de exportación, Sección primera de importación” en *La Ley Aduanera*, No. 56, pp. 56- 59. Consultada en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12_291214.pdf, el 01-07-2016.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2009). “título segundo, de los derechos y obligaciones de los contribuyentes, capitulo único” en *El Código Fiscal de la Federación*, No. 17, pp. 17-24. Consultada en http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_mex_anexo6.pdf, el 01-07-2016.

VALORACIÓN ECONÓMICA DEL AGUA EN LA CIUDAD DE SALTILLO, COAHUILA

Miriam Angélica Ventura Hurtado[1] y Gregorio Castro Rosales[2]

RESUMEN

Con el método de Valoración Contingente (VC) se busca estimar la Disposición a Pagar (DAP) para la realización de acciones en pro de la conservación de los mantos acuíferos de la sierra de Zapalinamé que abastecen de agua a la ciudad de Saltillo Coahuila. Con una muestra de 340 encuestas aplicadas en 112 colonias, se ha encontrado una DAP promedio mensual de $ 11.97 pesos, que significa un valor anual de $ 75,870,215.2 pesos, siendo éste el valor de uso, al asumir que todos son usuarios directos de uno de los principales servicios ambientales naturales que ofrece la Sierra de Zamaplinamé, el agua.

ABSTRACT

With the Contingent Valuation Method (CVM) is to estimate the willingness to pay (WTP) for carrying out actions for the conservation of aquifers Zapaliname saw that supply water to the city of Saltillo Coahuila. With a sample of 340 surveys of 112 colonies, it found a monthly average of $ 11.97 pesos, which means an annual value of $ 75,870,215.2 pesos, being the value of use, assuming that all are direct users of one of DAP the main environmental services offered by the mountain of Zapaliname, the water.

Palabras clave: Valoración Económica del Agua, Valoración Contingente, Disposición a Pagar.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con Castro Rosales El presente trabajo tiene como objetivo estimar el valor económico que los habitantes de la ciudad de Saltillo atribuyen al agua, y su disposición a pagar (DAP) a favor de realizar acciones de conservación de los mantos acuíferos de la Sierra, dado que son los proveedores del agua en toda la ciudad, éstos mantos subterráneos solo captan el agua de lluvia, ya que no existe otro afluente que los alimente.

Se utilizó el método de Valoración Contingente (VC). Aplicando un total de 340 encuestadas en 112 colonias de la ciudad de Saltillo, el cual nos permitió crear un mercado hipotético de 287 encuestas para conocer la disposición a pagar a beneficio de la conservación de los mantos acuíferos de la Sierra de Zapalinamé.

MARCO TEÓRICO

El valor que una persona le otorga a un determinado bien generalmente está en función del nivel de disfrute que le proporciona dicho bien. Sin embargo, se puede hacer una clasificación de los tipos de valor. De acuerdo con Azqueta et al (2007) hay dos tipos de valor, el de uso y el de no uso. En el primero se encuentra el valor de uso directo que puede ser de carácter consuntivo, cuando se altera la cantidad y calidad del bien, o no consuntivo cuando no se alteran las características del bien; el de uso indirecto que poseen los bienes que son indispensables para el uso directo de otros bienes y el valor de opción, que poseen por permanecer como una opción latente de uso directo.

[1] Universidad Autonoma de San Luis Potosí, Unidad Academica Multidisciplinaria Zona Huasteca, Calle Romualdo del Campo #501, Rafael Curiel, C.P. 79060, Ciudad Valles S.L.P. miriam.eiich@hotmail.com
[2] Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro, Departamento de Economía Agrícola; Calzada Antonio Narro #2023, Buenavista, C.P. 25315, Saltillo, Coahuila, gregoriocr@gmail.com

En cuanto al valor de no uso las categorías son dos, el valor de existencia, que es el valor que le supone al individuo el saber acerca de la existencia y conservación de un bien sin que tenga intenciones de usarlo o disfrutarlo en el futuro y el valor de herencia, asociado a la satisfacción de poder legar a las generaciones futuras un determinado bien.

Estas características inherentes al concepto de valor deben tenerse en cuenta al tratar de valorar un bien sin mercado; tal como sucede con el medio ambiente y los recursos naturales (Riera, García, Kriström y Brännlund, 2005). Es por esto que se eligió el método de la valoración contingente para definir la DAP que supone el medio ambiente, en este caso específicamente el valor del agua para los individuos.

Las técnicas de valoración han sido ampliamente utilizadas como una herramienta en la recuperación y conservación recursos naturales como el agua. En México se ha empleado el método de VC en numerosas investigaciones, como el estudio de Brunnet et al. (2010) en donde se calculó la Disposición a Pagar (DAP) por los servicios hídricos del Nevado de Toluca, cuyo valor promedio al mes por individuo fue de $35.

También se utilizó para obtener la DAP por los servicios hidrológicos del acuífero de La Paz, Baja California Sur, en el trabajo de Avilés Polanco et al., 2010. Encontraron que los hogares con tandeo manifestaron una mayor DAP que los que cuentan con un servicio diario y continuo. Al analizar por grupos de ingreso monetario mensual encontraron que los de mayores ingresos tienen una DAP mayor que los de menos ingresos.

Otro caso de trabajos de Valoración Contingente fue en el Estado de Aguascalientes donde se estimó la disposición a pagar (DAP) del consumo de agua potable de los hogares en la ciudad de Aguascalientes. Los resultados indicaron que las mujeres tienen una más alta DAP por el servicio de agua potable; asimismo, a pesar de que a mayor ingreso de las familias, mayor es su DAP, son los hogares de menores ingresos los que en su mayoría respondieron afirmativamente en su DAP. Se infiere que los jóvenes en comparación con los adultos tienen una más elevada DAP por el servicio.

