

INDUCCIÓN A LA CIENCIA, LA TECNOLOGÍA
Y LA INNOVACIÓN EN LA REGIÓN CENTRO

VOL. III, NUM. 5

Ciencias Socio Administrativas



19° Verano
de la Ciencia
Región Centro

The background features a repeating pattern of white line-art icons on a yellow-to-orange gradient. The icons include a classical building with columns, a stack of books, a bar chart with an upward arrow, a round-bottom flask with bubbles, a hand holding three circles, a DNA double helix, a lightbulb with a bar chart inside, a test tube, a briefcase, and a document with a grid. On the right side, there is a large, stylized graphic element consisting of a thick, dark brown curved line that forms a partial circle or bracket, with a white rectangular shape at its bottom end.

Ciencias

Socio Administrativas



Ciencias Socio Administrativas

LIDERAZGO E INNOVACION ORGANIZATIVA EN EMPRESAS DE S.L.P Montiel Godínez Estefanía del Carmen 1 y Valdivia Altamirano William Fernando²	12
PROPUESTA ALTERNATIVA DE PRODUCCIÓN ARTESANAL PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD DE LA ARTESANÍA Rodríguez Ramírez Karol Areli y Romero Zepeda Hilda	16
HORNOS COMUNALES DESTINADOS A LA EXTRACCIÓN ARTESANAL DE MERCURIO García González Sandra¹ y Dra. Hilda Romero Zepeda²	19
ESTUDIO DEL RÉGIMEN ADUANERO DE ELABORACIÓN, TRANSFORMACIÓN O REPARACIÓN EN RECINTO FISCALIZADO Aldo Salvatore Cardoso Martínez¹ y Rocío Edith Rodríguez Gutiérrez²	23
COSTO DE LA CONGESTIÓN VEHICULAR EN LAS PRINCIPALES REDES VIALES EN EL MUNICIPIO DE IRAPUATO Delgado Vela Brenda Elizabeth y Aguirre Ibarra Daniel Armando²	26
CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA FAMILIAR EN IRAPUATO María Susana Infante Esquivel¹ y Alfonso Procel Martínez²	30

Ciencias Socio Administrativas

DIAGNOSTICO DEL USO DE SOFTWARE ADMINISTRATIVO, EN LA TOMA DE DECISIONES

Angelica Nallely Fabela Valdés y Martha Elena Rentería Avilez

34

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL INFORMÁTICO DE CONTROL INTERNO COMO HERRAMIENTA PARA ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MIPYMES.

Brenda Yaneth Quintero Gallegos¹ y Veronica Martínez Vela²

37

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL INFORMÁTICO DE CONTROL INTERNO COMO HERRAMIENTA PARA ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MIPYMES.

Eunice Nohemí Morales Morenol¹ y Verónica Martínez Vela²

40

HABITOS DE AHORRO Y CONSUMO EN LOS JOVENES (MILLENNIALS)

Ilse Araceli Muñoz De León¹ y Alicia De la Peña De León²

43

PLANES DE AHORRO Y PENSIONES EN MÈXICO Y OTROS PAISES DEL 19º VCRC.

Jessica Natali Guerra Nájera¹ y Denise Gómez Hernández².

47

ANÁLISIS Y DISEÑO DE SISTEMA DE CONTROL INTERNO COMO HERRAMIENTA PARA ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MIPYMES

Jesus Juarez Ojedal¹ y Elizabeth Valdez Soto²

51

Ciencias Socio Administrativas

**IDENTIFICACIÓN DE POTENCIALES ARTESANALES Y
COMERCIALES EN PRODUCTOS IDENTITARIOS DE LAS
COMUNIDADES INDÍGENAS** **59**

Rodríguez Garza Juan José y Romero Zepeda Hilda

**HÁBITOS FINANCIEROS DE LOS MILLENIALS:
AHORRANDO UN PESO A LA VEZ** **62**

**Keysa Adahí Vigil Jordán¹ y Alicia del Socorro De la
Peña De León²**

**ANÁLISIS DE REDES SOCIALES UTILIZADAS POR
INSTITUCIONES RELACIONADAS CON EL SECTOR
TURÍSTICO** **67**

**Liliana Melissa Franco de los Santos y Betzabeth
Dafne Morales**

**EVALUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES
APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE EVALUACIÓN INTERNA
PARA LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA** **70**

**Lucy Yajaira Cisneros Cano y Geraldo Alberico
Llamas Pérez²**

**FINANCIAL MARKETS: TRANSPARENCY AND RISK
REPORTING** **73**

**Merary Galilea Mancha Vaquera¹ y Rosalba
Martínez Hernández²**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO
DE SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL
INFORMÁTICO DE CONTROL INTERNO** **77**

**Rubí Maribel Perales Zavala¹ y Verónica Martínez
Vela²**

**SISTEMA DE CONTROL INTERNO COMO APOYO A LA
TOMA DE DECISIONES EN LAS MIPYMES** **80**

**Tracy Gysselle de León Muñoz¹ y Rubén Miguel
Riojas Rodríguez²**

Ciencias

Socio Administrativas

SISTEMA BANCARIO Y SU DESVINCULACIÓN DEL SECTOR PRODUCTIVO

Mata Vera María Claudia y Quintana Estrada Aderak

84

LA DECISIÓN ESTRATÉGICA EN LAS PRÁCTICAS DE INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR PRIMARIO.

Víctor Manuel Rivera Romo Y Adriana Eugenia Ramos Ávila.

88

PLANES DE AHORRO Y PENSIONES EN MÉXICO Y OTROS PAÍSES

Alan Raymundo Rivera Riveral y Denise Gómez Hernández²

92

PROGRAMA DE INCUBACIÓN EN PROYECTO PRODUCTIVO PARA INADEM EN LA CIUDAD DE FRESNILLO ZACATECAS 2017

Ávila Valles A.J.¹ y M.E. González Torres D.²

95

MARCAS DEPORTIVAS: SU INTERACCIÓN CON EL CONSUMIDOR EN DIFERENTES REGIONES DEL MUNDO.

Brenda Cecilia Rodríguez Valadez y Bernardo Amezcua

98

PLANES DE AHORRO Y PENSIONES EN MÉXICO Y OTROS PAÍSES

Edgar Israel Fuantos Gamez¹ y Denise Gómez Hernández²

101

VIVIENDA ECONOMICA – POPULAR EN LA CIUDAD DE TORREON Y LA DIFERENCIA EN DISTRIBUCION Y TERRENO

José Francisco Balderrama Dávila¹ y Areli Magdiel López Montelongo²

105

Ciencias

Socio Administrativas

- DIFERENCIA DE MONTOS DE CONSTRUCCIÓN POR METRO CUADRADO EN LA VIVIENDA TRADICIONAL** **109**
José Leonardo Valdés García y Areli Magdiel Lopez Montelongo
- FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FISCAL Y FINANCIERA** **113**
Karla Guadalupe Trejo Tristán
- DIFERENCIA DE MONTOS DE CONSTRUCCIÓN POR METRO CUADRADO EN LA VIVIENDA TRADICIONAL** **117**
José Leonardo Valdés García y Areli Magdiel Lopez Montelongo
- PROGRAMA DE INCUBACIÓN EN PROYECTOS PRODUCTIVOS PARA INADEM 2017** **121**
Luján Hernández M.1 y M.A De La O Robledo L.C2
- VALORACIÓN ARQUITECTÓNICA DE LA VIVIENDA EN LA COMARCA LAGUNERA COMO INDICADOR DEL ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO** **124**
Ramón Antonio Pasillas Martínez y Areli Magdiel López Montelongo
- CUESTIONES EN TORNO AL PATRIMONIO CULTURAL DE LAS MUJERES EN QUERETARO** **128**
Padilla González María Concepción¹ y Solís Hernández Oliva ²

Ciencias

Socio Administrativas

EXPORTACIONES EN EL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ Ana Jazmín Salazar Gómez y Mario Gutiérrez Lagunes	132
DISEÑO FISICO DE LA APLICACIÓN MULTIMEDIA DE LEYENDAS DE SITIOS TURISTICOS DE GUADALUPE ZACATECAS. Geovanna Loera Morales ¹ y Eduardo García Sánchez ²	137
POLOs DE INNOVACIÓN: CASO DE ESTUDIO JALPA. Marcelina Velasco Landa ¹ y Huizilopoztli Luna García ²	141
GUÍA TURÍSTICO VIRTUAL PARA LA CIUDAD DE ZACATECAS POR MEDIO DE REALIDAD AUMENTADA Mario Iván Oliva De la Torre ¹ y Dr. Gustavo Zepeda Valles ²	146
HÁBITOS FINANCIEROS DE LOS MILLENNIALS: AHORRANDO UN PESO A LA VEZ Brianda Vázquez Camacho y Alicia Del Socorro De La Peña De León	151
LA VIVIENDA BARROCA EN GUANAJUATO María de Jesús Moreno Estrada y Claudia Hernández Barriga	154
ISTARTUP Andrea Aidee Martínez Servín y Juan Andrés García Morales	158

Ciencias Socio Administrativas

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES. MEDICIÓN Y EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO. **160**

Arturo Hernández Gómez y Martha Alicia Alonso Castañón

LA VIVIENDA BARROCA EN GUANAJUATO; SISTEMAS CONSTRUCTIVOS DE LA CASONA DE DON LUCAS ALAMÁN **164**

Brenda Minerva García Soto¹, Castillo Herrera Alma María Guadalupe, Díaz Osorio Carla Judit, Moreno, Estrada María de Jesús, Olguín Jaén Uriel Bladimir Sánchez Reyes Ruth Xóchitl y Claudia Hernández Barriga²

ANÁLISIS DEL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE MÉTODOS DE COSTEO Y SISTEMAS DE COSTOS EN LAS CADENAS PRODUCTIVAS DEL ESTADO DE GUANAJUATO **167**

Jessica Judith Rodríguez Cigarrillo y Verónica Beatriz Quintero Zentella

EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS Y SU IMPACTO EN LAS PYMES: CASO DE UNA FERRETERIA EN SAN JOSE DE LLANOS, GUANAJUATO **170**

José Alberto Rodríguez Robledo y Geraldo Alberico Llamas Pérez

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES. **173**

José Francisco Pastrana Pérez y Martha Alicia Alonso Castañón

SISTEMA SECTORIAL DE INNOVACIÓN PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA DE SAN LUIS POTOSÍ Y LA REGIÓN DE LA LAGUNA **177**

Juan Ricardo Valdivia Rodríguez¹ y Gloria Cristina Palos Cerda²

Ciencias

Socio Administrativas

**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ONLINE:
CASO ESPECÍFICO SERVICIO MÉDICO EN LÍNEA**

**Mariana Itzel García Méndez¹ y Xóchitl Hernández
Velázquez²**

182

**DIAGNÓSTICO DE PRODUCTIVIDAD PARA LA ZONA
METROPOLITANA DE SAN LUIS POTOSÍ BAJO LOS
CRITERIOS DE ONU-HÁBITAT**

**Oscar Ernesto Hernández Herrera¹ y Juan Carlos Neri
Guzmán²**

186

**SISTEMA SECTORIAL DE INNOVACIÓN PARA LA
INDUSTRIA ALIMENTARIA DE SAN LUIS POTOSÍ Y LA
REGIÓN DE LA LAGUNA:**

**Sarahí Elizabeth Zavala Hernández¹ y Gloria Cristina
Palos Cerda²**

191

**COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ONLINE:
CASO ESPECIFICO SERVICIO DE CONSULTA MEDICA
EN LINEA.**

**Sergio Ismael Amaro Sánchez¹ y Xóchitl Hernández
Velázquez²**

195

Montiel Godinez Estefanía del Carmen y Valdivia Altamirano William Fernando

RESUMEN

La innovación es clave para la supervivencia y competitividad de las empresas. Este trabajo aborda la relación entre la innovación organizacional, el liderazgo y la gestión del conocimiento en las empresas. Iniciamos con las teorías más relevantes sobre liderazgo en relación con la innovación y continuamos con el aprendizaje organizacional a nivel individual y grupal, como un proceso dinámico; en el entendido de que el aprendizaje e innovación se puede planear y dar seguimiento, de modo sistemático. La investigación está enfocada en las empresas innovadoras de S.L.P. Finalmente, el estudio muestra que las expectativas del aprendizaje organizativo y el correcto liderazgo consiguen facilitar un entorno positivo para la innovación en la organización, favoreciendo la ventaja competitiva.

ABSTRACT

Innovation is a factor in the survival and competitiveness of companies. This research talks about the relationship of leadership and organizational learning with organizational innovation in business. We begin with the most relevant theories on leadership in relation to innovation, we continue with organizational learning at the individual and group level, as a dynamic process; In the understanding that learning and innovation can be systematically planned and monitored. The research is focused on the innovative companies of S.L.P. Finally, the study shows that the expectations of organizational learning and the right leadership manages to facilitate a positive environment within the organization and favoring the competitive advantage.

Palabras Clave: innovación organizacional, gestión del conocimiento.

INTRODUCCIÓN

Las empresas deben satisfacer las expectativas de los clientes, más exigentes cada día, ahora todos los productos, servicios y procesos deben innovarse constantemente, para poder ser competitivos en este mundo globalizado. (Bornay, 2013) coincide con (Bruce, A. y Birchall, D., 2009) en que para poder ser una empresa altamente competitiva en el mercado, requerirán de la innovación organizativa de la mano del liderazgo, en el que el liderazgo positivo es clave, para obtener una ventaja competitiva.

DEFINIENDO LA INNOVACIÓN

La innovación es una fuente de avance y desarrollo. Las empresas y las naciones que innovan continuamente logran conservar la fortaleza económica. (Pervaiz K., Charles D. Sheperad, 2012).

La innovación no es sólo generar ideas nuevas, pues eso es creatividad (Bruce y Birchall, 2009), la innovación es la explosión de nuevas ideas, la buena combinación de ideas y poner en acciones las mismas, nos otorgara la ventaja deseada. La innovación es un proceso complejo, dinámico, en el que influyen factores internos y externos a la empresa. En lo interno, el líder es importante pues proporcionará ayuda, retroalimentación positiva y recompensa adecuada para cada uno de los subordinados.

LA ORGANIZACIÓN Y EL LIDERAZGO

(Méndez, 2006. Citado en Liderazgo: Perspectivas De Desarrollo E Investigación), define el clima organizacional como “el ambiente propio de la organización, producido y percibido por el individuo, de acuerdo a las condiciones que encuentra en su proceso de interacción social y en la estructura organizacional que se expresa por variables (objetivos, motivación, liderazgo, control, toma de decisiones, relaciones interpersonales, cooperación) que orientan su creencia, percepción, grado de participación y actitud determinando su comportamiento, satisfacción y nivel de eficiencia en el trabajo”.

La organización y el ambiente de trabajo positivo para el desarrollo de actividades permitirá a los empleados tener un mejor desempeño, contando con la presencia de un líder positivo, que tenga la capacidad de liderar y hacer que un grupo de personas trabajen en conjunto para lograr los objetivos deseados.

APRENDIZAJE ORGANIZATIVO

Es un proceso dinámico y continuo de adquisición e integración de conocimiento, habilidades y actitudes para el desarrollo de recursos para mejorar continuamente el desempeño de la organización.

Manejándolo en dos niveles:

Un aprendizaje adaptativo que será la capacidad que tendrá la empresa para alcanzar su objetivo mediante la identificación de problemas y la resolución de los mismos, sin hacer un gran cambio únicamente en su rutina.

Un aprendizaje generativo siendo este un aprendizaje mayor o más alto es el que hará un cambio mayor a nivel organizacional. Se habla de cambio de estrategias e incluso valores.

Para que el aprendizaje organizativo trabaje de manera efectiva, serán necesario una serie de factores, entre ellos el liderazgo y el dominio personal que tenga este sobre sí mismo, que apoyarán la generación de una visión compartida de la empresa basada en la innovación organizacional.

“La innovación de las empresas están condicionada por la capacidad de la empresa para adquirir nuevo conocimiento-externo o interno-. (García, V., Jiménez, M. y Llorens, F. 2010).

LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

La innovación se basa en el conocimiento que los individuos y la organización tienen, resultados del aprendizaje, sobre el que se construye la innovación. El conocimiento y la innovación son resultado de un proceso complejo, no lineal, que se puede y debe gestionar. La gestión del conocimiento es importante para poder afrontar los retos actuales que enfrentan las organizaciones actualmente, ya que les permiten mantener un cambio sostenido.

“En los últimos años, la gestión del conocimiento ha ocupado el interés de investigadores, directivos de empresas, instituciones y organizaciones. La obtención de ventajas competitivas basadas en el conocimiento se ha convertido para éstas en la "búsqueda del dorado" que asegure su éxito y subsistencia en el largo plazo.” (Plaz, 2003).

La gestión del conocimiento es la correcta planificación, asimilación y utilización de la información, para poder tenerla de aliada y así asegurar los conocimientos claves indispensables para la agregación de valor y la construcción de ventajas competitivas sólidas. Es por esto que las organizaciones optan por la creación de modelos de gestión del conocimiento, que le permita tener o contar con una base de datos para resolver cualquier problema que se presente en el futuro, basándose en antecedentes.

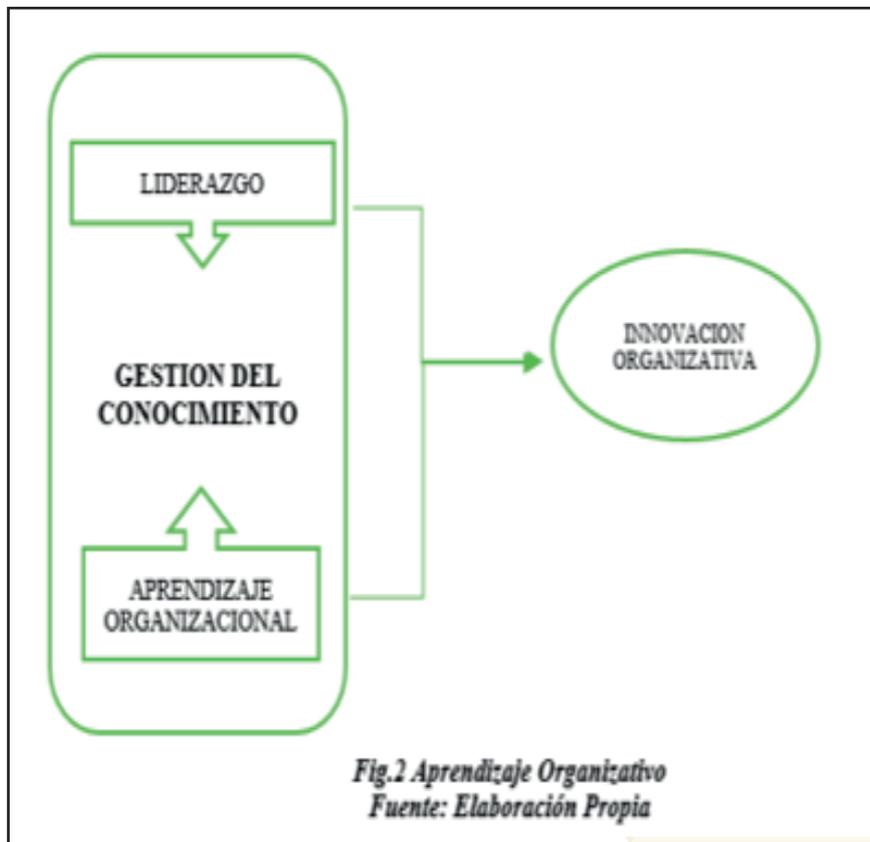
La gestión del conocimiento supone un proceso de administración y tratamiento de información para su reutilización dentro de la organización. No obstante, su verdadero valor está en los mecanismos de asimilación y absorción de información para resolver problemas y generar a partir de allí nuevo conocimiento, (Plaz, 2003).

Tipos de conocimientos

Dentro de este trabajo manejaremos el conocimiento respecto a tres puntos y enfocados a la organización como un ente:

- Aprendizaje funcional
- Técnica de aprendizaje
- Estrategia de aprendizaje

Cada uno de estos puntos permiten a los líderes tener una perspectiva de la empresa, sin empezar de cero como se muestra en la fig.2 aprendizaje organizativo, ya que cada una de estas otorga una serie de conocimiento respecto a experiencias que la empresa ha vivido, manejando capacidades, procesos antes utilizados y aprendizajes que la empresa ha obtenido.



MARCO TEORICO

El mundo actual pide requiere actualización constante, la mejora continua de procesos, así como pasa con las personas, pasa con las organizaciones, antiguamente existía la era de la generación de las ideas nuevas, ahora es la era de la innovación, en la que no solo se trata de la generar ideas, sino de la gestión de éstas en mejora de productos, servicios y procesos siempre buscando el bienestar de las personas.

Actualmente las empresas deben de afrontar un marco de gestión de la innovación que constara de etapas que serán sistematizadas, estas etapas descritas por Bruce, A., Birchall, D. (2009). Empezando con la etapa de la creatividad que consiste básicamente en la generación de las ideas y como esta evolucionara. Seguimiento del desarrollo de la misma y su comercialización.

MÉTODOS Y MATERIALES

A partir de la gestión del conocimiento, las organizaciones hacen frente al entorno dinámico, a través de formas efectivas para afrontar los cambios en los escenarios sociales, económicos, comerciales y tecnológicos, que abren paso a la innovación organizacional que esta no solo implica la modificación de sus configuraciones estructurales, sino también de sus procesos; es aquí donde se genera un conocimiento organizativo y un liderazgo positivo, dejando a la innovación como condición para que las empresas se mantengan competitivas y, por ende, la necesidad de que el liderazgo las conduzca hacia esta.

La investigación se caracterizó por ser de carácter documental, transversal, descriptivo, no experimental, en el cual se consultó diversos libros y documentos que abordan el tema de la innovación organizativa y la gestión del conocimiento, se planificó obtener una muestra de datos de una población dentro del ámbito empresarial del estado de San Luis Potosí, para determinar sus rasgos fundamentales, que las describan, para ello se elaboró una cuestionario (elaboración propia), para saber si las empresas disponían de las herramientas necesarias para lograr la innovación organizativa.

RESULTADOS ESPERADOS

Para obtener los datos se realizó una encuesta con ayuda de la herramienta Google Form que se muestra en la Fig. 3 el cual pueden encontrar en el siguiente link https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdW1JR-YeFi_KMMg7k_8zJYSWoTQXTdKjiKZTZslhBsgH5P_hg/viewform?c=0&w=1&includes_info_params=true, que consta de 20 preguntas divididas en 7 secciones dirigidas a personas encargadas de un grupo o área en específico dentro de una empresa, que ofrece un diagnóstico de la empresa, del liderazgo y la generación de un aprendizaje organizacional, se puede medir el desarrollo de habilidades tanto del líder como del equipo de trabajo (empleados) con respecto a la realización de sus actividades, considerando los principales indicadores de crecimiento continuo que les permitirán a las empresas llegar a una innovación organizativa competitiva, que les permitirá identificar los factores de ayuda para ésta, el área de mejora y la generación de conocimientos para adaptación de la empresa.



CONCLUSIONES

El estudio sobre el liderazgo y la innovación organizativa en las empresas de S.L.P ha ganado en importancia con el paso del tiempo, ya que el avance tecnológico, la implementación de nuevos procesos y el uso de nuevos métodos hace que las empresas se mantengan en constante innovación y evolución, por lo cual el liderazgo en relación con la innovación organizativa ayudará a afrontar los obstáculos que se les presenten y seguir siendo competentes, contribuyendo al crecimiento económico del país.

Se investigó la importancia de contar con un liderazgo efectivo en el desarrollo y generación de nuevas ideas y su implementación, ya que influye en la implementación de estas ideas, a la gestión del conocimiento, teniendo como consecuencia un mayor desarrollo económico, expresado en el desarrollo profesional y bienestar de los empleados, el ambiente laboral y la remuneración de los esfuerzos del equipo de trabajo.

La investigación generará conocimiento, con el cual las empresas pueden desarrollar la innovación organizativa gracias al desenvolvimiento correcto de los empleados, que es generado por el buen liderazgo, apoyada en la gestión del aprendizaje y conocimiento, generado a partir de la identificación de las necesidades y deficiencias de las organizaciones, brindando a la organización el desarrollo de las ideas y su implementación que es aquí cuando la empresa logra desarrollar un aprendizaje organizativo que le permitirá afrontar retos futuros y de esta manera se puede proyectar un futuro alentador para las actividades sociales pero sobre todo económicas del país.

El estudio beneficiará a las empresas del estado de San Luis Potosí para que sigan desarrollando sus ideas innovadoras, bien fundamentadas y generar acciones que ayuden a llevarlas a cabo y así sigan contribuyendo al desarrollo del país. Siendo también esta investigación un medio de apoyo para buscar la realidad en empresas de otros estados de la República y creando conocimientos que pueden ayudar a investigar el liderazgo e innovación organizativa en otras empresas y sectores de otros estados y en general.

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo de investigación fue realizado bajo la supervisión del Dr. William Valdivia Altamirano, a quien le quiero agradecer por su tiempo, paciencia y claro cada una de las enseñanzas que me otorgo a lo largo de mi estancia en el estado de San Luis Potosí, enseñanzas académicas como experiencias de vida que tuve la dicha de escuchar, una excelente persona con entusiasmo por la enseñanza y el crecimiento personal para sus alumnos.

A mi familia por siempre estar apoyándome en cada una de las experiencias y permitirme seguir creciendo en mi ámbito educativo y profesional, a mis padres y hermano que siempre creen en mí.

A la familia Ruiz Azua mi familia de estancia quienes me recibieron con las puertas abiertas y siempre con una sonrisa, una familia grandiosa, humilde, sencilla y muy divertida a la cual siempre estaré agradecida por cada una de las atenciones que tuvieron conmigo y hacerme sentir parte de esa hermosa familia y de las experiencias vividas con ellos.

Y a cada una de las personas que me acompañan en esta vida, que siempre están para apoyarme y acompañarme en esto loco que llamamos vida.

BIBLIOGRAFIA

Bornay Barrachina, M. (2013). ¿Qué hace a los equipos más innovadores? El liderazgo desde una perspectiva de multidominio. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, (16),41-53

Belcher, W. (2010). Writing your Journal Article in 12 Weeks. A Guide to Academic Publishing Success(1°ed.). [Como Escribir un Artículo Académico en 12 Semanas Guía para Publicar con Éxito]. (Trad. Podolsky, S. y Medrano, A.). México: Flacso. ISBN: 978-607-7629-40-5

Bruce, A. y Birchall, D. (2009). Fast Track to Success Innovation (2°nd.). [Innovación]. (Trad. Fast track to success). Mexico: Pearson Education Limited. ISBN 978-607-17-0940-0

Contreras, F. (2008). International Journal of Psychological Research Liderazgo: Perspectivas de Desarrollo e Investigación, 8(2),64-72. ISSN: 2011-2084

García, V., Jiménez, M. y Llorens, F. (2010) Dialnet. Influencia del nivel de aprendizaje en la innovación y desempeño organizativo: factores impulsores del aprendizaje, 20 (1), 161-186. ISSN 1019-6838 Recuperado: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3418285.pdf>

Gómez, R. (Diciembre 2006). Dialnet. El liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresas. Colombia: Bogotá 5 (11): 62-91 Recuperado: file:///G:/Dialnet-ElLiderazgoEmpresarialParaLaInnovacionTecnologica-2946721ESTRUCTURA.pdf

Hesselbein, F., y Goldsmith, M. (2007). El Líder del Futuro 2. España: Deusto. ISBN-13: 978-84-234-2527-3

Pervaiz, K., Charles, D., Ramos, L., Ramos, C. (2012). Administración de la Innovación (1° ed.). Mexico: Pearson Educacion. ISBN: 978-607-32-0855-0

Plaz, R. (Agosto - Septiembre, 2003.). Gestión del Conocimiento: una Visión Integradora del Aprendizaje Organizacional. Trabajo presentado en Instituto Universitario de Administración de Empresas (IADE) Universidad Autónoma de Madrid (UAM), Madrid, España.

Valderrama, A., Neme, O. y Ángeles, G. (2016). Diagnóstico de Habilidades de Innovación. D.F México: Colofón. ISBN: 978-607-8441-27-3

“PROPUESTA ALTERNATIVA DE PRODUCCIÓN ARTESANAL PARA INCREMENTAR LA COMPETITIVIDAD DE LA ARTESANÍA DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS DE XAJAY SAN ILDEFONSO EN EL MUNICIPIO DE AMEALCO”

Rodríguez Ramírez Karol Areli y Romero Zepeda Hilda

RESUMEN

En el presente documento identificamos las alternativas de comercialización de artesanías y muñecas de mujeres Hñähño, elaboradas por 8 artesanas pertenecientes a esta cultura, dicho grupo habita en la comunidad de Xajay ubicado en el municipio de Amealco, en el estado de Querétaro y es apoyado por la Doctora Hilda Romero Zepeda por medio de materiales que les han permitido continuar con su producción hasta el día de hoy, el grupo se enfrenta a una escasez considerable de materiales y recursos, ésta actividad es una alternativa que les ha facilitado recursos para el día a día, puesto que los empleos de la zona no son bien remunerados y en la mayoría de los casos no excede un salario mínimo.

ABSTRACT

In this document we identify the alternatives for the commercialization of handicrafts and dolls of Hñähño women, made by 8 artisans belonging to this culture, this group lives in the community of Xajay located in the municipality of Amealco in the state of Querétaro and is supported by Dr. Hilda Romero Zepeda through materials that have allowed them to continue their production to this day, the group faces a considerable shortage of materials and resources, this activity is an alternative that has provided resources for the day to Day, since the jobs in the area are not well paid and in most cases do not exceed a minimum wage.

Palabras Clave: Artesanías, Cultura, Hñähño

INTRODUCCIÓN

El estado de Querétaro cuenta con una importante riqueza cultural distribuida por todo su territorio, gracias a la cual forma parte de las primeras 10 entidades de nuestro país en el desarrollo de actividades artesanales, destacando por su gran cantidad de artesanos y su calidad (Almanza, 2016), artesanos que en su mayoría habitan comunidades con poco empleo y en su búsqueda de obtener ingreso alguno obtienen provecho del talento con el que cuentan, además de permitir mantener vivas culturas y tradiciones.

Es el caso del grupo de 8 artesanas de Xajay, Amealco, quienes elaboran principalmente muñecas que representan a la mujer Hñähño, cojines, lapiceras, faldas, blusas, trajes y manteles.

La comunidad de Xajay está formada por 488 habitantes (Pueblos América, 2017), su principal ingreso económico proviene de la explotación de minas de sillar, las cuales representan un peligro latente para toda la comunidad al terminar su vida útil, posterior a esto los habitantes se emplean en la construcción en la capital queretana o emigran a los Estados Unidos, debido a que los pocos empleos que existen en la comunidad no les son bien remunerados.

Por lo que en las artesanías se encuentra el ingreso del día a día de este grupo de mujeres el cual requiere ayuda para continuar con la elaboración y comercialización de sus productos.

Se tiene como objetivos conocer las necesidades del grupo de artesanas de Xajay, Amealco para posibilitar la venta de sus artesanías, considerando los diversos factores de competitividad existente, identificar los posibles puntos de venta para los productos elaborados por las artesanas de la comunidad de Xajay, Amealco e identificar el rango de precios de las artesanías de los artesanos provenientes del municipio de Amealco

MÉTODOS Y MATERIALES

Acudimos a la comunidad de Xajay, en Amealco, con la finalidad de conocer a las artesanas, sus productos y un poco más de su vida diaria, así mismo visitamos las minas de sillar que son la principal fuente de ingresos.

Posterior a este encuentro, visite el centro de la ciudad en busca de identificar los productos elaborados con mayor frecuencia y sus costos.

Las artesanías de nuestro país son consideradas como Patrimonio Cultural por el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, que además al ser exportadas son valoradas en gran medida en el extranjero (González, 2017). El FONART es un fideicomiso público del Gobierno Federal que forma parte del sector de la Secretaría de Desarrollo Social, creado como respuesta a la necesidad de la promoción del sector artesanal en nuestro país; su misión se centra en diseñar y ejecutar políticas que permitan que el sector artesanal se desarrolle, se promueva y sea comercializado, que al mismo tiempo genere un impacto en la calidad de vida de los artesanos y difunda el patrimonio cultural de nuestro país; este organismo va de la mano con los artesanos desde que producen sus artesanías hasta que son comercializadas.

Para este caso, es redituable la vertiente del FONART que refiere a los “APOYOS A LA PRODUCCIÓN” por medio de recursos económicos y/o en especie que permitan la adquisición de activos fijos en las operaciones de producción artesanal, aclarando que no se financiará mano de obra, pago de salarios ni gastos de administración, el tipo de apoyo requerido sería grupal y según lo establecido por el FONART el grupo debe ser conformado por al menos 5 artesanos y el apoyo ofrecido no excederá los \$15,000.00 por artesana o artesano, por lo que el apoyo a considerar sería de \$120,000.00 (FONART, 2017),

De lo anterior, partiría nuestra obtención de recursos, con los que una vez que se hayan producido una cantidad considerable de artesanías, se procedería a comercializar por medio de alguna de las vertientes expuestas más adelante.

Para este caso se requiere una previa sensibilización del cliente debido a que se encuentran en un mercado con gran competencia y se debe encontrar un factor que distinga a este grupo de artesanas de sus compañeros, lo cual puede ser posible sacando provecho de las redes sociales, las cuales se han convertido en una fuente que te permite conocer un producto, de dónde viene y quiénes lo elaboran, antes de que este llegue a sus manos, además de influir de manera considerable en la decisión de comprar, lo cual ha generado buenos resultados a las empresas que han tomado esta herramienta. (Social Media Marketing, 2014)

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se logró la identificación de los posibles puntos de venta para los productos elaborados por las artesanas de la comunidad de Xajay, Amealco. Mercados universitarios, calendarización de ferias y festivales, venta en hoteles, centro de desarrollo artesanal indígena, casa quetetana de las artesanías y plazas del centro de nuestra ciudad. Las vertientes identificadas son consideradas debido a que cuentan con gran factibilidad, no generan un costo de producción exorbitante y están al alcance de las artesanas.

Identificación del rango de precios de los principales productos elaborados por artesanas provenientes de comunidades del municipio de Amealco.

Tabla 1. Comunidad de procedencia de las artesanas entrevistadas, productos y precios

	SEÑORA 1	SEÑORA 2	SEÑORA 3	SEÑORA 4	SEÑORA 5
COMUNIDAD DE PROCEDENCIA	Santiago Mexquititlán	San Ildefonso	San Ildefonso	Santiago Mexquititlán	Santiago Mexquititlán
ARTÍCULOS EN VENTA	Muñecas Fridas Diademas	Muñecas Diademas Servilletas Morrales	Muñecas Diademas Porta alfileres	Muñecas Porta alfileres Muñecos Morrales	Muñecas Servilletas Manteles Aretes Bolsas
PRECIO DE LA MUÑECA PEQUEÑA	\$ 40	\$40	\$40	\$40	\$40
PRECIO DE LA DIADEMA	\$50	\$50	\$65 en espera de quedar al precio promedio con un posible regateo	N/A	N/A

Es importante mencionar que actúan de forma desconfiada pues en ocasiones son retiradas de los sitios en donde comercializan y además su mercancía les es confiscada. Por lo que no fue posible indagar con ellas en otros aspectos.

Se percibe que las artesanas mantienen un punto de acuerdo para los precios que aunque algunas lo eleven un poco, se espera un regateo en el cual el costo será el mismo que el de las demás.

Identificación de los factores de competitividad de las artesanas. La mayoría de las artesanas elaboran el mismo producto, con los mismos materiales y de más características similares, por lo que es difícil distinguir cuál será el factor que permitirá destacar a algunas de las artesanas de las demás, por lo que se obtiene como producto de la investigación realizada por José Juan Rodríguez Garza y la Doctora Hilda Romero Zepeda de la que resulta que los turistas buscan principalmente un producto o artesanía que tenga un costo accesible y sea de uso frecuente, un ejemplo de ello, son las pulseras, que en este caso no son elaboradas por el grupo de artesanas debido a la carencia de materiales en su comunidad, por lo que son un área de oportunidad por medio de la cual las artesanas podrían obtener mayor clientela.

CONCLUSIONES

La necesidad económica de las artesanas proveniente de la falta de empleos en su comunidad es el factor por el cual se ven orilladas a buscar un ingreso, realizando un trabajo que la mayoría de las veces no les es bien remunerado, por lo que requieren un apoyo que les permita generar ganancias, ahorrar y que continúe con el paso del tiempo.

La existencia de organismos como el Fonart permite el apoyo a los artesanos, apoyo que va desde la compra de sus artesanías como lo hizo en el mes de Febrero, adquiriendo productos de la rama textil, alfarera y de fibras vegetales todos estos, elaborados por artesanos de comunidades de los municipios de Tolimán, Amealco de Bonfil, Ezequiel Montes, Tequisquiapan, Cadereyta de Montes y Jalpan de Serra con una inversión de \$278,000.00; así como también al apoyo económico para adquirir activos fijos para la elaboración de sus artesanías. Así mismo, la existencia de la Casa Queretana de las Artesanías en la que se realizan ventas a consignación y el Centro de Desarrollo Artesanal Indígena en el que pueden comercializar sus productos; lo anterior refleja un interés por apoyar a este sector, facilitando quizá la comercialización pero se percibe que se no se ha trabajado en cuestiones de mercadotecnia, así como tampoco en difusión de los eventos de este rubro, para el caso del CDAI su ubicación es buena pero un tanto lejana a las plazas principales de nuestra ciudad, es decir, este dentro del centro de la ciudad pero pareciera estar escondido, y muchos de los habitantes de nuestra ciudad desconocen su existencia, lo cual refleja la falta de difusión.

BIBLIOGRAFÍA

Artículos en línea

Almanza, L. (17 de Agosto de 2016). El financiero. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/bajio/que-retanos-en-el-top-ten-artesanal.html>

Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas. (28 de Enero de 2015). Gob. Obtenido de Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas

FONART. (17 de Febrero de 2017). Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías. Obtenido de <https://www.fonart.gob.mx/web/index.php/programas-sociales/apoyos-a-la-produccion>

Gonzalez, S. (06 de Abril de 2017). El Fianaciero. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/after-office/la-artesania-mexicana-detonante-del-turismo-cultural.html>

Milenio Diario, S.A. DE C.V. (2013 de Enero de 2013). Milenio. Obtenido de http://www.milenio.com/tendencias/Amplian-programa-venta-artesantias-hoteles_0_13798622.html

Pueblos America. (13 de Agosto de 2017). Pueblos America. Obtenido de es importante señalar que existe la posibilidad de que el apoyo sea entregado en especie, por lo que por el momento solo se considerará la adquisición de dos máquinas de coser de la marca Brother y lo restante sería utilizado para la compra de materiales. Social Media Marketing. (18 de Marzo de 2014). Puro Marketing. Obtenido de <http://www.puromarketing.com/42/19505/como-influyen-redes-sociales-negocios.html>

HORNOS COMUNALES DESTINADOS A LA EXTRACCIÓN ARTESANAL DE MERCURIO; TRANSICIÓN AL CUMPLIMIENTO DEL CONVENIO DE MINAMATA

García González Sandra¹ y Dra. Hilda Romero Zepeda²

RESUMEN

El siguiente trabajo aborda un tema bastante delicado presentado a partir de la unión de México al Convenio de Minamata que tiene como finalidad el cierre total de las minas de Mercurio como actividad primaria en un plazo máximo de 15 años, evitando así la intoxicación por el contacto con dicho mineral así como paso en Minamata hace algunos años. Querétaro es uno de los estados de la República con mayor cantidad de minas, concentradas en los municipios de Pinal de Amoles, San Joaquín, Cadereyta y Peñamiller. La extracción de Mercurio se realiza en minas que pueden estar reguladas o no y una parte considerable se lleva a cabo de manera artesanal, que consiste en acciones hechas por mujeres o niños en hornos ubicados en sus propias casas. La intención del proyecto es reubicar estos hornos a una zona comunitaria que cumpla con ciertas reglas que salvaguarden principalmente la salud de los niños. Es una investigación completamente teórica que establece requisitos básicos para hacer uso de estos lugares, además de las características que debe tener el lugar.

ABSTRACT

The following paper addresses a rather delicate issue presented from the union of Mexico to the Minamata Convention, whose purpose is the total closure of the Mercurio mines as a primary activity in a maximum period of 15 years, thus avoiding poisoning by contact With this mineral as well as passage in Minamata some years ago. Querétaro is one of the states with the highest number of mines, concentrated in the municipalities of Pinal de Amoles, San Joaquín, Cadereyta and Peñamiller. The extraction of Mercury takes place in mines that can be regulated or not and a considerable part is carried out in an artisan way, consisting of actions done by women or children in furnaces located in their own houses. The intention of the project is to relocate these ovens to a community area that complies with certain rules that mainly safeguard the health of children. It is a completely theoretical research that establishes basic requirements to make use of these places, in addition to the characteristics that must have the place.

Palabras clave: minas de Mercurio, riesgos, Convenio Minamata, Pinal de Amoles

INTRODUCCIÓN

En agosto del presente año México firmará el tratado de Minamata, cuyo propósito principal es proteger la salud humana y el medio ambiente de las emisiones y liberaciones antropógenas de mercurio y compuestos de mercurio.

Para que la nación pueda cumplir con el objetivo del tratado será necesario el despliegue de estrategias que orienten a las comunidades dedicadas a la actividad extractiva de este mineral en la transición hacia una economía sustentable que no sólo asegure la satisfacción de las necesidades básicas sino que fortalezca el arraigo y el sentido de identidad comunitaria. Es necesario que durante el periodo de transición que comprende 15 años las medidas que se instauren se lleven a cabo paso a paso para que las comunidades que se dedican a esta actividad productiva tomen conciencia del peligro inminente al que se exponen y las acepten.

En México, la extracción de este mineral se realiza a través de 2 técnicas distintas: en minas y de manera artesanal. La segunda en específico es sumamente peligrosa ya que se lleva a cabo en hornos ubicados dentro de los hogares y que lamentablemente tienen acceso los niños. Por esta razón es muy importante implementar una estrategia inmediata que evite que dicha actividad se siga llevando en casas y así prevenir enfermedades por la contaminación a través del contacto en mujeres y niños.

MARCO TEÓRICO

Ciclo biogeoquímico del Mercurio

Las emisiones de Mercurio que provocan contaminación pueden ser debidas a procesos antropogénicos, procedentes de fuentes naturales o por re-emisiones que tienen años depositados en el suelo u océanos. Este mineral se presenta naturalmente en una gran variedad de compuestos orgánicos e inorgánicos y puede estar en estado sólido, disuelto en agua o en la atmósfera debido a su alta presión de vapor. (Mota, 2012)

1. Instituto Tecnológico de Querétaro. Departamento Ingeniería Industrial. Av. Tecnológico s/n, Centro, 76000 Santiago de Querétaro, Qro. sandungra@hotmail.com

2. Universidad Autónoma de Querétaro. Facultad de Ingeniería Química. Cerro de Las Campanas, s/n, Las Campanas, 76010 Santiago de Querétaro, Qro. phd.hromero@gmail.com

Cuando el mercurio se combina con carbono se forman los compuestos orgánicos como el EtilHg, DimetilHg, MeHg. Este último es, como ya se mencionó, la forma conocida más tóxica para el ser humano, siendo el pescado y los mariscos las mayores fuentes de exposición en este estado. (Gailot, 2012) En caso del metilmercurio, se une a las proteínas de las algas y del plancton. Los peces se alimentan de ellos. Cuando otros animales y el hombre ingieren estos peces contaminados, comienza el proceso de biomagnificación.

Riesgos a la salud por el contacto con Mercurio

El contacto con el Mercurio causa serios problemas a las personas y puede llevarse mediante el acercamiento a la piel, por inhalación o por vía gastrointestinal cuando se ingieren alimentos contaminados como pescados, plantas regadas con agua contaminada o uso de pesticidas que lo tengan. Los daños son distintos dependiendo la cantidad y la frecuencia con la que se exponen.

El metilmercurio por si solo es causante de lesiones muy específicas en el cuerpo humano. En el sistema nervioso comprenden alteraciones sensitivomotoras como pueden ser parestesias, ataxia cerebelosa, deficiencias auditivas o visuales, disartria, trastorno de la marcha, temblor, etc. Al ser capaz de atravesar la barrera placentaria el daño al sistema nervioso central del feto es irreversible y sumamente alarmante como retrasos psicomotores, mental, disartria, ceguera, sordera, parálisis cerebral, deformidades, etc. Los adultos pueden presentar alteraciones cardiovasculares como infarto agudo al miocardio, muerte súbita por cardiopatía, aumento de la presión arterial, etc. (Poulin, 2008)

Tratado de Minamata

En el año 2002 el Consejo de Administración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) publica la primera evaluación mundial del mercurio y sus compuestos como respuesta de su preocupación ante los riesgos a la salud y al medio ambiente. Lo que condujo a la creación de la Asociación Mundial sobre el Mercurio del PNUMA en el año 2005 que llevó a cabo un proceso para la elaboración de un instrumento vinculante sobre dicho mineral con la finalidad de que fuera adoptada a nivel internacional. Dicho instrumento fue llamado “Convenio de Minamata sobre el Mercurio”, haciendo alusión al que sufrió la localidad de Japón en los años 50’s donde miles de ciudadanos sufrieron severos daños debido al envenenamiento con metil-mercurio a causa del consumo de pescados y mariscos contaminados.(Convenio de Minamata sobre el Mercurio, 2009)

Mercurio en Pinal de Amoles

En el estado de Querétaro se tiene la mayor cantidad de minas de mercurio de extracción primaria con alrededor de 125 distribuidas principalmente en los municipios de Pinal de Amoles, Cadereyta, San Joaquín y Peñamiller. (Almanza, 2014) En la actividad minera formal de extracción primaria de mercurio, Pinal de Amoles reporta siete minas, y de dos de ellas se conoce la estimación de las posibles reservas de 2,250 toneladas en la mina La Guadalupana y 9,500 toneladas en la mina La Soledad en Llano de San Francisco. (Procuraduría Federal de Protección al Ambiente, 2016) Cabe hacer notar que esta última comunidad presentó en abril de 2015, la incidencia de cuadro agudo de intoxicación por arsénico en 112 personas que utilizaron el agua de manantial de la región con fines recreativos. (El Universal, 2016)

METODOS Y MATERIALES

Este proyecto de investigación será únicamente teórico mediante la revisión bibliográfica de información que permita definir los requerimientos necesarios para la instalación de hornos comunales destinados a la extracción de Mercurio.

RESULTADOS

La primera situación que se debe considerar en beneficio de los más vulnerables que son los niños es evitar que ellos estén en contacto con el mineral pero como hacerlo si en el lugar que duermen, comen y juegan están instalados los hornos que usan para separar el Mercurio de otros compuestos; y que además, usan componentes de estos de manera recreativa. Por lo que es necesario definir la manera de que se pueda seguir llevando a cabo esta actividad pero sin afectar a los infantes, es entonces la idea de colocar hornos comunales que permitan a las personas hacer estas acciones por unos años más pero con ciertas precauciones.

- Ubicación

La ubicación de los hornos comunales en cualquier zona debe ser en un lugar alejado a los hogares y de ríos; Pinal de Amoles cuenta con una superficie de 714,002 km² y se ubica al norte del Estado colindando con Peñamiller, San Joaquín, Jalpan de Sierra y Arroyo Seco.

En el siguiente mapa se indican las zonas donde se concentran cada una de sus localidades, cada punto hace referencia a la concentración de pobladores. Se puede observar que hay zonas que no están habitadas con superficies amplias donde se pueden ubicar estos centros de trabajo como en el noreste, cerca de Arroyo Seco; en el sureste, contiguo a San Joaquín; o en el noroeste, junto a Peñamiller.

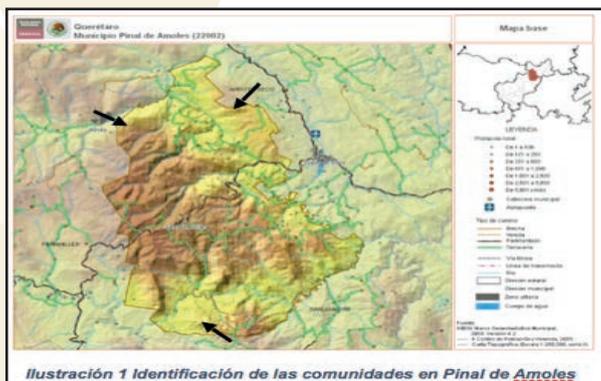


Ilustración 1 Identificación de las comunidades en Pinal de Amoles

- **Especificaciones de la construcción**

El lugar debe estar completamente cercado con la finalidad de evitar el paso a toda persona ajena a los hornos. Se debe tener un cuarto donde se lleve a cabo la transición entre los hornos y la calle, el fin de este cuarto es que los que trabajen puedan prepararse con el equipo necesario para hacer la actividad de extracción. En este espacio se pueden colocar lockers que corresponda a cada familia y que puedan guardar sus prendas y herramientas necesarias, de esta manera no llevarán el material contaminado a casa como zapatos, ropa, etc.

Es indispensable que el área tenga un piso firme que permita evitar la propagación de residuos contaminantes expulsados durante la extracción artesanal. Se propone una mezcla de tierra-piedra-grava y zeolita. Las zeolitas son aluminosilicatos hidratados altamente cristalinos, que al deshidratarse desarrollan, en el cristal, una estructura porosa con diámetros de poro mínimos de 3 a 10 Å, y cuya estructura forma cavidades ocupadas por iones grandes y moléculas de agua con gran libertad de movimiento que permiten el intercambio iónico y la deshidratación reversible. Presentan propiedades muy favorables como canales moleculares uniformes, adsorbentes, catalíticas, estabilidad, etc. (Jimenez, 2004) Con esta combinación se tendría un piso con capacidad de adsorber y eliminar metales pesados y metaloides en escorrentía a agua pluvial que permitirá no solo salvaguardar la integridad de los mantos freáticos sino evitar la contaminación de Mercurio en piel.

- **Reglamento**

Es indispensable instituir reglas de seguridad para que finalmente se cumpla la misión de estos hornos que es evitar la contaminación y los posibles daños a la salud de los niños, esto en lo que se cumplen los 15 años determinados por el acuerdo de Minamata para el cierre total de las minas.

Cada trabajo conlleva ciertos riesgos físicos aunque en algunos casos pueden ser más graves o severos para la vida humana por lo que se emplea un equipo de seguridad personal que puede llegar a eliminarlos o al menos disminuirlos.

Tomando en cuenta las características que presenta el municipio de Pinal de Amoles se establece un reglamento para el área de hornos que establece lineamientos básicos para evitar daños a la salud de los trabajadores.

1. **Ser mayor de 14 años para acceder a las instalaciones.**

Considerando información arrojada por la Secretaría de Desarrollo Social sobre la situación de pobreza y resago social en Pinal de Amoles en 2010: el 63% de la población de 15 años en adelante tiene estudios básicos incompletos y que solo el 3.6% de la población de 6 a 14 años no asiste a la escuela; con esta información se puede concluir que la edad en la que la mayoría de las personas inicia una vida laboral es a partir de los 14 años a pesar de que la Ley de Trabajo del País lo prohíbe. Además, el 34% de la población vive en pobreza extrema; dadas estas circunstancias que enfrenta el municipio es necesario que inicien a laborar a corta edad.

2. **Prohibido el paso a mujeres embarazadas.**

Como previamente se explicó en el ciclo biogeoquímico del Mercurio y los riesgos para la salud, el metilmercurio es altamente contaminante provocando envenenamiento a las personas que están expuestas. En caso de las mujeres embarazadas afecta al feto propiciando un efecto neurotóxico después del nacimiento, situación ocurrida en Iraq 1970. (Poulin, 2008)

3. **Uso de mascarillas respiratorias mientras se encuentre en el establecimiento**

Una de las principales vías de envenenamiento con metilmercurio es gastrointestinal pero también puede ser pulmonar; este compuesto es liberado cuando se lleva a cabo el proceso de quema en los hornos. Existen diferentes tipos de elementos que proveen protección respiratoria pero cuando la actividad que se realiza libera gases es necesario una mascarilla respiratoria, si en el ambiente no hay deficiencia de oxígeno como por ejemplo en las minas, basta con una de media cara que cubre nariz, boca y barbilla. Estos artefactos cuentan con filtros capaces de eliminar o disminuir la cantidad de compuestos tóxicos a las que se expone el trabajador. (Universidad de California. Oficina de Salud y Riesgo Ambiental, 2008)

4. **Usar zapatos de seguridad para entrar a los hornos.**

El objetivo de los zapatos de seguridad es proteger los pies de objetos que caigan, rueden, tengan filo o tengan efecto corrosivo. Como cualquier trabajo siempre existe riesgo y durante esta actividad puede que alguna pieza o herramienta caiga y lastime pero lo más importante es que los desechos del mercurio que contaminan el suelo no sean esparcidos en los hogares de los trabajadores; por esta razón, debe hacerse uso de un zapato exclusivo en el área de los hornos y que se mantengan dentro de las instalaciones. Pueden ser los menos especializados asegurando que tengan el casquillo que cubre los dedos de impactos, con suela de goma que es antideslizante y el caparazón sea de cuero para evitar quemaduras. (Abrego, 2000)

5. **Usar bata al entrar para entrar al área de hornos.**

Tal como los zapatos es necesario evitar que a través de las prendas se pueda llevar residuos contaminantes al hogar; por lo que, una bata es la prenda ideal para prevenir esta situación. Éstas pueden ser de dos componentes distintos: algodón o de lana debido a sus características de retardar la flama. Es obligatorio que se abrochen completamente, que sean de manga larga y si es posible que cubran hasta la rodilla. (Departamento de la Facultad de Química de la UNAM, 2017)

6. **Queda estrictamente prohibido el paso al área de hornos a toda persona que esté bajo efectos de alcohol o drogas**

Tal como el artículo 40 del reglamento de seguridad minera de la República de Chile lo postula: “Está estrictamente prohibido presentarse en los recintos de una faena minera, bajo la influencia de alcohol o de drogas. Esto será pesquisado por personal competente, mediante un examen obligatorio que se realizará a petición del Supervisor responsable.

La negativa del afectado al cumplimiento de esta disposición dará motivo a su expulsión inmediata del recinto de trabajo, pudiendo requerirse, si fuera necesario, el auxilio de la fuerza pública para hacerla cumplir, en conformidad con los procedimientos previstos en la legislación vigente. Prohíbese la introducción, distribución y consumo de bebidas alcohólicas y/o drogas en los recintos industriales de las empresas mineras y todo juego de azar con apuestas de dinero o bienes de cualquier especie.”

1. Portar gafete de identificación

Es necesario contar con un gafete visible que ayude a mantener la capacidad de identificar a cualquiera que entre al área de trabajo; de igual manera, previene la entrada de personas que ajenas al lugar y que supone desconocen las reglas y lo métodos para llevar a cabo la actividad. (Root, 2017)

Dichos elementos deberán ser entregados por la Administración Municipal con la finalidad de reconocer a los ciudadanos que se dedican a esta actividad y generar estadísticas; así, en un futuro se contemplarán a estas personas como vulnerables ante la innegable prohibición de extracción de Mercurio.

CONCLUSIONES

A pesar de que las intenciones vayan encaminadas hacia algo bueno como lo es mejorar la salud y evitar un problema mayor como el de Minamata, Japón; no se puede simplemente llevar y prohibir de manera determinante realizar una actividad económica importante para los pobladores principalmente de San Joaquín, Peñamiller y Pinal de Amoles. Es necesario comprender que existen varias familias que viven de esto y que la esencia del ser humano es la supervivencia por lo que ellos buscarán y pelearán por permanecer.

Que además, no solo se trata de cerrar las minas sino de hacer conciencia entre las personas y las empresas del daño que puede causar este mineral, y por lo tanto, deben buscar la manera y enfocar el esfuerzo necesario para no incluirlo en los productos. Parecieran medidas muy básicas las que se estipulan en el reglamento; sin embargo, son especificaciones que pueden ayudar a disminuir los riesgos a la salud de los pobladores en gran medida. Por la situación de educación y pobreza que presentan los ciudadanos del lugar no se pueden emitir exceso de reglas a seguir. Lo importante es que poco a poco se genere una conciencia de lo indispensable que es cuidar la salud y que esta actividad trae consigo problemas de una magnitud impresionante que ha llevado al mundo a tomar medidas necesarias como la creación de una Convención con tal de prohibir su práctica.

BIBLIOGRAFÍA

Abrego, M. (2000). Equipos de protección personal. Obtenido de https://53d46ebc-a-62cb3a1a-s-sites.googleusercontent.com/site/prevriesgosprofjcantnl/home/equiprotecpersonal.pdf?attachauth=ANoY7coD1X-DA6KnqumDPoarFpGzFxnofU2_INHg2ihyBgOltKxNxoG_XJ_fni-g8iHo9QgH5UgSE7z9QspLi-W--5stuJwduZ9Sdbun-80z0DDDosOxNJ7PsZO_dffzBslQyP

Almanza, L. (21 de Mayo de 2014). Baja en mercurio cerró 58 minas. *El Economista*.

Convenio de Minamata sobre el Mercurio. (febrero de 2009). Convenio de Minamata sobre el Mercurio. Obtenido de http://www.mercuryconvention.org/Portals/11/documents/conventionText/Minamata%20Convention%20on%20Mercury_s.pdf

Departamento de la Facultad de Química de la UNAM. (Julio de 2017). Coordinación de seguridad, prevención de riesgos y protección civil. Obtenido de <http://depa.fquim.unam.mx/pcivil/cuerpo.html>

El Universal. (13 de Junio de 2016). Se ocultó presencia de mercurio en el agua. *El Universal*.

Español, S. (2012). Contaminación con mercurio por la actividad miner. *Biomédica. Revista del Instituto Nacional de Salud*.

Gailot, M. (2012). Impacto del mercurio sobre la salud humana y. *Arch Argent Pediatr*.

Gobierno de la República de Chile. (Febrero de 2004). Reglamento de Seguridad Minera. Obtenido de http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:tiF10pQaXagJ:scholar.google.com/+seguridad+personal+-de+mineros&hl=es&as_sdt=0,5

Poulin, J. G. (2008). Mercurio: Evaluación de la carga de morbilidad ambiental a nivel nacional. Obtenido de Organización Mundial de la Salud, Ginebra 2008: http://apps.who.int/iris/bitstream/am/10665/78130/1/9789243596570_spa.pdf

Procuraduría Federal de Protección al Ambiente. (2016). Clausura PROFEPA mina de mercurio en el municipio de Pinal de Amoles. Santiago de Querétaro: PROFEPA.

Root, G. (2017). El uso de gafetes para empleados en el lugar de trabajo. Obtenido de *La Voz de Houston*: <http://pyme.lavoztx.com/el-uso-de-gafetes-para-empleados-en-el-lugar-de-trabajo-10066.html>

Santana, V. (abril de 2014). El Convenio de Minamata sobre el mercurio y su implementación en la región de América Latina y el Caribe. Obtenido de http://www.mercuryconvention.org/Portals/11/documents/publications/informe_Minamata_LAC_ES_FINAL.pdf

SEDESOL. (2010). Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social. Pinal de Amoles, Querétaro: Secretaría de Desarrollo Social.

Universidad de California. Oficina de Salud y Riesgo Ambiental. (Enero de 2008). Manual de Protección Respiratoria. Obtenido de <http://safety.ucanr.edu/files/229448.pdf>

ESTUDIO DEL RÉGIMEN ADUANERO DE ELABORACIÓN, TRANSFORMACIÓN O REPARACIÓN EN RECINTO FISCALIZADO COMO IMPULSOR ECONÓMICO PARA EMPRESAS DE LA REGIÓN DEL 19° VCRC

Aldo Salvatore Cardosa Martínez y Rocío Edith Rodríguez Gutiérrez

RESUMEN

En el presente documento, se establece el estudio del régimen aduanero concentrando sus diferentes formas para las operaciones relacionadas con un destino aduanero de las mercancías con respecto a su declaración presentada, con el fin de difundir los requerimientos necesarios para la legal exportación e importación de las mercancías a las empresas de la región, logrando con esto la optimización de ingresos y salidas de mercancía; es un trabajo de campo donde se buscó el número de empresas que existen en la región diferenciando las que exportan con las que importan, como también el tipo de mercancía que producen generando así, la forma correcta de destinarle un régimen aduanero con objeto de dar función en territorio nacional o extranjero.

ABSTRACT

The present document establishes the study of the customs regime by concentrating its different forms for operations related to a customs destination of goods with respect to its declaration filed, in order to disseminate the necessary requirements for the legal export and import of Goods to the companies of the region, achieving with this the optimization of incomes and outflows of merchandise; Is a field work where the number of companies that exist in the region is sought, differentiating the ones they export with the ones they import, as well as the type of merchandise they produce, thus generating the correct way of allocating a customs regime in order to give a function In national territory or abroad.

Palabras Clave: Customs regime, optimization, necessary requirements, knowledge, merchandise.

INTRODUCCIÓN

El conocimiento de los regímenes aduaneros es en cierta forma un aliciente a que una empresa crezca de manera importante tanto en sus utilidades como en el contexto de su trabajo y sea reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Un régimen aduanero es el conjunto de operaciones que están relacionadas con un destino aduanero específico de una mercancía de acuerdo con la declaración presentada por el interesado en la aduana donde todas las mercancías que ingresen o que salen de México deben destinarse a un régimen aduanero, establecido por el contribuyente, de acuerdo con la función que se le va a dar en territorio nacional o en el extranjero (SAT, 2016).

En Irapuato existen 3908 empresas (SE, 2017), donde más de 1000 empresas envían productos extranjeros sumando más de 10 mil 413 millones de dólares, que representan un crecimiento potencial de 21.35 %, donde el sector automotriz permanece como líder abarcando un 68 % de las exportaciones, luego el metalmecánica con 8 %, agroalimentario con un 6.1 % y productos químicos con 5.4 %, determinando con ello que Irapuato ocupa el segundo lugar en municipios de Guanajuato con mayores exportaciones quedando en primero lugar Silao (Negrete, 2013).

De acuerdo con el atlas de complejidad del gobierno de la República, con base en datos del SAT y el IMSS, de 2004 a 2014 las importaciones se multiplicaron de 6 mil millones a más de 12 mil millones de dólares. Lo que más ingresa al estado proveniente del extranjero, son autopartes, con equivalente al 14% del total. Después, automóviles, que representan el 5% del universo de importación; el principal País de origen de las importaciones es Estados Unidos, de dónde proviene más de la mitad de las importaciones: 51%; le sigue Canadá, con 4%. China (con 9%), Japón (con 7%) y Corea del Sur (5%) importan desde Asia (López, 2017).

Esto nos lanza que en el estado de Guanajuato como en el municipio de Irapuato existe un gran potencial tanto en importaciones como en exportaciones y no solo de un giro o ramo de mercancía sino que se extiende a una gran diversidad de materiales a exportar e importar, esto quiere decir, que teniendo el conocimiento adecuado de los regímenes aduaneros logrará un crecimiento mucho más importante al que se tiene ahora, ya que, el conocimiento exacto de tu mercancía necesita una forma adecuada de exportarse o importarse, y no solo existe una sola manera para todo tipo de mercancías sino que se divide en tantos rubros como también en 5 diferentes tipos de regímenes aduaneros.

Por ello es necesario conocer cada rubro de los regímenes aduaneros para así lograr impulsar la economía a empresas de la región; donde teniendo el número de empresas potenciales para las actividades de importación y exportación en la localidad, exponiendo el crecimiento que han tenido las empresas que se encuentran en Irapuato, desde graficas hasta sus resultados por utilizar de manera correcta la forma de exportar e importar su mercancía con la ayuda de los regímenes aduaneros.

MARCO TEORICO

Según la naturaleza del trabajo y la importancia que tiene son de un nivel de categoría alta dar los resultados precisos en cuanto el crecimiento de las empresas por el uso correcto de dar un régimen aduanero adecuado a la mercancía manufacturada y/o comercializada en la empresas.

De acuerdo a lo establecido Artículo 90, título IV de la Ley Aduanera, los Regímenes Aduaneros se dividen en 6: Definitivos, Temporales, de Depósito Fiscal, Tránsito de mercancías y de Elaboración, Transformación o Reparación en recinto fiscalizado, donde, cada uno de ellos se divide en importación y exportación, citando en ellos sus variantes, su explicación, requisitos y pagos.

El Definitivo se divide en dos de importación y exportación; el primero es la entrada de la mercancía extranjera para permanecer en territorio mexicano por tiempo ilimitado, donde deberá estar inscrito en el padrón de importadores, y cumplir con lo que determine la ley aduanera, cumpliendo con los pagos impuestos al comercio exterior, cuotas compensatorias y RRNAs; y el segundo de exportación que consiste en la salida de mercancías del territorio nacional para permanecer en el extranjero por tiempo ilimitado, cumpliendo con darse de alta en el RFC (Registro Federal de Contribuyentes) y darse de alta en el padrón de exportadores, acatando lo que determine la ley aduanera.

El régimen Temporal con dos vertientes de importación y exportación; donde el primero es la entrada al país de mercancías extranjeras para permanecer por tiempo limitado y con finalidad específica, habiendo dos formas: para retornar al extranjero en el mismo estado o para elaboración, transformación o reparación cumpliendo con lo determinado en la Ley Aduanera.

El régimen de Depósito Fiscal es el almacenamiento de mercancías de procedencia extranjera o nacional en Almacenes Generales de Depósito, los cuales deben de estar autorizados para ello, por las autoridades aduaneras y prestar este servicio en términos de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito debiendo cumplir con lo determinado por la Ley Aduanera.

El régimen de Tránsito de mercancías que se divide en dos, interno e internacional; el primero de ellos consiste en el traslado de mercancías, bajo control fiscal, de una aduana nacional a otra, dividida en dos tipos: a la importación y a la exportación donde cada una de ellos deberá seguir al pie de la letra lo determinado con la Ley Aduanera, y el internacional que es el traslado de mercancías, bajo control fiscal de una aduana nacional a otra, debiendo cumplir con lo determinado por la Ley Aduanera.

Y el régimen de Elaboración, Transformación o Reparación en recinto fiscalizado que consiste en la introducción de mercancías extranjeras o nacionales a dichos recintos para su elaboración, transformación o reparación, para ser retornadas al extranjero o para ser exportadas, respectivamente debiendo cumplir con lo autorizado por la Ley Aduanera (SAT, 2013).

Teniendo en claro los tipos de regímenes aduaneros publicados en el Diario Oficial de la Federación es necesario conocer la mercancía y sus componentes para dar cumplimiento a lo establecido por la Ley Aduanera.

MÉTODOS Y MATERIALES

De inicio se investigó los tipos de regímenes aduaneros existentes, en el cual se profundizó la investigación para saber los requisitos necesarios de cada uno de ellos, las partes que lo componen, que pagos son los que deben realizar, mercancía o materiales exentos, el tiempo máximo que pueden estar dentro o fuera del país, documentos necesarios para la exportación o importación de la mercancía, darse de alta en el Padrón de Exportadores Sectorial o Padrón de Importadores dado el caso que sea, obligaciones de las empresas para exportar o importar su mercancía, que debe contener el certificado de origen, para el caso de acogerse a algún tratado de libre comercio que requisitos se necesita o que mercancías están exentas, etc. Con todo esto se realizó una tabla referente a los regímenes aduaneros, explicando cada uno de ellos, cuales son los requisitos necesarios y los pagos que ellos deben cumplir, para de ahí profundizar cual sería el régimen adecuado para la mercancía de la empresa conforme al país que se exportará, que documentos tiene que tener y los pagos o contribuciones que debe acatar y cumplir; y si se importa, que requisitos debe de cumplir, cuales son los pagos que debe seguir, etc.

RESULTADOS

El número de exportaciones publicado por la INEGI nos indica que Guanajuato se encuentra posicionado en el 7mo. lugar, esto nos dice que los primeros 6 lugares los ocupan estados ubicados al norte del país ya que nuestro mayor consumidor es Estados Unidos por ello cuentan con mayor conocimiento y lo aprovechan exportando sus productos.

Tabla 1. Sobre exportaciones por Entidad Federativa a partir del 2012.

Entidades	2015
Total	100.0
Chihuahua	12.0
Baja California	11.4
Coahuila de Zaragoza	10.7
Nuevo León	10.2
Tamaulipas	7.8
México	6.4
Guanajuato	6.1
Jalisco	5.9
Sonora	5.0
Campeche	3.4
Querétaro	3.1
Puebla	3.0
San Luis Potosí	2.9
Aguascalientes	2.5
Resto de entidades	9.6

CONCLUSIONES

Es importante tener el conocimiento sobre los regímenes aduaneros y que impacto puede tener para el estado como para la Región, desde con sus empresas, hasta en su economía, por ello, es necesario que las microempresas, o empresas que aún no trascienden en sus actividades para incrementar tanto su producción y su mercado conozcan de qué forma es la mejor manera para incrementarlas, y saber que documentos son necesarios, que requisitos seguir y que cosas necesitan saber antes de realizar tal acción ya sea exportar o importar una mercancía, por ello es importante, el estudio de los regímenes aduaneros para así tener esa información cuando sea verdaderamente necesario y poder realizar esas actividades a futuro para explotar tu empresa y con ellos lograr incrementar la economía de la región.

BIBLIOGRAFIA

INEGI. (2015). “Exportaciones por Entidad Federativa” en INEGI. Consultada en http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/registros/economicas/exporta_ef/default.aspx (05-08-2017).

LÓPEZ, C. (2017). “Importa Guanajuato dos veces más en 10 años” en el A.M. Consultada en <https://www.am.com.mx/2017/01/10/leon/valor-agregado/importa-guanajuato-dos-veces-mas-en-10-anos-338514> (05-08-2017).

NEGRETE, S. (2013). “Empresas que exportan a Guanajuato” en Milenio. Consultada en http://www.milenio.com/negocios/empresas-exportan-Guanajuato_0_169183485.html (05-08-2017).

SAT. (2013). “Ley Aduanera” en Ley Aduanera. pp. 22-107. Consultada en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12_270117.pdf (05-08-2017).

SAT. (2016). “Regímenes Aduaneros” en el Servicio de Administración Tributaria. Consultada en http://www.sat.gob.mx/aduanas/importando_exportando/regimenes/Paginas/default.aspx (05-08-2017).

SE. (2017). “Empresas por Entidad Federativa” en el SIEM. Consultada en <https://www.siem.gob.mx/siem/portal/estadisticas/xmun.asp?edo=11> (05-08-2017).

COSTO DE LA CONGESTIÓN VEHICULAR EN LAS PRINCIPALES REDES VIALES EN EL MUNICIPIO DE IRAPUATO

Delgado Vela Brenda Elizabeth y Aguirre Ibarra Daniel Armando²

RESUMEN

En el presente documento se explica el costo de la congestión vehicular en el municipio de Irapuato, Guanajuato. El objetivo es calcular el costo de la congestión vehicular a través del conteo de aforo vehicular con 3 diferentes variables las cuales son el costo de demora, costo de operación y costo de contaminación. El resultado obtenido fue que el costo total de la congestión vehicular fue de \$14941.62896.

ABSTRACT

This research express the cost of vehicular congestion in Irapuato, Gto. The objective is estimate the cost of vehicular congestion by means of vehicular traffic count whit three different variable which are delay cost, operation cost and contamination cost. The result was that the total cost of vehicular congestion was \$14941.62896.

PALABRAS CLAVE

Congestion vehicular, Costo de operación, Costo de demora, Costo de contaminación.

INTRODUCCIÓN

En un estudio realizado por INEGI se observa que en el 2015 en el estado de Guanajuato se registró un total de 1'746'865 vehículos con motor de los cuales 962,028 son automóviles, 25,628 camiones para pasajeros, 551,343 son camiones y camionetas de carga y 207,866 son motocicletas. Del 2010 al 2015 hubo un aumento del 35% en el parque vehicular en Guanajuato. Particularmente en el municipio de Irapuato de acuerdo con el INEGI hubo un aumento en un 42% del parque vehicular del 2010 al 2015. Dentro de la investigación se calculó que en el municipio de Irapuato aproximadamente existe 1 vehículo por cada 3 habitantes.

MÉTODOS Y MATERIALES

La metodología utilizada se basó en la tesis "Metodología para evaluar los sobrecostos por congestión vehicular en la malla vial arterial principal de la ciudad de Bogotá D.C." (Muñoz Puentes, 2014). Se tomaron en cuenta diversos costos como lo es el costo de demora, costo de operación y costo de contaminación. La ecuación para el costo de demora es (1):

$$C_D = L_{ij} T_c \sum_{k=1}^K \alpha_k Q_{ijk} n_k \left(\frac{1}{V_{ijk}} - \frac{1}{V_{rij}} \right) \quad (1)$$

C_D = costos de demora del tramo ij para un periodo de congestión.

L_{ij} = longitud del tramo ij .

T_c = duración del periodo de congestión.

α_k = es el valor del tiempo de los usuarios de los vehículos k .

Q_{ijk} = el numero promedio de vehículos tipo k por hora que pasa por el tramo ij durante el periodo T_c .

n_k = factor de ocupación media de los vehículos tipo k .

V_{ij} = Velocidad de congestión de vehículos tipo k del tramo ij .

V_{rij} = Velocidad de referencia de vehículos tipo k del tramo ij .

El término $(0,8 + 12,66 / V_{ijk})$ es un factor de conversión aplicado para distintas velocidades en el estudio de SARMIENTO & ROBUSTÉ (1999)

El valor de α_k se obtiene a través de la fórmula:

$$SHP = [(FIP)(SMG)(7)]/HTP \quad (2)$$

FIP = factor de ajuste del ingreso de la población ocupada (promedio ponderado del ingreso expresado en número de salarios mínimos diarios)

SMG = promedio de salario mínimo general expresado en \$/día

HTP = tiempo promedio que labora por semana la población ocupada

7 = días / semana

La fórmula (2) fue obtenido de un estudio realizado por el Instituto Mexicano del Transporte (Torres Vargas & Hernández García, 2006).

El costo de operación se integra por los costos del combustible, lubricante y mantenimiento. La ecuación del costo de combustible para un tramo ij durante un período se puede calcular con la ecuación (2):

$$C_g = P_g T_c Q_{ijk} C_{60} \left[0.8 + \frac{12.66}{V_{ijk}} \right] L_{ij}$$

C_g = costo de combustible para una velocidad de congestión en el tramo ij.
 P_g = precio del combustible sin los impuestos.
 T_c = Tiempo duración de la congestión.
 Q_{ijk} = número promedio de vehículos tipo k por hora.
 C_{60} = consumo del vehículo a una velocidad de 60 Km /hora.
 V_{ijk} = velocidad de congestión en el tramo ij.
 L_{ij} = longitud del tramo en estudio.

El costo del combustible en el día 10 de julio de 2017 de gasolina magna fue de \$16.22 y sin impuesto a \$9.72 y del diesel de \$17.07 y sin impuestos de \$10.24 en caso de los vehículos grandes.

La ecuación para el costo de lubricante es (3):

$$C_l = P_l 0.014 T_c Q_{ijk} C_{60} \left[0.8 + \frac{12.66}{V_{ijk}} \right] L_{ij}$$

C_l = Costo de lubricante para una velocidad de congestión en el tramo ij.
 P_l = Precio del lubricante sin los impuestos.

La ecuación para el costo de mantenimiento es (4):

$$C_m = 2.11 * V_{ijk}^{-0.44} * L_{ij} Q_{ijk} T_c$$

El valor de \$2.11 surge de convertir una constante de 360 pesos colombianos a pesos mexicanos en la fecha de 10 de julio de 2017.

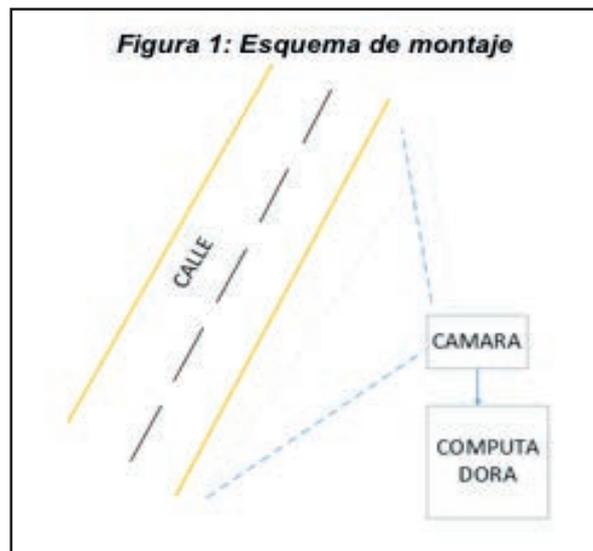
El costo de contaminación se realiza con la siguiente ecuación (5):

$$C_{ck} = \left(\frac{C_a}{T_a} \right) (2.006 - 0.017 V_{ijk}) L_{ij} Q_{ijk} T_c F_k \quad (6)$$

C_{ck} = Costo de la contaminación para un tramo ij en un período de congestión para un tipo de vehículo k.
 C_a = Costo de la contaminación debido al tránsito anual de una ciudad.
 T_a = Es el tránsito total anual de una ciudad en vehículo - Km.
 V_{ijk} = Velocidad media de circulación en Km/h para el vehículo tipo k.
 F_k = Factor de contaminación según el tipo de vehículo. Para livianos es 1 y para pesados en 3,76 (en el caso del Monóxido de Carbono).

El término (C_a / T_a) es igual a \$0.17/veh-km, que surge de convertir una constante de 28 pesos colombianos/veh-km en pesos mexicanos en la fecha de 10 de julio de 2017.

Se realizó el conteo de aforo vehicular a través de contadores manuales, grabaciones y pruebas de visión artificial con el software picomixer STA.



RESULTADOS

El tramo que se analizó tiene una longitud de 0.25591km en la Av. Guerrero.



La cantidad de 0.594 se incluye debido a que en el estado de Guanajuato el 59.4% de la población es económicamente activa.

Costo de operación	
1.- COMBUSTIBLE	
RESULTADO	$345.8378749 + 428.1375061 + 108.8906086 = 882.8659896$
2.- LUBRICANTE	
RESULTADO	$53.97632611 + 39.35034019 + 9.537218547 = 102.8638849$
3.- MANTENIMIENTO	
RESULTADO	$528.4314587 + 252.4817996 + 51.79113837 = 832.7043967$
Costo de operación	$882.8659896 + 102.8638849 + 832.7043967 = 1818.434271$

RESULTADO

$$163.7185837 + 78.22388686 + 60.33267992 = 302.2751505$$

Costo total

$$12820.91954 + 1818.434271 + 302.2751505 = \$14941.62896$$

CONCLUSIÓN

Durante la investigación se analizaron los siguientes indicadores de costos: costo de demora, costo de operación y costo de contaminación; donde se obtuvo que el indicador con mayor significancia fue el costo de demora seguido del costo de operación y el costo de contaminación. Terminando de analizar la metodología en la cual se basó la investigación (Muñoz Puentes, 2014) se concluyó que el costo de la congestión vehicular es de 14941.62896 en un tramo de 0.25591km.

BIBLIOGRAFÍA

- ¿Don Cómos? (10 de junio de 2017). Obtenido de <https://vehiculos.doncomos.com/>
- CAMBIO DOLAR.MX. (10 de julio de 2017). Obtenido de <https://cambiodolar.mx/peso-mexicano-a-peso-colombiano>
- Dirección general de infraestructura vial. (11 de julio de 2017). METODOLOGIA PARA ESTUDIO DE IMPACTO AL TRÁNSITO. Obtenido de http://repte.jalisco.gob.mx/sites/default/files/metodologia_impacto_al_transitonew.pdf
- El Financiero. (11 de julio de 2017). Guanajuato llegará a 3.5 millones de vehículos en 2025: AMDA. El Financiero. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/bajio/guanajuato-llegara-a-millones-de-vehiculos-en-2025-amda.html>
- INEGI. (2015). Vehículos de motor registrados en circulación. 11 de julio de 2017, de INEGI Sitio web: http://www.inegi.org.mx/lib/olap/consulta/general_ver4/MDXQueryDatos.asp?proy=vmrc_vehiculos
- ITALIKA. (10 de julio de 2017). Obtenido de <http://www.italika.mx/Modelos/Trabajo/FT125CLASICA/>
- MILENIO. (10 de julio de 2017). Precio de la gasolina hoy: 10 de julio. MILENIO. Obtenido de www.milenio.com/negocios/precio_gasolina_hoy-13_julio-magna-premium-diesel-milenio-noticias_0_991701237.html
- Torres Vargas, G., & Hernández García, S. (2006). PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA ESTIMACIÓN DEL VALOR DEL TIEMPO DE LOS USUARIOS DE LA INFRAESTRUCTURA CARRETERA EN MÉXICO: EL CASO DEL TRANSPORTE DE PASAJEROS. Sanfandila: IMT.