La investigación proporciona información sobre la valoración económica del servicio de agua potable y puede ser utilizada en el diseño e implementación de políticas públicas para el mejoramiento del servicio en la ciudad de Aguascalientes (Acolt 2016).

METODOLOGÍA

El método de VC consiste en preguntar directamente a los individuos si estarían dispuestos a pagar por una mejora ambiental, en este caso acciones de conservación, y cuánto sería el monto máximo que desembolsarían (Romero 1997).

Se siguieron puntualmente los pasos que sugiere Riera (1994) para llevar a cabo el método de VC. Se definió como población objetivo a los habitantes de la ciudad de Saltillo, Coahuila, mayores de 18 años en las cuatro zonas de la ciudad, noreste, noroeste, sureste y suroeste. De acuerdo a los datos de la micro encuesta inter censal de población realizada en 2015, actualmente la ciudad cuenta con un total de 802,605 habitantes y de estos 527,796 son mayores de 18 años, así como un total de 208,723 viviendas (INEGI 2010).

La VC requiere que se simule un mercado para encontrar la máxima DAP, para ello se deben descartar los casos para los que es difícil determinar su DAP real, por ejemplo quienes responden que no están dispuestos a pagar porque es responsabilidad del gobierno, a éstos casos se les denomina "*ceros protesta*".

La encuesta contiene 31 preguntas y consta de 3 partes. La primera parte recoge información socioeconómica lo que nos permite identificar un perfil de las personas. La segunda permite crear un perfil de acuerdo a las características principales de la vivienda, por ejemplo cuántos cuartos tienen,

cuántos baños, antigüedad de la casa, entre otras variables. Y por último en la tercera parte de la encuesta se pregunta acerca del pago promedio mensual por el servicio de agua, la percepción de los encuestados ante los servicios que ofrece Aguas de Saltillo, así como la VC donde se preguntó sobre la DAP para la realización de acciones de conservación del acuífero que abastece de agua a la ciudad.

El tamaño de muestra n se estimó con un nivel de confianza Z del 95 por ciento, una desviación estándar σ de 0.5 y un nivel de erro ε del cinco por ciento con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2\sigma^2}{\varepsilon^2(N-1)+Z^2\sigma^2} \quad (1)$$

Se obtuvo un tamaño de muestra de 384 encuestas, sin embargo, en la práctica sólo fue factible aplicar 340 encuestas, lo que significó un incremento en el nivel de error, ubicándose en 5.311 por ciento.

Para una mayor representatividad se dividió la muestra en cuatro zonas de la ciudad, donde se alcanzó una cobertura de 112 colonias. El método de aplicación consistió en visitar las viviendas de estas colonias y aplicar la encuesta de manera personal al encargado de la vivienda.

Para la VC básicamente se hizo un análisis estadístico descriptivo, utilizando principalmente la media, valores mínimos y máximos, entre otras medidas que permitieron observar los patrones de los datos.

Adicionalmente se estimó un modelo *probit* para identificar los determinantes de la DAP. Como variables independientes se consideró la edad, E; sexo, S, como variable binaria tomando valor de 0 si el encuestado era hombre y 1 si era mujer; la escolaridad, ES, se presentó como una variable categórica 1 = sin estudios, 2 = primaria 3 = secundaria, 4 = preparatoria, 5 = licenciatura 6 = posgrado; el ingreso familiar mensual, I, como una variable continua, encontrándose un mínimo de dos mil pesos y un máximo de 35 mil pesos; la variable V se refiere a saber si la vivienda es rentada = 0 o si es propia = 1; el número de cuartos, H, se consideró como una variable discreta que resultó con un mínimo de uno y un máximo de doce; el número personas que habitan una vivienda, P, variable discreta con un mínimo de 1 persona por vivienda y un máximo de 6; para el jardín, J, 0 correspondía a quienes no tenían ningún área verde en su casa y 1 para quienes sí; la variable de antigüedad de la casa, A, medida en años, donde el valor mínimo fue de 8 años y el máximo de 40; el almacenamiento de agua, G, se trató como una variable binaria, tomando el valor de 1 si almacenan agua y 0 si no; y por último el pago promedio mensual por el servicio de agua, T, cuyo mínimo fue de $44.00 y su máximo de $ 900.00.

$$DAP = \beta_0 + \beta_1 E + \beta_2 S + \beta_3 ES + \beta_4 I + \beta_5 V + \beta_6 H + \beta_7 P + \beta_8 J + \beta_9 A + \beta_{10} G + \beta_{11} T \quad (2)$$

También se estimó un modelo para identificar los determinantes de la cantidad monetaria que estaban dispuestos a pagar los encuestados DAPM. Se consideraron las mismas variables independientes del modelo anterior, no obstante, el método de estimación utilizado fue el de un modelo *tobit*, que de acuerdo a la literatura, por ejemplo Martínez Paz et al. 2012, es el mejor método de estimación para este tipo de información:

$$DAPM = \alpha_0 + \alpha_1 E + \alpha_2 S + \alpha_3 ES + \alpha_4 I + \alpha_5 V + \alpha_6 H + \alpha_7 P + \alpha_8 J + \alpha_9 A + \alpha_{10} G + \alpha_{11} T \quad (3)$$

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De la muestra se encontraron 53 ceros protesta, de manera que el mercado hipotético fue de 287 individuos. Del mercado hipotético, 109 son hombres y 178 mujeres. Algunos de los datos más importantes destacan que sólo el 37 por ciento de la población conoce quien es el proveedor del servicio de agua en la ciudad de Saltillo.

Se encontró que el 89 por ciento tiene una DAP positiva. En la Tabla 1, se puede ver el monto mínimo, máximo y promedio de la DAP total. La DAP promedio multiplicada por la población objetivo total de Saltillo, indica un valor promedio anual de $ 75,870,215.2 pesos para realizar acciones de conservación de los mantos acuíferos que abastecen de agua a la ciudad. Esta cifra representa el valor de uso que la gente de Saltillo le otorga al agua.