María Susana Infante Esquivel y Alfonso Procel Martínez

RESUMEN

En el presente trabajo se hacen notar, desde el punto de vista cualitativo, los problemas, en una pequeña empresa de carácter familiar del municipio de Irapuato, que se dedica a la producción y venta de tortillas, derivada de una inapropiada cultura organizacional y cómo esta repercute en la productividad. Aplicando un método estadístico no probabilístico utilizando muestreo por conveniencia, ya que con esto se pretende lograr que las empresas con estas características ubiquen áreas de oportunidad, y sobrevivan en una economía donde predomina el libre mercado.

ABSTRACT

Palabras Clave: Cultura Organizacional, Productividad, MPYME, Empresa familiar

INTRODUCCIÓN

En los países desarrollados y en las economías en desarrollo se emplean estándares para clasificar las empresas según su tamaño. Existen casos que se basan en criterios como el número de trabajadores así como también en los volúmenes de ventas anuales o la inversión en capital. Sin embargo el criterio del número de empleados en las empresas es el más utilizado para clasificarlas según su tamaño micro, pequeñas y medianas (MPYMES) las cuales en su mayoría son de carácter familiar. En un artículo de la secretaria de gobierno redacta que aproximadamente el 80% de las empresas en México son familiares y son segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), por ello son tan relevantes y necesario su fortalecimiento. Esta misma institución realizó un censo del 2010 al 2015 y se observó que en el periodo de esos cinco años murieron 1 millón 600 mil establecimientos en toda la República Mexicana (Báez, 2015).

Se sabe que el índice de mortalidad de las MPYMES en nuestro país es alto y una de las razones es el mal manejo de estas, tanto de sus recursos materiales como humanos. Se ha identificado que los problemas de comunicación entre trabajadores, jefes o dueños son puntos que afectan directamente a la supervivencia de una empresa así como sus prácticas, hábitos o valores. Sin embargo en un artículo de Forbes (Gasca, 2014) se describe las 5 principales causas de fracasos en las empresas y la número uno es ingresos insuficientes para subsistir, es decir, baja productividad. La productividad es “una medida que suele emplearse para conocer qué tan bien están utilizando sus recursos (o factores de producción) un país, una industria o una unidad de negocios.” (Chase, Jacobs, & Aquilano, 2009), con base a esto se realizó el presente estudio, en una MPYME de carácter familiar ubicada en el municipio de Irapuato para conocer cómo se encuentra su productividad con respecto a la cultura organizacional practicada. Se conoce que la cultura y el conocimiento producen condiciones para el desarrollo de la productividad, por ello este artículo ha tomado como referencia artículos que estudiaron e investigaron la relación existente entre la cultura organizacional y la productividad. (Palleto & Sanchez, 2011) Redacta en su artículo que con su investigación pudo definir tres constructos que tienen relación con la productividad con una perspectiva de la era del conocimiento: Desarrollo tecnológico, Capacidad cultural y Organización flexible, a lo que nos llevó a considerar los tipos de cultura organizacional y cuál es la que practica la MPYME a estudiar específicamente. Se sabe que cultura organizacional es la manera de vida dentro de una empresa donde existe interacción y relaciones entre colaboradores, jefes y dueños donde al mismo tiempo se tiene un sistema de valores, creencias y expectativas. Cada empresa es distinta y forja su propio tipo de cultura empresarial, en este caso las de carácter familiar suelen tener un sistema menos controlado, sus normas son demasiado flexibles y no hay una autoridad específica, es decir, no existe un líder como tal. (Chiavenato, Comportamiento organizacional; La dinámica del éxito en las organizaciones, 2009) define cuatro perfiles organizacionales o culturas organizacionales, basados en las variables del proceso de decisión, el sistema de comunicaciones, las relaciones interpersonales y el sistema de recompensas y sanciones.

Sistema 1. Autoritario coercitivo, Sistema 2. Autoritario benevolente, Sistema 3. Consultivo, Sistema 4. Participativo.

Teniendo como objetivo conocer que tan apropiada es la práctica de la cultura organizacional en una empresa familiar del municipio de Irapuato y como esta influye en la productividad de la misma, así como resolver la pregunta de ¿Cómo influye una cultura organizacional inapropiada en la productividad de una empresa de carácter familiar en el municipio de Irapuato? Se realizó la presente investigación; mediante un cuestionario se corroboró el tipo de cultura organizacional que posee dicho establecimiento, el cual resultó ser evidentemente del sistema 1 que es la cultura organizacional Autoritario Coercitivo, la cual, de acuerdo con la teoría, es un sistema administrativo autocrático, arbitrario; donde las decisiones y toda la autoridad recae sobre una persona, en este caso el dueño.

MÉTODOS Y MATERIALES

En una empresa familiar MPYME del giro tortillero en Irapuato Guanajuato 2017 que cuenta con cuarenta años operando y está dada de alta en hacienda. Se trabajó con un muestreo probabilístico por conveniencia; con un tipo de investigación cualitativa, interpretativa con diseño de estudio de caso.

Se utilizó un cuestionario de (García, 2015) como guía para la elaboración de una entrevista que constó de cinco preguntas dividido en cinco secciones (Proceso de decisión, Sistema de comunicación, relaciones interpersonales, sistema de recompensas y sanciones) respectivamente en ese orden. Nos basamos en la teoría de tipos de culturas y perfiles organizacionales de (Chiavenato, Comportamiento organizacional; La dinámica del éxito en las organizaciones, 2009).

Se realizó esta entrevista a los siete trabajadores de la empresa, incluyendo al dueño, con el objetivo de identificar el tipo de cultura organizacional que tiene el sujeto de estudio. La entrevista se realizó durante horas de trabajo, y durante la hora de comida de los trabajadores. Para no interrumpir sus labores, y pudieran pensar sus respuestas y no fueran influenciadas por el estrés del trabajo.

Basándonos en la técnica de (Chase, Jacobs, & Aquilano, 2009) se logró conocer el índice de productividad con la que contaba la empresa familiar.

Productividad parcial: La productividad parcial. Está relacionada con todo lo que se produce (salida) con respecto a un solo recurso utilizado (insumo o entrada) en un mes.

$$Productividad\ parcial = \frac{Salida\ total}{una\ entrada}$$

La entrada puede ser, una materia prima (maíz, acero, un solo material, o un solo gasto: luz, mano de obra, agua, etc.)

Productividad Multifuncional: La productividad multifuncional es empleada cuando se quiere conocer la productividad de todo lo producido con relación a un grupo de insumos.

$$Productividad\ multifuncional = \frac{Producto}{Trabajo + Capital + Energía}$$

$$Productividad\ multifuncional = \frac{Producto}{Materia\ prima + Energía}$$

Procedimiento: Acudimos al establecimiento ya antes mencionado y corroboramos que cumpliera con las características necesarias como es que fuera una pequeña o mediana empresa, que la mayoría de los trabajadores fueran familiares, que la empresa tuviera más de 10 años operando y que estuviera ubicada en el municipio de Irapuato. Se platicó con el dueño de la empresa quien es el abuelo de la familia, se le explicó el fin de la investigación y que todos los datos que proporcionara serían para uso exclusivo del proyecto. Se continuó con la aplicación de la entrevista al dueño y a los trabajadores de la pyme familiar para identificar el tipo de cultura organizacional que practicaban, al mismo tiempo se les solicitó datos de la producción mensual los cuales se utilizaron para aplicar la técnica de Alquilano y calcular su índice de productividad. Durante este periodo se utilizó información de artículos, libros, revistas, bibliotecas virtuales (fuentes primarias) y profesores, colaboradores de la pyme familiar, INEGI etc. (fuentes secundarias) para poder completar la investigación. Todos los datos recabados fueron capturados en una computadora y en la misma se hicieron los cálculos pertinentes.

RESULTADOS

Tipo de cultura:

Basándonos en el cuestionario del autor (García, 2015) y con apoyo en la teoría de los tipos de cultura organizacional de las empresas de (Chiavenato, Comportamiento organizacional; La dinámica del éxito en las organizaciones, 2009) Identificamos que la empresa recae en el sistema 1. Autoritario coercitivo

Esta entrevista fue aplica a todos los integrantes de la empresa en su total 7 incluyendo al dueño.

Sección	Pregunta	Sistema 1	Sistema 2	Sistema 3	Sistema 4
Innovación	¿Cómo es la tecnología y sus procesos de producción?	Se utiliza tecnología rudimentaria y no hay innovación en los procesos por miedo al cambio.	Se utiliza tecnología más rudimentaria, se innova muy pocas veces en los procesos.	Se trata de modernizar lo más posible las instalaciones.	Siempre se busca innovar y actualizar procesos, tecnologías y sistemas de información.
Respuesta		7	0	0	0
Proceso de decisión	¿De qué modo se toman las decisiones en la empresa?	Solo el dueño puede decidir.	El dueño decide, sin embargo hay cierta delegación cuando son decisiones sin importancia aunque siempre se requiere la autorización.	Es participativo y consultivo, se toma en cuenta la opinión de los demás, ciertas decisiones son delegadas y después sujeta a aprobación.	El dueño solo toma decisiones en situación de emergencia, los colaboradores son responsables de tomar las decisiones para la empresa.
Respuesta		7	0	0	0
Sistema de comunicación	¿Cómo se maneja la información dentro de la empresa para expresar órdenes y recibir comunicaciones?	Precario, de comunicación vertical. Los órdenes son directamente del dueño, no se pide a las personas que generan información.	Relativamente precario, de comunicación vertical descendente. Las órdenes son directamente del dueño, sin embargo recibe comunicaciones de los trabajadores.	El flujo de información es más fácil a causa de sus sistemas internos de comunicación ya que son tanto verticales como horizontales.	No existe una dirección fija de flujo de información. Ya que es básica para su flexibilidad y eficiencia se tiende a invertir den sistemas de información que la sostenga.
Respuesta		1	6	0	0

Relaciones interpersonales	¿Cómo es la interacción, confianza y la relación entre todos los integrantes de la empresa?	No son bien vistas las conversaciones informales y se procura impedir las	Existe poca interacción entre los trabajadores, la empresa tolera que se relacionen.	Hay un índice alto de confianza pero no total, creando así un ambiente favorable para una organización informal y fuerte.	Para motivar las relaciones y la confianza entre colaboradores se trabaja en equipos y grupos espontáneos.
Respuesta		0	0	7	0
Sistema de recompensas y sanciones	¿Cómo son las sanciones y las recompensas en la empresa?	Muy inflexible en las sanciones y medidas disciplinarias. No existen recompensas o reconocimientos materiales ni sociales.	Inflexible en las sanciones y medidas disciplinarias. Se ofrecen algunas recompensas materiales y salariales.	Flexible en las sanciones y medidas disciplinarias. Suele resaltar las recompensas materiales y simbólicas.	Se enfoca en las recompensas tanto sociales como materiales. La existencia de sanciones es casi nula y los grupos de trabajo las imponen.
Respuesta		7	0	0	0
TOTAL		19	6	7	0

Medición de la productividad

Para la investigación se realizó la medición de la productividad de la MPYME Tortillería Guanajuato se hizo uso de las herramientas para medir la productividad (Chase, Jacobs, & Aquilano, 2009) para lo cual se tomaron las siguientes variables:

tomaron las siguientes variables:

- Ventas totales en los meses julio-agosto

Ingresos totales
Ventas totales en los meses julio-agosto

- \$95.400

Egresos

- Electricidad: \$13,500
- Agua: \$1,000
- Gas: \$8,000
- Maíz: \$45,000
- Mano de obra: \$16,000

Variables que se midieron:

1-La productiva con relación al consumo de energía eléctrica.
Debido a que el sistema eléctrico además de estar muy deteriorado debido al paso de los años y la falta de mantenimiento del mismo, además se encuentra la falta de conocimiento de los propietarios del comercio los llevo a contratar una tarifa eléctrica que no es la apropiada para el tipo de negocio.
Debido a estos aspectos el local comercial tiene un gasto excesivo en el recibo de la compañía eléctrica.

2-La productividad con relación a las materias primas utilizadas y el gas usado para el proceso de transformación del maíz a tortilla.
Debido a que existen diferentes proveedores en el mercado cada uno maneja un precio diferente, es necesario saber si se puede conseguir proveedores con menores precios.

Medición:
Productividad parcial:
$$Productividad\ parcial = \frac{Salida\ total}{una\ entrada}$$

$Productividad\ parcial = \frac{\$95.400}{\$13.500}$
 $Productividad\ parcial = 7.0$

Observación:
Como podemos ver se tiene una productividad de 7.066 lo cual puede ser un dato engañoso si bien no hay una productividad negativa lo cual indica el consumo eléctrico no afecta del todo en la producción, el valor de la productividad podría ser mayor, debido a que, el establecimiento requiere una segunda tarifa de electricidad de 220 volts, lo cual implicaría dividir la carga eléctrica, esto reduciría el gasto generado.

Productividad multifuncional:
$$Prod.\ multifuncional = \frac{Produccion\ total}{Maiz + Agua + Cal + Gas}$$

$$Prod.\ multifuncional = \frac{\$95.400}{\$45,000 + \$1,000 + \$2,000 + \$8,000}$$

$$Prod.\ multifuncional = 1.7$$

Observación:
Podemos observar que mientras aumenta el valor en el denominar el valor se reduce considerablemente el valor de la productividad, obteniendo entonces como resultado productividad multifuncional de las materias primas más el gas usados para el proceso de transformación del gas es de 1.70, lo cual es una productividad muy baja en mi punto de vista debido a los precios de los insumos usados para la transformación de este alimento se encuentran muy elevados.

CONCLUSIONES

Se identificaron los siguientes resultados y con ellos se encontró una relación que definiera la causa de su baja productividad con respecto a la cultura practicada en la pyme estudiada.

Instrumento 1: Entrevista

Instrumento 2: Técnica de medición productividad

	Instrumento 1	Instrumento 2
Innovación	No se actualiza	Costos elevados
Proceso de decisión	Solo el dueño decide	Se detiene la producción
Sistema de comunicación	Vertical, solo el dueño emite información	Los procesos son los mismos
Relaciones interpersonales	Buena interacción y relación	Existe confianza y producción lenta

De acuerdo a los resultados obtenidos con ayuda de los dos instrumentos anteriormente mencionados se definió que a causa de no querer actualizar las tecnologías utilizadas así como al personal, los costos cada vez se elevan más. Se identificó que la luz es uno de los recursos más caros que tiene la pyme, se sabe que hace unos años el dueño tuvo oportunidad de implementar paneles solares así como poder dividir el medidor de luz para reducir este costo sin embargo se negó ya que tiene la idea de que siempre ha funcionado así su negocio y así seguirá funcionando, con lo que se rectifica la característica de innovación “cerrado” con respecto a su cultura organizacional practicada que es Autocrático coercitivo la cual impide que pueda crecer la pyme. También el proceso de decisión y el sistema de comunicación practicado influye en su bajo desarrollo ya que no se genera la información necesaria para tener una mejora constante, debido a que solo el dueño decide y no toma en cuenta las opiniones o ideas de sus colaboradores produciendo un estancamiento tanto en los procesos de producción como en la expansión de esta. El tiempo empleado y su regular aprovechamiento también afecta en su productividad debido a que existe una confianza alta entre los colaboradores hay una interacción constante entre ellos y más en las horas laborales, tienden a platicar y distraerse mucho generando una producción lenta.

Entonces se puede corroborar que existe una gran influencia por parte de la cultura organizacional, las prácticas así como los hábitos generan un impacto considerable en la productividad de una pyme, entonces es recomendable cambiar las características inapropiadas como son la innovación cerrada, sistema de comunicación precario y vertical ya que debe haber una dinámica constante en la comunicación generando así información bastante importante para la toma de decisiones, también se debe cambiar la visión que se tiene con respecto a la empresa, ya que si no se tiene específico el para qué, cómo y cuándo se crecerá, no se puede tener un proceso estable en el desarrollo de la misma.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

- Báez, C. (24 de Marzo de 2015). ¿Cuánto tiempo “vive” un negocio en México? Obtenido de CONACYT agencia informativa : <http://www.conacytprensa.mx/index.php/ciencia/economia/1111-reportaje-demografia-de-los-establecimientos>
- Cantillo, J. (2013). Tesis. Incidencia de la Cultura Organizacional en el desempeño. Sincelejo, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Chase, R., Jacobs, F., & Aquilano, N. (2009). Administración de Operaciones: Producción y cadena de suministros. Ciudad de México: McGRAW-HILL.
- Chiavenato, I. (2009). Comportamiento organizacional; La dinámica del éxito en las organizaciones. Delegación Álvaro Obregón; México, D.F.: McGraw-hill/interamericana Editores, S.A. de C.V
- Flores, J. (20 de marzo de 2013). México necesita menos Pymes. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com.mx/mexico-necesita-menos-pymes/>
- García, L. (2015). Validación de un instrumento de medición que analiza la cultura organizacional desde dos perspectivas. RECAI; Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, 38-42.
- Gasca, L. (28 de Diciembre de 2014). 5 causas del fracaso en negocios en México. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com.mx/5-causas-del-fracaso-de-negocios-en-mexico/>
- Palleteo, J., & Sanchez, G. (2011). Productividad y cultura organizacional en la era del conocimiento . REDIP. Unexpo, 176-190.

DIAGNOSTICO DEL USO DE SOFTWARE ADMINISTRATIVO, EN LA TOMA DE DECISIONES

Angelica Nallely Fabela Valdés y Martha Elena Rentería Avilez

RESUMEN

Como se conoce en la actualidad el uso de software administrativo en la toma de decisiones en las PYMES (Pequeñas y medianas empresas) es de gran utilidad, ya que brinda información para la planeación estratégica fundamental para el futuro de estas organizaciones. En muchas ocasiones el uso de software en empresas comerciales se ha venido concretando al cumplimiento de obligaciones fiscales, pasando a segundo término, así como su aplicación en la toma de decisiones.

El presente trabajo de información se pretende diagnosticar el uso de software administrativo en las PYMES con fines de toma de decisiones en lo que es la región.

ABSTRACT

As it is known today the use of management software in the decision-making process in SMEs (small and medium-sized enterprises) is very useful, since it provides information for fundamental strategic planning for the future of these organizations. On many occasions, the use of software in business has been specifying to the fulfillment of tax obligations, to second term, as well as their application in decision-making.

This information work is intended to diagnose the use of management software in SMEs for the purpose of decision-making in what is the region.

Palabras clave: PYMES, Software, toma de decisiones, información, administrativo.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, el uso de software administrativo en la toma de decisiones en las PYMES, ha sido un recurso vital para muchas empresas. Actualmente las empresas están inmersas a entornos cada vez más competitivos en los cuales es fundamental disponer de información valiosa con la que se pueda adoptar estrategias empresariales que lleven a situar el negocio por delante de los competidores. Cada software desarrolla funciones específicas dentro de una diversa gama de aplicaciones, y sin duda alguna uno de los programas que mayor utilidad representan dentro de una empresa, el hecho de que el tomador de decisiones obtenga de una misma fuente la información necesaria para determinar el conjunto de acciones a tomar, otorga un beneficio extra contra aquel que no cuente con este recurso.

Objetivo general: Analizar con argumentos propios el objetivo que cumple la Toma De Decisiones en relación al análisis del software administrativo en las PYMES de giro comercial en Monclova Coahuila, para así hacer que la empresa crezca.

MARCO TEORICO

Las Pymes son la columna vertebral de las economías nacionales. Aportan producción y empleo, garantizan una demanda sostenida, motorizan el progreso y dan a la sociedad un saludable equilibrio. Las empresas pequeñas tienen como principal virtud justamente su tamaño.

Ello les permite abordar aquellas actividades que no pueden ser realizadas por las firmas mayores; también les da agilidad, flexibilidad y reflejos que son fundamentales para sobrepasar las contingencias de un mercado complejo y de veloces transformaciones. Pero conducir Pymes no es una tarea fácil y la severidad de la gestión no da tiempo para incorporar competencias o mejorar las habilidades directivas.

Ello les permite abordar aquellas actividades que no pueden ser realizadas por las firmas mayores; también les da agilidad, flexibilidad y reflejos que son fundamentales para sobrepasar las contingencias de un mercado complejo y de veloces transformaciones. Pero conducir Pymes no es una tarea fácil y la severidad de la gestión no da tiempo para incorporar competencias o mejorar las habilidades directivas.

La Importancia de las PYMES en la actualidad existe un alto índice de desempleo lo cual genera pérdidas en la economía tanto de México, así como de nuestro estado Coahuila la gestión de las organizaciones llamadas PYMES (lo cual genera el 72% de empleo en todo el país) de acuerdo con los principios de calidad total, son un fenómeno extendido a nivel internacional por lo que el estudio de efectos sobre los resultados empresariales constituye un campo de investigación de gran importancia en la actualidad.

Las empresas comerciales son aquellas actividades económicas organizadas que se dedican a la compra y venta de productos que bien pueden ser materias primas o productos terminados; las empresas comerciales cumplen la función de intermediarias entre los productores y los consumidores y no realizan ningún tipo de transformación de materias primas. Tomar una decisión es un proceso reflexivo que requiere de tiempo para valorar distintas opciones y también, las consecuencias de cada decisión. Con frecuencia, las personas se exigen demasiado a sí mismas cuando quieren tomar una decisión y aspiran a acertar en su elección cuando en realidad, en la vida, no importa el

Softwares para la toma de decisiones se define a los sistemas de apoyo para la toma de decisiones como un conjunto de programas y herramientas que permiten obtener de manera oportuna la información que se requiere durante el proceso de toma de decisiones que se desarrolla en un ambiente de incertidumbre. Al tomar cualquier decisión siempre se podrá pensar que no se tiene toda la información requerida; sin embargo, al llegar al límite del tiempo se debe tomar una decisión.

Modelos es una representación de la realidad que contiene las características generales de algo que se va a realizar. Colección de datos actuales o históricos de aplicaciones o grupos, con acceso fácil de acuerdo a aplicaciones

METODOS Y MATERIALES

Este proyecto se diferencia de los de más por ser una investigación de campo y cuya derivación es de tipo descriptiva. Nuestra muestra fue seleccionada partiendo de base de datos del INEGI, realizando una encuesta que nos muestra los resultados de las empresas en Monclova Coahuila, siguiendo con una serie de graficas realizadas en diferentes programas como Minitab y Excel, donde nos muestra los resultados finales de la misma.

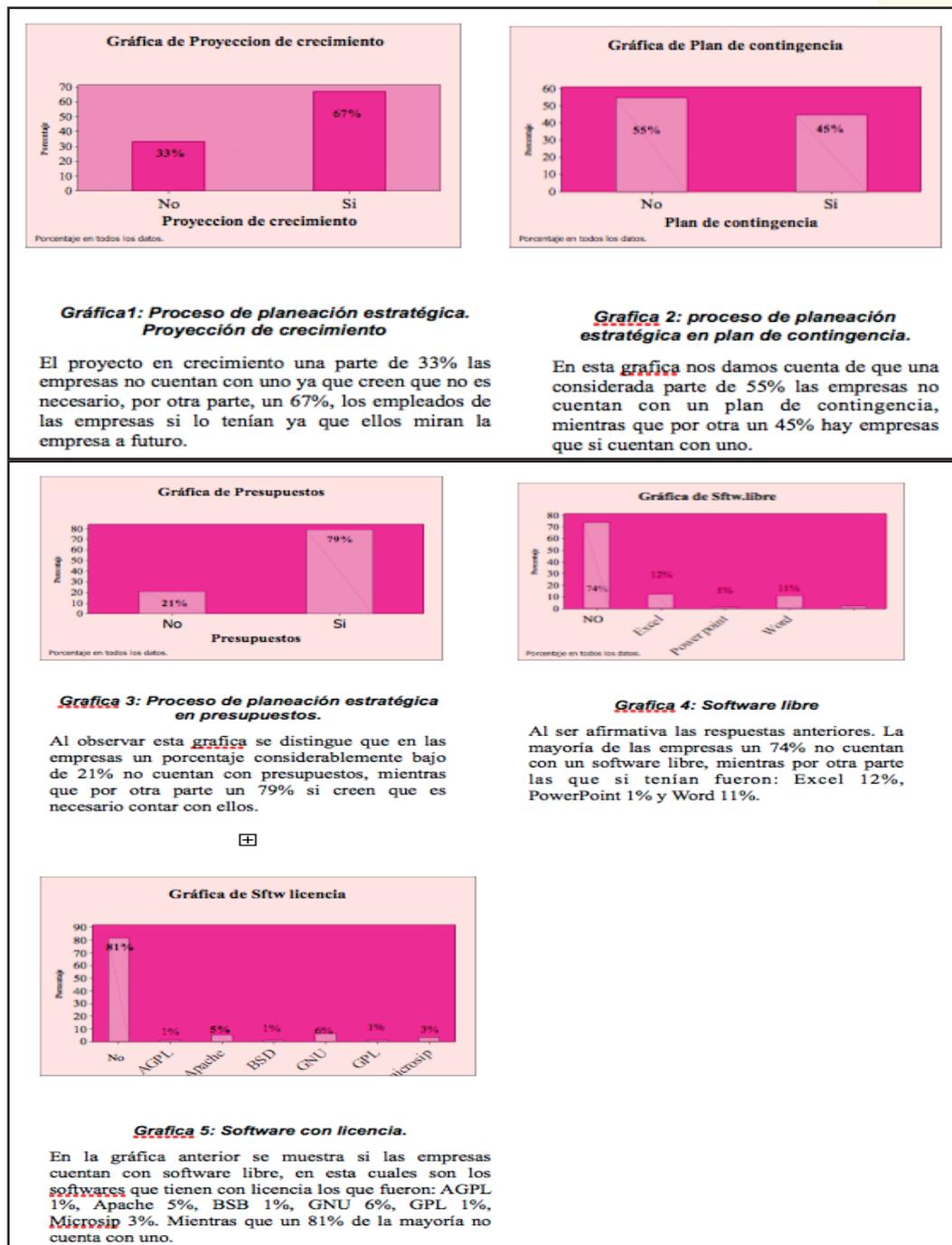
Nuestro proyecto se realizó en varias etapas las cuales fueron:

Etapa 1: Recolección de datos para identificar las Mi Pymes de la Región Centro de Coahuila.

Etapa 2: Organización y procesamiento de datos.

Etapa 3: Difusión de resultados así elaborando nuestro proyecto final.

RESULTADOS



CONCLUSIONES

De acuerdo a las necesidades que presenta el software administrativo en la toma de decisiones de las empresas en este sector, es necesario buscar alternativas de solución que permita la supervivencia de las empresas Pymes dentro del mercado ante una competencia muy desleal. En este trabajo de investigación se propone al software administrativo como una de las alternativas más viables para el logro de objetivos, considerando que muchas de las empresas si cuentan con un proyecto de crecimiento mientras por otra parte la mayoría no cuentan con un software libre o con licencia, con las capacidades de innovar para mejorar la productividad y crear día a día nuevas formas de hacer las cosas, ha permitido dar estabilidad al funcionamiento adecuado y acertado en este sector. Actualmente estos modelos individualmente son utilizados en diferentes empresas con lo que han alcanzado el logro de sus objetivos, con esto se demuestra que tiene soporte y validez el presente trabajo de investigación

BIBLIOGRAFIA

- CLERI, C. (2015). Libro de las Pymes. En Libro de las Pymes (pág. 150). Argentina: EDICIONES GRANICA.
- De OJIRO, Y. y. (2006). El Zen de la empresa . En Y. y. De OJIRO. España: DEUSTO S.A.
- MOCHON, F. (2006). El arte de dirigir una empresa . En F. MOCHON. España: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.
- Ocaña, A. (2006). Pienso , y luego mi empresa existe . En Pienso , y luego mi empresa existe (pág. 160). España: CLUB UNIVERSITARIO.
- Sanchez, J. (15 de enero de 2015). [www.definicionabc.com](https://www.definicionabc.com/politica/toma-de-decisiones.php). Obtenido de <https://www.definicionabc.com/politica/toma-de-decisiones.php>

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL INFORMÁTICO DE CONTROL INTERNO COMO HERRAMIENTA PARA ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MI-PYMES.

Brenda Yaneth Quintero Gallegos y Veronica Martínez Vela

RESUMEN

Se ha determinado la ausencia de una herramienta que lleve el control interno de las MiPyMEs en la ciudad de Monclova, Coahuila. Algunas de las causas que destacaron son: la falta de capital para la inversión, negación a la actualización en el uso de las TIC'S, falta de capacitación en el personal empleado para el manejo de algún software. Por ello se realizó una investigación de campo, utilizando la encuesta como herramienta de recopilación de datos. El objetivo principal es determinar la factibilidad del desarrollo de Software informático de control interno como herramienta para elevar la productividad en las MiPyMEs, además se les hizo la invitación para formar parte de una prueba piloto como resultado de este proyecto.

ABSTRACT

It has been determined the absence of a tool that has the internal control of the MiPyMEs in the city of Monclova, Coahuila. Some of the causes that stood out are: lack of capital for investment, denial of updating in the use of TIC's, lack of training in the personnel employed to manage some software. Therefore, a field investigation was carried out, using the survey as a data collection tool. The main objective is to determine the feasibility of the development of internal control software as a tool to increase productivity in MiPyMEs. In addition, they were invited to take part in a pilot project as a result of this project

Palabras Clave: Factibilidad, MiPyMEs, herramientas, control interno y efectividad.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo a la investigación realizada con anterioridad sobre el impacto que tiene las TIC'S en las MiPyMEs, se determinó que las personas que laboran en estas empresas tienen una deficiencia en el conocimiento sobre lo cuan efectivo podría ser las funciones administrativas, ya que actualmente las TIC'S cubren un papel muy importante para el desarrollo de los negocios, el llevar un control interno es fundamental, por lo que así se conoce que está sucediendo con cada uno de los inventarios de los artículos y/o servicios que se brindan al público. Se busca generar más productividad en cada una de las MiPyMEs, disminuyendo tiempos muertos, situaciones ambiguas, aumentando la demanda y abarcando los mejores lugares dentro del mercado, con una herramienta que pueda ser un apoyo en las actividades y en la toma de decisiones que se puedan llegar a prestar. Sin embargo, el proyecto presenta limitaciones, ya que no se genera la suficiente confianza para las empresas el emprender en sus negocios un software interno que maneje su información confidencial, pero otras son entusiastas en querer innovar el control de cada uno de los movimientos que llegarán a ocurrir y así mejorar conforme al tiempo y la tecnología. La encuesta que se les realizó, cuestionaba desde si ¿manejan algún sistema?, ¿Cuál era?, ¿Es gratuito o tiene algún costo?, ¿sería de gran ayuda el contar con un software como herramienta en el control interno?, ¿Cuánto pagaría por la adquisición?, ¿estaría dispuesto a formar parte de una prueba piloto?, estas preguntas fueron claves para determinar la falta de información sobre el conocimiento de un sistema que les sea útil desde inventarios, clientes, proveedores, toma de decisiones, etc., también logrando encontrar empresas que tienen la disposición de participar y adquirirlo.

MARCO TEORICO

La pequeña y mediana empresa (conocida también por el acrónimo PyME) tiene características distintivas y dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o regiones. Las 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, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa. Por todo ello una pyme nunca podrá superar ciertas ventas anuales o una determinada cantidad de personal. (Álvarez Mariano, 2009)

Representa una parte importante dentro de toda empresa, y que, si se basa en el concepto presentando en el párrafo anterior, observamos que afecta a las políticas y procedimientos y estructura de la organización. La implantación de llevar un sistema de control interno aumenta la eficiencia y eficacia operativa, así como la reducción del riesgo de fraudes.

El tamaño de la Empresa no es un factor que delimitara la importancia del sistema ya que en organizaciones donde existe un solo dueño el cual también toma las decisiones, participa en la operación y requiere de un sistema contable, así como de contar con un sistema de control interno más adecuado para esta. El contar con un Control Interno adecuado a cada tipo de empresa nos permitirá maximizar la utilización de recursos con calidad para alcanzar una adecuada gestión financiera y administrativa, para obtener mejores niveles de productividad; también ayudará a contar con recursos humanos motivados, comprometidos con su organización y dispuestos a brindar al cliente servicios de calidad. (Gonzalez Cristobal, 2014)

No todos los empresarios creen necesitar de una administración, sin embargo, la actual crisis económica y financiera provoca que algunas empresas, para poder subsistir requieran de una mejor operatividad para lograr esfuerzos de grupo encaminados a lograr ciertos objetivos de conjunto con un mínimo de costo, tiempo, dinero, materiales y descontento y para llegar a esto habrá que adoptar los principios, procesos y técnicas básicas de la administración. El administrar es elemental para toda empresa (pequeña y mediana), así como en cualquier nivel. Del organismo, Esta función no es exclusiva del propietario o del gerente sino también corresponde al supervisor (de producción o de almacén). Los problemas administrativos pueden aparecer en cualquier nivel, la administración efectiva y perceptiva requiere que todos aquellos responsables del trabajo de otros (en todos los niveles y en cualquier tipo de empresas), se consideren a sí mismo como administradores. Por lo cual, se afirma que todo organismo social puede ser administrado, por eso el principio de la universalidad de la administración. (Bernal., 1994)

Diseñar encuestas de satisfacción. Las encuestas deberían diseñar para proporcionar en forma clara a los usuarios de la encuesta resultados con la información que necesitan para tomar decisiones. Muchas organizaciones usan las encuestas de opinión de los empleados o medios similares para buscar retroalimentación sobre el ambiente de trabajo, los beneficios, la compensación, la administración, las actividades de equipos, las recompensas y el reconocimiento y los planes y valores de la compañía. (Riojas, 1993)

Las principales claves de marketing en la pequeña y mediana empresa. Las pymes se encuentran así en un entorno realmente complejo, en un cambio de época al que adaptarse de forma rápida, en el que las redes sociales y los nuevos dispositivos móviles están integrando el mundo online con el offline y acercando las marcas al consumidor, y donde el comercio electrónico crece cada año a un ritmo imparable. Nuestras empresas no pueden perder la gran oportunidad que les ofrece la nueva economía y el nuevo consumidor. Un consumidor híper conectado las veinticuatro horas del día, que pagará única y exclusivamente por aquello que realmente le aporte valor, que le permita interactuar con otros miembros de su comunidad y disfrutar con la compra. El aspecto lúdico está entrando fuerte en los nuevos criterios de compra del consumidor del siglo XXI. (Juan Carlos Alcade, 2013)

MÉTODOS Y MATERIALES

Método: El método utilizado como herramienta principal de recopilación de datos es la investigación de campo, su estrategia es metodológica cuantitativa descriptiva.

Hipótesis:

H01: Las MiPyMEs de la región centro no están de acuerdo en el que el software para el control interno oscile entre \$5000.00-\$6000.00 anuales.

Ha1: Las MiPyMEs de la región centro están de acuerdo en el que el software para el control interno oscile entre \$5000.00-\$6000.00 anuales.

Instrumento de medición: Por medio de la encuesta obtuvimos la información suficiente, exacta y limitada, las preguntas estaban elaboradas con respuesta de opción múltiple, respuestas con opción "sí" o "no" y preguntas en las que su respuesta era calificación del 1 al 10 de acuerdo al criterio de quien respondían conforme a lo que se cuestionaba; se logra comprender los resultados y a su vez entender cuál es la situación interna por lo que pasan las MiPyMEs actualmente, permitiendo conocer su relación con las TIC's.

Muestra: De un universo de 330 MiPyMEs que ya se habían investigado previamente con relación a el interés de implementar TIC's en sus negocios, se tomó una muestra de 90 empresas de Monclova, Coahuila, que pertenecen a la Zona Centro, El Pueblo, Estancias de Santa Ana, Hipódromo, Blvd. San José y Anáhuac, las cuales brindan algún producto o servicio. Se visitó cada uno de los 90 locales, respondiendo las encuestas y escuchando sus opiniones y comentarios acerca de este proyecto. Se obtuvo un nivel de confiabilidad del 90% a base los resultados que se obtuvieron.

Procesamiento Estadístico: Se realizó una base de datos, en la cual se registraron los resultados de cada una de las encuestas que se llenaron, esto con ayuda de Microsoft Excel 2016.

RESULTADOS

Los resultados que se obtuvieron son que la mayoría de las MiPyMEs no llevan a cabo su información financiera dentro de la empresa, no manejan y no tienen conocimiento de algún sistema interno contable, financiero o gerencial, sin embargo, realizan diversas actividades como:

- A) El cumplimiento de obligaciones fiscales y legales
- B) Incrementan su inversión
- C) Incrementar el activo
- D) Solicitud de préstamos
- E) Incrementan la producción
- F) Contratación de personal
- G) Solicitud de créditos con proveedores
- H) Incrementar catálogo de productos y servicios
- I) Cumplir con los requerimientos del cliente
- J) Búsqueda de posibles inversores

Se puede observar este contenido reflejado en la Figura 4.

A falta de información y orientación sobre el manejo de algún software que pueda medir la factibilidad de la productividad de cada empresa, optan por evadir el uso de las TIC's, pero otras aceptan ser parte de este proyecto para conocer qué es lo que sucede en su empresa, así mismo puedan tomar decisiones que sean para futuro beneficio en el desarrollo de la MiPyMEs. Las características que integran al Sistema que se ofreció: es una herramienta informática para apoyar la toma de decisiones gerenciales, cuenta con módulos de clientes, proveedores, productos, obligaciones y genera reportes tales como calendario de obligaciones fiscales y legales, presupuesto de efectivo, cartelera de clientes y proveedores. Las siguientes gráficas son la demostración de los resultados.

CONCLUSIONES

El proyecto se elaboró con la participación de MiPyMEs de la ciudad de Monclova, Coahuila, negocios que van desde tiendas de ropa, estéticas, venta de aparatos electrónicos, venta de artículos para uso personal, etc., empresas que reflejan un límite de crecimiento e innovación en sus negocios, donde la ausencia del conocimiento y orientación para una buena administración dentro de ella es muy presente, al momento de no conocer los sistemas de control interno contable, financiero y/o administrativo reduce la medición de la posible factibilidad que la MiPyMEs está logrando, por lo tanto no se mide la productividad que esta pueda llegar a lograr con la ayuda de algún tipo de herramienta. En la Figura 7 refleja como en su mayoría califica con un 8 el precio entre \$5000.00 - \$6000.00, por lo que el precio es favorable para llevar a cabo la adquisición de este software gerencial, junto con sus actualizaciones, por lo que la hipótesis Ha1 de acuerdo a los resultados fue la que se cumplió. Es mucha la negación de querer ser partícipes para experimentar el SIGTEC, pero también hay empresas que tienen su visión para un crecimiento a futuro en sus negocios, a pesar de no saber determinadamente como las funciones que lo caracterizan podrán ayudar de manera favorable, sin embargo el querer contribuir a la prueba piloto es un paso más para la mejora continua de la empresa, así que fueron 6 empresas que aceptaron contribuir con una prueba piloto, la cual se encargará de manejar su información interna de manera confidencial, con asesoramiento, capacitación y apoyo, y así mismo medir, comparar y determinar los resultados y beneficios que llegaran a favorecer.

Se concluye que las MiPyMEs de Monclova, Coahuila, requieren de orientación y capacitación para llevar a cabo el uso de un Software que sea capaz de controlar lo que sucede dentro de la empresa, que su desconocimiento sobre esto influye mucho en la toma de decisiones que se lleguen a presentar, el SIGTEC es una opción de crecimiento para todos los negocios, ya que los módulos que presenta son los adecuados para implementarlo dentro de las actividades y movimientos que se realizan a diarios.

BIBLIOGRAFIA

Libros

- Bernal, F.J. (1994). La administración en pequeñas empresas comerciales y de servicios y su perspectiva. México: Compañía Editorial Continental.
- Juan Carlos Alcaide, S. B.-A. (2013). Marketing y Pymes: Las principales claves de marketing en la pequeña y mediana empresa. México: Copyright.
- Riojas, S. A. (1993). Administración y control de la calidad. Novena edición. México D.F: McGraw-Hill.
- Álvarez Mariano, D. J. (2009). Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas. San Salvador: CEPAL-Naciones Unidas.

Artículo

- Gonzalez Cristobal, M. I. (2014). Importancia del Control Interno en las PYMES. México: <https://www.gestopolis.com/importancia-del-control-interno-en-las-pymes/>.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL INFORMÁTICO DE CONTROL INTERNO COMO HERRAMIENTA PARA ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MI-PYMES.

Eunice Nohemí Morales Moreno y Verónica Martínez Vela

RESUMEN

El trabajo realizado, trata de un estudio en el cual se vio la posibilidad de desarrollar un programa informático que fuera una herramienta en la administración de las MiPyMEs. Se llevó a cabo el método de encuesta, se tomó una población destacada y se entrevistó a una muestra, para obtener un resultado favorable dentro de la comunidad de empresas en la región. En ellas se detectó una gran carencia en la gestión efectiva de sus recursos, provocado por distintos factores, en actividades básicas de operación. El objetivo es la factibilidad para el desarrollo de Software de control interno como auxiliar en su administración, obteniendo en los resultados una gran área de oportunidad en ellas.

ABSTRACT

The work carried out, deals with a study in which it was possible to develop a computer program that was a tool in the management of MSMEs. The interview method was carried out, a prominent population was taken and a sample was interviewed, to obtain a favorable result within the community of companies in the region. They detected a great lack in the effective management of their resources, caused by different factors, in basic operations. The objective is the feasibility for the development of Software of internal control as an auxiliary in its administration, obtaining in the results a great area of opportunity in them

Palabras Clave: Control interno, MiPyMEs, TIC, productividad.

INTRODUCCIÓN

Las MiPyMEs en México no usan tecnología, según la primera encuesta nacional sobre la productividad y competitividad, sin embargo, de acuerdo con el INEGI constituyen más del 90% de las empresas establecidas en México, generan el 42% de producto interno bruto y el 64% de empleo. Ya sea por su capacidad de generar empleos o por su participación en el crecimiento económico, este estrato de empresas se ha ganado un espacio en el debate internacional y en la captación de recursos y apoyos gubernamentales para su fomento.

Que la empresa sea pequeña no significa que deba utilizar su tiempo para tareas administrativas indiscriminadamente, sin antes pensar qué se podría hacer mejor y más fácil. Las empresas desde muy pequeñas deben buscar estandarizar sus actividades y eliminar lo más posible los procesos manuales.

Aunado a esto el mercado global ha llevado a la MiPyME a utilizar la telefonía móvil y fija, las computadoras personales, Internet, intranet, e-commerce, el uso de programas como whatsapp, Facebook, LinkedIn y los blogs.

Las TIC son un conjunto de herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes.

Las TIC pueden transformar los procesos productivos, aumentando la movilidad y rapidez con que estos se realizan, disminuyendo los costos y facilitando la inserción de las empresas en la economía global.

MARCO TEORICO

Hoy por hoy el uso de las TICS permiten mejorar sustancialmente toda actividad administrativa en las MiPyMEs, ya que 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, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa.

Tienen grandes ventajas como su capacidad de adaptabilidad gracias a su estructura pequeña, su posibilidad de especializarse en cada nicho de mercado ofreciendo un tipo de atención directa y finalmente su capacidad comunicativa.

La mayor ventaja de una PyME es su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva en el caso de variar las necesidades de mercado, lo cual es mucho más difícil en una gran empresa, con un importante número de empleados y grandes sumas de capital invertido. Sin embargo, el acceso a mercados tan específicos o a una cartera reducida de clientes aumenta el riesgo de quiebra de estas empresas, por lo que es importante que estas empresas amplíen su mercado o sus clientes. De ahí que su actividad económica requiere de sistemas que les permitan mantenerse en el mercado, ir a la vanguardia. Toda organización por más pequeña que sea son sistemas diseñados para alcanzar satisfactoriamente determinados objetivos o metas, en tanto, estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas.

Es decir, una organización será cualquier grupo social conformado por personas, una serie de tareas y una administración, que interactuarán en el marco de una estructura sistémica con la meta de cumplir con ciertos objetivos propuestos de forma coordinada; para ayudar a esta coordinación y comunicación, las organizaciones casi siempre funcionan a través de normas que servirán en la consecución de propósitos. Entre las varias características que distinguen a una organización se cuentan: conjunto de personas con recursos, objetivos asignados, normas y orden jerárquico establecido, satisfacción de necesidades, producción o venta de bienes o servicios, transmisión de cultura, generación de trabajo, creación, conservación y transmisión de conocimiento, entre otras.

El control interno es un elemento fundamental de la administración que no debe dejarse de tomar en cuenta en toda la organización, no puede haber un proceso de organizar sin control; comprende el plan de organización y todos los métodos y procedimientos que en forma coordinada son adoptados por una entidad para salvaguardar sus activos, toda empresa debe de contar con instrumentos de control administrativo, tales como un buen sistema de contabilidad, apoyado por un catálogo de cuentas eficientes y práctico, deben contar, además, con un sistema de control interno, para confiar en los conceptos, cifras, informes y reportes de los estados financieros. Es el proceso integrado a las operaciones efectuado por la dirección y el resto del personal de una entidad para proporcionar una seguridad razonable al logro de los objetivos siguientes: Confiabilidad de la información, Eficiencia y eficacia de las operaciones, Cumplimiento de las leyes, reglamentos y políticas establecidas, Control de los recursos, de todo tipo, a disposición de la entidad.

De ahí la preocupación por el desarrollo eficiente de las MiPyMEs, para desarrollar el software que es la parte lógica que dota al equipo físico de capacidad para realizar cualquier tipo de trabajo.

MÉTODOS Y MATERIALES

Método: Este estudio se caracteriza por ser una investigación de campo, con una estrategia metodológica cuantitativa descriptiva.

Hipótesis:

Ho1: No existe relación entre la productividad de las MiPyMEs y el uso de las TIC en sus actividades.

Ha1: Existe relación entre la productividad de las MiPyMEs y el uso de las TIC en sus actividades.

Ho1: No existe relación entre el control interno de las MiPyMEs y la toma de decisiones eficientes.

Ha1: Existe relación entre el control interno de las MiPyMEs y la toma de decisiones eficientes.

Muestra: Una investigación previa nos reveló que una población de 330 empresas de Monclova, Coahuila son las que estuvieron interesadas en mejorar su control interno utilizando TIC, es por esto que se tomó como base este dato, realizándose un muestreo aleatorio de 90 empresas que representan la muestra para este estudio, obteniendo así un nivel de confiabilidad de un 90% con respecto a los resultados obtenidos.

Su aplicación se realizó en cada uno de los establecimientos encuestando a los encargados o dueños de las MiPyMEs. Una de las limitaciones para realizar este proyecto son las mismas empresas a las que va dirigido el mismo, por la falta de confianza en las personas que realizan entrevistas o encuestas, la empresa en muchos casos no proporciona información fidedigna y oportuna.

Instrumento de medición: La técnica utilizada fue la encuesta, obteniéndose información mediante un cuestionario estructurado, con preguntas de opción múltiple.

Procesamiento Estadístico: El procesamiento estadístico se llevó a cabo en un Microsoft Excel 2016.

RESULTADOS

Con la finalidad de analizar la factibilidad por medio del presente estudio en base a las 90 encuestas hechas a las diferentes empresas MiPyMEs, que se destacaron de la región centro, conforme a los resultados obtenidos. Se clasificó la información por medio de gráficos para facilitar la lectura de la información a favor del proyecto y a su vez para considerar los que factores que eran los de mayor influencia dentro del mismo. De los cuales se destacan los siguientes: proceso de la información, Software utilizado, licencias del sistema, el uso de su información administrativa, su implementación y utilidad en actividades administrativas. De acuerdo con la INEGI en un estudio de prensa realizado en años anteriores, el 74.5% de las microempresas no usan equipo de cómputo. Dicho porcentaje disminuye en las pequeñas y medianas empresas para las cuales se tiene el 6.6% y 0.9%, respectivamente. El 46.7% del conjunto de las micro, pequeñas y medianas empresas que no usan equipo de cómputo argumentan que no lo necesitan, lo que representa la razón principal.

Siguen en importancia el 15.6% de empresas que declaran no disponer de equipo de cómputo y el 15.2% que argumenta la falta de recursos económicos para la adquisición de los dichos activos y, comparando esta información con el análisis de contenido que se ha realizado, podemos resolver que las hipótesis comprobadas fueron:

Ha1: Existe relación entre la productividad de las MiPyMEs y el uso de las TIC en sus actividades.

Ha1: Existe relación entre el control interno de las MiPyMEs y la toma de decisiones eficientes.

Y que las empresas necesitan un sistema de información gerencial, dado que solo la minoría de ellas menciona llevarlo a cabo, aun siendo éste positivo para la productividad en las MiPyMEs.

CONCLUSIONES

Frente a la creciente competencia en el mercado, donde las TICS pueden influir de manera positiva para quienes cuentan con ellas y de manera negativa a las que no los adoptan, se concluye en que cada organización debe enfrentar un nuevo desafío al modificar sus actividades administrativas y permitir que estas faciliten los procesos de innovación, al permitir la simulación y las nuevas actividades empresariales para que puedan así aprovechar de mejor manera todos los recursos tecnológicos. Muchos dueños de las empresas tuvieron temor a enfrentar este cambio, y tan solo fueron 6 empresas las que se dieron la oportunidad de poner en práctica la prueba piloto, pero gracias a los resultados obtenidos y a la respuesta favorable en cada encuesta, se considera factible desarrollar no tan solo este sino aún más sistemas de control interno que ayuden a las MiPyMEs a mejorar y crecer para lograr un mejor mañana.

Hoy en día, los gobiernos de países en desarrollo reconocen la importancia de las Pymes por su contribución al crecimiento económico, a la generación de empleo, así como al desarrollo regional y local de manera significativa.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

Secretaría de economía. 2006-2012, de economia.gob.mx/mexico-emprende/fondo-pyme-int

consultores de informatica administrativa CDMX, México, 2003-2017 Manuel José Othón

Artículos en línea

MALDONADO, G. (2010). "La influencia de las TICs en el rendimiento de la pyme" en investigación y ciencia, No. 47, pp. 57-65. Consultada en <file:///C:/Users/Desktop/proyecto%20pymes/Articulo%207.pdf> (fecha de consulta 02-08-2017)

organización y administracion universitaria, (2005) <https://iccabibliotecavenezuela.com.mx/books?id=rVOjVY7C7nEC&printsec=frontcover&dq=organizacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjZ2Yei0t7VAhVpSlQKHACLAAkQ6AEIPzAE#v=onepage&q=organizacion&f=false>

ALEJANDRO, M.Unsa Sist de CI,control interno,(octubre del 2010)<http://www.economicas.unsa.edu.ar/web/archivo/otros/control-unsasistema-de-control-interno.pdf>

ACHROL, R.S. y A. KOTLER, Entrepreneurship, agglomeration and technological change.Small Business Economics, vol. 24, 323-334, 2005

ANDERSON, J.E. SCHWAGER, P.H. y KERNS, R.L., The drivers for acceptance of tablet PCs by faculty in a college of business.Journal of Information Systems Education, vol. 17(4), 429-440, 2006

GARCÍA, P.L.D, et al . Innovación y Cultura Empresarial de la MiPyME del Estado de Aguascalientes , Universidad Autónoma de Aguascalientes Universidad Politécnica de Cartagena, México, 2009

GARCÍA, P.L.D., Relación entre las TIC y la rentabilidad empresarial: evidencia empírica, en Las competencias profesionales relacionadas con las TIC y el espíritu emprendedor , Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia, Secretaría General de Educación, 139-154, 2007.

HABITOS DE AHORRO Y CONSUMO EN LOS JOVENES (MILLENNIALS)

Ilse Araceli Muñoz De León y Alicia De la Peña De León

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es estudiar y analizar el comportamiento de compra y los hábitos de ahorro en los jóvenes y hacer herramientas basadas en la economía del comportamiento que motiven a los individuos a establecer metas de ahorro y preocuparse por su futuro. (Enigh, 2014). La técnica de recolección de datos que se empleó fue por medio de una encuesta, donde se redactaron preguntas dinámicas que nos arrojó información valiosa para identificar a que edad los jóvenes se preocupan más por sus ahorros. Se realizó este proyecto con la finalidad de saber que les preocupa más a los jóvenes y en qué actividades pierden sus entradas financieras.

ABSTRACT

The goal of this project is to analyze the savings habits in young people, in order to design tools based on behavioral economics that motivate them to establish savings goals and worry about their future. To achieve the goal, a survey was designed, applied dynamically using an application and electronic tablets. The study's findings suggest that while there is an interest in saving, young people have short-term goals (outings with friends, shopping for clothes or weekend rides) and do not really care about having a savings fund for retirement, or investing their money in the purchase of durable goods (cars or houses). Of those interviewees who do not save, the main reasons for not doing so are the lack of management of their resources and the lack of knowledge about how to start a savings plan; Which suggests that it is important to design tools that, on the one hand, encourage savings and, on the other hand, educate this segment of the population.

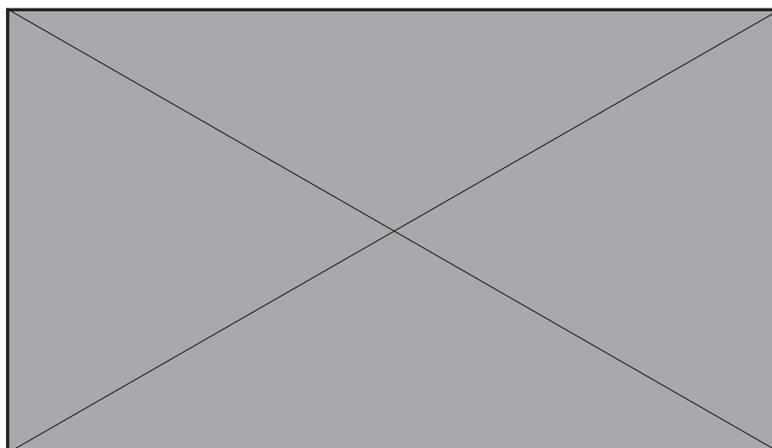
Palabras Clave: Millennials, Ahorro, Hábito y Futuro.

INTRODUCCIÓN

La Generación Millennials define a los nacidos entre 1981 y 1995, jóvenes entre 20 y 35 años que se hicieron adultos con el cambio de milenio. Los Millennials son, por tanto, la futura generación de consumidores y usuarios (Gutiérrez, 2016). Los jóvenes disfrutan tanto el presente que olvidan el futuro que les llegará pronto. Uno de los hábitos que no existen en ellos es el Ahorro, pues en la actualidad la diversión y los viajes son su prioridad, sin pensar en su vejez, pensiones o bienes que pueden obtener practicando dicho hábito. Y aunque esto es algo negativo para su futuro, también existen cosas positivas, como el uso de la tecnología, son el principal cliente de ello y hacen de su vida cotidiana demasiado fácil.

MARCO TEORICO

Los Millennials son de la generación nacida en el siglo XX y principios del siglo XXI, lo cual son la generación más grande y los pioneros del internet (Jack Myers, 2012). Esta generación si ahorra, y su principal motivo es la preocupación que tienen por su futuro, además de estar protegidos para un imprevisto o emergencia. Esto no cambia que no se quieran divertir, pues también ahorran una parte para viajar y salir con sus amistades (Brule, 2016). Los Millennials mexicanos prefieren el ahorro para un corto plazo, pues solo lo ven como emergencias e imprevistos, sin pensar en su vejez o en su jubilación (Maldonado, 2017). El gusto excesivo por el emprendimiento, el poco interés hacia trabajo formal y sus prestaciones, así como por la jubilación, son algunos de los mitos que existen sobre los llamados Millennial (Aristegui, 2017). Esta generación también es considerada, en ocasiones, la generación con más dificultades para acceder al mercado laboral y, a la vez, la que no tiene capacidad para ahorrar (Feldman, 2017).

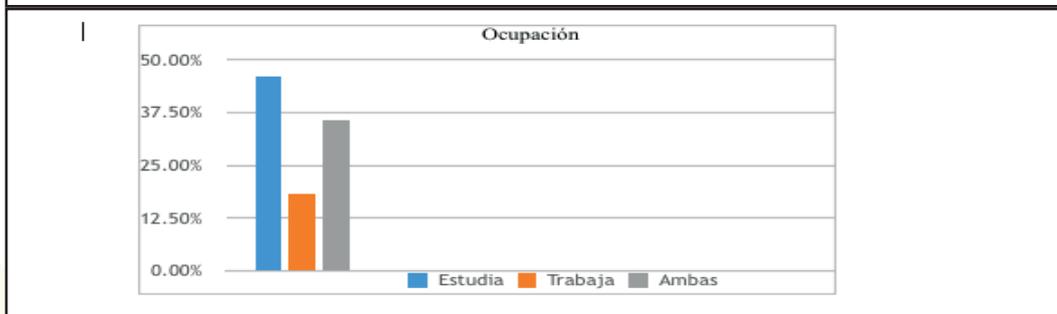
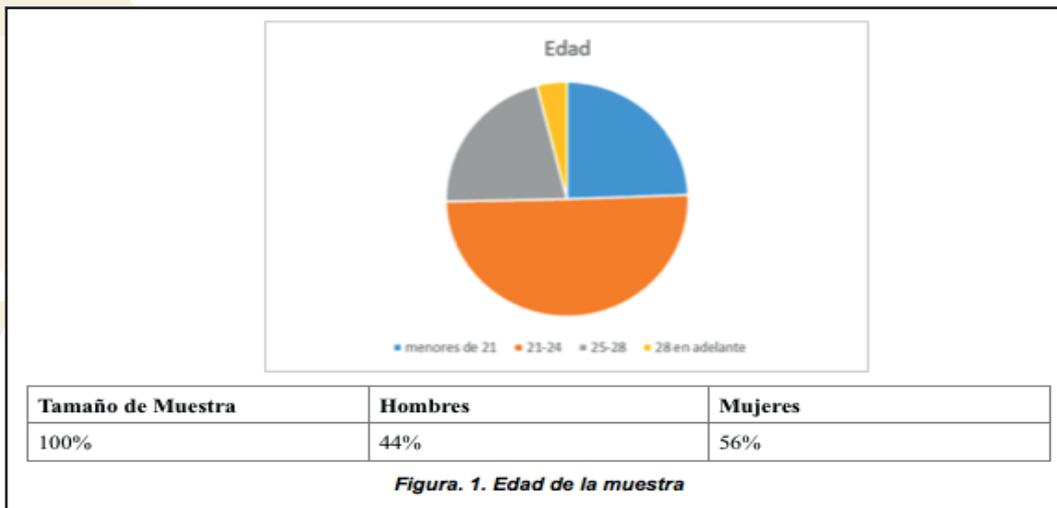


MÉTODOS Y MATERIALES

Para la realización de este estudio se diseñó una encuesta que fue administrada utilizando la aplicación iSurvey. En el diseño de la encuesta se utilizaron cuatro escenarios y se le pidió a los entrevistados indicar su grado de acuerdo o desacuerdo con cuatro posibles opciones de gasto comunes entre la población meta. Se utilizó como herramienta cuatro Ipads para facilitar la respuesta de los entrevistados, así como también el análisis de los resultados. Para que los porcentajes fueran más precisos se utilizó el software SPSS. El estudio cuantitativo fue el principal en esta investigación para evaluar y estimar los hábitos de ahorro de los jóvenes. Para iniciar se hizo un pequeño sondeo en Facebook para determinar los rangos de gasto en los cuatro escenarios que se utilizaron como fue el viaje, las bebidas alcohólicas, el café y Uber. También se solicitaron datos demográficos de los entrevistados como fue su género y edad.

RESULTADOS

Se lograron un total de 225 encuestas.



El 70.2% de las personas que fueron encuestadas si ahorran y el 29.8% no ahorra.

Tabla. 2. Motivo por el que si ahorran

Motivo	Número de personas	porcentaje
Para el estudio	32	.20%
Emergencia	39	.24%
Diversión	76	2.07%
Comprar bienes	51	.32%
Viaje	64	.40%
Tecnología	31	.19%
Fitness	19	.12%
Vejez	1	.00%
Seguro de gastos	2	.01%
Independencia	48	.30%
Ropa	56	.35%
Otros gustos	40	.25%

Tabla. 3. Formas de Ahorro

Forma	Hombres	Mujeres	Total
Ahorro en casa	42	47	89
Cuenta Bancaria	28	32	60
Caja de ahorro	2	4	6
Cuenta de Inversión	0	1	1

Tabla. 4. Motivo por el que no ahorran

Motivo	Porcentaje
No contesto	68.9%
No tengo ingresos	12.0%
Mala administración	16.4%
No sé cómo ahorrar	.9%
Total	1.8%

CONCLUSIONES

De acuerdo a la técnica de recolección de datos que se utilizó en este proyecto (la encuesta) se puede comprender que el 70.2 % de las personas encuestadas tienen hábitos para el ahorro, mientras que el 29.8 no practican ese hábito. Entre las preguntas más frecuentes que se hicieron, destaco el motivo por el cual ahorran y de las 225 personas que contestaron, estos fueron los porcentajes que se dieron a cada respuesta: el .20% ahorra para el estudio, el .24% ahorra para una emergencia, el 2.07% ahorra para gastar en diversión, mientras que el 32% de las personas mantiene el hábito del ahorro para comprar bienes, el .40% lo utiliza para viajar, el .19% para fitness, el .00% no hace ningún ahorro para la vejez y el .01% lo utiliza para seguro de gastos. De acuerdo a los datos obtenidos se puede observar que la mayoría de los Millennials que son nacidos entre 1981 y 1995 es decir aquellos jóvenes de entre 20 y 35 años utilizaron su ahorro para diversión o gustos propios y la minoría si no es que ninguno de estos se preocupa por su vejez o se prepara con un seguro de gastos médicos. El motivo por el que no ahorran y el más nombrado, fue por la mala administración que los jóvenes tienen, ya que como se mencionó anteriormente para ellos gastar en la diversión es lo más importante. Se pudo observar que en la actualidad se prefiere la forma de ahorro casera como son las alcancías y lo que son las cuentas bancarias. Cabe destacar que esto es un gran peligro para la juventud mexicana ya que el ahorro es para cubrir necesidades, claro sin hacer excepción a gustos propios, pero no se puede dejar de pensar en el futuro, ya que no se sabe cómo se vaya a llevar.

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea

Enigh (2014).

[Http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/regulares/enigh/enigh2014/tradicional/doc/enigh14_base_datos.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/encuestas/hogares/regulares/enigh/enigh2014/tradicional/doc/enigh14_base_datos.pdf)

GUTIERREZ, A. (2016). “6 rasgos clave de los Millennials, los nuevos consumidores” en México Forbes. <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>

MALDONADO, M. (2017).” “Millennials” ven ahorro a corto plazo: consar” en El Universal. <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/finanzas/2017/02/23/millennials-ven-ahorro-corto-plazo-consar>

BRULE, A. (2016). “Los jóvenes si ahorran: los hábitos económicos de los Millennials” en El Confidencial http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2016-09-30/millennials-ahorro_1268098/

FELDMAN, O. (2017). “ Los Millennials si ahorran” en Crónica Global business http://cronicaglobal.lespanol.com/business/millennial-ahorran-topicos_71432_102.html

ARISTEGUI, C. (2017). “¿Qué piensan los mexicanos del ahorro para el retiro?” en Aristegui noticias <http://aristeguinoticias.com/2103/mexico/estudio-que-piensan-los-millennials-mexicanos-del-ahorro-para-el-retiro/>

Libro

MYERS, J. (2012). *Hooked Up: A new generation’s surprising take on sex, politics and saving the world* : York House Press Editorial.

PLANES DE AHORRO Y PENSIONES EN MÉXICO Y OTROS PAISES DEL 19° VCRC.

Jessica Natali Guerra Nàjera¹ y Denise Gómez Hernández².

RESUMEN

En este presente documento enmarca la importancia del tipo de pensión que tiene cada país, y cabe destacar que el tipo de pensión que cuente cada país es de gran relevancia ya que así el trabajador gozara de una buena economía y salud. Con las investigaciones pertinentes se pudo dar a conocer en qué situación se encuentran los ocho países de América latina que se analizaron en cuestión a sus pensiones, entre ellos se encuentra México lo cual es un país de los más bajos en cuestión a sus pensiones. Debido a esto, en nuestro país México debería haber un cambio lo más rápido posible ya que de seguir así, podría en unos cuantos años más no haber fondos para pagar a los pensionados.

Una pensión es un arma importante para cuando una persona grande de edad no puede trabajar, recibe este medio para un buen seguro y una economía agradable, aunque en este trabajo se pudo dar a conocer que no todos los países cuentan con una pensión buena para poder vivir bien, y otros países que sí cuentan con una pensión excelente.

Palabras clave. Pensión, economía, seguro, fondos, excelente.

ABSTRACT

This document sets out the importance of the type of pension that each country has, and it is important to note that the type of pension that each country has is of great relevance since this way the worker enjoys a good economy and health. With the pertinent investigations it was possible to make known in which situation the eight countries of Latin America that were analyzed in question to their pensions, among them is Mexico which is a country of the lowest in question to their pensions. Due to this, in our country Mexico should have a change as fast as possible since if it continues like this, in a few more years there could be no funds to pay the pensioners.

A pension is an important weapon for when a large old person can not work, he receives this means for a good insurance and a pleasant economy, although in this work it could be made known that not all countries have a good pension to be able Live well, and other countries that if they have an excellent pension.

Keywords. Pension, economy, Insurance, funds, excellent.

INTRODUCCIÓN

La pensión es un derecho mundial, que tiene cada trabajador tras cumplir con ciertos años de servicio trabajando y claro a la edad indicada. Las pensiones son distintas, cada país tiene su tipo de pensión y la edad que ellos consideran pertinente jubilar a los trabajadores.

Una pensión es un seguro de vida para todo trabajador, ya que después de tantos años laborando merece el trabajador un seguro apropiado y la estabilidad económica que merece. En todos los países hay diversos tipos de pensiones y cuando puede aplicarse. Hay países con una pensión excelente, y también se pudo encontrar que hay países con pensiones muy bajas y que obviamente a un futuro lejano podría repercutir y no habría dinero para pagar a los trabajadores.

Las pensiones son diversas en cada país, así como también pueden ser publicad o privadas y estar bajo el régimen de contribución definida, que este tipo de pensión es cuando el dueño o jefe accede a aportar un cierto porcentaje para la pensión de sus trabajadores, de igual forma puede ser por beneficio definido que este tipo de pensión es en el cual la empresa define una remuneración o beneficio que recibirá el trabajador una vez se haya retirado. Se basa en varios criterios como: el salario medio, antigüedad en la empresa etc.

No cabe duda que al momento de estar trabajando se debe analizar muy bien con cuánto dinero se está cotizando, ya que, si el seguro cotiza muy poco, se debería por parte propia agregar más porcentaje del salario ya que a largo plazo repercutiría en una pensión agradable y cómoda.

La investigación comenzó investigando primero acerca del tipo de cotización de otros países, así como información referente de a qué edad se jubilan los hombres y mujeres, en los diversos países que investigamos ya que así pudimos analizar que no es igual en todos los países. También fue de importancia investigar acerca del tipo de seguro que les ofrece a los trabajadores de los países que investigamos y que es lo que ofrece ese seguro. El porcentaje que aporta cada parte como el estado, el gobierno y el trabajador.

MARCO TEORICO

FIAPB

(Federación Internacional de Administradoras de Fondos de Pensiones). Esta página nos sirvió en gran medida ya que encontramos información necesaria para completar la investigación como: las tasas de cotización y sus años referentes para cada país que se investigó, los cargos y la rentabilidad histórica, también en esta página se encontró que tipo de seguros utiliza cada país, así como los porcentajes para lograr la pensión.

Por ejemplo, en México el trabajador aporta el 1.125%, el empleador el 5.15% y el estado el 2.25%. Así como también se encontró la cartera de inversión en los diversos países y los porcentajes que se obtienen por cada sector, extranjero, empresas, financiero. La FIAB fue una de las páginas de más recurrente importancia, ya que es ahí donde encontramos gran parte importante de información del total de la investigación.

OCDE

(Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico). Esta página trata de 30 países que están en unión para enfrentar los desafíos económicos y sociales de la globalización y asimismo aprovechar sus oportunidades de crecimiento etc. Esta página nos sirvió para saber acerca de los países que investigamos, encontramos la edad en que se jubilan los trabajadores, los impuestos, si es público o privado y si es de contribución definida o beneficio definido que son tipos de pensiones que aun algunos países cuentan con una o con la otra.

METODOS Y MATERIALES

Revista.

La doctora había publicado en una revista científica donde había diversos autores que de igual forma comentaban el tema de las pensiones, en parte esta revista nos sirvió para seguir avanzando en la investigación para llegar a lo que se quería encontrar, fue un paso para avanzar.

Internet.

Lo que más se utilizó para esta investigación fue el internet, buscamos en páginas totalmente originales y avaladas por economistas y demás, para poder completar la investigación de una manera real, con datos recientes, verídicos.

Formulas.

De igual forma se utilizó algunas formulas en Excel en fx y una fórmula de la carrera del actuario para llegar a lo que se logró obtener.

RESULTADOS

TABLA 1. SALARIO PROMEDIO MENSUAL Y JUBILACION INDIVIDUAL.

Contribución de cuenta.

País.	Salario mensual promedio US. (FIAP)	Salario mensual promedio US. (AIOS)	Contribución de la cuenta de retiro individual (FIAB).
	\$	\$	%
Chile	1069	1078	10.00
Colombia		473	11.50
Costa Rica		1002	4.25
República Dominicana	460	453	8.00
El Salvador	625	625	10.80
México	106	532	6.5 (1)
Perú		904	10.00
Uruguay		1320	11.49 (2)

Con el salario base que encontramos de cada país y su porcentaje de contribución de cuenta pudimos lograr calcular con fórmulas y demás para lograr los resultados obtenidos.

TABLA 2. TASA MEDIA ANUAL DE RENDIMIENTO REAL Y CUOTA ADMINISTRATIVA POR PAÍS.

Países de América Latina	Rentabilidad Real Histórica	Cuota administrativa media anual	
		Cargo de flujos	Cargo sobre los activos gestionados
		%	%
Chile (a)	8.37*	1.28	-
Chile (b)		2.43	-
Colombia	7.88†	3.00††	-
Costa Rica	4.83	-	0.70
El Salvador	7.76	2.20 ^u	-
México	6.15 ^a	-	1.09
Perú (c)	7.52 ^b	2.94	-
Perú (d)		2.48	1.21
República Dominicana	4.81	1.50	-
Uruguay	7.78 ^b	3.31	0.00

LOS REQUISITOS POR PAÍS PARA OBTENER LA PENSIÓN

País	Requisitos
Chile	65 años para hombre y 60 para mujer.
Colombia	60 años para hombre y 55 para mujer.
Costa Rica	62 años para hombre y 60 para mujer.
Dominican Republic	30 años pueden jubilarse a 60 y son elegibles para la pensión mínima. La jubilación anticipada es posible a los 55 años.
El Salvador	Una persona puede jubilarse ha contribuido por 25 años y es 60 años en el caso de hombres o 55 años en el caso de mujeres.
México	La edad de jubilación de los trabajadores privados es de 65 años para las mujeres y los hombres.
Peru	La edad estándar de la pensión para hombres y mujeres es de 65 años. Se requieren 20 años de contribuciones.
Uruguay	La edad de jubilación es de 60 años para hombres y mujeres que han contribuido durante 30 años.

Aquí se pudo conocer a qué edad cada uno de estos países dependiendo del sexo, va a poder obtener su pensión. Y sirvió de gran medida para conocer la edad pertinente que tiene estipulado dar la pensión cada uno de estos países.

ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES QUE PARTICIPAN EN CADA PAIS MIEMBRO FIAP

País	CHILE	COLOMBIA	COSTA RICA	DOMINICAN REPUBLIC	EL SALVADOR	MEXICO	PERU	URUGUAY
						AFORES		
Administradoras de cada país	Capital Capram Habitat Medefo Placental Provida	Colfondos Old Mutual (1) Perevivi (2) Pretección	BAC S J Pensiones BCE Pension BOL-Vital CCSS Popular Pensiones Vida Plena	Popular Reservas Romanas Santa Cecilia Santitas	Confia Cinco	Asteca Banamex Coppel Inbursa Inversap Medife Pension/SISTE Principal Profuturo GNP (3) SURA XXI-Banorte	Habitat Integra Pina Profuturo	Afp Sura Integración República UniónCapital

Este cuadro fue de los más relevantes, porque viene el tipo de seguro que cuenta cada país y nos sirvió para conocer como esta distribuido.

ANUALIDAD

K	v%	iP _t	v%*iP _t	a _t	12.88868
0	1	1	1		
1	0.966184	0.98002	0.946679	a ₆₅ (12)	12.43035
2	0.933511	0.958959	0.895199		
3	0.901943	0.936797	0.844937		
4	0.871442	0.913517	0.796077		
5	0.841973	0.889107	0.748605		
6	0.813501	0.863569	0.702514		
7	0.785991	0.836907	0.657801		
8	0.759412	0.809138	0.614469		
9	0.733731	0.780292	0.572524		
10	0.708919	0.750406	0.531977		
11	0.684946	0.719538	0.492844		
12	0.661783	0.687753	0.455143		
13	0.639404	0.655137	0.418897		
14	0.617782	0.621789	0.38413		
15	0.596891	0.587828	0.350869		
16	0.576706	0.553386	0.319141		
17	0.557204	0.518614	0.288974		
18	0.538361	0.483679	0.260394		
19	0.520156	0.448763	0.233426		
20	0.502566	0.414057	0.208091		
21	0.485571	0.379766	0.184403		
22	0.469151	0.3461	0.162373		

Con esta tabla se pudo dar a conocer como estaría de acuerdo a las cotizaciones, porcentajes que aporta cada trabajador, estado, gobierno etc., de seguir así saber cómo se encontraría en unos años más.

CONCLUSIONES

Se pudo concluir en la investigación de acuerdo a todo lo que se necesitó para descifrar con qué porcentaje estaría cada país si sigue con ese sistema de pensión que tiene, por ejemplo, México es uno de los países que en peor situación se encuentra y de seguir así en un lapso de tiempo podría sufrir graves consecuencias, así como en los demás países que de igual forma se encuentra en situaciones críticas.

BIBLIOGRAFIA

Acuña, R. (Octubre de 2011). Serie regulaciones comparadas FIAB. Obtenido de https://www.fiapinternacional.org/wp-content/uploads/2016/01/src_exigencias_de_capital_solvenca_y_reservas_en_los_nuevos_programas_de_capitalizacion_individual.pdf

Económicos., O. d. (2015). Panorama de las Pensiones de América Latina y el Caribe. Obtenido de https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6892/Panorama_de_las_Pensiones_America_Latina_y_el_Caribe.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Errázuriz, G. A. (Diciembre de 2015). FIAB. Obtenido de <https://www.fiapinternacional.org/reformas-a-los-sistemas-de-pensiones/>

Pensiones., F. F. (31 de Diciembre de 2015). Informe Semestral n# 36 FIAB. Obtenido de <https://www.fiapinternacional.org/wp-content/uploads/2016/01/Informe-Ejecutivo-Estadístico-Nº-36.pdf>

ANÁLISIS Y DISEÑO DE SISTEMA DE CONTROL INTERNO COMO HERRAMIENTA PARA ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MIPYMES.

Jesus Juarez Ojeda y Elizabeth Valdez Soto

RESUMEN

El presente proyecto se encuentra enfocado en el análisis de las MiPyMEs de la región centro del estado de Coahuila y el uso de las TICs en las mismas, el apoyo a estas micro, pequeñas y medianas empresas fomentará un crecimiento para la región, así como una solución a la falta de empleos, mediante la expansión y el crecimiento de estas empresas.

Se generó el diseño de un software, a partir de la información obtenida, el cual actuará como una herramienta de gestión de procesos para los negocios

El sistema generado permitirá a las MiPyMEs un mejor manejo de su estructura de trabajo y de esta manera se acelerará la productividad tras la implementación y el buen uso de dicho sistema.

ABSTRACT

The present project is focused on the analysis of the MiPyMEs of the central region of the state of Coahuila and the use of the ICT in them, the support to these micro, small and medium enterprises will promote a growth for the region, as well as a solution to the lack of jobs, through the expansion and growth of these companies.

The design of a software was generated, based on the information obtained, which will act as a business process management tool.

The system generated will enable the MiPyMEs to better manage their work structure and in this way, will accelerate productivity after the implementation and good use of such a system.

Palabras Clave: Diseño, Control Interno, MiPyMEs, Productividad.

INTRODUCCION

La Región Centro-Desierto de Coahuila es una región situada en la parte centro noroeste del estado de Coahuila, se subdivide en Región Desierto de Cuatro Ciénegas y Región Centro de Monclova, cuenta con 13 municipios Lamadrid, Nadadores, Sacramento, Ocampo, Sierra Mojada, Cuatro Ciénegas, Monclova, Frontera, Castaños, Abasolo, San Buenaventura, Escobedo y Candela.

Dentro del desarrollo de un sistema económico, en todos los países destaca la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas, dichas empresas representan un porcentaje significativo dentro del índice de empleos y la economía misma. En los últimos años se ha generado un incremento en las mismas y el estado de Coahuila no es la excepción, de acuerdo con la ENAPROCE 2015 (Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas) existen 4,048,543 MiPymes registradas, de las cuales 3,952,422 son micro, 79,367 son pequeñas y solo 16,754 determinando que la gran mayoría de este grupo recae sobre las micro empresas. Además, esta encuesta a nivel nacional arroja que a 3,369,927 de las micro empresas les gustaría un mayor crecimiento para su negocio.

El objetivo general del proyecto es el de elevar la competitividad de las MiPymes de la región centro de Coahuila mediante el uso de estrategias de implementación de tecnologías de información y comunicación, lo cual se pretende lograr con una serie de objetivos específicos, entre los cuales están la identificación y el análisis de las MiPymes de la región centro de Coahuila y la determinación del grado de uso de las TICs por parte de dichas empresas, para ofrecer un software como herramienta de apoyo a sus procesos internos, principalmente compraventa.

El diseño del sistema de control interno fue pensado en la facilidad para su manejo por parte del usuario final, en este caso las MiPymes, dados los pocos recursos informáticos de los que disponen, sin dejar de lado la eficiencia y el control para las empresas sobre sus procesos y la facilidad para administrar los recursos de los que disponen, junto a esto la seguridad que ofrece dicho sistema para los empresarios, la cual radica en el registro las actividades de sus empleados dentro del sistema ya mencionado.

El uso del sistema de control interno por parte de la MiPyMEs se espera sea una ventaja para su crecimiento y estabilidad dentro de la economía de la región, además de permitir un acercamiento por parte de dichas empresas hacia las tecnologías de comunicación e información, en este ambiente cada vez más globalizado y tecnológico.

METODOS Y MATERIALES

El presente proyecto se caracteriza por ser una investigación de campo, con una estrategia metodológica cuantitativa y cuya derivación expositiva es de tipo descriptiva.

Para la elaboración de este proyecto se comenzó con la recopilación de datos para la correcta identificación de las MiPyMEs ubicadas en la región centro del estado de Coahuila, en segunda instancia siguiendo con el proceso de desarrollo del ya establecido proyecto, se procedió a organizar y procesar los datos obtenidos para determinar el grado de uso de las tecnologías de información y comunicación en dichas empresas. La última etapa fue la del desarrollo del sistema, el cual funciona como una herramienta para el control interno de las MiPymes.