También se puede observar que, en promedio, los hombres tienen una mayor DAP que las mujeres. El principal motivo para una DAP positiva fue porque su ingreso le permite realizar un pago extra a favor de la conservación de este tipo de recursos. Además el 89 por ciento de los encuestados con una DAP positiva dijo tener jardín o un espacio de área verde en su casa. Por otra parte se encontró que el gasto en agua residencial promedio mensual es de $ 201.23. Mientras que el principal motivo para una DAP negativa fue porque su ingreso no se los permite, aunque les importa el tema.

Tabla 1. Estadística descriptiva de la DAP

Fuente: elaboración propia.

	Mínimo	Máximo	Promedio general	Promedio hombres	Promedio mujeres
DAP (pesos por mes)	0	50	11.97	13.027	11.33

El resto de variables socioeconómicas se resumen en la Tabla 2. Se observa que la mayor parte de las personas con DAP positiva son mujeres, así como personas con estado civil de casados. El promedio de integrantes en el hogar de individuos con DAP positiva es de 3.36 personas y cuentan con un ingreso familiar mensual promedio de $12,396.09 pesos. Solo el 46.48 por ciento de los encuestados trabaja lo que equivale a 116 personas, y sólo el 45 por ciento tiene estudios universitarios o de posgrado.

Tabla 2. Características socioeconómicas de los individuos con una DAP positiva.

	Encuestados	**Casados**	**Integrantes del hogar**	**Ingreso familiar mensual**	**Licenciatura o más**	**Trabajan**
Mujeres	59.38 %	92.76 %	3.48	$ 12,596.05	38.15 %	71.71 %
Hombres	40.62 %	88.46 %	3.19	$ 12,103.84	56.73 %	60.57 %

Fuente: elaboración propia.

Otros datos obtenidos en las encuestas fue que el 13.81 por ciento de las mujeres encuestadas reciclan el agua, mientras que solo el 8.65 por ciento de los hombres realizan esta técnica. En cuanto a los datos de la vivienda los resultados arrojaron que la antigüedad promedio de la vivienda es de 21.53 años con un estimado de 5.91 cuartos y con un promedio de cuartos de baño de 1.83 por casa habitación.

En la Tabla 3 se muestran los resultados del modelo *probit* planteado en la ecuación (2). Se puede observar que de todas las variables independientes consideradas solamente 5 resultaron significativas y con una relación positiva. De manera que a mayor edad de una persona aumenta la probabilidad de que esté dispuesto a pagar. Lo mismo para la escolaridad, entre más nivel de estudios posea la persona, mayor probabilidad de que esté dispuesto a pagar.

El número de personas por la casa el cual es un promedio de 3.36 también resultó significativo lo que demuestra que con pocos integrantes en la familia es más probable su DAP positiva, otra variable fue la antigüedad de la casa, quienes tienen una casa con más de 20 años tienen una DAP positiva en respecto con quienes tienes casas menores a 15 años de antigüedad, por último el pago de servicio y quienes más pagan por el servicio de agua más dispuestos están a pagar una contribución,

Tabla 3.Coeficientes estimados mediante un modelo probit para la variable dependiente DAP binaria.

	Coeficiente	*z*	*Valor p*	
Constante	-2.490	2.815	0.005	***
E	0.020	1.779	0.075	*
ES	0.830	4.838	0.000	***
P	-0.225	1.914	0.056	*
A	-0.035	1.916	0.055	*
T	0.007	2.321	0.020	**
R-cuadrado de McFadden	0.247			
Log-verosimilitud	73.995	Criterio de Akaike	159.991	

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIÓN

De manera preliminar, con el método de VC se encontró una DAP promedio mensual de $ 11.97 pesos, siendo la mayoría los hombres quienes declararon una DAP positiva. Se encontró una tendencia muy heterogénea en los montos de la DAP total, donde destacó que los individuos con mayor ingreso familiar mensual declararon una DAP mayor que el resto. De este modo el valor global que los mantos acuíferos brindan a los ciudadanos de Saltillo es de $ 75,870,215.2 pesos.

También se encontró evidencia de que las acciones de conservación y recuperación de los mantos acuíferos de la Sierra no se encuentran ampliamente difundidas entre la población de Saltillo, de hecho solo el 35.15 por ciento del mercado hipotético está enterado acerca de la sobreexplotación de los mantos acuíferos de la Sierra de Zapalinamé.

Esto es importante, ya que en la medida que progrese la difusión de esta zona puede propiciarse una mayor participación de la ciudadanía en general y esto conllevaría a resultados más eficaces a beneficio de los mantos acuíferos de la Sierra de Zapalinamé. Es por ello que en el análisis conjunto se manifiesta una mayor relevancia hacia las acciones que contribuyan a contrarrestar esa tendencia.

Por último de acuerdo a las tablas se puede observar que de los encuestados con DAP positiva el 59.38 por ciento de eran mujeres y el 40.62 por ciento restante hombres, las variables como la escolaridad, la edad, el ingreso familiar, el número de habitantes por casa, la antigüedad de la casa, así como la tarifad el pago por el servicio del agua, fueron las variables más significativas para obtener una DAP positiva.

BIBLIOGRAFÍA

Acolt, R.G., 2016. La disponibilidad a pagar de las familias por mejorar el servicio de agua potable en la ciudad de Aguascalientes *. , 19(1), pp.63–77.

Avilés Polanco, G. et al., 2010. Valoración económica del servicio hidrológico del acuífero de La Paz, b.c.s.: Una valoración contingente del uso de agua municipal. *Frontera Norte*, 22, p.25.

Azqueta, D. et al., 2007. *Introducción a la economía ambiental* 2da ed., Madrid, España: McGraw-Hill.

Brunett, E. et al., 2010. Pago por servicios ambientales hidrológicos: caso de estudio Parque Nacional del Nevado de Toluca. *Ciencia Ergo Sum*, 17(3), pp.286–294.

INEGI, I.N. de E.G. e I., 2010. Censo de Población y vivienda 2010. Available at: http://www.inegi.org.mx/sistemas/consulta_resultados/ageb_urb2010.aspx?c=28111&s=est.

Martínez Paz, J.M., Perni Llorente, Á. y Martínez-Carrasco Pleite, F., 2012. El parque regional de Sierra Espuña: valor económico y políticas de gestion. En: *Los espacios naturales protegidos de la Región de Murcia: estudio de casos desde una perspectiva interdisciplinar*. pp. 283–309.

Riera, P. et al., 2005. *Manual de economía ambiental y de los recursos naturales*, Madrid, España: Thomson Paraninfo Cengage Learning.

Riera, P., 1994. Manual de valoración contingente. *Madrid : Ministerio de Economía y Hacienda, Instituto de Estudios Fiscales, 1994*, pp.1–112. Available at: http://pagines.uab.cat/pere.riera/sites/pagines.uab.cat.pere.riera/files/manualcvm2.pdf.

Romero, C., 1997. *Economía de los recursos ambientales y naturales* 2da ed., Madrid, España: Alianza editorial.

MODELO INSUMO-PRODUCTO PARA EL ESTADO DE SINALOA, 2012

Emilia Xaxni Hernández[1] y Gregorio Castro Rosales[2]

RESUMEN

En este trabajo se aplica el análisis económico regional de insumo-producto para la evaluación de la estructura económica de Sinaloa correspondiente al año 2012. Esto permitió conocer los impactos que se derivarían con la implementación de políticas de desarrollo o cambios provocados por el dinamismo económico.

La metodología empleada consiste en la estimación de coeficientes regionales de localización, así como de multiplicadores básicos: directos e indirectos, y ponderados. Los resultados obtenidos indican que el sector agropecuario e industria manufacturera resultan ser estratégicos para el sistema económico de dicha entidad, mientras que el sector de minería y construcción tienen capacidad de ser sectores de arrastre porque poseen una elevada capacidad de consumo intermedio de insumos locales. Por lo tanto, la evaluación de dichos impactos permite que se diseñen estrategias y políticas para fortalecer la economía del estado.

Palabras Clave: Modelo insumo-producto, multiplicadores regionales, relación sectorial.

ABSTRACT

In this work the regional economic input-output analysis to assess the economic structure of the state of Sinaloa for the year 2012. This applies allowed to know the impacts that would arise with the implementation of development policies or changes caused by the dynamism economic.

The methodology involves the estimation of regional coefficients location and basic multipliers: direct and indirect, and weighted. The results indicate that the agricultural sector and manufacturing are to be strategic for the economic system of the entity, while the mining sector and construction sectors have the capacity to be towed because they have a high capacity for intermediate consumption of local inputs. Therefore, evaluation of impacts allows strategies and policies are designed to strengthen the state's economy.

Keywords: input-output model, regional multipliers, sectoral relationship.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) el modelo insumo-producto es un instrumento que nos permite conocer la estructura productiva de un país y sirve para realizar proyecciones económicas para diseñar políticas económicas. Esta herramienta contiene información detallada acerca de las transacciones entre los diferentes sectores de consumo intermedio y gracias al procedimiento de la matriz inversa de Leontief, es posible realizar un análisis estructural de los encadenamientos sectoriales de un sistema económico.

[1]Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro, Departamento de Economía Agrícola; Calzada Antonio Narro #1923, Colonia Buenavista, C.P: 25315, Saltillo, Coahuila, xaxni_051094@live.com.mx
[2]Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro, Departamento de Economía Agrícola; Calzada Antonio Narro #1923, Colonia Buenavista, C.P: 25315, Saltillo, Coahuila, gregoriocr@gmail.com

El análisis económico regional es una actividad que consiste en aplicar las técnicas e instrumentos teóricos que se han desarrollado para estudiar y explicar los fenómenos económicos que suceden en un espacio geográfico específico, por lo tanto es necesario adecuar la información para cumplir con el objetivo.

En el caso particular, la región de estudio en esta investigación es el estado de Sinaloa, y tiene como propósito aplicar las técnicas de análisis económico regional en este Estado para estimar los coeficientes de localización y calcular los multiplicadores directos, indirectos y ponderados de los sectores económicos para identificar los sectores más importantes de esta economía y lograr obtener un mejor panorama sobre su estructura económica y hacer algunas simulaciones de los efectos de la dinámica de las variables económicas de la región.

En el presente informe se señala la metodología empleada en la investigación, la interpretación de las cifras derivadas de las técnicas aplicadas, así como algunas conclusiones que se obtuvieron a partir del análisis económico regional.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para el análisis económico regional se utilizó la Matriz de Insumo-Producto del estado de Sinaloa correspondiente al año 2012, con el cual se hace una serie de simulaciones con impactos en distintos aspectos de la economía ante cambios en la estructura económica, derivados de la aplicación de políticas de desarrollo o cambios provocados por el dinamismo económico.

Lo anterior debido a que el análisis regional permite tener un mejor panorama acerca de las interacciones que se dan entre los distintos sectores económicos de la entidad, así como también la relación con los factores de producción utilizados en la generación de Valor Bruto de la Producción en la región.

Según (MILLER & P, 2009) el coeficiente de localización (LQ) es un indicador utilizado para el análisis económico regional. En el caso práctico, se calculó ponderando el peso del valor agregado en un sector de actividad de la región de Sinaloa, con el correspondiente al de la economía nacional.

$$LQi = (e_i/e_t)/(E_i/E_t) \quad (1)$$

Dónde:

LQi = Coeficiente de localización del sector "i".
e_i = Valor agregado de Sinaloa en el sector "i".
e_t = Valor agregado total de Sinaloa.
E_i = Valor agregado Nacional en el sector "i".
E_t = Valor agregado total Nacional.