Las técnicas utilizadas para la investigación fueron una serie de encuestas, entrevistas y junto a estas la observación directa en el entorno de las MiPymes cercanas, para de este modo obtener la información requerida.

Las herramientas metodológicas utilizadas en este proyecto fueron un cuestionario de entrevista, encuesta y checklist de revisión para su observación, la elaboración de una propuesta a implementar mediante el uso de las tecnologías de información y comunicación dentro de las MiPymes junto a la elaboración de un reporte final.

Para estructurar el sistema de control interno se estableció el uso de una base de datos para administrar la información del establecimiento en el cual se ejecute el sistema, para esta actividad se utilizó un manejador de base de datos libre, más específicamente MySQL, dentro del paquete de XAMPP versión 3.2.2 junto a su herramienta de administración de base de datos phpMyadmin en su versión 4.7.0, el cual brinda un apoyo por su ligereza en cuanto a recursos, factor importante en el ambiente en el que se pretende utilizar, puesto que generaría un costo mayor a las MiPyMEs actualizar sus recursos para instalar el sistema, aunado a esto dicho gestor de base de datos es libre por lo que se abaratan costos para las mismas empresas.

El diseño del sistema se ejecuta en base a una serie de vistas desarrolladas en la base de datos MySQL, las cuales muestran la información de manera estructurada y concisa para el mejor entendimiento del usuario final, además de brindar apoyo en los procesos internos del programa en cuestión, dichas vistas están divididas en vistas de catálogo y vistas simples, esto con la finalidad de separar los procesos del administrador del sistema con los procesos del usuario simple, las vistas catálogo únicamente son para uso del administrador, pues en estas se incluye la información interna del sistema y los datos contenidos en el mismo.

The image shows a screenshot of a database management tool displaying a catalog of tables. The table has several columns: 'Tabla', 'Motor', 'Collación', 'Conjunto de caracteres', 'Tipo de tabla', 'Comentarios', 'Privilegios', and 'Procedimientos almacenados'. The rows list various tables such as 'tbl_empresa', 'tbl_producto', 'tbl_venta', etc., with their respective configurations.

Figura 1. Extracto de las vistas catálogo de la base de datos

La estructura del sistema se basa en el flujo de manera lineal de los procesos de compraventa de las empresas, dichos procesos se estructuraron para evitar los fallos humanos que puedan retrasar las actividades de las MiPyMEs y un correcto funcionamiento de la estructura de los procesos internos de dichas empresas. Estos procesos se hicieron siguiendo como base procesos previamente establecidos, diseñados para una buena interacción entre los usuarios y el servicio a prestar.

Se elaboraron diagramas UML para fijar los procesos y seguirlos al momento del diseño del sistema, tal cual es el caso del proceso de venta (Figura 2), en cual interactúan tanto el cliente del negocio, el usuario encargado de ventas y el usuario encargado del almacén de la empresa.

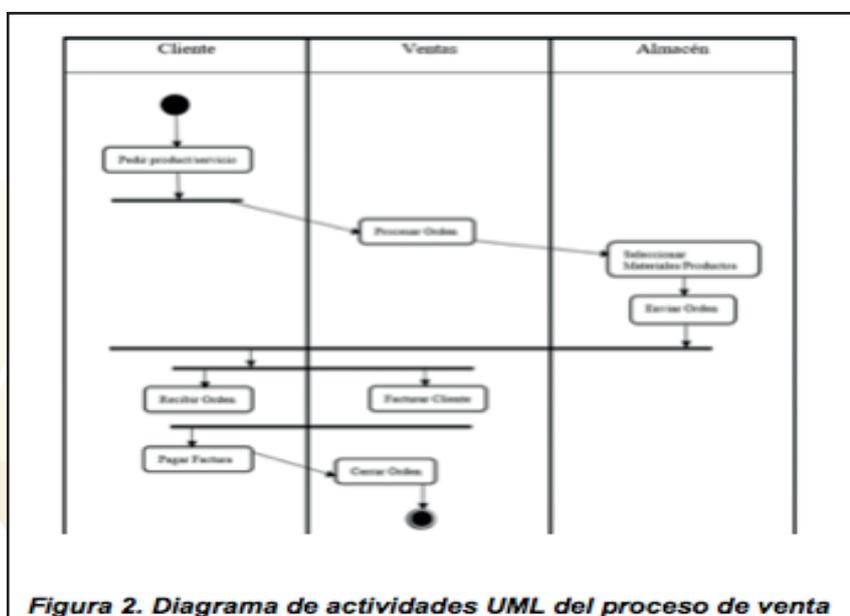


Figura 2. Diagrama de actividades UML del proceso de venta

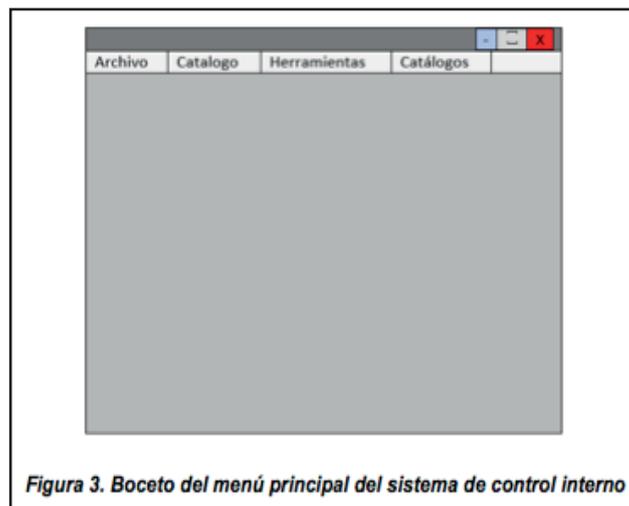
Con estos elementos se diseñó un sistema intuitivo y con una relación entre procesos y usuario fácil de entender, con la finalidad de que el usuario básico pueda hacer uso del mismo sistema de control interno.

RESULTADOS

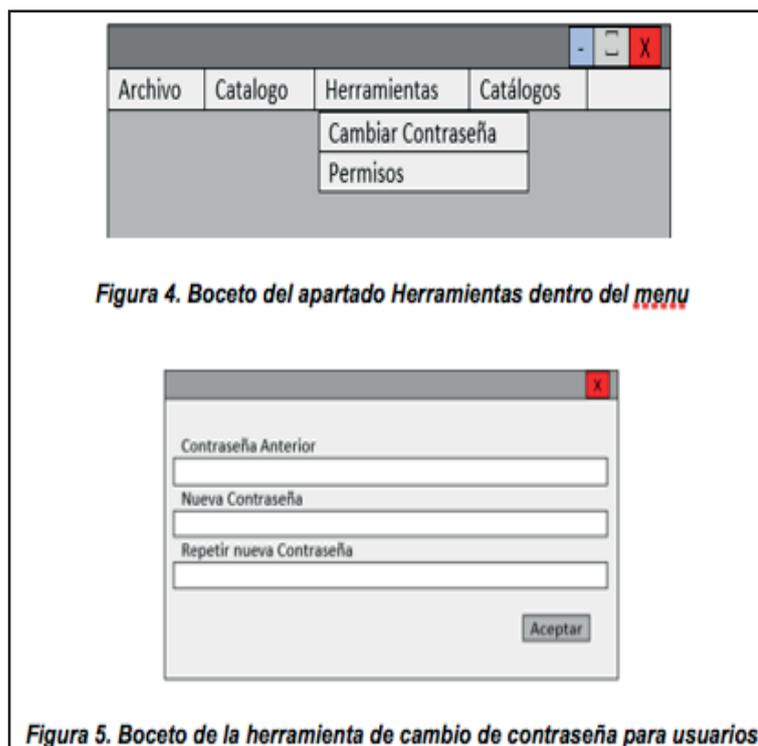
Como resultado del análisis previo las MiPyMEs de la Región Centro del estado de Coahuila surgió el desarrollo del sistema de control interno, para el cual se implementó un diseño enfocado a beneficiar a las MiPyMEs con una estructura sencilla y cómoda de manejar para el usuario final.

Dicho sistema es un software basado en una arquitectura .NET, con lenguaje C# en su diseño, el mismo software trabaja en el sistema operativo Windows, enfocado principalmente a la versión de Windows 7, puesto que en el entorno operativo de las MiPymes es de los más usados actualmente, evitando así la necesaria actualización de recursos por parte de las empresas, su arquitectura es de x86 (32 bits) por ende puede funcionar en versiones tanto de 32 bits como de 64 bits del ya mencionado sistema operativo.

En cuanto a la interfase del sistema de control interno generado en este proyecto, se diseñó un menú intuitivo, por el cual se puede recorrer los diferentes apartados y ventanas del programa, el cual es presentado a continuación:



Dentro del menú principal se encuentran submenús, uno de ellos es el submenú de herramientas (Figura 4), dentro del cual se manejan la herramienta para el usuario que el usuario en sesión pueda cambiar su contraseña de acceso al sistema (Figura 5), junto a esta herramienta se encuentra otra, solo disponible para el administrador del sistema, dicha herramienta es la de permisos (Figura 6), con la cual el administrador puede controlar y manejar los distintos accesos que posee cada usuario ante el sistema.



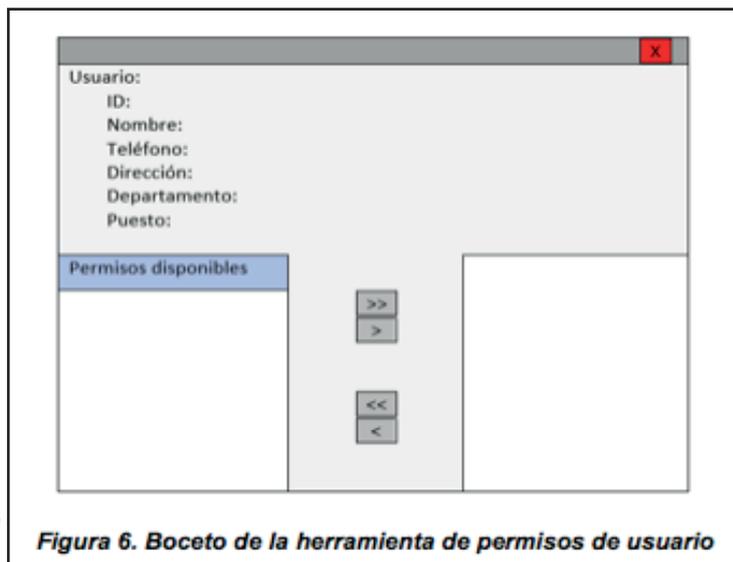


Figura 6. Boceto de la herramienta de permisos de usuario

El sistema maneja los procesos de compraventa de las MiPymes junto a los módulos de inventario y los procesos de pedidos y envíos de mercancías, de esta manera los negocios podrán efectuar en el tiempo correcto y una mayor estructura dichos procesos sin pérdidas de información.

CONCLUSIONES

La principal contribución es el sistema generado a partir de la serie de recopilación de datos mediante las encuestas, entrevistas y observación de los pequeños negocios de la región, el cual beneficiará a las MiPyMEs para una mejor estructura de sus procesos, el sistema de control interno funcionará como un apoyo y un marco a seguir para realizar sus actividades de una manera estructurada y sin retrasos por parte de la pérdida de información e incluso los procesos mal organizados, brinda apoyo a estas empresas y a sus propietarios con sus funciones de administración y seguridad para sus datos, la actualización de los mismos y su ingreso al sistema es parte de la función del usuario final y un correcto uso del sistema puede generar apoyo considerablemente para las MiPyMEs.

El sistema sin embargo no es una herramienta autónoma al 100% siempre será necesario un manejo humano por parte del usuario final, que demostrar el buen uso del mismo y su correcta operación para generar los resultados esperados del sistema para los negocios, una buena administración de sus recursos es fundamental para la mejora de las empresas de la región y esta herramienta es un apoyo a esa administración.

BIBLIOGRAFIA

- INEGI. (13 de Julio de 2016). INEGI.org.mx. Obtenido de www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_07_02.pdf
- Carrasco Dávila, A. F. (Julio de 2005). eumed.net. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2005/afcd-mpymem.htm>
- FM, Y. (2 de Enero de 2017). genbeta.com. Obtenido de [netmarketshare.com: https://www.genbeta.com/fondo/asi-esta-el-ranking-de-los-navegadores-y-sistemas-operativos-mas-utilizados-al-empezar-2017](https://www.genbeta.com/fondo/asi-esta-el-ranking-de-los-navegadores-y-sistemas-operativos-mas-utilizados-al-empezar-2017)

ANÁLISIS Y DISEÑO DE SISTEMA DE CONTROL INTERNO COMO HERRAMIENTA PARA ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MIPYMES.

José Manuel Martínez González y Elizabeth Valdez Soto

RESUMEN

El presente proyecto se enfoca principalmente en la elaboración de un sistema de gestión interna, tomando como punto de partida las empresas denominadas como MiPymes ubicadas en la región centro del estado de Coahuila y la utilización de recursos de TI en estas mismas.

Tomando un enfoque administrativo, se pretende mejorar el rendimiento de las MiPymes mediante el uso de TICs en el control del manejo interno de las empresas. Todo esto a fin de permitir una expansión progresiva de su crecimiento y fomentando la mejora económica de la región.

A partir de un estudio de campo donde se analizaron las necesidades y carencias de un número considerable de MiPymes se elaboró un software con el cual se pretende gestionar los recursos internos de las mismas. El sistema permitirá un manejo mejor y más ordenado de las MiPymes.

ABSTRACT

The present project focuses mainly on the elaboration of an internal management system, taking as a starting point the companies denominated as MiPymes located in the central region of the state of Coahuila and the use of IT resources in these same ones.

Taking an administrative approach, it aims to improve the performance of MSMEs through the use of ICTs in the control of the internal management of companies. Everything ends a progressive expansion of its growth and encourages the economic improvement of the region.

From a field study where the needs and shortcomings of a considerable number of MiPymes were analyzed, a software was developed with which it is tried to manage the internal resources of the same ones. The system allows a better and more orderly management of the MiPymes.

Palabras Clave: Diseño, Control, MiPyMEs, Productividad.

INTRODUCCIÓN

Dentro del desarrollo de un sistema económico, en todos los países destaca la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas. Dichas empresas representan un porcentaje significativo dentro del índice de empleos y la economía misma de la región donde se encuentran, siendo muchas veces más significativas en conjunto que la mayoría de las empresas grandes.

La Región Centro-Desierto de Coahuila es una región situada en la parte centro noroeste del estado de Coahuila, se subdivide en Región Desierto de Cuatro Ciénegas y Región Centro de Monclova, cuenta con 13 municipios Lamadrid, Nadadores, Sacramento, Ocampo, Sierra Mojada, Cuatro Ciénegas, Monclova, Frontera, Castaños, Abasolo, San Buenaventura, Escobedo y Candela.

En los últimos años se ha generado un incremento de las MiPymes y el estado de Coahuila no es la excepción, de acuerdo con la ENAPROCE 2015 (Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas) existen 4,048,543 MiPymes registradas, de las cuales 3,952,422 son micro, 79,367 son pequeñas y solo 16,754 determinando que la gran mayoría de este grupo recae sobre las micro empresas. Además, esta encuesta a nivel nacional arroja que a 3,369,927 de las micro empresas les gustaría un mayor crecimiento para su negocio.

Existe una diversidad de estudios que destacan la importancia de la adopción de las TICS en las Mi Pymes tales como "Importancia de la adopción de las TICS en las Mi Pymes Mexicanas", Universidad autónoma de Tamaulipas (2006), "Las TICSs en las Pymes , estudio de resultados y factores de adopción" Universidad de Zaragoza (2010), "La influencia del uso de las TICS en la internacionalización de las PyMES" Observatorio de Relaciones con Latinoamérica de Universidad Pompeu Fabra (2011), "Medición del uso de las TIC en la PyMES Mexicanas" del Instituto Politécnico Nacional (2012); sin embargo no contemplan propuestas específicas para la Región Centro del Estado de Coahuila.

En el ITSMVA (Instituto Tecnológico Superior de Monclova "Ejército Mexicano") como institución tecnológica tenemos la obligación y el compromiso con nuestra comunidad de apoyarla en su engrandecimiento y a través de la propuesta que aquí desarrollaremos ofreceremos una serie de alternativas de mejoras a través del uso más extendido y entendido de las TIC'S para que las MI Pymes tengan un florecimiento en nuestra región. Esto beneficiara de gran manera a las MiPymes ubicadas en la Región Centro de Coahuila quienes son la respuesta al problema de desempleo por su tarea de empleo alternativo el cual se puede potenciar solo 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, financieros y de manejo de recursos humanos.

MÉTODOS Y MATERIALES

El objetivo general del proyecto es proponer líneas de acción para mejorar la implementación de las Tecnologías de Información y Comunicación de las micro, pequeñas y medianas empresas de la Región Centro de 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.

Esto lo desglosamos en los siguientes 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.

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.

Las etapas principales por las que paso el proyecto:

- Etapa 1 – Recolección de datos para Identificar las Mi Pymes de la Región Centro de Coahuila. (4 meses)
- 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)

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 checklist 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 MySQL 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

Tras un extenso análisis de las encuestas realizadas a las MiPymes de toda la región, se llegó a la idea de la elaboración de un sistema que controlara todo el manejo interno de las mismas. La utilidad inmediata sería el incremento progresivo de la productividad debido a una mejor organización, de la cual la mayoría de las MiPymes carecían al momento de hacer la investigación.

La idea se materializa en un sistema que corre sobre lenguaje de programación .net C# elaborado sobre un sistema visual de pantallas de interfaz y una base de datos que serviría de almacén de información corriendo sobre MySQL.

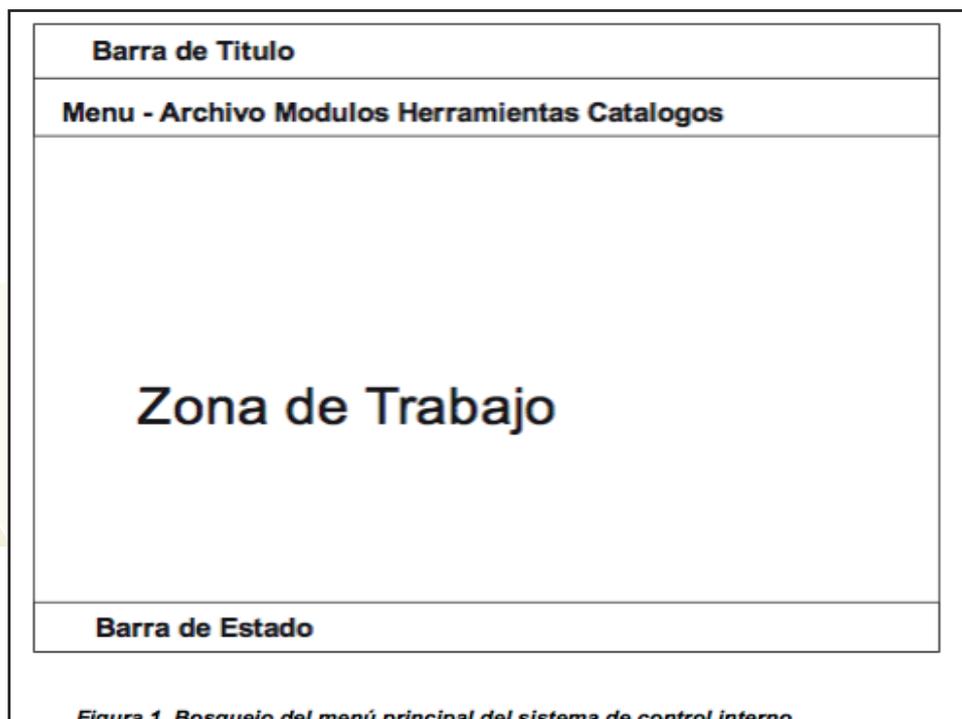


Figura 1. Bosquejo del menú principal del sistema de control interno

La parte sobre el sistema buscaba una interfaz intuitiva que fuese fácil de aprender por personas con educación básica en el área de la computación. Compuesta por decenas de diferentes funciones se espera abarcar la mayoría de las necesidades de gestión sobre las que generalmente hay carencias dentro de las MiPymes.

En lo que respecta a la base de datos, se compone de alrededor 51 tablas sobre las que se elaboraron diferentes vistas que permitan el acceso fluido de la información entre el sistema principal y la base de datos. Como elemento básico todas las tablas cuentan con un campo de llave primaria, la cual permite un mejor seguimiento de los registros agregados a la base de datos permitiendo un seguimiento más limpio y preciso. Además, también cuentan con un campo de estatus que permita saber si el registro se encuentra activo o no.



Adicionalmente se han creado vistas específicas para labores un poco más complejas, las cuales mezclan datos de múltiples tablas a fin de regresar patrones de información complejos.

La parte sobre la que trabajamos específicamente fue sobre la segunda que consta de la base de datos. Esta abarca empleados, proveedores, compras, ventas, clientes, facturas, departamentos, puestos y un largo etcétera. Como anteriormente se menciona se espera poder abarcar todas las áreas básicas que conformarían la gestión de una micro empresa, pero a su vez manejar conceptos más avanzados que probablemente estarán presentes en las empresas de tamaño mediano.

En primer plano se puede apreciar que con un correcto uso del sistema se podrá elevar la eficiencia rápidamente de cualquier empresa

CONCLUSIONES

Nuestro sistema puede considerarse una valiosa herramienta que permitirá el aumento de la productividad y eficiencia de cualquier MiPymes que lo utilice apropiadamente.

El sistema permite tener información actualizada y confiable de la situación imperante en el uso y aplicación de las TICs en la Mi Pymes para sugerir propuestas de valor en ese ámbito, permitiendo la toma de mejores y más acertadas soluciones debido a que muestra un panorama mucho más amplio de información al que tendrían regularmente.

Este apoyo a las Micro pequeñas y medianas empresas propicia la generación de empleos lo cual contribuye a elevar la actividad de las MiPymes lo que a su vez crea un efecto ascendente en el ingreso per cápita de las familias de la región. Esto traería como consecuencia directa la mejora gradual de la economía regional.

También se considera como un beneficio indirecto la vinculación entre el sector educativo y las empresas de la región lo cual propicia una sinergia que beneficia a ambas partes debido a la participación de los Cuerpos Académicos que forman parte de la plantilla docente del Instituto Tecnológico Superior de Monclova lo cual propicia una sinergia que beneficia a ambas partes.

El apoyo que se plantea brindar permitirá elevar la productividad y competitividad de las Micro pequeñas y medianas empresas de la región lo cual contribuye al incremento en el Producto interno bruto del país y propicia la inclusión en mercados globales.

Las micro, pequeñas y medianas empresas de la Región Centro del Estado de Coahuila son los beneficiarios directos de la propuesta, ya que tendrán herramientas que propicien el uso de las TICs en sus procesos diarios, lo cual propicia elevar la calidad y competitividad de las mismas, así como su inclusión a los mercados globales. Cabe hacer una acotación de que el sistema al ser su primera versión tiene un gran espacio de mejora en el futuro para posteriores versiones, por lo cual tener una retroalimentación es vital para brindarle un mejor apoyo a las MiPymes.

A su vez es bueno recordar que este sistema es solo una herramienta de apoyo y como tal solo puede dar frutos si se administra apropiadamente por el capital humano, de lo contrario no tendrá efecto alguno.

BIBLIOGRAFIA

INEGI. (7 de Agosto de 2017). Obtenido de www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_07_02.pdf

IDENTIFICACIÓN DE POTENCIALES ARTESANALES Y COMERCIALES EN PRODUCTOS IDENTITARIOS DE LAS COMUNIDADES INDÍGENAS HÑÑHO DE XAJAY, SAN ILDEFONSO AMEALCO DEL ESTADO DE QUERÉTARO.

Rodríguez Garza Juan José y Romero Zepeda Hilda

RESUMEN

El presente documento enmarca la importancia de asignar un precio razonable a los productos elaborados con bordados distintivos de los pueblos indígenas Hññho de Xajay en San Ildefonso del municipio de Amealco del estado de Querétaro, además de la creación de un logo o marca para sus productos. También se alcanza a visualizar la opinión de los clientes sobre qué tipo de productos desean adquirir, de manera que se podrá percibir que artículos son los que adquieren más demanda o captan la atención del cliente.

Con todo esto se pretende impulsar el valor de los artículos elaborados por las personas indígenas que dan testimonio de las culturas e historia que guarda México para el mundo, además de impulsar su trabajo artesanal y con un diseño único en sus bordados, fuente de autoempleo para los miembros de estas comunidades indígenas con un gran legado para el resto de las personas con una identidad propia y sin igual.

Palabras clave: precio, bordado, marca, logo, demanda y trabajo artesanal.

ABSTRACT

The this document frames the importance of assigning a reasonable price to the products prepared with distinctive embroideries of the Hññho indigenous community of Xajaly of the municipality of Amealco at the state of Querétaro, in addition to the creation of a logo or trade mark for its products. Also it manages to visualize the opinion of the clients who acquire the product, so that the survey will provide data about the products would have more demand and attention of the potential client.

With the data obtained a proper value of the articles prepared by the indigenous persons who give testimony of the cultures and history that keeps Mexico for the world would be given in addition to impelling its handmade work and with the only design in its embroideries, source of self-employment for the members of these indigenous communities with a big legacy for the rest of the persons with a proper identity and without equal.

Keywords: Price, embroide, trade mark, logo, demand and handcraft work.

INTRODUCCIÓN

Nuestro país, Estados Unidos Mexicanos, es una entidad en el mundo que se distingue por ser una nación multicultural fundada en sus pueblos indígenas. México es un país que cuenta con un gran número de grupos indígenas que han sobrevivido a los cambios de la independencia, la revolución, la globalización, la indiferencia, la discriminación y aun ahora en el siglo XXI aquí están presentes. Sin embargo todos estos eventos han tenido repercusión en su identidad étnica con base en su cultura obligándolos a dejar o incluso olvidar sus antecedentes, su historia sin darnos cuenta que lo que hacemos es perder la riqueza cultural e histórica de nuestro país. “Es así que la identidad de los pueblos, como factor de cohesión, afirmación y reconocimiento, conjuga historia, presente y proyecto, en un universo simbólico integrado, dinámico y flexible.” (Utrilla y Prieto, 2003; 4- 5) La realidad es que la pérdida de las costumbres y de un pueblo indígena conlleva a una pérdida de nuestra conexión con el pasado de nuestros orígenes, el pasado de nuestra tierra, de nuestra historia.

La realidad es que en el municipio de Amealco en Querétaro existen una gran concentración de indígenas Hññho de Xajay, los cuales aún conservan muchas de sus tradiciones que los hacen ser peculiares entre ellos la confección y tejido de trajes típicos, y otros productos con su sello distintivo, un tejido artesanal único en su clase.

Además celebran sus fiestas tales como: la Fiesta del sagrado corazón, la Fiesta de la mayordomía entre otros donde las mujeres y niñas presentan la Danza de las Pastoras vestidas con su elegante traje de gala con detallados bordados en el cuello y magas de sus sacos, con pliegues que le dan el toque de elegancia a su traje compuesto por un saco y falda, pero para complementar su atuendo utilizan su sombrero típico con muchos listones de colores y detalles sobre la copa del sombrero lo cual le da un aspecto muy colorido y aún más llamativo, para terminar su atuendo utilizan un bastón repleto en la parte superior de cascabeles los cuales le brindan al baile ritmo y elegancia.

Además que presentan a los visitantes la oportunidad de transportarse al pasado con sus historias que nos pueden llevar a cien, o incluso doscientos años atrás, conociendo aún más el pasado de México, maravillándonos de su trascendencia de esta cultura a pesar del paso de los años. Pero también nos ofrecen una degustación culinaria del viejo mundo con el tradicional mole de guajolote elaborado a base de chiles, ajonjolí, almendra, pasas, cacahuete y comino, transportándonos a la época de la pre conquista española, acompañado de unos frijoles negros y tortillas de maíz negro cosechado en su propio huerto. Además de ofrecer otros platillos que nos reflejan el legado de nuestros pueblos para las nuevas generaciones.

Por tal motivo el municipio de Amealco se presenta como un verdadero prospecto a ser pueblo mágico ya que contiene la mayor concentración de indígenas Hñãñho que permiten con su estilo de vida dar a la localidad atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que te emanan en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico. Haciendo hincapié a esto Questa y Utrilla (2004) marcan que estas comunidades están en riesgo ya que la baja economía que perciben los indígenas y el desprecio o discriminación los hacen abandonar su pueblo o dejar sus costumbres.

Si nos focalizamos más en la comunidad indígena Hñãñho de Xajay, San Idefonso Amealco, Querétaro encontramos que muchos indígenas arrendan sus tierras para minas de sillar que al término de la actividad se acaba su ingreso, pero no solo eso sino que su tierra queda en un estado inoportuno para realizar cualquier actividad o incluso habitarla. Por ello este proyecto busca incentivar las artesanías mexicanas elaboradas por propias manos indígenas Hñãñho de Xajay, buscando el precio correcto para presentarlo al público, darle un nombre o marca al producto, y de esta manera ellos cuenten con una fuente de empleo que les permita subsistir y a la vez contar con los permisos para su comercialización de manera legal, con la posibilidad de no solo crear productos y venderlos, sino llevar la cultura de la historia de México de sus raíces, de sus pueblos a mas lugares del país e incluso el extranjero.

MARCO TEORICO

El precio es un aspecto a considerar por lo que es necesario fijarlo con el debido cuidado y atención pues es lo primero que el cliente vera o analizara al tener el producto en su mano y preguntarse si lo comprara o no. Ante esto Belio (2007) expone que el precio es la cantidad de dinero necesaria para adquirir una cantidad dada de un bien, pero que esta a su vez tiene en si una doble perspectiva ya que para el vendedor, el precio es un componente crítico del resultado económico y también es una prueba de su mayor o menor capacidad competitiva, mientras para el comprador, el precio final pagado en una transacción tiene un fuerte contenido psicológico, siendo esto el fundamento de las ventas la satisfacción de necesidades del consumidor. Ahora bien el precio no debe fijarse fuera de los límites de dos valores extremos: un extremo superior el cual es el precio máximo que el cliente considera oportuno pagar y un extremo inferior llamado el precio mínimo, constituido por el costo total del producto. También otro factor importante a considerar es el constituido por los precios de los productos competidores. Teniendo en cuenta esto se puede determinar el precio idóneo para nuestro bien a ofertar.

Además otro aspecto fundamental con el que debe de contar toda persona física o moral que oferte cualquier tipo de bien en el mercado es una marca. Una marca es un distintivo que está asociado a la organización y se lo trasmite al comprador. Aaker (2014) dice que una marca brinda a la entidad una ventaja competitiva pues los productos que no la tienen se toman como modelos de experimento, sin alguna garantía o sin distintivo, pero no solo eso sino que la marca debe tener una visión que guie los pasos para la aspiración a ser ante los clientes y las personas del entorno en general.

Estos dos aspectos hay que considerarlos y aplicarlos en la comunidad de Amealco, Querétaro ya que ellos producen sus obras artesanales pero no solo es hacerlas y malvenderlas sino posicionarlas en el mercado como un producto original y único con un precio razonable tanto para el cliente y el productor, pero con la visión de llegar a mas lugares para la comercialización pero con una marca con productos propios y artesanales.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para iniciar con el trabajo de campo primero se visitó la comunidad indígena de Xajay del municipio de Amealco de Querétaro, donde se tuvo una charla con los habitantes para poder comprender su estilo de vida y las problemáticas a las que se enfrentan, así como también ver los productos que venden y a la vez tener la oportunidad de observarlos detalladamente para conocer aún más estos bordados, así como la vestimenta típica de la cultura Hñãñho. Partiendo de ahí se creó una encuesta que nos permitió visualizar el precio por el cual los compradores adquirirían los productos que venden estos artesanos, así como también se incluyen otros artículos que podrían vender y el precio al cual podrían ofertar estos artículos y para finalizar averiguar qué aspecto considera más los clientes a la hora de comprar.

El muestreo casual o accidental fue el que se eligió para aplicar la encuesta a turistas y visitantes que se encontraban en el centro histórico del municipio de Santiago de Querétaro, Querétaro; aplicándolas los días viernes, sábado y domingo de dos fines de semana, esto para captar los diferentes puntos de vista de los visitantes nacionales e internacionales aplicando en total 323 encuestas.

RESULTADOS

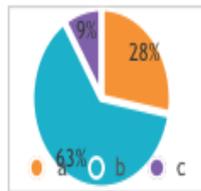
Las siguientes graficas muestran la opinión de los encuestados, los cuales servirán para determinar el precio oportuno para los productos a vender, los primeros cinco gráficos muestran productos que ya elaboran con un tejido artesanal único, detallado, emblemático y original



Gráfica 1. Cantidad dispuestos a pagar por una almohada con un tejido emblemático.

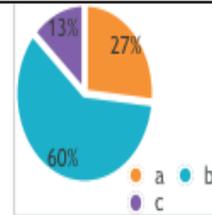
Con relación a la gráfica 1 la mayoría de los encuestados (49%) optaron por la opción "c" donde les parece considerable que el precio por el cual comprarían esta almohada por un precio superior a los 90 pesos, el 40% eligió la opción "b" con un precio de 61- 80 pesos por lo que esta opción se presenta a consideración. Mientras que solo un 11% escogió la opción "a" la cual representa la compra de la almohada con un precio de 40-60 pesos.

Por lo que con esto se concluye que la almohada del tamaño normal que se comercializa debe de tener un precio igual o superior a los 90 pesos, ahora bien al ver el número de personas que opto por la opción "b" se considera la opción de crear una segunda almohada con un tamaño menor pero con un tejido emblemático que pueda ofertarse al mercado con un valor estimado de 70 pesos.



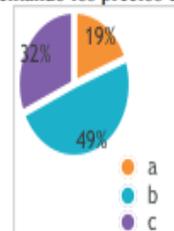
Gráfica 2. Cantidad dispuestos a pagar por una blusa con un elegante y detallado tejido

Ahora con relación a la gráfica 2 el 63% de los encuestados (204 personas) eligieron la opción "b" la cual representa un precio de 301 a 400 pesos. La opción "a" fue la segunda más elegida representando un 28% y un precio de 200 a 300 pesos. Mientras que la opción "c" solo fue elegida por 29 personas representando entonces un 9% y un precio de 401 a 500 pesos. Por lo tanto las blusas deben ser diseñadas y confeccionadas para en su mayoría poder ofertarla en el mercado con un valor estimado de 300 a 400 pesos y dadas el resto de los encuestados se puede ofertar un segundo tipo de blusa con un tejido emblemático pero que esta no supere el precio de 200 a 300 pesos, pero por otra parte se pueden confeccionar blusas con un distintivo aún más elegante para ofertarse a un precio superior a los 400 pesos, pero cabe señalar que la producción de las mimas debe de ser una cantidad baja pues no tendrán una gran demanda.



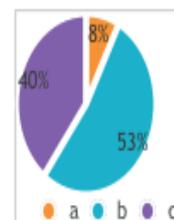
Gráfica 3. Cantidad dispuestos a pagar por una bolsa de hombro con tejido detallado.

Con relación a la gráfica 3 el 60% escogió la opción "b" la cual proponía 100, 150 ya que se manejan dos tamaños, por lo que las personas pagarían por una bolsa de hombro pequeña la cantidad de 100 pesos y por la grande 150\$. Ahora bien la opción "a" obtuvo la elección del 27% de las personas presentando los precios de 90 y 130 pesos. Por último la opción "c" con un 13% y representando los precios de 120 y 170 pesos.



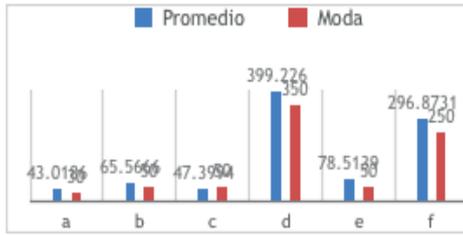
Gráfica 4. Cantidad dispuestos a pagar por una lapicera con tejido artesanal.

En relación con la gráfica 4 ciento cincuenta y nueve encuestados que representan el 49% opto por la opción "b" la cual significa un precio de 100 pesos, por lo cual que este sería el precio más razonable para vender este artículo. La segunda más preferida fue la opción "c" con un precio de 120\$ y la opción "a" de 80\$ solo fue electa por el 19%. Por lo que un precio de 90 a 100 pesos sería el más oportuno.



Gráfica 5. Cantidad dispuestos a pagar por un monedero con un tejido bordado a mano.

La gráfica 5 muestra que la mayoría de las personas optaron por la opción "b" que representaba un precio de 60\$, un 38% eligió la opción "c" con un precio de 70\$ y solo un 8% opto por la opción "a" con un valor de 50\$. Por lo que un precio de 60-70 \$ sería el más oportuno por estos bellos y prácticos monederos.

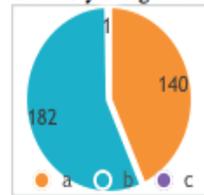


Grafica 6. Asignar un precio razonable a los siguientes productos con bordado típico y artesanal.

La **grafica 6** muestra como la opción “a” la cual representa pulseras el precio promedio que los encuestados asignaron fue de 43 pesos y el precio que más coincidieron los encuestados fue de 30 pesos. Por lo que el precio más ideal es de 40 pesos aunque dependiendo del detalle del tejido puede subir el precio. La opción “b” la cual representa collares el precio promedio que los encuestados asignaron fue de 65 pesos y el precio que más coincidieron los encuestados fue de 50 pesos. Por lo que el precio más ideal es de 60 pesos aunque dependiendo del detalle de la confección del tejido puede subir el precio. La opción “c” la cual representa diademas el precio promedio que los encuestados asignaron fue de 47 pesos y el precio que más coincidieron los encuestados fue de 50 pesos. Por lo que el precio más ideal es de 50 pesos aunque dependiendo del detalle del tejido puede subir el precio. La opción “d” la cual representa Tenis el precio promedio que los encuestados asignaron fue de 399 pesos y el precio que más coincidieron los encuestados fue de 350 pesos. Por lo que el precio más ideal es de 400 pesos aunque dependiendo del detalle del tejido y la calidad del tenis puede subir el precio. La opción “e” la cual representa aretes el precio promedio que los encuestados asignaron fue de 78 pesos y el precio que más coincidieron los encuestados fue de 50 pesos. Por lo que el precio más ideal es de 70 pesos. Por último la opción “f” la cual representa bolsos el precio promedio que los encuestados asignaron fue de 296 pesos y el precio que más coincidieron los encuestados fue de 250 pesos. Por lo que el precio más ideal es de 280 pesos aunque dependiendo de los detalles y materiales puede subir el precio.

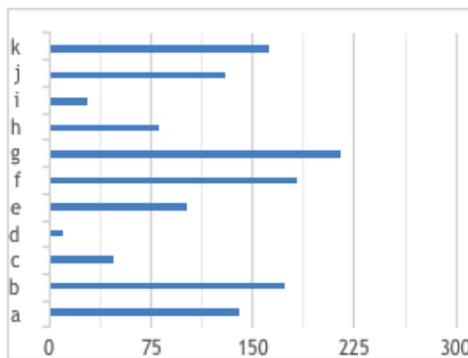
- 140 seleccionaron opción “a” almohada
- 174 seleccionaron opción “b” blusa
- 48 seleccionaron opción “c” bolsa de hombro
- 10 seleccionaron opción “d” lapicera
- 102 seleccionaron opción “e” monedero
- 183 seleccionaron opción “f” pulsera
- 215 seleccionaron opción “g” collares
- 81 seleccionaron opción “h” diademas
- 28 seleccionaron opción “i” tenis
- 130 seleccionaron opción “j” aretes
- 162 seleccionaron opción “k” bolsos

Cabe señalar que los indígenas de la comunidad no producen de las opciones “f” a “k”, pero ante esta pregunta se ve la necesidad de incentivar la creación de estos productos porque son los que las personas quieren comprar como las pulseras, los collares, los aretes y los bolsos que fueron seleccionados por muchos encuestados por lo que hay que incentivar en la realización de los mismos y que lleven en ellos plasmado el tejido único y sin igual de la comunidad.