Cabe señalar que el valor de dicho indicador puede ser mayor, menor o igual a 1. Por lo tanto, cuando el valor resulte mayor a la unidad, significa que existe una gran participación del sector de actividad en la región. Si el valor es menor a la unidad, quiere decir que la participación del sector en la región es escasa. En caso de que sea equivalente a la unidad, indica que su participación es equivalente al del promedio nacional.

Ahora bien, teniendo en cuenta que los coeficientes (t_{ij}) miden la proporción en que cada insumo es abastecido localmente y conociendo que su valor en encuentra entre 0 y 1, se estableció que:

$$1 \geq t_{ij} \geq 0$$

Dónde:

i = Sector de origen.
j = Sector de destino.

Posteriormente, para evitar la sobreestimación de los multiplicadores regionales se tiene la fórmula de ponderación:

$$FLQ_{ij} = (CILQ_{ij})(\lambda_r^{\delta})(a_{ij}) \quad (2)$$

Donde:

FLQ_{ij} = Coeficiente de Flegg *et al.*.
$CILQ_{ij}$= Coeficientes de localización del sector.
a_{ij}= Coeficientes nacionales de insumo producto.
λ_r^{δ} = Factor de ponderación del tamaño relativo de Sinaloa. El valor de δ es igual a 0.3.

A su vez:

$$\lambda_r^{\delta} = log_2(1 + Y_r/Y_n)^{\delta} \quad (3)$$

Donde:

Y_r= Producto Interno Bruto de Sinaloa.
Y_n= Producto Interno Bruto Nacional.
Con los FLQ_{ij} se calcularon los (t_{ij}). Si:

$$FLQ_{ij} \geq 1 \therefore\ t_{ij} \equiv 1$$

Cuando:

$$FLQ_{ij} < 1 \therefore\ t_{ij} = FLQ_{ij}$$

Asimismo, se estimaron los coeficientes regionales y la ponderación de los coeficientes de la diagonal principal se calculó con coeficientes de localización simple. Por otra parte, (DÁVILA, 2001) señala que los multiplicadores directos hacia atrás (D_j) registran el requerimiento inicial de insumos regionales para que un sector pueda incrementar en una unidad su valor bruto de producción. Es así que para el caso de Sinaloa:

$$D_j = \frac{\sum_{i=1}^{n} x_{ij}}{x_j} = \sum_{i=1}^{n} r_{ij} \quad (4)$$

Dónde:

$(ij = 1,2,\dots,n)$
x_{ij}= Valor de las ventas intermedias regionales del sector "i" al "j".

En el caso de los multiplicadores directos hacia adelante (D_i) miden el abasto de insumos a otros sectores y al propio sector en la región.

$$D_i = \frac{\sum_{j=1}^{n} x_{ij}}{x_i} = \sum_{j=1}^{n} r_{ij} \quad (5)$$

Teniendo en cuenta que los multiplicadores directos e indirectos hacia atrás registran el incremento necesario en el valor bruto de la producción de los diferentes sectores de la economía, ante un aumento unitario en la demanda final de un sector, se tiene que:

$$L_j = \sum_{i=1}^{n} l_{ij} \quad (7)$$

Donde:

l_{ij}= Coeficientes de la inversa de la matriz de Leontief.

Así pues, si los coeficientes directos e indirectos hacia adelante miden el incremento regional en el valor bruto de la producción de un sector que es necesario para dar abasto a un incremento en una unidad en la demanda final de todos los sectores de la economía de Sinaloa, se tiene que:

$$L_i = \sum_{j=1}^{n} l_{ij} \quad (8)$$

Considerando que con los multiplicadores ponderados se pueden calcular la intensidad de las interacciones en el contexto de la economía regional, en este caso el de Sinaloa, se estimó los multiplicadores con efectos directos e indirectos ponderados hacia atrás con la siguiente ecuación:

$$V_j = \frac{L_j}{\frac{1}{n}\sum_{j=1}^{n} L_j} \quad (10)$$

Mientras que pasa el caso de los multiplicadores con efectos directos e indirectos ponderados hacia adelante se aplicó:

$$V_i = \frac{L_i}{\frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} L_i} \quad (11)$$

Cabe señalar que el valor de estos indicadores pueden resultar igual, mayor o menor a una unidad. Por lo tanto, cuando sea mayor, significa que tiene una interacción hacia adelante o hacia atrás mayor al promedio de los sectores, es decir, son estratégicas para fortalecer la estructura económica.

RESULTADOS

El estado de Sinaloa generó un Producto Interno Bruto de 313,145.39 millones de pesos a precios corrientes en el año 2012, del cual el 56.93% lo componen cuatro sectores; comercio con el 21.31%, servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles con el 13.26%, agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza con el 11.77%, y el sector de industrias manufactureras con el 10.59%.

Con la aplicación de la ecuación (1) se obtuvo que durante el periodo 2003-2014 en la economía Sinaloense el coeficiente de localización es mayor a la unidad en sólo 8 sectores que son: 11, 22, 23, 43-46, 53, 61, 71 y 81, lo que significa que estos sectores en el estado son autosuficientes y tienen un excedente para exportar al resto del país y al extranjero, mientras que el resto de los sectores tienen coeficientes de localización inferiores a la unidad, lo que significa que no son autosuficientes y el estado requiere importar del resto del país o del extranjero productos que deberían producir estos sectores para satisfacer su demanda interna.

Siguiendo a Mariña Flores (1993) si se toma en cuenta a la demanda final como una variable independiente, los multiplicadores directos hacia adelante representan un impacto que tendría el aumento de la demanda final en una unidad monetaria en la demanda final de un sector determinado, que para el caso práctico de Sinaloa, se analizó el sector manufacturero.

Por lo tanto, si la demanda final del Estado aumenta en un peso, el sector manufacturero deberá aumentar su producción destinada a los sectores que utilizan sus productos finales como insumos en 38 centavos. Por otra parte, los multiplicadores directos hacia atrás indican que, por cada peso que se aumente en la

demanda final de los bienes provenientes del sector agropecuario, significa un aumento de 21 centavos en la demanda de insumos que requiere el sector de industrias manufactureras para producir.

Seguido de esto, es importante analizar qué pasa en los demás sectores cuando se da este impacto, debido a que si el sector manufacturero demanda una mayor cantidad de insumos el resto de los sectores deben incrementar su nivel de producción para abastecer dicha demanda y por consecuencia, aumentan también sus demandas de insumos de manera simultánea.

Es por ello, que mediante los multiplicadores de efectos directos e indirectos (siguiendo con el análisis del sector manufacturero) se obtuvo que por cada peso que aumente la demanda final de dicho sector, se va a requerir que aumente el valor bruto de la producción de los demás sectores en 1.24 pesos por todos los efectos directos e indirectos hacia atrás que conlleva el impacto.

Ahora bien, por el lado del efecto multiplicador de efectos directos e indirectos hacia adelante se tiene que si la demanda final de todos los sectores aumenta en un peso, el sector manufacturero tendrá que aumentar su nivel de producción en 1. 44 pesos, derivados de los efectos directos e indirectos que se desencadenan con el impacto en la demanda final.

Mariña Flores (1993) Indica que mediante la ponderación de los multiplicadores de efectos directos e indirectos es posible identificar el poder de empuje o de arrastre de cada uno de los sectores de la economía del estado. Por ello, al estimar los multiplicadores de efectos directos e indirectos ponderados hacia atrás se encontró que en la economía sinaloense los sectores que tienen capacidad de arrastre son el 11, 21, 23, 31-33, 48-49, 51, 52, 54, y 55, dado que estos sectores tienen un multiplicador mayor que la media, lo que significa que si la demanda final de uno de dichos sectores se incrementa en un peso, será necesario que se incremente la producción de los demás sectores para que logren abastecer el incremento de la demanda final.

En el caso de los multiplicadores de efectos directos e indirectos ponderados hacia adelante, los sectores que tienen un valor mayor a la media son el 11, 22, 31-33. 43-46, 52, 53, 54, y 56, debido a que son los que representan una capacidad de empuje del resto de los sectores de la economía, lo que significa que la producción que estos sectores destinan a la demanda intermedia son insumos básicos para que los demás sectores puedan crecer.

De lo anterior, se deriva que es necesario diseñar políticas de desarrollo que incentiven a al sector manufacturero, agropecuario, comercio, construcción y servicios financieros, dado que dichos sectores destacan en el estado como motores de arrastre de las demás actividades económicas que en la región se desarrollan.

CONCLUSIONES

El análisis de la Matriz Insumo-Producto permite determinar los impactos generados por las interacciones sectoriales de una economía, dado que las todas las actividades económicas tienen encadenamientos hacia atrás y hacia adelante lo que quiere decir que existe una dependencia por parte de un sector económico por los insumos que le brindan el resto de los sectores, así como que del abasto de insumos de un solo sector al resto de la economía.

Resulta importante realizar este tipo de análisis dado que de estas investigaciones sería posible derivar algunas estrategias de desarrollo basadas en la identificación de los sectores clave de la economía. Por lo tanto representa una oportunidad para integrar, fortalecer o en su caso, incrementar el valor agregado de una región.

Con el cálculo de los diferentes tipos de multiplicadores económicos, fue posible apreciar el nivel de intensidad en las interacciones sectoriales para la región de Sinaloa correspondiente al año 2012 y

mediante el uso de los índices de interdependencia ponderados se pueden clasificar los sectores en estratégicos, es decir, aquellos que tienen una interacción económica muy intensa tanto como demandantes de insumos como de proveedores, a diferencia del resto.

En esta clasificación se encuentra el sector de agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza; industrias manufactureras, servicios financieros y de seguros; y servicios profesionales, científicos y técnicos.

En la segunda clasificación se encuentran los sectores de minería, construcción, transportes, correos y almacenamiento, información de medios masivos y corporativos. Se dice que tienen capacidad de arrastre, porque poseen una elevada capacidad de consumo intermedio de insumos locales.

Los sectores de la tercera clasificación resultan ser interesantes porque son proveedores de insumos al resto del sistema económico, entre ellos se encuentran el sector de generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y gas, comercio, servicios inmobiliarios y de alquiler y servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación. Por ultimo están aquellas que no tienen mucha participación en el sistema económico regional, por lo que el valor del indicador es menor a la unidad.

BIBLIOGRAFIA

CASTRO, G. (2009). *Análisis económico regional del estado de Michoacán.* Universidad Autónoma de Coahuila. Centro de Investigaciones Socioeconómicas.

DÁVILA, A. (2001). *Matriz de insumo producto de la economía de Coahuila e identificación de sus flujos intersectoriales mas importantes.* Nueva Época.

FLEGG A., T., WEBBER C., D., & M., E. (1995). *On the appropriate use of location quotients in generating regional input-output tables.* (Vol. 29). Regional studies.

MARIÑA, A. (1993). *Insumo-producto: Aplicaciones básicas al análisis económico estructural* . México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.

MILLER, R., & P, B. (2009). *Input-Output Analysis. Foundations and Extensions. Second Edition.* Cambridge: Cambridge University Press.

IMPACTO DEL NIVEL SOCIOECONÓMICO EN LA ELECCIÓN DE ESTUDIAR MEDICINA

José Luis Zúñiga García[1] y Aldanely Padrón Salas[2]

RESUMEN

Introducción: El nivel socioeconómico es un factor que impacta de cierta manera en el aprovechamiento académico de los estudiantes universitarios, y puede llegar a influir en la toma de decisiones al momento de elegir una profesión. Los paradigmas que puedan llegar a tener los aspirantes de la carrera de Medicina, como lo son, el reconocimiento social y la retribución económica podrían ser determinantes en su elección.