Grafica 8. Aspecto que considera de mayor relevancia al momento de comprar el producto

La **grafica 8** nos muestra como la mayoría eligió la opción “b” que hace referencia los colores ya que ven los contrastes y los tonos que hay disponibles. La opción “a” fue elegida por 140 personas que hacen referencia al diseño por lo que también hay que cuidar y presentar varios modelos. Y una sola persona eligió la opción “c” la cual estaba abierta y escribió que el reconocimiento que tenga el pueblo indígena por lo que también hay que tratar de incentivar el conocimiento de las personas por los indígenas que habitan en la región. A continuación se presenta lo que pretende ser el **logo** de la marca llamado: Artesanía Mexicana, eligiendo este nombre porque el objetivo es remarcar que los objetos a ofertar son arte creada nada menos que por manos originarias y con raíces 100% mexicanas.



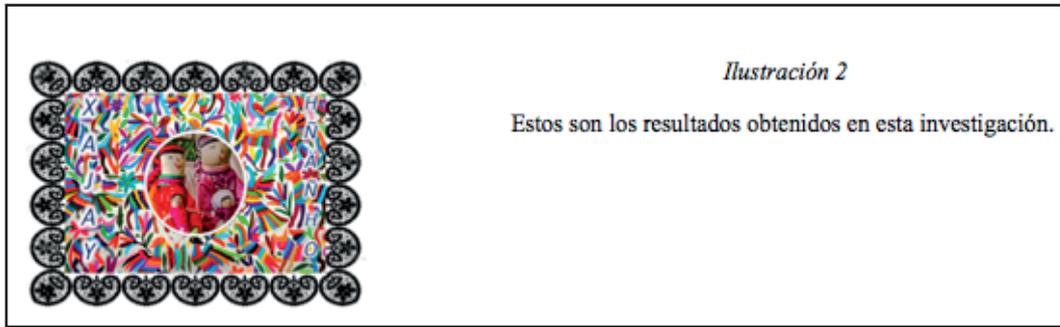
Grafica 7. De los artículos mencionados elección de los artículos que comprarían en la visita en Querétaro

Con relación a la gráfica 7 los encuestados eligieron:



Ilustración 1.

Ahora también se presenta una segunda imagen que pretende ser la sub marca específica para la comunidad de Xajay de Amealco Querétaro, la cual tiene elementos propios de la cultura Hñāñho.



CONCLUSIONES

Con esto podemos concluir que realizar un producto y ponerlo a la venta, no lo es todo, sino que toda organización que quiera ocupar un lugar en el mercado antes debe realizar un estudio de mercado para comprender la demanda y así a su vez establecer estrategias en precio, diseño y líneas de producto que les faciliten estar y mantenerse dentro del volátil mercado del siglo XXI. Ahora bien con respecto a lo que la población contestó en la encuesta se ve la necesidad de crear y confeccionar los artículos de pulseras, collares, aretes y bolsos, los cuales contenga el elegante y detallado tejido artesanal del pueblo Hñãñho, pues estos artículos son los que más demanda tienen en el mercado para que así puedan obtener un ingreso mayor pero dejando su propia huella cultural en los nuevos artículos, haciéndolos así distintos del resto de productos en el mercado.

Ahora bien un plus que toda organización debería de contar es tener su marca o sub marca, la cual le da identidad y distinción de entre los demás artículos parecidos que están compitiendo dentro del mercado, pero tener esta también ofrece que poco a poco se gane el reconocimiento a nivel regional, nacional e internacional y cuando esto suceda con la simple visualización del logo se reconocerá su origen, su calidad, su estilo y su autenticidad.

BIBLIOGRAFIA

Libros

AAKER, D. (2014). "Las marcas según Aaker", Barcelona: Empresa Activa

BELIO, J. (2007). Claves para gestionar precio producto y marca, Madrid: Wolters kluwer Editorial

QUESTA A. & UTRILLA B. (2006). Otomíes del norte del estado de México y sur de Querétaro, México: D.R. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.

Artículos en línea

ESCOBAR, S. (2015). "5 pasos para fijar el precio de un producto o servicio" en Marketing. Consultada en <https://www.entrepreneur.com/article/268911> (fecha de consulta 30-06-17).

HÁBITOS FINANCIEROS DE LOS MILLENIALS: AHORRANDO UN PESO A LA VEZ

Keysa Adahí Vigil Jordán y Alicia del Socorro De la Peña De León

RESUMEN

En el siguiente artículo el lector conocerá los resultados del estudio del comportamiento de 225 millenials de Saltillo, Coahuila de clase media-media de 22-28 años el cual se llevó a cabo durante el Verano de la Ciencia 2017, y tuvo por objetivo conocer los hábitos de consumo y ahorro y la importancia que le dan a asegurar el futuro estos jóvenes.

En el tema del ahorro se identificó que 69.9% de ellos sí tiene el buen hábito de ahorrar y unos de sus principales métodos de ahorro son en casa y/o banco teniendo como principal fuente de motivación el ahorrar para disfrutar de un viaje.

Palabras clave: Millenials, Saltillo, hábitos, ahorro, futuro.

ABSTRACT

In the following article the reader will know the results of the study of the behavior of 225 millennials from Saltillo, Coahuila of middle-middle class from 22 to 28 years old. The study took place during the “Verano de la Ciencia 2017”. The objective of this project was to identify the habits of consuming and saving and the importance to reassure the future of the youth.

In the subject of saving we identified that 69.9% of them have the good habit of saving and the main methods of saving are in home or in the bank; their principle motivation of saving is to enjoy traveling.

Palabras Clave: Millenials, Saltillo, habits, saving, future.

INTRODUCCIÓN

Los Millenials –también llamados Generación Y– son un grupo de jóvenes que nacieron a principios de los años Ochenta hasta los primeros años del 2000 (Geifman, 2014).

Actualmente, el tema de los millenials es un tema muy debatido y existen preocupaciones e incertidumbres respecto a dicho futuro, entre ellos está el tema de ahorro. Por otro lado hay quienes piensan que aún son muy jóvenes para pensar en esto y como consecuencia no tienen una buena cultura financiera.

Además, cada vez son más los deseos del consumidor que se convierten en supuestas necesidades, en vez de crear conciencia en la población sobre buenos hábitos de ahorro. Aunado a esto encontramos que el consumo se puede ver afectado por el fácil acceso que se tiene hoy en día al crédito, lo que lleva a muchas personas a gastar más de lo que tienen por no saber administrar su dinero o dejarse llevar por compras compulsivas.

Cuando una persona no tiene una educación financiera, la cual es consecuencia de tener una buena cultura financiera, difícilmente podrá administrar su dinero o planear sus egresos en relación con los ingresos que tiene lo cual provoca que muchas personas tengan vivan endeudados de por vida, que no tengan una buena solvencia, o que incluso su liquidez sea del 1:1 en vez del 2:1.

Objetivo General:

Conocer los hábitos de consumo y ahorro de los millenials de 22 a 28 años de la clase media-media habitantes de Saltillo, Coahuila.

MÉTODOS Y MATERIALES

Metodología: Se realizó un trabajo de campo en distintas universidades de la ciudad de Saltillo, Coahuila, así como diversos lugares que son de interés para las personas que conforman la muestra.

Muestra: Se tomó una muestra representativa de 225 millenials de la clase social media-media y con un rango de edad de 22 a 28 años.

Instrumento de medición: La técnica utilizada en el estudio fue la encuesta obteniendo toda la información a través de un cuestionario interactivo en iSurvey.

Procesamiento estadístico: Para analizar los datos se utilizó Microsoft Excel y el software SPSS.

Los materiales utilizados en el estudio fueron iPad, conexión inalámbrica de internet, computadora, proyector.

La encuesta se diseñó de forma interactiva para que los jóvenes estuvieran más dispuestos a contestar las preguntas y con respuestas verídicas. Había distintas encuestas acerca de los hábitos de ahorro que se tienen, las prioridades de ahorro y las motivaciones y en caso de no tener el hábito de ahorrar se les preguntó el motivo para no hacerlo.

Se incluyeron ejercicios en donde el encuestado podía observar los gastos de una persona llamada Daniel en una app de este mismo y se les preguntaba si consideraban adecuado o no adecuado el gasto que Daniel hizo. Al final se le invitaba a hacer un análisis de los gastos y contestar si seguiría gastando lo mismo o se sentía motivado a ahorrar más.

Las encuestas se realizaron a alumnos de distintas universidades de Saltillo, Coahuila, entre ellas Facultad de Mercadotecnia, Ciencias Químicas, Instituto Tecnológico de Saltillo, UANE.

Antes de que los alumnos procedieran a contestar la encuesta se les platicaba un poco acerca de lo que trataba el proyecto y después se les prestaba el iPad para que contestaran tranquilamente. Al concluir la encuesta se les pedía una opinión de la encuesta, a lo que la mayoría contestó que les pareció muy interesante, entretenido e innovador por no tratarse del simple cuestionario llenado a mano.

RESULTADOS

Tras analizar los datos y tablas del software SPSS, se pudo observar la siguiente información:



Figura 1. Resultados

CONCLUSIONES

Tras haber realizado la encuesta interactiva, el 43.6% se sintió motivado a ahorrar más y cuidar su dinero lo cual es un buen indicio que si se fomenta una buena cultura financiera en los millenials, estos pueden cambiar el panorama que tienen del tema gasto y ahorro. Siguiendo la teoría del comportamiento se pueden aplicar distintas herramientas para controlar los gastos, como lo es el ahorrar un porcentaje de los ingresos fijos que se tengan según las circunstancias de cada persona.

Aunque la edad no es un factor influyente para ahorrar, la ocupación sí marca una gran diferencia ya que del porcentaje que se puede apreciar en la Figura 1. Resultados de quienes estudian y trabajan un 38.7% ahorra y los que solo trabajan representan el menor porcentaje de ahorro con un 23.9%. El primer grupo está más consciente de sus necesidades y es por esto que se sienten más motivados a no mal gastar su dinero.

En la encuesta se pudo observar que sólo el 2.7% utiliza un app para controlar sus gastos y si esto se relaciona con la respuesta positiva que se obtuvo en el ejercicio de Daniel a ahorrar más, podemos inferir que si una persona lleva un control detallado de sus gastos le será menos probable mal gastar su dinero, más bien cuidará mejor en qué gastarlo.

BIBLIOGRAFIA

Geifman, A. (02 de 03 de 2014). Merca2.0. Obtenido de ¿Quiénes son los millenials y qué los hace tan importantes?: <https://www.merca20.com/que-son-los-millennials-y-por-que-hay-que-entenderlos/> (fecha de consulta 08-2017)

ANÁLISIS DE REDES SOCIALES UTILIZADAS POR INSTITUCIONES RELACIONADAS CON EL SECTOR TURÍSTICO

Liliana Melissa Franco de los Santos y Betzabeth Dafne Morales

RESUMEN

Las redes sociales hoy en día han dado un gran beneficio a la sociedad utilizándolas de manera positiva ya que gracias a ellas nos hemos podido comunicar con personas de las cuales no sabíamos en mucho tiempo, podemos tener acceso a diversa información como, fotografías, videos, ventas, compras promociones, noticias y acontecimientos que pasan día a día. En esta investigación se realizó un análisis de las redes sociales turísticas de los Estados de México, obteniendo que el Estado con más Seguidores en Facebook es Guanajuato, en twitter el Estado que mas seguidores tiene es la Secretaria de Turismo Federal y la red social menos utilizada por los Estados es Instagram ya que solo 7 Estados la utilizan.

ABSTRACT

Nowadays social networks have a great benefit to society by using them in a positive way because thanks to them we have been able to communicate with people, we can have access to some information like photos, videos, shopping and events that happen every day. In this investigation we made a touristic social networks analysis of the touristic destinations of México, As a result we get that Guanajuato is the state with more followers in Facebook, The Federal Tourism Board is the institution with more followers on Twitter, and Instagram is the social network less useful in the states because we get that just 7 use it.

PALABRAS CLAVE: Redes Sociales, Turismo, Destino, Clientes.

INTRODUCCIÓN

Las redes sociales son un medio de comunicación en donde puedes interactuar con personas en todo el mundo, así mismo es un medio de publicidad muy útil para ofrecer cualquier tipo de producto o servicio que desees implementar en el mercado. En el presente trabajo nos vamos a enfocar en el uso de redes sociales en el sector turístico que utilizan todos los Estados de la república Mexicana. En la actualidad, hay una amplia variedad de redes sociales, pero este proyecto pretende direccionar a las empresas turísticas a contemplar el uso de las redes correctas en las que conviene estar, y así satisfacer el nicho de mercado en donde la empresa quiera darse a conocer, analizar la importancia de mostrar en Internet una estrategia de campaña turística y como ésta puede mantener su alcance, conociendo las preferencias, tendencias y un sinfín de información personalizada de acuerdo a las necesidades del cliente.

MARCO TEÓRICO

Una investigación realizada en Guanajuato, México habla de la relación entre el uso de las TICs y la innovación de las MiPymes Mexicanas en donde se utilizó el análisis factorial confirmatorio bajo el método de máxima verosimilitud, contando con una muestra de 288 MiPymes el cual permite evidenciar la influencia de manera positiva de las TICs. Menciona la importancia de las micro pequeñas y medianas empresas en el país ya que son generadoras de empleo y aumentan los niveles de ingresos en la mayoría de las personas y en México son fundamentales para la economía.

Para las MiPymes como menciona el artículo es de gran dificultad permanecer en el mercado ya que tienen que estar en constante competitividad con las empresas ya establecidas y reconocidas mundialmente. Por tal razón para que estas empresas puedan tener un lugar en el mercado es indispensable estar en constante innovación, desde cambios físicos en los productos e igual en los servicios. Así mismo menciona que es indispensable incorporar en los negocios las TICs como eficiencia y mejora su competitividad. Las TICs tienen el potencial de aumentar la innovación ya que favorecen la creación de redes de la empresa, facilitan la relación empresa-cliente, reducen la limitación geográficas y aumenta la eficiencia de la comunicación.

La innovación es un factor crítico o clave para la supervivencia o el éxito de una empresa por lo tanto es una responsabilidad y una obligación de los gestores del negocio. Menciona como la literatura actual sobre las TICs se basa en países altamente desarrollados y no hay evidencia empírica sobre países en desarrollo. La investigación realizada fue de tipo explicativo, no experimental y corte transversal, con un enfoque cuantitativo a través de la técnica estadística de la modelización de ecuaciones estructurales y usaron como base de datos el Sistema de Información Empresarial Mexicano (2015) en el que aprecian en el estado de Guanajuato un total de 3056 empresas industriales de 1 a 250 trabajadores, por lo tanto aplicaron encuestas con un nivel de confianza de 95% con un margen de error de 5% a los gerentes o dueños de las MiPymes del sector industrial de Guanajuato. Obtuvieron al final un total de 288 encuestas validas, mismas que representan la muestra del estudio.

Para esta investigación utilización instrumentos de medición, en el cual se utilizaron dos bloques, el bloque de uso de las TICs y el bloque de innovación, compuesto por un total de 23 items. Como resultado de esta investigación obtuvieron que las MiPymes industriales de Guanajuato, las TICs que mayor uso les dan son al intercambio de documentos con proveedores, la realización de pedidos con proveedores y la realización de pedidos con clientes, el cual refleja diferentes tipos de innovación que han realizado a excepción de la innovación en compras, el cual indica que algunas MiPymes les falta poner más cuidado en las TICs. Los resultados obtenidos confirman que el uso de las TICs y la innovación están correlacionados de manera positiva y significativa (Cuevas et al, 2016). Las Tics en la actualidad ocupan un lugar muy indispensable entre la sociedad y en la economía, es un sistema en el que día con día se unen más personas para tener acceso a la información y es por medio del internet en donde se puede acceder. Entre los dispositivos que encontramos como más utilizados en México son las PC, laptops y smartphones (Jimenez, 2011).

MÉTODOS Y MATERIALES

En esta investigación se utilizó el estudio descriptivo, ya que no se manipuló la información encontrada, y el estudio transversal en el cual la información recolectada será de un periodo en específico, utilizamos el método de observación en donde analizamos las principales redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter) que son utilizadas en el sector turismo de todos los 32 estados de México, en el cual se hará una comparativa de likes, seguidores, analizamos cada una de las cuentas oficiales, para saber cómo es la interacción que tienen con sus seguidores, así mismo el tipo de información que suben en la página y qué tan actualizados están con ésta, analizamos a detalle el tipo de publicidad que usan, si es llamativa, formal o informal, cual es la respuesta de sus seguidores entre otros aspectos generales.

RESULTADOS

TABLA 1. ANALISIS DE REDES SOCIALES COMO FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM EN ALGUNOS ESTADOS DE LA REPUBLICA.

Baja California	
	Cuenta con 169,042 seguidores, ya que es una cuenta muy dinámica debido a sus publicaciones de eventos en la ciudad, como carreras, Conciertos, eventos en museos, mercado de artesanías, al igual las publicaciones de las bellas imágenes del mar y hoteles en los que puedes hospedarte durante la estancia. Cuenta con una interacción con los seguidores ya que contesta los comentarios que hacen en las publicaciones.
	Con 16,000 seguidores y alrededor de 13 me gustas por publicaciones y 2 retwit, Baja California hace publicaciones acerca de ricas comidas típicas de la ciudad en distintos restaurantes para promocionarlos, además cuenta con una gran diversidad de imágenes enviadas por los seguidores durante su estancia las cuales publican e interactúan con ellos, y se publica todo lo de Facebook en twitter.
	Cuenta con 26,400 seguidores de los cuales un promedio de 500 personas son las que dan like y solo 10 comentan por publicación, sus imágenes son de la ciudad y distintas comidas típicas.
Campeche	
	Cuenta con 30,143 seguidores por su constante movimiento en su cuenta en la cual hacen publicaciones de diversos tipos como, festivales en la ciudad, pueblos mágicos, imágenes y videos de la ciudad y actividades a realizar, tiene un promedio de 30 comentarios y 100 likes en los cuales la cuenta no responde preguntas.
	Cuenta con 1,249 publica aproximadamente cada 3 días y cuenta con un promedio de 80 likes y 4 comentarios en donde se publican imágenes de distintos lugares de la ciudad.

CONCLUSIONES

Las redes son un boom tecnológico y parte fundamental de la promoción de empresas turísticas la base principal para hacer publicidad a un producto o servicio, es el medio de comunicación donde puedes interactuar con diferentes personas en cualquier lugar; son una ventana al mundo, con un solo clic se puede dirigir al sitio que se quiera visitar y abordar temas de cualquier índole. Junto con el turismo forman un equipo importante donde por medio de este método pueden atraer clientes. Es muy importante que les den un buen uso a estas ya que es un medio donde muchas personas o futuros clientes consultan antes de adquirir un servicio o destino turístico. El Estado con más Seguidores en Facebook es Guanajuato con 683,933, en twitter el Estado que mas seguidores tiene es la Secretaria de Turismo Federal con 1,575,174 y en Instagram el Estado con mas seguidores es Yucatan con 55,600.

BIBLIOGRAFÍA

- Cabrera. (2010). Obtenido de <http://www.teccomstudies.com/numeros/revista-1/136-las-redes-sociales-una-aproximacion-conceptual-y-una-reflexion-teorica-sobre-los-posibles-usos-y-gratificaciones-de-este-fenomeno-digital-de-masas?start=3>
- Carmona, A. (1 de 06 de 2015). EOI. Obtenido de ESCUELA DE ORGANIZACION INDUSTRIAL: <http://www.eoi.es/blogs/embatur/2015/06/01/las-tics-y-su-importancia-para-el-turismo/>
- Orozco, N. M. (2014). Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/tics-oportunidad-de-desarrollo-para-mexico/>
- Pérez, A. (2014). Obtenido de http://www.peoplematters.com/Archivos/Descargas/Docs/Docs/articulos/1401_MKTVTAS.pdf
- The Office Of Research Integrity. (s.f). ORI. Obtenido de The Office Of Research Integrity: <https://ori.hhs.gov/content/módulo-2-diseño-de-investigaciones-sección-1#descriptive-studies>
- Zamora, S. (2016). Obtenido de <http://izamorar.com/objetivos-de-las-redes-sociales/>

EVALUACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE EVALUACIÓN INTERNA PARA LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Lucy Yajaira Cisneros Cano y Geraldo Alberico Llamas Pérez²

RESUMEN

En el artículo se presenta el análisis interno de “Tortas el Pechugo” mipyme de San Buenaventura, Coahuila, donde se aplicó la herramienta de evaluación directiva VOPLES, con la finalidad de identificar el factor interno en el que dicha mipyme se encuentra más fuerte y en cual más débil, además de con ello lograr aplicar la investigación acción, análisis de caso y la teoría fundamentada.

Palabras Clave; Planeación estratégica, análisis interno, Pymes, VOPLES, Crecimiento, Desarrollo y Mejoramiento.

ABSTRACT

The article presents the internal analysis of “Tortas el Pechugo” mipyme of San Buenaventura, Coahuila, where the VOPLES management evaluation tool was applied, with the purpose of identifying the internal factor in which said is stronger and in which more weak, in addition to achieving the application of action research. case analysis and grounded theory.

Keywords: Strategic planning, internal analysis, Pymes, VOPLES, Growth, Development and Improvement.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad en México las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES), conforman la espina dorsal de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y debido a su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. Según la consultora KPMG la mayoría de las empresas familiares son PYMES que surgen sin una correcta planeación lo que las coloca en un alto riesgo de mortalidad. (PRO MÉXICO, 2012).

La carencia de planificación estratégica, es uno de los tantos problemas que afectan el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, principalmente en el aumento de los niveles de competitividad, desarrollo y logro de éxito.

Partiendo de que la estrategia es una integración de diferentes medios por los cuales la organización logra sus metas y objetivos, al abarcar el patrón de las acciones que se han de tomar por la organización para llevar a cabo la consecución de sus objetivos.

Esta investigación toma como base la planeación estratégica para establecer el área en la cual se ubica el trabajo, aunque la extensión y alcance del mismo se centra en el análisis de aspectos internos.

El fin que se persigue es el aporte de un análisis interno por medio de la herramienta VOPLES que permita de manera práctica, la evaluación interna de una Pyme ubicada en San Buenaventura, Coahuila; con la finalidad de ofrecer un diagnóstico de factores internos.

MARCO TEÓRICO

Para comenzar a definir y entender el concepto de planeación estratégica se debe partir de lo general y llegar a lo particular, si bien entonces:

Administración: En su libro "Administración" definen la administración como "el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional". (Hitt, Black, & Porter, 2006).

Proceso Administrativo: El proceso administrativo se define como una consecución de fases o etapas a través de las cuales se lleva a cabo la práctica administrativa. (FCAenlinea.com, 2006)

- La planeación, dentro de ella se realiza investigación del entorno e interna, planteamiento de estrategias, políticas y propósitos, así como de acciones a ejecutar en el corto, medio y largo plazo.
- La organización, disponer y coordinar todos los recursos disponibles como son humanos, materiales y financieros.
- La dirección, ejecución de los planes, la motivación, la comunicación y la supervisión para alcanzar las metas de la organización.
- El control, la ficha de cierre, es la función que se encarga de evaluar el desarrollo general de una empresa. (Chimal, 2013)

Planeación: La planeación, dentro de una organización, consiste en determinar los objetivos, metas a cumplir por parte de la organización de la misma y elegir cursos de acción; programas, planes, políticas, métodos, etc., convenientes para el logro de esos objetivos. (Definición de planeación, Zonaeconomica.com, 2011)

Planeación estratégica

Según Thomas S. Bateman planeación estratégica es un conjunto de procedimientos para la toma de decisiones respecto de las metas y estrategias de la organización a largo plazo.

Por otra parte Porter define la estrategia como “la creación de una posición única y valiosa que implica un conjunto diferente de actividades”

Y Philip Kotler define Planeación estratégica como, “Es el proceso gerencial de crear y mantener una congruencia viable entre los objetivos, habilidades y recursos de la organización y sus cambiantes oportunidades de mercado el propósito de la planeación estratégica es moldear los negocios y productos de la empresa de modo que produzcan mayores utilidades y crecimiento” (Gacia, 2014)

MÉTODOS Y MATERIALES

Para alcanzar el objetivo planificado en este trabajo se ha aplicado una investigación de tipo cualitativa, transversal-no probabilística, ya que se estarán estudiando variables de tipo cualitativo, donde los datos a analizar son de un caso en específico y se recopilan en un único momento de tiempo.

Además se aplicó una metodología de Investigación acción, pues implica Los participantes que están viviendo un problema son los que están mejor capacitados para abordarlo (James McKernan), lo que se lograra realizar con la colaboración del dueño de la mipyme analizada; Análisis de caso, donde el objetivo primordial es comprender este caso por medio de una inmersión en la mipyme; Teoría fundamentada, ya que permiten focalizar la recolección de datos y construir teorías a través de desarrollos conceptuales, como mapas mentales y mapas conceptuales los cuales construyen la realidad y las posibles soluciones respectivamente.

Para determinar la ruta de factores internos ubicada en el modelo de planeación estratégica de (George Steiner) de La Lonchería y Taquería Ak Mario (Pyme, de San Buenaventura, Coahuila), se utilizó la herramienta de análisis interno VOPLES, ya que en el se analizan los aspectos internos esenciales con lo que debe de contar una organización, sin importar su tamaño o giro.

Investigación Cualitativa

Cabe señalar que cada estudio cualitativo es por sí mismo un diseño de investigación. Es decir, no hay dos investigaciones cualitativas iguales o equivalentes. Puede haber estudios que compartan diversas similitudes, pero no replicas, como en la investigación cuantitativa.

Sus procedimientos no son estandarizados. Simplemente, el hecho de que el investigador sea el instrumento de recolección de los datos y que el contexto o ambiente evolucione con el transcurrir del tiempo, hacen a cada estudio único.

Diseño de Investigación Acción

El propósito de la investigación acción se centra en aportar información que guie la toma de decisiones para programas, procesos y reformas estructurales.

James McKernan fundamenta a los diseños de investigación acción en tres pilares:

- Los participantes que están viviendo un problema son los que están mejor capacitados para abordarlo en un entorno naturalista.
- La conducta de estas personas está influida de manera importante por el entorno natural en que se encuentran.
- La metodología cualitativa es la mejor para el estudio de los entornos naturalistas, puesto que es uno de sus pilares epistemológicos.

Las tres fases esenciales de los diseños de investigación acción son (Sampieri, 2006):

- Observar (construir un bosquejo del problema y recolectar datos)
- Pensar (analizar e interpretar).
- Actuar (resolver problemas e implementar mejoras)
- Retroalimentar (un nuevo diagnóstico)

Análisis de caso

La investigación con estudio de casos no es una investigación de muestras. El objetivo primordial del estudio de un caso no es la comprensión de otros. La primera obligación es comprender este caso.

El cometido real del estudio de casos es la particularización, no la generalización. Se toma un caso particular y se llega a conocerlo bien, y no principalmente para ver en qué se diferencia de los otros, sino para ver qué es, qué hace. Se destaca la unicidad, y esto implica el conocimiento de los otros casos de los que el caso en cuestión se diferencial pero la finalidad primera es la comprensión de este último. (Stake, 1999)

Teoría Fundamentada

Unas directrices analíticas que permiten a los investigadores focalizar su recolección de datos y construir teorías de rango medio a través de sucesivas recolecciones de datos y desarrollos conceptuales.

Como cualquier otro método cualitativo, la Teoría Fundamentada ofrece una manera de representar la realidad que arroje luz o un entendimiento sobre lo estudiado. Los investigadores la utilizan con el objetivo de crear categorías teóricas a partir de los datos y analizar las relaciones relevantes que hay entre ellas. (Charmaz, 2005)

RESULTADOS

El caso que se presenta se realizó en la ciudad de San Buenaventura, Coahuila en la mipyme “Tortas el Pechugo”. El análisis interno aplicado en dicha mipyme nos permitió obtener los siguientes resultados.

Según la teoría de sistemas de Peter Chekland, el empresario debe tener la razón de ser de su negocio, la cual debe contener los elementos del CATWDA; clientes, actores, transformación, puntos de vista, dueño y ambiente. Lo que al finalizar el proceso de la definición raíz, nos arrojó lo siguiente:

“Soy Víctor Hugo Córdova el dueño y cocinero de Tortas el Pechugo el puesto que vende las mas deliciosas tortas de bistec, pollo, puerco y pastor a las familias de San Buenaventura, Coahuila preparadas con los productos de mejor calidad surtidos por proveedores de Monclova, Coahuila”

A partir de ello el dueño Víctor Hugo (El Pechugo) identificó su proceso esencial como; “La preparación y venta de la especialidad de la casa, tortas de bistec, pollo, puerco y pastor”

Habiendo ya identificado la razón de ser de su negocio y el proceso esencial, se procede con la aplicación del VOPLES, el cual arrojó los siguientes resultados:

Figura 1. Grafica de porcentaje promedio de factores VOPLES

Como se muestra en la Figura 1. El factor con más alto porcentaje en promedio de la mipyme “Tortas el Pechugo” es el de Estructura con un 96% de 100%; mientras que el factor con más bajo porcentaje en promedio es el de Sistemas con un 28% de 100%.

Figura 1. Grafica de porcentaje promedio del factor Estructura.

Como se puede ver en la Figura 2. Dentro del factor de Estructura los ítems de responsabilidad de cada persona y el número adecuado de personas lograron obtener un 100 % de 100%; teniendo una existente responsabilidad común y específicas diseñadas claramente por etapas, además de ser difundida y comprendidas por todo el personal e implementarlas al 100%; de igual manera contar con un número ideal de personas para el proceso esencial y de soporte, y contar con congruencia en el número actual y el ideal.

Figura 3. Grafica de porcentaje promedio del factor Sistemas

Por otro lado en la Figura 3. Se muestra los ítems del factor Sistemas, donde la mayoría se encontraron por debajo del 50% de 100%, pues solo se quedaron en contar con la idea y la información necesaria para realizar un bosquejo sin lograr llevarlo a cabo.

CONCLUSIONES

El VOPLES nos muestra como se puede medir, evaluar y mejorar 6 de las variables más importantes de una Organización, La importancia que juega cada una de ellas por separado y a su vez en conjunto dentro de las diferentes fases del Método.

Además de mencionar que la forma gráfica de presentar los resultados es muy práctica:

- Fácil interpretación de los datos por el personal
- Identificación del tema a trabajar (no genera error de visualización)
- Se observan los datos como un todo, pero a su vez independientes.

Es una herramienta que es y será aplicada con un mejoramiento continuo integrado, empezando con un VOPLES personal, departamental e institucional.

En relación con el caso analizado se logró identificar que la mipyme “Tortas el Pechugo” en su factor más débil del VOPLES, la principal falla fue solo llegar a la planeación y no a la ejecución, lo que en ese caso comprueba la problemática definida.

BIBLIOGRAFÍA

Charmaz, K. (2005). Grounded theory in the 21st Century. The Sage handbook of qualitative research, 507-535.

Chimal, J. C. (18 de julio de 2013). Gestipolis.com. Recuperado el 19 de junio de 2017, de Gestipolis.com: <https://www.gestipolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>

CreceNegocios. (7 de Noviembre de 2014). CreceNegocios. Recuperado el 19 de Junio de 2017, de CreceNegocios: <http://www.crecenegocios.com/concepto-e-importancia-de-la-planeacion/>

Definición de planeación, Zonaeconomica.com. (Julio de 2011). Zonaeconomica.com. Recuperado el 19 de junio de 2017, de Zonaeconomica.com: <http://www.zonaeconomica.com/planeacion>

FCAenlinea.com. (2006). UNAM.mx. Recuperado el 19 de junio de 2017, de UNAM.mx: [fcaenlinea.unam.mx/2006/1130/docs/unidad8.pdf](http://www.fcaenlinea.unam.mx/2006/1130/docs/unidad8.pdf)

Gacia, A. H. (2014). Material didactico para el taller de planeacion estrategica. Irapuato, Guanajuato: Instituto Tecnológico Superior de Irapuato.

Hitt, M., Black, S., & Porter. (2006). Administración. Pearson Educación.

Sampieri, R. H. (2006). Metodología de la Investigación Cuarta Edición. Iztapalapa, México D.F: Infogon Web, S.A. de C.V.

Stake, R. (1999). Investigación con estudio de casos. Madrid: Ediciones Morata S.L.

Merary Galilea Mancha Vaquera y Rosalba Martínez Hernández

RESUMEN

La identificación de los factores de riesgos en las empresas desempeña un papel crucial, de ahí que este trabajo destaca que este tema ha sido objeto de estudio en otros países como Estados Unidos y Países Bajos, poniendo de relieve la limitada información que existe de este tema en México. Se analizaron los factores de riesgo que reportan las empresas cotizadas en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) pertenecientes al IPC, al año 2016. El objetivo es analizar los riesgos que las empresas presentan en sus reportes anuales mediante el análisis de contenido. En los resultados se observa que sobresalen los riesgos relacionados a los factores externos, entre ellos la industria altamente competitiva y los cambios en las leyes. Y entre los factores internos sobresalen los conflictos de interés entre sus accionistas.

ABSTRACT

The identification of risk factors in companies plays a crucial role, which is why this paper emphasizes that this subject has been studied in other countries such as the United States and the Netherlands, highlighting the limited information that exists on this topic in Mexico. We analyzed the risk factors reported by companies listed on the Mexican Stock Exchange (BMV) belonging to the IPC, to the year 2016. The objective is to analyze the risks that companies present in their annual reports through content analysis. The results show that the risks related to external factors, such as highly competitive industry and changes in laws, stand out. And among the internal factors stand out the conflicts of interest between its shareholders.

Palabras Clave: : Mercado Financiero, Transparencia Informativa, Risk Reporting, Financial Reporting, Non Financial Reporting

INTRODUCCIÓN

Para comprender la importancia de la información financiera, es necesario conocer y entender el sentido y la utilidad de la misma así como, ¿Quién da uso de ella?, ¿A quiénes beneficia?, ¿Para qué se utiliza? Todas estas preguntas constituyen una cultura contable y las bases de la transparencia informativa, la cual es necesaria para entender y darnos cuenta de los riesgos que se pueden presentar en el nuevo milenio, que se ubica en un ambiente de globalización de la economía y la internacionalización de los mercados financieros, de tal modo que la contabilidad de las empresas tendrá que adaptarse a las nuevas necesidades de los diferentes usuarios generando información útil para la oportuna toma de decisiones de los acreedores y accionistas de un negocio, así como de otros públicos interesados en la situación financiera de una organización (La importancia de la información financiera). La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) y Securities and Exchange Commission (SEC), son dependencias encargadas de la supervisión de los mercados financieros, en México y en Estados Unidos respectivamente. Su objetivo aparte de normar el desempeño de las empresas emisoras es proteger al público inversionista. Una de las formas de proteger a los inversionistas es mediante la emisión de normas específicas que deben seguir las empresas. Por lo anterior en este trabajo se tiene la finalidad de presentar los resultados de los factores de riesgo que las empresas cotizadas identifican a través de la construcción de un inventario de riesgos donde se muestran detalladamente los que con mayor constancia mencionan las empresas.

MARCO TEORICO

Es necesario entender que los mercados financieros es un área en donde compradores y vendedores se concentran para intercambiar activos financieros (Asociación Mexicana de Asesores Independientes de Inversiones, s.f.) y ocupan una posición fundamental en el sistema económico de los distintos países; por lo que es un tema crucial la transparencia informativa que han de demostrar quienes forman parte y coticen sus valores en estos mercados. Se entiende por ello, que han de aportar los elementos necesarios para hacer posible una rendición de cuentas (Díaz, 2006). Lo que es fundamento de la exigencia de una información clara y responsable ya que alude a la posibilidad de garantizar a cualquier inversor el acceso a toda la información esencial o relevante acerca de los valores negociados en dicho mercado, de la situación jurídica, económica y financiera de sus emisores, del sector de actividad al que estos pertenecen, del mercado en general, de los aspectos básicos de las operaciones realizadas en el mismo y de la economía en su conjunto, de tal modo que, a partir de la misma, puedan formarse una opinión fundada acerca de las particularidades que reporta cada diferente alternativa de inversión en términos de rentabilidad, riesgo, liquidez y seguridad jurídica.

En definitiva, la confiabilidad del mercado va de la mano de su transparencia. Utilizando una metáfora, podría decirse que el mercado debe ser como una copa de cristal: transparente por donde se le mire. Y con el mismo celo con que su dueño cuida la copa para evitar que se rompa, deberá el regulador cuidar de las estructuras del mercado (Ignacio Aragone Rivoir, 2011). En este contexto se han realizado diversos trabajos de investigación en países como, Reino Unido, Alemania, Italia, Estados Unidos y Países Bajos (Ver tabla 1). Lo que evidencia la relevancia del tema. Sin embargo, en México se han encontrado un limitado número de trabajos, con base en lo anterior se pone de relieve la necesidad y el interés de realizar aportaciones en este tópico.

Se entiende que la gestión de riesgos es un proceso mediante el cual las organizaciones evalúan, controlan y gestionan los riesgos a fin de incrementar el valor a todos sus grupos de interés. Un riesgo es “la posibilidad de que un hecho determinado (cualquiera) pueda ocurrir” (Rojas, 2002) y tiene dos componentes, probabilidad e impacto. La probabilidad es la posibilidad porcentual de que un evento positivo o negativo ocurra realmente, en tanto que el impacto mide la severidad con que se presentaran los efectos favorables o adversos, si el riesgo se convierte en certidumbre (Rojas, 2002).

MÉTODOS Y MATERIALES

Se parte de un enfoque cualitativo y un alcance descriptivo por que busca especificar las propiedades, características y los perfiles de las empresas que han sido sometidos a análisis. Es decir únicamente se pretende medir o recoger información de manera independiente (Sampieri, 2011). Se utilizó la técnica de análisis de contenido en una población de 146 empresas listadas a Junio de 2017, de las cuales se tomo una muestra de 35 empresas cotizadas en la bolsa Mexicana de Valores y pertenecientes al IPC. Se ha considerado esta muestra por que el IPC, es el principal indicador del comportamiento de Mercado de Valores (Bolsa Mexicana de Valores, 2014).

RESULTADOS

Con la finalidad de analizar los 1457 factores de riesgo que informaron las 35 empresas que cotizan en el IPC de la Bolsa Mexicana de Valores, mediante los reportes anuales presentados al año 2016. Se clasificó a los factores en dos categorías iniciales, factores externos y factores internos, para facilitar la lectura del inventario de riesgos con base en el trabajo previo de (Cruz y Martínez 2015). En primer lugar entre los riesgos que sobresalen de carácter jurídico y normativos (251 Riesgos) se consideran: las demandas, procesos judiciales, administrativos o arbitrales, litigios; la requisita de bienes, nacionalización o expropiación; los cambios en el ambiente regulatorio, específicamente los relacionados a las reformas aprobadas en materia de regulaciones ambientales, las regulaciones de la Comisión Federal de Competencia Económica, las reformas fiscales, la Ley del Seguro Social, la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita, la Ley Federal de Protección al Consumidor; la Ley de Propiedad Industrial, la Ley Federal del Trabajo, la Ley Federal de Telecomunicaciones, las legislaciones derivadas de la preocupación por la obesidad y salud personal; los sectores altamente regulados y las Normas de Seguridad en alimentos; el régimen de control de precios de los países; las barreras comerciales; los incrementos en derechos, impuestos y regalías; los Tratados de Libre Comercio; las políticas gubernamentales; las concesiones públicas; los incrementos en

Tabla. 1. Cuadro literario (Fuente: Elaboración propia)

Nº FUENTE	AUTOR Y FECHA	NOMBRE	PAIS	OBJETIVO
1	Beyer, A., et all (2010)	The financial reporting environment: Review of the recent literature	Estados Unidos	Determinar la contribucion relativa entre divulgación voluntaria, información proporcionada por intermediarios y divulgacion obligatoria
2	Robert Davidson, et all (2015)	Executives' "off-the-job" behavior, corporate culture, and financial reporting risk	Estados Unidos	Indagar la relación existente entre el comportamiento de los CEO fuera de su área de trabajo y que tanto inflúa ésta en los reportes financieros.
3	Tamer Elshandidy, et all (2015)	What drives mandatory and voluntary risk reporting variations across Germany, UK and US?	Reino Unido, Egipto	Explorar el grado en que las características del país influyen en el riesgo de los informes obligatorios y voluntarios entre firmas no financieras a través de Alemania, Reino Unido y EE-UU.
4	Ahmed Al-Hadi, et all (2016)	Ruling Family Political Connections and Risk Reporting: Evidence from the GCC	Muscat, Australia	Si la presencia de miembros de la familia dirigentes en juntas directivas, influye en el grado y la calidad de la divulgacion obligatoria.
5	Tamer Elshandidy, Philip J. Shrivies (2016)	Environmental Incentives for and Usefulness of Textual Risk Reporting: Evidence from Germany	Reino Unido	Investigar el grado en el cual los incentivos ambientales influyen en empresas no financieras alemanas en la divulgación de su información anual.
6	Neveen Abdelrehim, et all (2017)	Understanding risk disclosures as a function of social organisation: A neo-Durkheimian institutional theory-based study of Burmah Oil Company 1971e1976	Reino Unido, Egipto	Se busca comprender las gestiones de riesgos aplicando una teoría que deriva de la antropología social y puede proporcionar potencialmente una explicación causal para las divulgaciones anuales de informes. se basa en otras fuentes para tratar de entender por qué las divulgaciones de riesgo existen tal como son.
7	Gaia Melloni, et all (2017)	Saying more with less? Disclosure conciseness, completeness and balance in Integrated Reports	Reino Unido, Italia, Países Bajos	Documentar si los niveles más bajos de concisión y completitud / equilibrio en Reportes Integrados esán asociados con un desempeño más debil en una empresa.
8	Jaco van der Westhuizen, Karel Stanz (2017)	Critical incident reporting systems: A necessary multilevel understanding	Sudáfrica	Explora la construcción social del reporting a través del análisis basado en 3 niveles organizativos: seguridad, historia del sistema e información local.
9	Charl de Villiers, Umesh Sharma (2017)	A critical reflection on the future of financial, intellectual capital, sustainability and integrated reporting	Nueva Zelanda, Sudáfrica	Examina el futuro de la presentación de informes de la IC, ofreciendo reflexiones críticas en diferentes formas de informes en relacion con Reportes Integrados.
10	Jenna J. Burke, Cynthia E. Clark (2016)	The business case for integrated reporting: Insights from leading practitioners, regulators, and academics	Estados Unidos	Orientar al profesional para el diseño y la implementación de informes integrados.

Sin embargo, en México se han encontrado limitadas investigaciones acerca del tema, el reto es entonces dirigir a las organizaciones hacia una cultura de proyección y prevención de riesgos para lograr resultados positivos tanto para la empresa como para los grupos de interés. Finalmente, la gestión de riesgos y la información por parte de las empresas es un tema de gran importancia para la economía de México como a nivel global, de ahí la importancia de continuar con trabajos futuros en esta línea de investigación en nuestro país ya que la prevención del riesgo contribuye a obtener un buen funcionamiento en todas las áreas que conforman la organización incluyendo el cumplimiento de estándares y políticas.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

- La importancia de la información financiera. (s.f.). Recuperado el 15 de Junio de 2017, de Mheducation: higher-ed.mheducation.com/sites/dl/free/9701042557/114499/CapituloMuestra.pdf
- Charl de Villiers, U. S. (May de 2017). A critical reflection on the future of financial, intellectual capital, sustainability and integrated reporting . *Critical Perspectives on Accounting*.
- Abigail Cruz, R. M. (2015). Factores de riesgo en México: Análisis de los reportes anuales de las empresas pertenecientes al índice de precios y cotizaciones. EFAN .
- Ahmed Al-Hadi, G. T.-Y. (December de 2016). Ruling Family Political Connections and Risk Reporting: Evidence from the GCC. *The International Journal Accounting*, 51.
- Anne Beyer, D. A. (December de 2010). The financial reporting environment: Review of the recent literature . *Journal of Accounting and Economics*, 50.
- Asociacion Mexicana de Asesores Independientes de inversiones, A. (s.f.). Obtenido de <http://www.amaii.com.mx/AMAII/Portal/cfpages/contentmgr.cfm?fuente=nav&docId=96&docTipo=1>
- Berelson, B. R. (1952).
- Bolsa Mexicana de Valores. (2014).
- Diaz, I. (3 de Octubre de 2006). La transparencia informativa y ética social . Obtenido de <https://www.rankia.com/articulos/210159-transparencia-informativa-etica-social>
- Gaia Melloni, A. C. (May de 2017). Saying more with less? Disclosure conciseness, completeness and balance in Integrated Reports. *Journal of Accounting and Public Policy*, 36.
- Hernandez Sampieri, R. (2004). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Ignacio Aragone Rivoir, E. R. (2011). La transparencia informativa como camino hacia la eficiencia en el mercado de valores. Obtenido de <https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/353/CDS08030041.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jaco van der Westhuizen, K. S. (July de 2017). Critical incident reporting systems: A necessary multilevel understanding. *Safety Science*, 96.
- Jenna J. Burke, C. E. (May de 2016). The business case for integrated reporting: Insights from leading practitioners, regulators, and academics. *Business Horizons*, 59.
- Neveen Abdelrehim, P. L. (January de 2017). Understanding risk disclosures as a function of social organisation: A neo-Durkheimian institutional theory-based study of Burmah Oil Company 1971–1976. *The British Accounting Review*, 49.
- Robert Davidson, A. D. (July de 2015). Executives' "off-the-job" behavior, corporate culture, and financial reporting risk. *Journal of Financial Economics*, 117, 28.
- Rojas. (2002).
- Sampieri, C. 5. (2011).
- Tamer Elshandidy, I. F. (December de 2015). What drives mandatory and voluntary risk reporting variations across Germany, UK and US? *The British Accounting Review*, 394.
- Tamer Elshandidy, P. J. (December de 2016). Environmental Incentives for and Usefulness of Textual Risk Reporting: Evidence from Germany□. *The International Journal of Accounting*, 51.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE SISTEMA DE INFORMACIÓN GERENCIAL INFORMÁTICO DE CONTROL INTERNO COMO HERRAMIENTA PARA ELEVAR LA PRODUCTIVIDAD EN LAS MIPYMES.

Rubí Maribel Perales Zavala y Verónica Martínez Vela

RESUMEN

Este proyecto es de gran importancia para las MIPYMES, ya que en base a algunos resultados obtenidos se resaltó que la mayoría de estas empresas no crecen gracias a que no llevan un control interno adecuado, este estudio ha dado la oportunidad de conocer más a fondo el manejo de las empresas por medio de algunas herramientas como lo son las encuestas y entrevistas realizadas a los dueños o encargados, con este software se podrá tener más organización y a la vez mas ventas pero una de las cosas más importantes es la toma de decisiones ya que la mayoría de estas empresas toman decisiones sin tener datos o la información necesaria para hacerlo.

ABSTRACT

This project is of great importance for the MIPYMES, since based on some results obtained it was highlighted that most of these companies do not grow because they do not have adequate internal control, this study has given the opportunity to know more about the Management of companies by means of some tools such as surveys and interviews made to the owners or managers, with this software will be able to have more organization and at the same time more sales but one of the most important things is the decision making since Most of these companies make decisions without having data or the information needed to do so.

Palabras Clave: Control interno, Herramientas, MIPYMES, software, organización.

INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de información dentro de las PYMES juegan un papel muy importante en aquéllas que las tienen. Permiten desde la interacción más directa y eficiente con el proveedor, pasando por la mejora de los procesos internos de la empresa hasta poder conocer al cliente y sus preferencias. Pero esto muchas veces no lo ven o no lo saben los administradores de este tipo de empresas y oponen una gran resistencia al cambio. Cabe mencionar que las PYMES que no incorporen el uso de las tecnologías de información como parte del negocio ponen en riesgo su permanencia en el mercado ya que siempre existirán otras PYMES que sí lo hagan y obtengan una ventaja competitiva. Las herramientas TIC ofrecen software con el que tanto la plana gerencial como el personal pueden acceder a información relevante y de última hora sobre la evolución que está registrando el negocio.

Dichas herramientas le ayudan a penetrar más a fondo en los factores clave del negocio, y le permiten identificar a los clientes más rentables, a los proveedores más eficientes, y detectar a tiempo los posibles problemas que puedan surgir en la organización y que requieran una corrección rápida. 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. Las PYMES presentan diferentes necesidades que las hacen recurrir al uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Anteriormente cuando este proyecto inicio se realizaron varias encuestas a empresas pequeñas y medianas que algunas ya contaban con algún sistema para llevar su control interno, pero otras no, las encuestas fueron realizadas en diferentes zonas y en base a esto nos dimos cuenta a que empresas les interesaba este tipo de proyectos, algo importante que pudimos percatar es que muchas empresas tienen miedo al cambio o a crecer, ya que están en una zona de confort y con ellos es suficiente.

MARCO TEORICO

MARCO CONCEPTUAL

MIPYMES: Las pymes son las pequeñas y medianas empresas, esto es, las empresas que cuentan con no más de 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Son empresas de no gran tamaño ni facturación, con un número limitado de trabajadores y que no disponen de los grandes recursos de las empresas de mayor tamaño.
SISTEMAS DE INFORMACION: Un sistema de información es un conjunto de elementos interrelacionados con el propósito de prestar atención a las demandas de información de una organización, para elevar el nivel de conocimientos que permitan un mejor apoyo a la toma de decisiones y desarrollo de acciones.

FACTIBILIDAD: El estudio de factibilidad es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa pre-operativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación.

CONTROL INTERNO: El control interno es un proceso ejecutado por el consejo de directores, la administración y todo el personal de una entidad, diseñado para proporcionar una seguridad razonable con miras a la consecución de objetivos en las siguientes áreas: Efectividad y eficiencia en las operaciones, Confiabilidad en la información financiera, Cumplimiento de las leyes y regulaciones aplicables.

El control interno comprende el plan de organización y el conjunto de métodos y medidas adoptadas dentro de una entidad para salvaguardar sus recursos, verificar la exactitud y veracidad de su información financiera y administrativa, promover la eficiencia en las operaciones, estimular la observación de las políticas prescrita y lograr el cumplimiento de las metas y objetivos programados.

SOFTWARE: Se refiere al equipamiento lógico o soporte lógico de una Computadora digital, y comprende el conjunto de los componentes legales necesarios para hacer posible la realización de tareas específicas; en contraposición a los componentes físicos del sistema, llamados Hardware. Tales componentes lógicos incluyen, entre muchos otros, programas informáticos como Procesador de textos, que permite al usuario realizar todas las tareas concernientes a edición de textos; software de sistema, tal como un sistema operativo, que, básicamente, permite al resto de los programas funcionar adecuadamente, facilitando la interacción con los componentes físicos y el resto de las aplicaciones, también provee una interfaz para el usuario.

MÉTODOS Y MATERIALES

Métodos: En este estudio se llevó a cabo una investigación de campo, de tipo cuantitativa y descriptiva, ya que recurrimos a las encuestas y entrevistas, utilizando como base los datos recolectados anteriormente.

Hipótesis:

H01: Las MiPymes de la región centro necesitan información confiable para cumplir sus obligaciones fiscales y legales.

Ha1: Las MiPymes de la región centro no necesitan información confiable para cumplir sus obligaciones fiscales y legales.

Muestra: En base a los resultados obtenidos anteriormente se pudo percatar que 330 empresas de Monclova, Coahuila estaban interesadas en cambiar o mejorar su sistema de control interno, algunas no cuentan con ningún sistema para el manejo de esta información y también estaban dispuestos a poner a prueba este nuevo proyecto, de ahí se tomó una muestra de 90 empresas de distintos sectores o colonias, algunas se encuentran en zona centro, en el pueblo, estancias de san juan, entre otras colonias, obteniendo un nivel de confianza del 90%.

Las encuestas fueron realizadas a los dueños o encargados de estas empresas, donde tuvimos varias limitaciones y una de ellas es que algunos negocios no están dispuestos a crecer tienen miedo al cambio, no confían en las personas y por lo mismo no permiten el acceso de esta información, algunas empresas prefieren quedarse a la antigua y no avanzar pero no saben que con el tiempo eso les perjudica ya que es una desventaja competitiva ya que en estos tiempos si no te actualizas te quedas atrás y tu negocio y tu como dueño vas perdiendo, también algunas personas nos contestaban las encuestas pero solo por contestarla y sus respuestas no eran verídicas ni de confiar.

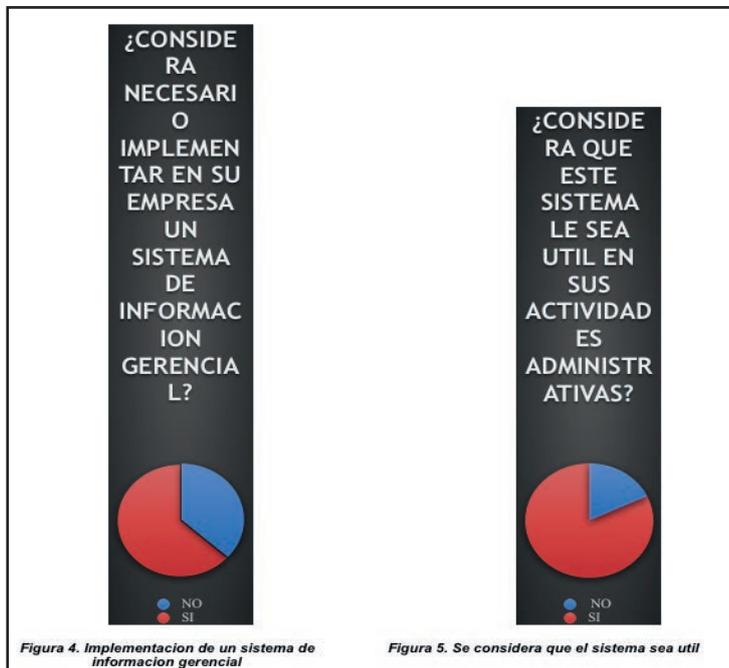
Instrumento de medición: La técnica utilizada en este estudio fue la encuesta donde se estructuro detalladamente un cuestionario de opción múltiple y preguntas abiertas.

Procesamiento Estadístico: El procesamiento estadístico utilizado fue una base de datos creada en el programa de Microsoft Excel 2016.

RESULTADOS

En base a los resultados obtenidos se comprobó que las MiPymes de la región centro necesitan información confiable para cumplir sus obligaciones fiscales y legales, de las encuestas realizadas pudimos darnos cuenta que la mayoría de las MiPymes procesa la información fuera de la empresa, y en si no llevan un buen control interno porque solo manejan lo que es la contabilidad pero no llevan a cabo un buen registro de almacén, no saben si en verdad está saliendo o entrando la mercancía que es o si requieren de algún reporte o un dato para tomar una decisión al instante tampoco pueden porque no tienen datos verídicos, también nos dimos cuenta que la mayoría de las empresas no cuentan con un programa o aplicación para llevar un buen manejo de la información lo cual esto los hace tener una gran desventaja ante las demás empresas, en realidad son muy pocas las que si cuentan con una aplicación y que tienen una licencia de paga o libre, la mayoría de la gente cree que no es gran importancia ya que casi en la totalidad respondieron que la información tanto administrativa como financiera era solo para cumplimiento de obligaciones fiscales y legales, y no para tener un buen manejo, un buen crecimiento o simplemente cumplir con las necesidades del cliente, ya que un cliente luego luego se percata cuando hay organización en un negocio y eso los deja aun mas satisfechos, y ademas muchos encargados o dueños decían que no era necesario implementar algun sistema ya que asi les funcionaba bien, muchas veces el miedo al cambio o a salir de la zona de confort no los deja crecer ni como persona ni como empresa y para mi ese es uno de los motivos que creo yo de los mas comunes por lo que las empresas quiebran, aunque a su vez algunos comentaron que el software que se les ofrecio era de gran utilidad y contaba con muchos modulos pero aun asi no estaban dispuestos a darse la oportunidad de probarlo, del total de las empresas realizadas se consiguio que 6 de ellas accedieran a una prueba piloto la cual consiste en probar el equipo durante 2 o 4 meses para saber en realidad que tan factible o beneficiario era para la empresa

estas empresas accedieron gracias a que ya tuvieron algún conflicto con los clientes o entre ellos mismos por no tener buenos datos a la mano o simplemente por que hay personas que les gusta crecer y no quedarse atrás, se pretende tener un muy buen resultado y que los que accedieron a la prueba vean grandes cambios en sus ventas y en todas las áreas de su negocio ya que ahí está el futuro de este proyecto, algunas empresas aun no quieren darse cuenta de la importancia o la influencia que tienen las TICs en los negocios ahora en la actualidad muchas personas prefieren quedarse a la antigua porque así les ha funcionado pero lo malo es que ahora en la actualidad si no estas a la vanguardia de la tecnología te quedas abajo mientras los demas crecen.



CONCLUSIONES

Este proyecto ayudara a crecer a muchas empresas tanto en sus ventas como en su organización dentro de distintas áreas, promete tener gran impacto en el mundo de los negocios ya que con un buen funcionamiento tendrá muy buenos resultados con los clientes, muchas personas no accedían a ayudar este proyecto por miedo a fracasar pero con las 6 personas que permitieron hacer una prueba piloto será suficiente para sacar adelante este proyecto, en base a los resultados obtenidos llegamos a un acuerdo en el cual nos dimos cuenta que si es factible desarrollar sistemas de control interno ya que muchas empresas no cuentan con un buen sistema y algunas empresas no cuentan con ningún tipo de herramienta para auxiliarse, la mayoría de las empresas tienen miedo al cambio pero poco a poco irán actualizándose y en un futuro ya no será una opción, y apoyamos la hipótesis planteada ya que en verdad se necesita de información confiable y verídica para cumplir sus obligaciones fiscales y legales.

BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

Secretaría de economía. 2006-2012, de economia.gob.mx/mexico-emprende/fondo-pyme-int

consultores de informática administrativa CDMX, México, 2003-2017 Manuel José Othón

Artículos en línea

MALDONADO, G. (2010). "La influencia de las TICs en el rendimiento de la pyme" en investigación y ciencia, No. 47, pp. 57-65. Consultada en <file:///C:/Users/RUBY/Desktop/proyecto%20pymes/Articulo%207.pdf> (fecha de consulta 02-08-2017)

SOTO, B. (2016). "Que son las pymes" en gestion.org, consultada en <https://www.gestion.org/economia-empresa/creacion-de-empresas/6001/que-son-las-pymes/>.

Peña Ayala, Alejandro. (2009). Ingeniería de software: Guía para crear sistemas de información.

(2001, abril 8). ¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto? Consultado de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

Gómez Giovanni. (2001, Mayo 11). Control interno en la organización empresarial. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/control-interno-organizacion-empresarial/>

ACOBSON, Ivar; BOOCH, Grady; RUMBAUGH, James (2000). El Proceso Unificado de Desarrollo de Software (en Español). Pearson Addison-Wesley.

SISTEMA DE CONTROL INTERNO COMO APOYO A LA TOMA DE DECISIONES EN LAS MIPYMES

Tracy Gysselle de León Muñoz y Rubén Miguel Riojas Rodríguez

RESUMEN

Este proyecto se centra en automatizar los procesos de compras, ventas e inventarios de las MiPyMEs, con el diseño, desarrollo e implementación de un sistema de información de acuerdo a las necesidades de estas empresas. Así como también impulsa la innovación y desarrollo tecnológico en la Región Centro de Coahuila en especial de las micro, pequeñas y medianas empresas. Para ello, se establecieron diagnósticos sobre el estado de situación actual y posibilidades de futuro, a partir de las opiniones y sugerencias que se dan directamente por las MiPyMEs y tratar de aportar ciertas conclusiones y recomendaciones en el ámbito de la innovación e investigación, con el fin de conseguir, mayor eficiencia en los instrumentos de apoyo para las micro, pequeñas y medianas empresas.

ABSTRACT

This project focuses on automating the purchasing, sales and inventory processes of MSMEs, with the design, development and implementation of an information system according to the needs of these companies. As well as promoting innovation and technological development in the Central Region of Coahuila, especially micro, small and medium enterprises. To achieve this, diagnoses were established on the current state of play and possibilities for the future, based on the opinions and suggestions that are given directly by the MSMEs and try to contribute certain conclusions and recommendations in the field of innovation and research, in order to achieve greater efficiency in the instruments of support for micro, small and medium enterprises.

Palabras Clave: Desarrollo, Diseño, MiPyMEs, Innovar.

INTRODUCCIÓN

No es de extrañar que las MiPymes desarrollen estrategias para su crecimiento, ya que las medianas compañías en el país tienen como prioridad la búsqueda de mejoras en sus procesos y pretenden estar mejor preparadas y ser cada vez más competitivas. Las tecnologías de información aportan favorablemente al crecimiento de las pequeñas y medianas empresas (pymes), ya que les permiten mejorar y optimizar procesos, agilizar operaciones y sus diferentes actividades, como bien puede ser capturar datos, procesarlos y convertirlos en información de análisis, que les permita tomar mejores decisiones.

Métodos y materiales

Metodología: Se utilizó el modelo en cascada, éste ordena rigurosamente las etapas del proceso para el desarrollo de software, de tal forma que el inicio de cada etapa debe esperar a la finalización de la etapa anterior. En este proyecto comenzamos a partir de la siguiente etapa:

- Diseño del programa.

Utilizamos como herramientas los siguientes softwares:

- MySQL WorkBench 6.3.9, diseño de diagrama entidad-relación.
- Microsoft Office 2013, diseño diagramas de flujo.
- Balsamiq Mockups, basados en los bocetos realizados en este software diseñamos las ventanas en Microsoft Visual Studio 2012.
- Oracle MySQL como sistema manejador de bases de Datos.
- Microsoft Visual Studio 2012, como entorno de desarrollo integrado.
- Codificación.

El lenguaje de programación empleado es C#. Desarrollamos una clase la cual contiene métodos para la conexión del sistema con la base de datos, estos métodos están conformados por consultas. Para que la conexión funcione correctamente incorporamos la librería MySql.Data.MySqlClient.

Durante esta etapa se desarrollaron los siguientes procesos:

- Login consta de 3 ventanas.

1. Inicio de sesión, se piden dos datos (nombre de usuario y clave), estos dos datos se guardan en dos cajas de texto que luego se comparan con los campos usuario y password en los registros que existen en la tabla "empleado" de la base de datos, si los datos que ingresó son erróneos, o se presenta algún problema de conexión, el sistema arrojará una alerta con el fin de que el usuario se entere que ocurrió un error y corrija la información. La primera vez que el empleado inicia sesión tiene asignada una contraseña igual al nombre de usuario, automáticamente se le pedirá cambiar su contraseña, compara con un if las dos cajas de texto que contienen los datos "usuario y clave" si ambos son iguales, se abrirá la próxima ventana.

2. Nueva Contraseña: el empleado escribirá su nueva contraseña dos veces, las dos contraseñas son comparadas mediante un if, si tuvo errores al repetir la contraseña se mostrará una alerta de error para hacer las correcciones necesarias, si el proceso se completó satisfactoriamente, regresará a la ventana login.

3. La tercera ventana es Cambio de contraseña: cuando el empleado así lo desee, podrá acceder desde el menú Herramientas que se encuentra en la ventana principal. Se piden 3 datos, contraseña anterior y la nueva contraseña dos veces. Primero se guarda en una variable "u" el nombre de usuario que se encuentra logeado en el sistema, se realiza una consulta a la tabla empleado donde se comparan la variable "u" y la caja de texto donde se escribe la contraseña anterior, si la información es correcta se toman las dos cajas de texto donde se escribe la nueva contraseña y se comparan con un if, si éstas son iguales el cambio de contraseña es realizado correctamente; esto ocurre con un update al campo password de la tabla empleado, si se presenta algún error el sistema manda una alerta para que se realicen las correcciones necesarias.

□ Catálogos: Ventanas donde el usuario podrá hacer altas, bajas y cambios de empleados, productos, almacenes, clientes, proveedores, departamentos, gastos, obligaciones, puestos, solicitudes de cotización y requisiciones.

□ Compras consta de 4 ventanas:

1. Catálogo Requisición, se piden los datos: Numero de requisición, producto, unidad de medida, solicitante, cantidad, fecha de pedido y fecha de entrega. Producto, unidad de medida y solicitante son combobox éstos se llenan mediante el método LlenarComboBox(), en este se realiza una consulta en la base de datos a la tabla que corresponde cada combobox en el caso del solicitante se hace la consulta a la vista_empleado, los datos que se seleccionan en cada uno son nombre, descripción y nombrecompleto, respectivamente. En este formulario se realizan altas con la consulta INSERT así como también bajas o cambios mediante la consulta UPDATE. También se podrán consultar los registros de la tabla desde el botón buscar, mediante un SELECT a la vista_requisicion.

2. Validar Requisición: en este formulario se realizan tres consultas, la primera es un SELECT a la vista_requisicionno que nos muestra las requisiciones que no están autorizadas, la segunda es un SELECT a la vista_requisicion nos muestra las requisiciones que están autorizadas, la tercera es un UPDATE al campo estatus de la tabla requisición para autorizarla.

3. Solicitar Cotización: se piden los datos: Numero de cotización, descripción, fecha, empleado, proveedor, requisición. Empleado, proveedor y requisición son combobox éstos se llenan mediante el método LlenarComboBox(), en este se realiza una consulta en la base de datos a la tabla que corresponde cada combobox en el caso del empleado se hace la consulta a la vista_empleado, los datos que se seleccionan en cada uno son nombrecompleto, empresa, NoRequisición, respectivamente. En este formulario se realizan altas con la consulta INSERT así como también bajas o cambios mediante la consulta UPDATE. También se podrán consultar los registros de la tabla desde el botón buscar, mediante un SELECT a la vista_soliccotizacioncatalogo.

4. Solicitud Cotizacion: en esta se realiza una consulta a la vista_soliccotizacion, nos muestra una lista con todas las solicitudes de cotización para que, tras seleccionar alguna enviar por correo al proveedor que se haya seleccionado.

RESULTADOS

Figura 1. Login: El empleado escribirá sus datos (Nombre de Usuario y Clave), a continuación dará clic en el botón que se encuentra en la esquina inferior derecha para acceder al sistema, si los datos que ingresó son erróneos, o se presenta algún problema de conexión a la base de datos, el sistema arrojará una alerta con el fin de que el usuario se entere que ocurrió un error y corrija la información, o bien, pida asesoramiento para iniciar sesión correctamente. Si es la primera vez que el empleado inicia sesión automáticamente se le pedirá cambiar su contraseña llevándolo a la siguiente ventana:



Figura 2. Nueva contraseña: El empleado escribirá su nueva contraseña dos veces y enseguida dará clic en Aceptar; si el usuario tuvo errores al repetir la contraseña se mostrará una alerta de error para hacer las correcciones necesarias, si el proceso se completó satisfactoriamente, regresará a la ventana login para iniciar sesión con la nueva contraseña. Si el usuario no tuvo problemas con iniciar sesión, en seguida lo llevará a la ventana principal.

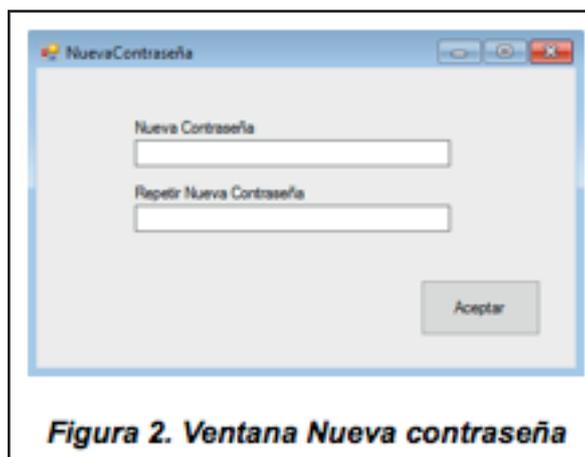


Figura 2. Ventana Nueva contraseña

Figura 3. Herramientas Cambiar contraseña: abrirá una ventana para que el usuario cambie su contraseña en caso de que así lo requiera.

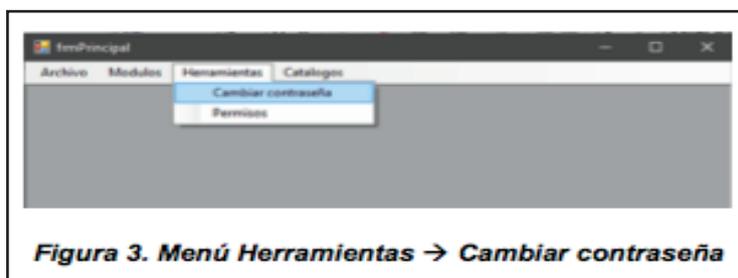


Figura 3. Menú Herramientas → Cambiar contraseña

Figura 4. Modificar contraseña: El empleado escribirá su contraseña anterior, enseguida su nueva contraseña y la repetirá. Por último dará clic en Aceptar, si el usuario tuvo errores al repetir la contraseña se mostrará una alerta de error para hacer las correcciones necesarias y los cambios no se guardarán, si el proceso se completó satisfactoriamente se hará el cambio, su sesión no será cerrada y podrá continuar dentro del sistema normalmente.



Figura 4. Ventana Modificar Contraseña

Figura 5. Requisición: Si el usuario desea dar de alta una nueva requisición deberá presionar el botón Insertar, éste habilita los controles para llenar los datos que se piden, luego de esto guardará los cambios haciendo clic en Guardar. Si desea modificar un dato antes deberá buscar el registro que desea modificar haciendo clic en buscar. Luego de haber hecho los cambios necesarios dará clic en Guardar.



Figura 5. Ventana Catalogo Requisición

Figura 6. Validar requisición: El usuario podrá validar las requisiciones no autorizadas dando doble clic sobre el renglón donde se encuentra la requisición que desea autorizar, luego de esto pasará a la lista de las requisiciones autorizadas.



Figura 6. Ventana Validar requisición

Figura 7. Solicitud de cotización. Si el usuario desea dar de alta una nueva solicitud de cotización deberá presionar el botón Insertar; éste habilita los controles para llenar los datos que se piden, luego de esto guardará los cambios haciendo clic en Guardar. Si desea modificar un dato, antes deberá buscar el registro que desea modificar haciendo clic en buscar. Luego de haber hecho los cambios necesarios dará clic en Guardar.

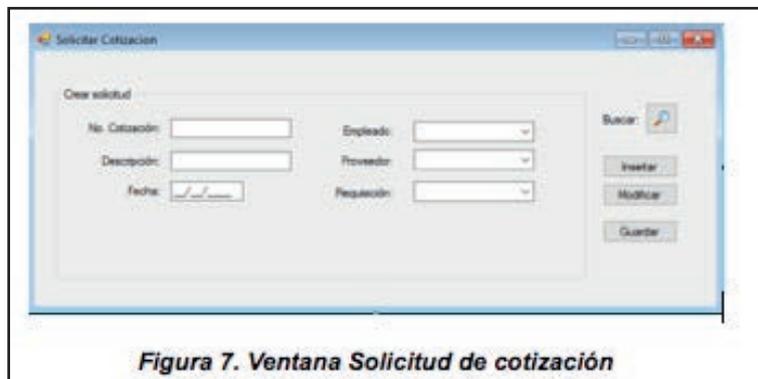


Figura 7. Ventana Solicitud de cotización

Figura 8. Enviar solicitud de cotización. El usuario podrá ver las solicitudes que se encuentran en espera para ser enviadas, seleccionará las cotizaciones que desea enviar al proveedor, después dará clic en enviar solicitud y se abrirá una ventana Enviar Correo.



Figura 8. Ventana Enviar solicitud de cotización

CONCLUSIONES

Para toda empresa la información es un recurso de gran importancia, así que requiere de atención, y que mejor cuidado que el manejarla por medio de un sistema de información que permita analizar todos los datos y reportes generados por las actividades llevadas a cabo para el funcionamiento de la empresa. Gracias a nuestro proyecto las MiPyMEs de la Región Centro de Coahuila se beneficiarán y se verán automatizadas en sus procesos diarios lo cual logrará un mayor impacto en la sociedad y también, para poder ofrecer mejores productos y servicios a todo el mercado y elevar la competitividad.

BIBLIOGRAFIA

McGraw-Hill Companies, 1998, S. Pressman, Roger. Ingeniería del software: Un enfoque práctico.
 McGraw-Hill Companies, 2004, Daniel Cohen Karen. Sistemas de información para los negocios.

SISTEMA BANCARIO Y SU DESVINCULACIÓN DEL SECTOR PRODUCTIVO

Mata Vera María Claudia y Quintana Estrada Aderak

RESUMEN

En virtud de que las mipymes enfrentan un limitado acceso al financiamiento bancario, esto impone un límite a su crecimiento productivo. Pero para afrontar sus necesidades financieras recurren a otras fuentes, que a pesar de facilitarles recursos estos resultan insuficientes, siendo la principal de estas los proveedores. Por ello resulta relevante que el sistema financiero tenga un estrecho vínculo con el sector productivo que garantice una fuente de empleos constante, contribuyendo así a una mejor distribución del ingreso. Siendo el principal objetivo de este trabajo el análisis de las principales causas que han provocado la desvinculación del sistema bancario con el sector productivo.

ABSTRACT

By virtue of that the mipymes face a limited access to the bank financing, this imposes a limit to his productive growth. But to confront his financial requirements they resort to other sources, which in spite of facilitating resources these to them turn out to be insufficient, being the principal one of these the suppliers. For it turns out relevant that the financial system has a narrow link with the productive sector that guarantees a constant source of employments, contributing this way to a better distribution of the revenue. Being the principal aim of this work the analysis of the principal reasons that have provoked the detachment of the bank system with the productive sector.

Palabras clave: Sistema financiero, dinero crédito, mipymes.

INTRODUCCIÓN

La trascendencia del financiamiento para aspirar al desarrollo económico tal como lo plantea Reyes (2015), implica que la relación financiamiento-desarrollo económico es uno de los temas más importantes para comprender el crecimiento económico, la distribución de los ingresos, las crisis, las relaciones entre la banca, el gobierno, las empresas y familias, para interpretar adecuadamente el papel del crédito como herramienta fundamental de desarrollo (p.55). Por lo que los problemas en el funcionamiento de los mercados de crédito constituyen un obstáculo para el crecimiento económico de los países, y afectan, particularmente, a las pequeñas y medianas empresas, no sólo a las que se encuentran en actividad sino también a las que están por iniciar. La importancia de esto justifica la intervención de los gobiernos para atenuar las fallas en los mercados y potenciar el desarrollo productivo mediante el fortalecimiento de este tipo de agentes (Ferraro & Goldstein, 2011).

Esto debido a que las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) son la base a través de la cual se puede combatir la pobreza sin recurrir a un esquema de dádiva, caridad y dependencia, mediante esquemas adecuados de financiamiento. Fortalecer las microempresas es fortalecer la base económica de la sociedad, es en sí la oportunidad que tienen las personas para cambiar su vida. (Ampudia, 2008). Por lo tanto el financiamiento representa la oportunidad para completar el ingreso necesario para el desarrollo de fuentes de trabajo, capitalizar recursos y desarrollar el capital humano.

Las mipymes son las que tienen mayor vinculación con el sector productivo, con las distintas modificaciones y reformas por las que ha pasado el sector financiero éstas son las que menor acceso a créditos tienen porque no cumplen con los requisitos necesarios para poder obtenerlo, imponiendo una limitante en su modernización e innovación productiva, e impactando de manera negativa en su contribución al desarrollo de la economía de México. A partir de esta idea, la pregunta de investigación se centra en responder que la insuficiencia crediticia prevaliente en años recientes, generada por la desregulación financiera, y el proceso de privatización y extranjerización de la banca ha contribuido a que el acceso por parte de las mipymes al financiamiento bancario sea limitado, asociado a ello, una alta mortalidad de los negocios que inician, la ausencia de garantías financieras, el elevado costo financiero del crédito, los trámites onerosos, acentúan aún más dicha insuficiencia.

Ampliando la idea anterior el acceso al financiamiento que tienen las mipymes en los últimos años ha disminuido significativamente aun cuando son consideradas unidades económicas que tienen una importante participación en el desarrollo nacional, a diferencia de las grandes empresas, las mipymes generan un mayor número de empleos, por ello resulta importante destacar que la falta de financiamiento ha constituido un obstáculo en una mayor modernización e innovación para su crecimiento, y adaptación a las condiciones cambiantes de los mercados, en cierta medida esto explica el estancamiento de México. (Reyes, 2015; Aderak, 2014; Lara, 2015;

Quinta & Soto, 2013).

METODOLOGÍA

En las ciencias sociales existe el método deductivo por lo que no se plantea una hipótesis, más bien una pregunta de investigación. Para dar respuesta a la pregunta de investigación, se utilizó como marco teórico el pensamiento económico heterodoxo, a partir de la revisión de autores como Max, 2001; Hilferding, 1971; Keynes, 1996; Galbraith, 1983 y Pargués, 2016 resaltan el origen del dinero crédito en el sistema capitalista y su importancia con el sistema productivo y el desarrollo del mismo, ya que sin la existencia de éste no funcionaría la economía. Tal como lo dice Marx (2001), el sistema de crédito aparece como la palanca principal de la superproducción y del exceso de especulación en el comercio, por lo tanto, el crédito acelera el desarrollo material de las fuerzas productivas y la instauración del mercado mundial, bases de la nueva fuerza de producción, que es misión histórica del régimen de la producción capitalista implantar hasta un cierto nivel (p.419).

RESULTADOS

La historia reciente del sistema financiero mexicano ha sido inestable, en la cual se pueden vislumbrar claramente tres etapas, la primera, conocida como nacionalización, participaba el estado por medio del presupuesto público facilitando el procesos de inversión, desarrollando el sistema de pagos y la intermediación privada, como consecuencia hubo un impulso al mercado interno, además, se incrementaron los beneficios empresariales y las cuentas del balance bancario eran equilibradas, crecientes y rentables. Las dos siguientes, privatización y extranjerización, se caracterizó por la transición de una banca que otorgaba créditos a las empresas para que tuvieran mayor posibilidad de desarrollar su actividad productiva, a otra dedicada a atender diferentes actividades financieras, trayendo consigo importantes fusiones o adquisiciones en el sector bancario (Soto, 2010; Reyes, 2015).

Es importante mencionar que después al proceso de privatización aparecieron serios problemas financieros y económicos, los cuales se manifestaron en la sobrevaluación del tipo de cambio y su repercusión en el déficit comercial, endeudamiento externo, reducción de reservas internacionales y especulación en el mercado de valores. Generando un ambiente adverso, donde la devaluación del peso y un alza en las tasas de intereses, provocó que las empresas dejaran de cumplir con sus obligaciones ante los bancos y se registraran retiros de capital ante la desconfianza hacia las instituciones de crédito.

Con la finalidad de enfrentar dicha problemática, alrededor de 1990 se creó el Fondo Bancario de Protección al Ahorro (Fobaproa) con el antecedente de sucesivas crisis económicas, las cuales llevaban a la falta de liquidez del sistema bancario, éste se crea como un fondo de contingencia para enfrentar problemas financieros extraordinarios tras el anuncio de la desincorporación de las instituciones de crédito. La función del Fobaproa será el asumir las carteras vencidas y capitalizar a las instituciones financieras.

Para mediados de la década de 1990 el sistema financiero quiebra, para rescatarlo interviene el estado y absorbe la cartera vencida, por ello en 1998 el Fobaproa fue sustituido por el Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB) que buscaba subsanar esta situación. En 1999 algunos bancos de México fueron comprados por extranjeros, por el mismo periodo se funda la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) que tiene como funciones orientar, informar, promover la Educación Financiera y sus acciones correctivas la de atender y resolver las quejas y reclamaciones de los usuarios de servicios y productos financieros. Para principios de la década de los 2000, la banca mexicana entra en una etapa de apertura y consolidación (Soto, 2015; Girón, 2002; Garrido, 2011; Girón & Levy, 2005).

Con las anteriores transformaciones a las que fue sometido el sistema financiero bajo reformas institucionales en las décadas recientes, sus efectos se han visto reflejadas en el escaso acceso al financiamiento que tienen las empresas principalmente las mipymes, por ello a continuación se explica a más detalle.