Tomando en cuenta que el poder adquisitivo y reconocimiento social de la profesión es distinto al del pasado, se puede inferir que los motivos por los que los estudiantes eligen cursar Medicina son presumiblemente diferentes a los de otras épocas y que la decisión de estudiar esta carrera viene influenciada por una serie de determinantes personales y condicionantes externos, distintos a los de otros tiempos.
Objetivos: averiguar si hay relación entre el nivel socioeconómico y la motivación por estudiar Medicina.
Métodos y materiales: Se realizó un estudio transversal en el primer periodo del año 2016 en una Facultad de Medicina del estado de San Luis Potosí.
Resultados: 88% tienen un nivel socioeconómico alto, mientras que 11.1% representa la clase media y solo el 0.9% un nivel socioeconómico bajo. Más del 50% de la población de estudiantes decidió estudiar Medicina a muy temprana edad, de los estudiantes que decidieron estudiar medicina entes de ingresar a la preparatoria el 90% tienen un NSE alto y el resto medio. La mayoría de todos los niveles socioeconómicos no se vieron influenciados en su elección.
Conclusiones: No se encontraron datos significativos de que el nivel socioeconómico influencie en la elección por estudiar medicina.

ABSTRACT

Introduction: Socioeconomic status is a factor that impacts a certain way in the academic achievement of college students, and can influence decision making when choosing a profession. The paradigms that may come to have candidates of the medical career, as are the social recognition and financial reward could be decisive in their choice.
Given that the purchasing power and social recognition of the profession is different from the past, we can infer that the reasons why students choose to study medicine are presumably different from other times and that the decision to study this race comes influenced by a series of personal and external determinants, different from other time constraints.
Objectives: To determine if there is relationship between socioeconomic status and motivation to study medicine.
Methods and Materials: A cross-sectional study was conducted in the first quarter of 2016 at one medical school in San Luis Potosí, México.
Results: 88% have a high socioeconomic status, while 11.1% represents the middle class and only 0.9% low socioeconomic status. More than 50% of the population of students decided to study medicine at an early age, students who decided to study medicine entities enter high school 90% have a high NSE and the average rest. Most of all socioeconomic levels were not influenced in their choice.
Conclusions: No significant that the socioeconomic status influence in choosing to study medicine data found.

Palabras Clave: Nivel socioeconómico. Estudiantes de Medicina. Motivación.

[1]Universidad Autónoma de Querétaro, Facultad de Ciencias Naturales, Avenida de las Ciencias s/n, Juriquilla, C.P: 76230, Querétaro, Querétaro.
exsul_lius@hotmail.com
[2]Universidad Autónoma de San Luis Potosí Departamento de Epidemiología Clínica y Salud Pública, Facultad de Medicina, Av. Venustiano Carranza 2405. Col. Los Filtros. C.P: 78210., San Luis Potosí, S.L.P. aldanely.padron@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El nivel socioeconómico es un factor que impacta de cierta manera en el aprovechamiento académico de los estudiantes universitarios, y puede llegar a influir en la toma de decisiones al momento de elegir una profesión. Esta elección se ha convertido en una tarea cada vez más compleja, tanto para jóvenes y sus familias, como para los especialistas en el área de orientación educativa.[5] Los paradigmas que puedan llegar a tener los aspirantes de la carrera de Medicina, como lo son, el reconocimiento social y la retribución económica podrían ser determinantes en su elección.

El estudiar Medicina, es especialmente relevante para nuestra sociedad, por lo que se posiciona como una de las carreras con mayor demanda en México, según los datos más recientes del Instituto Mexicano de la Competitividad (IMCO), el 50% de los egresados del país se concentran en nueve carreras, dentro de las cuales se encuentra Medicina, que además de ser una de las carreras con mayor demanda, presenta un alto grado de retención estudiantil [1]. Este grado de retención se puede deber al ingreso de alumnos con un alto nivel de motivación y vocación, conscientes de la alta demanda de trabajo que implica la carrera.

Tomando en cuenta que el poder adquisitivo y reconocimiento social de la profesión es distinto al del pasado, se puede inferir que los motivos por los que los estudiantes eligen cursar Medicina son presumiblemente diferentes a los de otras épocas y que la decisión de estudiar esta carrera viene influenciada por una serie de determinantes personales y condicionantes externos, distintos a los de otros tiempos[2, 3, 6]. Sin embargo, los criterios tradicionales de selección no tienen en cuenta si los alumnos que acceden a esta carrera son realmente los de mayor vocación, o si poseen las dotes personales y sociales necesarias para desenvolverse de manera plena en el ambiente profesional [4].

Los objetivos del presente estudio consisten en averiguar si hay relación entre el nivel socioeconómico y las variables de motivación, el momento en que se toma la decisión de estudiar Medicina y qué factores han influido sobre la misma, establecer los patrones de selección e identificar los motivos por los que se eligió esta carrera. Se analizarán las posibles influencias del perfil socioeconómico en la toma de esta decisión.

MÉTODOS Y MATERIALES

Se realizó un estudio transversal en el primer periodo del año 2016. La población estudiada estuvo constituida por 549 estudiantes de Medicina de la Facultad de Medicina de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Para recabar la información se les aplicaron dos cuestionarios, el AMAI NSE 8X7 de nivel socio económico y un cuestionario de motivación por la carrera.

A partir de ellos se generó un instrumento que debía responder a los objetivos del estudio. Previa aplicación de los cuestionarios, el protocolo fue sometido al comité de ética de la Facultad de Medicina en la cual fue realizado el estudio. Los estudiantes fueron invitados a participar personalmente, y se solicitó su consentimiento informado de manera verbal. Se diseñó una máscara de captura para integrar la información, que posteriormente se convirtió a la versión del paquete estadístico STATA v.11®, utilizado para el análisis de la misma.

Las variables que se tomaron en cuenta para en análisis estadístico fueron; nivel socioeconómico (NSE) alto, medio y bajo (las cuales se determinaron de acuerdo a la clasificación del AMAI de la siguiente manera: NSE alto: A/B y C+, NSE medio: C y C-, NSE bajo: D+, D y E) y los factores de selección fueron los siguientes: Momento de la decisión, ¿Influenció alguien?, ¿Quién?, ¿Cambiaría de carrera?

RESULTADOS

Del total de estudiantes encuestados el 88% tienen un nivel socioeconómico alto, mientras que 11.1% representa la clase media y solo el 0.9% un nivel socioeconómico bajo (Tabla 1).

Tabla 1. Distribución del nivel socio económico

Nivel Socio Económico	Freq.	Percent	Cum.
1	483	87.98	87.98
2	61	11.11	99.09
3	5	0.91	100.00
Total	549	100.00	

Alto (1) Medio (2) Bajo (3)

El 10.2% decidió estudiar medicina antes de la primaria, el 20% en la primaria, 20.5% en la secundaria, el 40.2% en la preparatoria, el 8% después de la preparatoria y el 0.9 no contestó. Más del 50% de la población de estudiantes decidió estudiar Medicina a muy temprana edad, de los estudiantes que decidieron estudiar medicina entes de ingresar a la preparatoria el 90% tienen un NSE alto y el resto medio (Tabla 2).

Tabla 2. Relación de la elección de estudiar medicina y NSE

Nivel Socio Económico	Cuando dec. est. Medicina? 1	2	3	4	5	Total
1	50	99	102	187	40	478
2	6	11	11	29	4	61
3	0	0	0	5	0	5
Total	56	110	113	221	44	544

Eje horizontal: antes de la primaria (1), primaria (2), secundaria (3), preparatoria (4), después de prepa. (5)

La mayoría de todos los niveles socioeconómicos no se vieron influenciados por alguien, solo el 30% respondieron haber sido influenciados, mientras que el 68.4% respondió que no (Tabla 3). De los influenciados fueron el 31.4% del total de los de NSE alto, 24.5% del total de NSE medio.

Tabla 3. Influencia en la decisión de estudiar Medicina

Nivel Socio Económico	Alguien influenció? si(1) no(2) 1	2	Total
1	152	325	477
2	15	46	61
3	0	5	5
Total	167	376	543

De los influenciados, el 31% fueron influenciados por el padre en primer lugar, seguido por la madre con 21% y por algún pariente con el 19%. Estos datos están de acuerdo con lo publicado por Soria, *et. al.* "2006" y Estrada, "2010", quienes reportan que la opinión de los padres en la elección de carrera es relevante, con la diferencia que en sus estudios se sitúa en un primer lugar la madre. En este caso los alumnos con NSE alto mantenían en primer lugar al padre seguido de la madre, mientras que los de NSE medio los mantienen en el mismo nivel, influenciados por un pariente en primer lugar (Tabla 4).

Tabla 4. Quien influenció la decisión y NSE

Nivel Socio Económico	Quien influenció? 1	2	3	4	5	6	Total
1	50	34	10	27	12	13	146
2	2	2	1	6	1	3	15
Total	52	36	11	33	13	16	161

Eje horizontal: padre (1), madre (2), maestro (3), pariente (4), amigo (5), otro (6)

Solo el 5.6% de la población cambiaria de carrera si pudiera, sin diferencias significativas entre niveles socioeconómicos (Tabla 5).

Tabla 5. Cambiaría de carrera y NSE

Nivel Socio Económico	Cambiarías de carrera? 1	2	Total
1	31	438	469
2	1	58	59
3	0	2	2
Total	32	498	530

.

CONCLUSIONES

No se encontraron datos significativos de que el nivel socioeconómico influencie en la elección por estudiar medicina. El nivel de motivación por la carrera que presentan los estudiantes es muy alto, así como su interés y la poca influencia en sus decisiones, lo que sugiere un perfil vocacional de la mayoría de la población por el estudio de la Medicina.

Pero destaca que la gran mayoría de los estudiantes de la carrera de Medicina son de nivel socio económico alto (88%), lo que nos llama a profundizar más en este estudio, utilizando otras variables como la institución de procedencia, realizar los cuestionarios en los aspirantes para determinar la población que aspira a ingresar a la facultad de cada nivel socio económico y conocer si el 88% es porque hay más aspirantes de este nivel socioeconómico o simplemente ingresan por que están mejor preparados, o tienen menos carencias y por lo tanto mayor facilidad en su preparación que los estudiantes de NSE medio o bajo.

BIBLIOGRAFIA

1.- Centro de microdatos departamento de economía. Estudio sobre causas de la deserción universitaria, (2008), Universidad de Chile.
2.- Ewan CE, Bennett MJ. (1981). Medicine in prospect- the first year student's view. Med Educ; 15(5): 287-93.
3.-Henderson MC, Hunt DK, Williams JW. (1996). General internists influence students to choose primary care careers: the power of role modelling. Am J Med; 101: 648-653.
4.- Mitchell KR, Hayes M. (1983). Student characteristics on entry to an innovative medical programme. Med Educ; 17(2): 79-82.
5.- Montero Mendoza, María Teresa, (2000). Elección de carrera profesional: visiones, promesas y desafíos, Ciudad Juárez, Chih. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
6.-Soria M., Guerra M., Giménez I y Escanero J. F. (2006). La decisión de estudiar medicina: características. Educación Médica; 9(2): 91-97


CONACYT
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
UASLP
Universidad Autónoma
de San Luis Potosí