En las últimas décadas, como se puede observar en la tabla 1 la micro, pequeña y mediana empresa (mipymes) han optado por utilizar el financiamiento de proveedores siendo esta la principal fuente, la cual ha oscilado entre el 70 y 80 por ciento en el periodo observado (2009-2017), ahorros propios o de la familia bajo el argumento de que no utilizan el crédito bancario por los altos costos financieros y la exigencia de garantías y además la negación de la banca para otorgar el crédito. Cabe destacar que la banca de desarrollo aunque ha sido la segunda fuente más importante, oscila entre el 20 y 28 por ciento, tampoco representa una alternativa en el otorgamiento de crédito, pues en general se limita a ofrecer garantías a las instituciones financieras para el otorgamiento de créditos a las empresas, y su participación dentro del esquema de financiamiento es muy limitada.

Fuente de financiamiento	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Proveedores	83.15	82.43	80.03	81.95	80.7	81.15	77.78	75.15	72.9
Banca comercial	22.5	24.83	27.8	28.58	30.35	28.88	32.63	28.38	27.5
Banca domiciliaria en el extranjero	1.4	1.7	2.48	2.45	3.88	4.28	3.65	2.6	1.9
Banca de desarrollo	1.8	1.05	2.28	3.5	4.38	2.15	3.50	2.15	0
Oficina Matriz en el exterior	0.9	0.9	N/E	N/E	N/E	N/E	N/E	N/E	N/E
Mediante emisión de deuda	0.3	0.43	1.53	0.75	0	0	0.00	0	0
Financiamiento Total	93.3	90.9	88.3	89.4	87.4	84.95	83.2	81.65	81.2

La fuente de financiamiento principal para este segmento de empresas son los intermediarios no bancarios aunque estos solo lo otorgan a pequeñas y medianas empresas por lo que las microempresas para este también quedan fuera de la lista. Es importante mencionar que durante la reforma de 1988-1989 se eliminaron los cajones selectivos de crédito (renglones de crédito obligatorio) cuyo objetivo principal era financiar actividades económicas prioritarias para el crecimiento económico y el desarrollo, y entonces se estableció que la intención de dicho crédito preferencial fuera otorgado por banca de desarrollo y fidecomisos. (Ampudia, 2008).

La escasez de financiamiento institucional se refleja además en una alta dependencia de los fondos propios, sea reinversión de utilidades o aportaciones de los socios, y en un abuso de las tarjetas de crédito, que a pesar de su elevado costo, se utilizan como fuente de fondeo y liquidez en las pymes.

Queda claro el papel limitado que juega la banca comercial en la actividad de mipymes en México y el rol marginal a que ha sido reducida la banca de desarrollo como prestamista directo a las empresas. El crédito que adquieren las mipymes lo utilizan principalmente para capital de trabajo y no para invertir por lo tanto el papel marginal del crédito en la inversión de estas empresas y la dependencia de recursos propios o de fuentes no institucionales dada la ausencia de una industria de capital de riesgo en el país. (Lecuona, 2007)

Para los bancos el acceso limitado al crédito de las mipymes se debe a un conjunto de factores de naturaleza estructural, entre los que destacan: la falta de garantías requeridas por las instituciones financieras que preferentemente deben ser hipotecarias, no contar con formación, información y capacidad de gestión financiera, tienen mayores costos de financiamiento con relación a las grandes empresas, existen escasas fuentes de financiamiento para mipymes, renuencia de las instituciones financieras para financiar proyectos de bajo monto, abrumadoras exigencias de trámite, los tramites conllevan mucho tiempo que cuando finalmente se recibe el crédito, es demasiado tarde para utilizarlo, se niegan posibilidades a empresas con menos de dos años de existencia y aquellas que tienen el tiempo, por lo regular se encuentran en buro de crédito y aunque se anuncia frecuentemente que existen programas de financiamiento estos no llegan a las mipymes.

A la escasez de flujo de fondos al sector privado no financiero se ha sumado recientemente la propia renuencia de las empresas en solicitar créditos, ante la incertidumbre en torno al futuro desempeño de la economía nacional. Además, en los últimos años, el costo del crédito y la astringencia crediticia de las instituciones financieras ha aumentado como resultado de la intensificación de la aversión al riesgo, el aumento en el costo de capital a nivel internacional y el mayor índice de morosidad. La falta de certidumbre en torno a la evolución del entorno de los negocios en México, así como del futuro de la empresa, se refleja también en el destino deficiente del financiamiento.

Es importante destacar que el fondeo bursátil en México ha sido y es prácticamente inexistente para empresas de este tipo, aun cuando en 2006 se modificó la ley del mercado de valores en México con el objetivo de dar una mayor atención a este tamaño de empresa.

En síntesis, la baja penetración financiera en pymes subyace tanto en factores de demanda como de oferta. Por el lado de la oferta, las empresas argumentan que el crédito institucional del que podrían disponer se caracteriza por elevadas tasas de interés, plazos cortos y altas exigencias de garantías y trámites burocráticos por lo que los mayores obstáculos para el financiamiento a este tipo de empresas provienen de los elevados costos de transacción de operaciones pequeñas, del bajo índice de supervivencia de las mipymes, la ausencia de transparencia en materia contable, la alta proporción de informalidad e irregularidades en materia fiscal y de seguridad social (Pavón, 2010).

También repercuten el costo de obtención de información pertinente que resulta de una inadecuada presentación de estados financieros, de ausencia de garantías suficientes, y de exigencias por la normativa prudencial de provisionar los créditos a pymes también hay que incluir la deficiencia del sistema jurídico y de un poder judicial de lenta, incierta y discrecional operación. Esta alta percepción del riesgo de la pyme genera un círculo vicioso, ya que las mayores tasas resultantes aumentan la probabilidad de estas empresas de incurrir en moratoria de pagos y cartera vencida, lo que a su vez incrementa el riesgo de este tipo de empresa, repercutiendo en un costo y morosidad aún mayor y en el racionamiento del crédito.

La segmentación de los mercados financieros y su escasa cobertura a pymes no son nuevas pero sus efectos negativos se han agudizado en años recientes debido a la escasez general de crédito y a las dificultades que enfrentaron estas empresas para adaptarse a la nueva realidad económica global, magnificadas ante la debilidad de las políticas públicas.

Las principales necesidades y problemas de las pymes se derivan de su naturaleza familiar. Estas empresas enfrentan severas limitaciones relacionadas con la falta de acceso al financiamiento y a asesoría empresarial, con una deficiente administración, con recursos humanos no calificados, con un desconocimiento de oportunidades de negocio y de nuevas tecnologías, así como de una mala organización que deriva en una producción de baja calidad (Ampudia, 2008; Lecuona, 2007; Pavón, 2010; Ferraro, 2011; Quintana & Soto; 2013).

Para subsanar el problema de la escasez crediticia el gobierno ha implementado una serie de medidas institucionales para contrarrestar dicha problemática, como por ejemplo, en la Secretaría de Economía se encuentra la Subsecretaría de Pymes (SPYME) que brinda servicios financieros mediante el Fideicomiso México Emprende y el Fondo PYME. Las políticas públicas para financiar a las pequeñas y medianas empresas se concentran en Nacional Financiera S.A. (NAFINSA) y, en menor medida, en el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), que son bancas de fomento que operan con sistemas de primer y segundo piso, ofreciendo una variedad de productos para las empresas (créditos, factoraje, garantías, etc.). Cabe señalar que se implementó un programa de gestión estratégica para poder realizar evaluaciones de riesgo de calidad y con eficiencia, que permitieron mejorar significativamente la cantidad de empresas atendidas.

El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología también juega un papel importante en el apoyo a las empresas innovadoras por medio de programas de subsidios, capital y financiamiento.

El apoyo al segmento de pymes se centra en el Programa Nacional de Promoción y Acceso al Financiamiento para Pequeñas y Medianas Empresas, de la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa, brinda asistencia por medio de instrumentos como capital semilla, fideicomiso para desarrollo de proveedores y contratistas nacionales, sistema nacional de garantías, extensionismo financiero, apoyo a empresas afectadas por desastres naturales y fomento a proyectos productivos.

Cabe resaltar que para que las mipymes tengan un mejor acceso al financiamiento es necesario avanzar en el diseño y construcción de un sistema financiero inclusivo y dedicado al apoyo a la producción dando un fuerte impulso a las pymes y potenciando su papel en el progreso económico y social, es necesario fortalecer la banca pública de desarrollo para contrarrestar sesgos de la banca privada en materia de inversión de largo plazo y de aliento de la innovación y reducción de brechas productivas y sociales. (Ferraro & Goldstein, 2011).

A MANERA CONCLUSIÓN

La desvinculación del sistema financiero con el sector productivo es consecuencia de las modificaciones por las que ha pasado el sistema financiero en las últimas décadas, caracterizado por un mercado oligopólico y con numerosos participantes extranjeros, ello se ha traducido en el cobro de comisiones y elevadas tasas de interés. También, contribuye a dicha situación la elevada mortalidad de las mipymes, limitando aún más el acceso que éstas tienen al financiamiento, además, de no contar con los requisitos que los bancos les solicitan para poder tener acceso al crédito, se ven en la necesidad de dirigirse a otras fuentes no bancarias, en este caso principalmente proveedores. Por lo que sería importante que el estado interviniera a través de lineamientos institucionales para que se facilite el acceso al crédito para las mipymes considerando la política financiera como parte fundamental para el desarrollo económico de la nación. Además, de que el financiamiento es considerado la clave para aspirar al desarrollo mediante las mipymes.

REFERENCIAS

- AMPUDIA, N. (2008). Micro empresa y pobreza, financiamiento y contribución. *Economía Informa*, (355), 136-149.
- BANCO DE MÉXICO. (2017): encuesta de evaluación coyuntural del mercado crediticio. Consultada en: <http://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?sector=19&accion=consultarCuadro&idCuadro=CF471&locale=es>
- FERRARO, C. & GOLDSTEIN, E. (2011). Políticas de acceso al financiamiento para las pequeñas y medianas empresas en América Latina. Ferraro, C. Goldstein, E. Zuleta, L. & Garrido, C. Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina (9-57). Naciones unidas, CEPAL.
- GALBRAITH, J. (1983). El dinero de dónde vino / A dónde fue. España: Orbis, S.A.
- GARRIDO, C. (2011). Nuevas políticas e instrumentos para el financiamiento de las pymes en México: Oportunidades y desafíos. Ferraro, C. Goldstein, E. Zuleta, L. & Garrido, C. Eliminando barreras: El financiamiento a las pymes en América Latina (9-57). Naciones unidas, CEPAL.
- GIRÓN A. & LEVY N. (2005). Cambios Institucionales. Girón A. & Levy N. México: los bancos que perdimos de la Desregulación a la Extranjerización del Sistema Financiero (17-29). México: Marisol Simón.
- GIRÓN, A. (2002). La banca Mexicana en transición: ¿Crisis o Reconstrucción? Correa, E. & Girón A. Crisis y futuro de la Banca en México (47-65). México: Miguel Ángel Porrúa.
- MARX, C. (2001). Sección quinta. Desdoblamiento de la ganancia en interés y ganancia de empresario. El capital a interés. Tomo III. El capital crítica de la economía política (326-572). México: Fondo de cultura económica.
- LECUONA, R. (2007). El financiamiento a las pymes en México: la experiencia reciente. *ECONOMÍA UNAM*, 6(17), 69-91.
- REYES, J. (2015). Papel del Crédito en el Desarrollo Económico. Girón, A. Correa, E. & Quintana, A. Circuitos Monetarios, fragilidad financiera y cambio estructural (55-72). México: Héliida De Sales Y.
- PARGUEZ, A. (2006). Moneda y capitalismo: La teoría general del circuito. Serrano, F. Girón, A. Parguez, A. Vidal, G. Requena, J. & Salama, P. (2006). Confrontaciones monetarias: Marxistas y Post-Keynesianos en América Latina (45-59). Argentina: Clacso.
- PAVON, L. (2010). Financiamiento a las microempresas y las pymes en México (2000-2009). Pavon, L. CEPAL - Serie Financiamiento del desarrollo (226), 1-69.
- QUINTANA A. & SOTO R. (2013). El Microcrédito a las Microempresas como Obstrucción a su Crecimiento. *El Buzón de Pacioli*, (84), 41-48.
- QUINTANA A. (2014). Microempresas Frente a la Escasez Crediticia en México. *Observatorio del Desarrollo Investigación, Reflexión y Análisis*, 3(9), 65-68.
- REYES, J. (2015). Sistema Financiero en México: Transformación Bancaria y Aseguradora. Reyes J. Sector Financiero: Desafío para el Desarrollo Económico en Épocas de Financiarización (69-94). México: Plaza y Valdés.
- SOTO, R. (2015). Comportamiento Crediticio de la Banca Comercial y Pública en México. Girón, A. Correa, E. & Quintana, A. Circuitos Monetarios, fragilidad financiera y cambio estructural (55-72). México: Héliida De Sales Y.
- SOTO, R. (2010). Cambio Estructural y Extranjerización en el Sistema Financiero en México. Soto, R. Especulación e Innovación Financiera, Mercado de Derivados y Consecuencias Macroeconómicas en México (147-184). México: Miguel Ángel Porrúa.

LA DECISIÓN ESTRATÉGICA EN LAS PRÁCTICAS DE INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR PRIMARIO.

VÍCTOR MANUEL RIVERA ROMO Y ADRIANA EUGENIA RAMOS ÁVILA.

RESUMEN

En el presente artículo se da a conocer una serie de datos en el país enfocado a las pequeñas empresas del sector primario, que comprenden la agricultura, ganadería, pesca, minería y silvicultura, todo lo relacionado con la explotación de recursos naturales a nivel nacional. El objetivo principal del trabajo es dar algunas alternativas a la problemática que tienen las Pymes del sector primario para la toma de decisiones estratégicas. Se identificaron los factores más comunes que impiden el crecimiento y desarrollo de una empresa, a través de un marco teórico apoyado en distintas teorías de diferentes autores relacionadas con la competencia, innovación, y decisión estratégica. Finalmente, en la obtención de resultados se dio una teoría personal basada en estrategias y propuestas de mejora en las prácticas de las pequeñas empresas del sector primario.

Palabras Clave: Decisión estratégica, Innovación, Competencia, Pymes del sector primario.

ABSTRACT

This article presents a series of data in the country focused on small companies in the primary sector. Which include agriculture, livestock, fishing, mining and forestry, everything related with the exploitation of natural resources at the national level. The main objective of the work is to give some alternatives to the problem that small businesses of primary sector have for strategic decisions. Was identified the most common factors that impede the growth and development of a company. The theoretical framework is supported by different theories of different authors related with competition, innovation, and strategic decision. Finally, the results obtained. I gave a personal theory based on strategies and improvement proposals in the practices of small companies in the primary sector.

Key Words: Strategic decision, Innovation, Competition, Pymes of primary sector.

INTRODUCCIÓN

El sector primario ha ido evolucionando continuamente en México, la agricultura en el país comenzó desde inicios del ser humano. Las civilizaciones mesoamericanas como los mayas, toltecas y nahuas cultivaban el maíz, sembraban chile y frijol, entre otras frutas y vegetales como son el aguacate y el tomate. También practicaban la pesca y la caza de animales; en el siglo XVI los españoles trajeron nuevos sistemas de agricultura como el abono y el riego junto con la entrada de animales de granja que son los cerdos, vacas, gallinas, ovejas, entre otros y se da inicio al comercio de la ganadería. Fue hasta la revolución industrial que se comenzó a estructurar nuevamente el sistema de comercialización en las empresas del sector primario, debido a la llegada del ferrocarril y la inversión extranjera que para ese entonces México se convirtió en uno de los principales proveedores de alimento en el mundo, (Camacho, 2010).

La representación económica del sector primario en el país según la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA, 2015) nos dice que se ha fortalecido la productividad en el campo en los últimos diez años, ya que se han arrojado resultados positivos en materia económica como es el Producto Interno Bruto (PIB) primario, en donde para el segundo trimestre del 2014 aumentó al 3.2 por ciento y para 2015 creció 4.5 por ciento a tasa anual superior al resto de la economía.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2015) señala que las zonas con mayor producción agrícola y ganadera en el país se encuentran en Sinaloa, Tamaulipas, Chiapas, Veracruz, Michoacán, Jalisco y Tabasco. La participación de México en el mercado mundial se encuentra en el octavo lugar como principal productor de alimentos y que 28 productos nacionales se encuentran entre los primeros lugares a nivel mundial.

Es necesario darle un lugar relevante al sector primario, ya que gracias a la extracción de recursos naturales se obtiene la materia prima para el consumo del cliente o pasa directamente a la industria que se encarga de la elaboración de un producto para finalmente ser adquirido; recibe el nombre de sector primario porque su actividad cubre con las necesidades básicas del ser humano, (Caballero, 2015).

Algunas empresas formales agroindustriales, agrícolas, ganaderas y pesqueras que se encuentran en México son: La Huerta, S.A. de C.V; Aguilares, S.P.R. de R.L; Unión Ganadera Regional de Chihuahua, A.C; Hongos de México, S.A. de C.V; Agroindustrias Unidas de México, S.A. de C.V; Grupo Herdez, S.A.B. de C.V; Comercializadora Porcícola, S.A. de C.V; Pescados Industrializados S.A. de C.V; Productos Pesqueros de Guaymas S.A. de C.V; Forestal Alfa S.A. de C.V. (s.,a, 2016).

A lo largo de la historia las empresas mexicanas se han adaptado a los constantes cambios, en el mercado, necesidades y exigencias de los clientes. La problemática que tienen la mayoría de las pequeñas organizaciones es el estancamiento que no les permite crecer o permanecer en el mercado, incluso su desaparición, se dice que dos de cada cien nuevas pymes son las que logran sobrevivir operando durante diez años; por lo que en el presente trabajo se realizó una investigación documental para identificar algunos elementos relacionados con la decisión estratégica, innovación y competitividad, que ayuden a las pymes del sector primario a permanecer en el mercado. (s.,a, 2013).

MARCO TEÓRICO

Una gran problemática del sector primario en nuestro país es que la mayoría de los productores del sector industrial no son organizaciones formales. Existen muchas causas por lo que una empresa agropecuaria o ganadera no se vuelve formal, entre una de las causas es la pobreza que existe actualmente en el país. Los campesinos no reciben gran impulso por parte del gobierno, por lo que su producción es poca, de baja calidad y su venta solo se hace en una zona cerca de sus localidades. En algunas regiones las tierras son poco explotadas, que pudieran trabajarse más para el aumento de la productividad micro empresarial con la implementación de mejoras estratégicas.

Una empresa no es empresa si no está totalmente formalizada, se dice que la mayoría de las pymes buscan solo generar dinero, trabajan en el negocio solo para sacar adelante a la familia que está involucrada y no hacen por ver un crecimiento en su organización, por lo que prefieren no invertir en asesoría o capacitación externa; (s.a., 2013), nos muestra algunos factores problemáticos de las pymes que tienden a desaparecer:

- 1.- Productores o dueños con empresas no formales.
- 2.- Problemas familiares (cuando la pyme pasa a manos de los hijos).
- 3.- Horas poco invertidas de trabajo.
- 4.- Falta de planes administrativos, financieros y de mercado a corto y largo plazo (zona de confort).
- 5.- No diferenciar la relación trabajo - familia de la pyme.
- 6.- Preferencia al familiar que está menos capacitado que un candidato externo para ocupar un puesto.
- 7.- Falta de ventaja competitiva.
- 8.- Falta de capacitación al personal.

Es importante que las pequeñas empresas se adapten a las nuevas necesidades y exigencias de los mercados que constantemente cambian. La organización debe de actualizarse, implementando mejoras en sus sistemas de producción y servicio basándose en calidad, innovación y planes estratégicos a corto y largo plazo, para así generar un buen panorama de mercado que lleven a la empresa a una mejor posición competitiva.

“La calidad es la excelencia, es decir lo mejor” (Platón). La creciente competitividad que afecta a cada empresa para el desarrollo de sus actividades se ve obligada a adoptar nuevos sistemas de calidad, como es la estandarización de procesos. Puede aplicarse a todas las áreas de la empresa, por ejemplo, estandarizar el proceso de fabricación que inicia desde el pedido a proveedores, posteriormente se elabora el producto y se entrega al cliente con la garantía de satisfacer su necesidad.

Como Armand Feigenbaum (1994) nos dice que no se pueden fabricar productos de alta calidad si el departamento de producción trabaja de forma aislada. Se debe comenzar con el diseño del producto y terminar cuando llegue a manos de un cliente satisfecho.

Garvin (1988), clasifica los enfoques a la definición de calidad: 1) Trascendente (excelencia); 2) Producto (diferencias de calidad con otro producto); 3) Cliente, (calidad en relación a la expectativa del cliente); 4) Producción (conformidad con las especificaciones) y 5) Valor (valor agregado).

Fuentes-Pila y Torrubiano, (2006) nos comentan que la calidad dentro de un proceso de una empresa, lo más recomendable es estandarizar las operaciones, describir los procedimientos operativos que se asocian a la fabricación del producto. Así como implementar sistemas o herramientas de medición de calidad que disminuyan la variabilidad y aumenten la eficiencia. Las expectativas de calidad que pueden percibir los clientes de un producto o servicio, es en base al grado de estandarización en que cada actividad se realizó (Llórens y Fuentes, 2005). Un sistema de estandarización de procesos facilita la certificación de cualquier tipo de normas, que son las que permiten documentar todas las acciones que se ven involucradas en el proceso de elaboración (Comisión et al., 2007).

Las condiciones de competencia que existen actualmente y que cada vez son más turbulentas han llevado a que el mercado agroalimentario se adapte a estos sistemas donde lo más complejo es cultivar, criar y elaborar a un alto nivel de calidad para poder entrar a nuevos mercados y que el cliente pueda satisfacer sus necesidades, por eso es necesario la estandarización y tener un control de calidad adecuado en los procedimientos. La estrategia para que las empresas, especialmente las pequeñas puedan sobrevivir y seguir continuando en el mercado es mejorando su eficiencia y eficacia, obtener ventajas competitivas, orientadas hacia la calidad para así lograr la excelencia, teniendo en claro que la calidad es satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, (Vázquez y Labarca, 2012).

La administración de una empresa debe tener fuentes de información de cada una de sus áreas, para así poder generar una visión amplia del estado en la que se encuentra. A través de un análisis de la organización tanto interno como externo en el que se detecten y analicen fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas para elaborar un plan estratégico que se pueda reflejar en resultados.

El uso de la información se define como la adquisición y procesamiento de información en el manejo de decisiones estratégicas (Gänswein Wolfgang, 2011). El autor también nos comenta que tener una amplia información gerencial es raíz de una buena organización. La información especializada se puede obtener de distintas fuentes como:

Las fuentes personales externas: Clientes, competidores, proveedores.

Fuentes externas impersonales: Periódicos o revistas comerciales, publicaciones gubernamentales, redes sociales.

Fuentes personales internas: Miembros de la junta, gerentes y personal dentro de la empresa.

Fuentes contables: Sistema de contabilidad, gestión, documentos escritos de forma sistemática, informes internos y estudios especiales.

Pedraja, Rodríguez y Rodríguez (2006) mencionan que la toma de decisiones estratégicas también influye en el dueño de la empresa y el estilo de liderazgo que este tiene, ya que se involucran los pensamientos y emociones en el diseño e implementación de la estrategia. El líder debe tener varios aspectos y determinadas variables sobre la toma de decisiones, motivar a todos sus empleados a lograr resultados importantes para la organización, generar misión y visión compartida, decisión creativa, saber implementar estrategias, entre otras relacionadas ya que el líder a través de los resultados generará un clima social, unión de trabajo y satisfacción lograda entre los miembros del equipo.

Ioan (2017) dice que la innovación es clave importante para el crecimiento y desarrollo del sector primario, ya sea en la actividad agrícola, ganadera, pesquera, etc., porque se apoya en la mejora del desempeño de todos los procesos de elaboración y servicio. Los resultados de la innovación son influenciados por la percepción de la empresa que tiene en cuanto a sus beneficios netos generados.

La investigación y desarrollo son una estrategia de búsqueda con el objetivo de llegar a nuevos procesos o productos en búsqueda de la eficiencia o eficacia, referente al uso de tecnologías y la adopción a nuevas formas para que el cliente se interese más tanto para el producto como por la empresa (Hall y Jones, 1999). El autor también nos comenta que los beneficios que se obtienen de innovar son imagen para la empresa, ante sus clientes y competencia y el aumento de ventas. No es necesario que la organización tenga una gran cantidad de recursos económicos, ya que se puede innovar en el producto, procesos o estrategias comerciales. La innovación no es una opción, es una obligación que las empresas tienen para investigar, crear y adaptarse a las nuevas tendencias.

MÉTODOS Y MATERIALES

La metodología de investigación que fue empleada dentro del tema “La decisión estratégica en las prácticas de innovación y la competitividad en las empresas del sector primario” fue de manera documental. Primeramente, se buscaron antecedentes del sector primario en México y como fueron evolucionando las prácticas de competencia, innovación, y decisión estratégica. Se planteó el cuestionamiento de por qué priorizar a las Pymes del sector primario, sus principales problemas que por lo general llevan a la desaparición de la pequeña empresa y las condiciones de la Pyme en México. También se buscaron fuentes de información relacionadas con la competencia, la innovación y las decisiones estratégicas de las empresas por parte de distintos autores, en los que a través de sus teorías se llegó a una definición personal de cada concepto, dando así propuestas de cómo aplicar estrategias relacionadas con los conceptos ya mencionados dentro de una Pyme, con el fin de que está investigación resulte útil y funcional para las pequeñas empresas que buscan el desarrollo y crecimiento organizacional.

RESULTADOS

En base a las teorías de diferentes autores, acerca de la decisión estratégica en las prácticas de innovación y competitividad de las empresas del sector primario, en el diagnóstico se observó que es conveniente mejorar el producto, tomando en cuenta lo que el cliente necesita, para conseguir así la preferencia de adquisición del mismo. La ventaja competitiva es dar un valor agregado al producto para diferenciarse de otros; otros puntos importantes para una lograr una mejor posición competitiva es aumentando la eficacia y eficiencia de los procesos de administración, producción y venta, como es la estandarización de operaciones que se logra mediante el registro de cada actividad llevada a cabo desde la materia prima que se adquiere con los proveedores para la elaboración del producto, esta etapa debe de ser controlada por indicadores de calidad que consigan reducir o eliminar los defectos para que posteriormente llegue a manos del cliente (Vázquez y Labarca, 2012).

La innovación es una investigación que se realiza para la empresa, en cuanto a la búsqueda de nuevos procesos de tecnología y experimentación, basados en los cambios de tendencia del mercado, con el objetivo de tener un mayor crecimiento y desarrollo organizacional.

Además, la innovación crea una perspectiva e interés en el cliente que se puede ver reflejada en la tendencia de mercado. Para que un nuevo producto se pueda introducir en el mercado, hay que elaborar un estudio previo, con el fin de conocer si el cliente estará dispuesto a adquirirlo (Ioan, 2017).

La última estrategia es dentro de la toma de decisiones, se aplica generando información de todas las áreas de la empresa, observando cómo está trabajando el personal en su puesto y verificando que en conjunto se logre el objetivo principal. Se puede extraer la información por determinados periodos ya sean diarios, semanales, o mensuales. A través de lo obtenido se llegan a conocer cuáles áreas son más fuertes y cuáles las más débiles. Por lo que es importante tener una excelente comunicación entre áreas, jefes y todo el personal para así tener datos más enriquecedores (Gänswein, Brettel, Koch, Kollmann, 2011).

Los análisis de información para la elaboración de planes estratégicos se dividen en: Fortalezas, éstas son las condiciones positivas internas que la empresa tiene y que se pueden aprovechar y mejorar, por ejemplo, rentabilidad, el buen servicio al cliente, la cultura de la empresa, la motivación que se le da al personal, la innovación en la que se busca siempre las nuevas tendencias, entre otros. Oportunidades, son las condiciones positivas externas que benefician a la empresa, por ejemplo, buena ubicación de mercado, adquisición de materia prima fácil de conseguir, entre otros. Debilidades, son las condiciones negativas internas que la empresa tiene, por ejemplo, excesivo precio en los productos, incumplimiento de las propias políticas internas, mal trato a clientes/trabajadores, falta de capacitación, etc. Amenazas, son las condiciones negativas externas que no favorecen absolutamente nada a la empresa, por ejemplo, competidores, economía del país, medio ambiente (en cuanto a recursos naturales que se ven afectados por los cambios climáticos), etc.; la toma de decisiones estratégicas debe de realizarse bajo el respaldo de un plan estratégico en el que lleva las antes mencionadas, el plan puede ser por área ya que lo importante es fortalecer los puntos débiles de la empresa, como un plan financiero, de ventas, de mercadotecnia, de producción, etc., por lo que se es más fácil tomar así una decisión (Pedraja, Rodríguez, Rodríguez, 2006).

CONCLUSIONES

Se puede concluir que para dar solución a la problemática de las Pymes del sector primario se deben aplicar las estrategias de competencia e innovación y elaboración de planes estratégicos para la toma de decisiones, ya que las pequeñas empresas del sector primario representan un gran porcentaje de la economía del país.

La competitividad de una empresa se basa en diferenciar a la empresa de otras más. La diferenciación en precios, imagen, calidad y servicio son lo que llevan a la organización a posicionarse en el mercado, así como siempre buscar una ventaja competitiva, agregarle valor al producto o servicio y así el cliente busque preferencialmente a la empresa como su primera opción; mediante la innovación e investigación de nuevos procesos y productos llevan a la empresa a abrirse a un nuevo panorama de mercado, en el que se puede desarrollar rápidamente la empresa, teniendo de respaldo un plan estratégico para introducir el nuevo producto o servicio.

Resalto que las pequeñas empresas mediante planes que contengan estrategias pueden tener un cambio grande, a través del esfuerzo de trabajo empleado en detectar todas las oportunidades disponibles como financiamientos, mercado, capacitación, entre otros y mejorar aquellos puntos débiles que afectan a la empresa para así generar una toma de decisión estratégica en las prácticas de innovación y competitividad.

BIBLIOGRAFÍA

Caballero, F. (2015). "Sector primario". Recuperado en: <http://economipedia.com/definiciones/sector-primario.html> (fecha de consulta: 05-07-2017).

Camacho, A. C., Isordia, A. (2010). Video documental "Las promesas de la tierra. Historia de la agricultura en México". Recuperado en http://www.cliotv.com/prueba/index.php?go=programas_uno&ser=c&id_coleccion=13&id_subcoleccion=16&id_programa=284&idioma=esp (fecha de consulta 29-07-2017).

Gänswein, W; Brettel, M; Koch L; Kollmann T y Witt P. (2011). Effectiveness of information use for strategic decision making. In Stefanie Brichand Nicole Schweitzer, pp. 34-49.

Ioan, A. (2017). The Evaluation of innovation in agriculture. a meta – analytical study of literatura. Cuza University of Iasi, Romania. pp. 111-121.

S.A., (2016). "Empresas con actividad de obtención de productos de origen vegetal" Recuperado en <http://www.lohechoenmexico.mx/category/sectores/agricultura/>

S.A., (2016). "Empresas con actividad de obtención de productos de origen animal" Recuperado en <http://www.lohechoenmexico.mx/category/sectores/ganadero/>

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). (2015). "Recuperado en <http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/2012/Paginas/2015B568.aspx> (fecha de consulta 22-06-2017).

Alan Raymundo Rivera Rivera¹ y Denise Gómez Hernández²

RESUMEN

En el presente documento se realiza un análisis de los sistemas de pensiones en México y en algunos países latinoamericanos, centrándose en el sistema de pensiones de “Contribución Definida” que se ha estado implementando en los países latinoamericanos a partir de los años noventa dejando los sistemas de pensiones de “Beneficio Definido” que existían o siguen existiendo pero en menor proporción en Latinoamérica.

Las reformas a los sistemas de pensiones latinoamericanos han liberado a los Estados de la carga financiera que estos representan procurando el ahorro en la población trabajadora buscando la acumulación del capital requerido para una vejez digna.

ABSTRACT

This paper analyzes the pension systems in Mexico and some Latin American countries, focusing in the “Defined Contribution” pension system that has been implemented in Latin American countries since the 1990s, leaving the “Defined Benefit” pension system that existed or continue to exist but to a lesser extent in Latin America

The reforms to the Latin American pension systems have freed states for the financial burden that they represent in seeking the saving in the population in order to accumulate capital required for a dignified old age.

Palabras clave: sistemas de pensiones, contribución definida, beneficio definido, Latinoamérica

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) la pensión es una prestación económica creada para la protección del trabajador en caso de accidentes, enfermedades o al cumplir la edad de vejez. Los países latinoamericanos han experimentado reformas en sus respectivos sistemas de pensiones iniciando con Chile en 1980, reformas que siempre han mantenido abierto el debate sobre su eficiencia e intereses. A pesar de ser diferentes los contextos políticos, económicos y sociales en los diferentes países que conforman América Latina podemos encontrar similitudes en cuanto a sus sistemas de pensiones y las reformas que han presentado.

Gracias a estas similitudes podemos comparar algunos aspectos de los sistemas de pensiones latinoamericanos y con ello analizar en qué nivel se encuentra México en comparación a otros países con una evolución similar. En este trabajo se plantea comparar las tasas de retorno así como los cargos a los manejos de fondos de pensiones que en conjunto con los salarios y las contribuciones individuales nos permiten comprender la manera de funcionar de estos sistemas y que aspectos se pueden mejorar procurando el bienestar social y la sostenibilidad del modelo.

PENSIONES EN AMÉRICA LATINA

Al inicio las pensiones eran las conocidas como “Beneficio Definido”, las cuales dependen de un sistema público de reparto que administrado por el Estado se encarga de proporcionar los pagos de pensiones a todos los jubilados afiliados, estos recursos eran obtenidos por financiamiento del gubernamental obtenido a través de los impuestos pagados por la población que permanecía trabajando, lo que significa que la población en edad de vejez era mantenida por la población en edad de trabajar.

Como indican los datos poblacionales, los avances médicos y tecnológicos mejoraron la calidad de vida de la población, por lo cual se extendió la esperanza de vida, lo que representa más años en los que se tendrán que pagar la pensión de un jubilado, y sumado a esto tenemos que se redujo la cantidad de hijos en las familias, disminuyendo la tasa fecundidad, lo cual representa mayor población en vejez y un menor número de trabajadores activos concluyendo en problemas financieros para el Estado.

El Estado con la intención de liberarse de la insostenible presión financiera ocasionada por los pagos de pensiones reforma los sistemas de pensiones de modo que su participación se disminuya, y con ello una carga que no era posible seguir manteniendo a nivel gubernamental. Con esto nacen en América Latina los sistemas de pensiones de “Contribución Definida” procurando un sistema sostenible para las futuras generaciones.

Las reformas en América Latina coinciden en que ahora las pensiones no se manejan por medio de reparto público sino por cuentas individuales, donde intervienen también a parte de los organismos públicos, organismos del sector privado en la administración de los fondos de pensiones, regulados siempre en cada país por su respectiva entidad como se muestra a continuación en la Tabla 1.

Tabla 1. Países latinoamericanos y sus entidades supervisoras de pensiones

País	Acrónimo	Entidad Reguladora	Año de aprobación
Bolivia	APS	Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros	1996
Chile	SP	Superintendencia de Pensiones	1980
Colombia	SFC	Superintendencia Financiera de Colombia	1993
Costa Rica	SUPEN	Superintendencia de Pensiones	2000
El Salvador	SSF	Superintendencia del Sistema Financiero	1996
México	CONSAR	Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro	1997
Panamá	SIACAP y SMV	Sistema de Ahorro y Capitalización de Pensiones de los Sectores Públicos Súper Intendencia del Mercado de Valores	1997
Perú	SBS Y AFP	Superintendencia de Banca, Seguros y AFP	1992
República Dominicana	SIPEN	Superintendencia de Pensiones	2001
Uruguay	BCU	Banco Central del Uruguay	1995

Fuente: Informe Semestral No. 36, Federación Internacional de Administradoras de Fondos de Pensiones, 31 de diciembre de 2015

Cabe resaltar que todos los países de la tabla cuentan actualmente con sistemas de contribución definida y sus respectivos reguladores de pensiones que se encargan de normar los requisitos y restricciones para que los trabajadores puedan acumular en sus fondos de pensiones, y que cuenten con la libertad de escoger la administradora de su preferencia pues varían desde 2 como es el caso de Perú hasta 11 administradoras como se presenta en el caso de México al año 2015 y los afiliados tienen la libertad de escoger por la administradora que les genere mayores rendimientos y se ajuste a sus perfiles y preferencias de inversión.

METODOLOGÍA

Para el presente estudio se realiza una comparación de los sistemas de pensiones en diferentes países de América Latina. Los países escogidos tienen en común el contar con sistemas de pensiones de “Contribución Definida” y ser miembros afiliados de la Federación Internacional de Administradoras de Fondos de Pensiones (FIAP) y que entre ellos se encuentren los datos requeridos en la investigación.

Para las comparaciones se tomaron en cuenta los salarios promedio y contribuciones individuales promedio en los países y las tasas de retorno y comisiones por manejo de cuenta que tienen las diferentes administradoras de pensiones en promedio.

De la información obtenida de los países presentados en la Tabla 1 se excluyen a Bolivia y Panamá por no tener los datos suficientes para el análisis y se crean las tablas 2 y 3 que se presentan a continuación

Tabla 2. Salario promedio mensual en dólares y porcentaje de contribución individual a la cuenta de jubilación

País	Salario promedio mensual US (AIOS)	Contribución individual a la cuenta de retiro (FIAP)
	\$	%
Chile	1078	10.00
Colombia	473	11.50
Costa Rica	1002	4.25
El Salvador	625	10.80
México	532	6.5
Perú	904	10.00
República Dominicana	453	8.00
Uruguay	1320	11.49

Fuente: Boletín Estadístico No. 31, Asociación Internacional de Organismos de Supervisión de Fondos de Pensiones, Diciembre 2016
Informe Semestral No. 36, Federación Internacional de Administradoras de Fondos de Pensiones, 31 de diciembre de 2015

Tabla 3. Tasa media anual de rendimiento real y cuota administrativa por país

Países de América Latina	Rentabilidad Real Histórica	Cuota administrativa media anual	
		Cargo de flujos	Cargo sobre los activos gestionados
	%	%	%
Chile (a)	8.37*	1.28	-
Colombia	7.88 [†]	3.00	-
Costa Rica	4.83	-	0.70
El Salvador	7.76	2.20	-
México	6.15 ^a	-	1.09
Perú (c)	7.52 [‡]	2.94	-
Perú (d)		2.48	1.21
República Dominicana	4.81	1.50	-
Uruguay	7.78 [§]	3.31	0.00

CONCLUSIONES

De las tablas 2 y 3 generadas a partir de la base de datos de la FIAP y la AIOS se obtienen las siguientes conclusiones.

1. México se encuentra entre los países de menor salario promedio del estudio

El hecho de que México se presente con un salario bajo representa un problema debido a que a partir de los ingresos de los trabajadores es que se ahorra para el retiro, si el salario es elevado se puede destinar una mayor proporción al ahorro y un salario mayor en México además de elevar la calidad de vida, permite a los trabajadores aportar más en sus cuentas de retiro.

2. México se encuentra entre los países de menor aportación individual a las cuentas de retiro

Para que el fondo de pensión crezca se requiere que exista mayores aportaciones, si las aportaciones son mínimas el crecimiento será mínimo, y en el caso de México solamente el trabajador aporta el 1.125%, mientras que el estado aporta el 0.225% y el empleador aporta el 5.15%.

Esto genera a su vez otro problema, pues la mayor parte de la carga financiera del sistema recae en el empleador lo cual le es un desincentivo a tener afiliados a sus trabajadores al seguro cayendo en la informalidad.

3. México se encuentra entre los países de menor rentabilidad real histórica.

La rentabilidad real histórica nos indica la rentabilidad de nuestros ingresos desde el comienzo de cada sistema de pensión, con datos ajustados por inflación, el hecho de tener una baja rentabilidad nos trae un menor crecimiento en nuestro fondo de ahorro debido al bajo rendimiento en el mercado.

4. En México las cuotas de las administradoras se cobran sobre el total de los activos gestionados

Existen dos formas en las que las administradoras de pensiones cobran su manejo de cuenta, en el caso mexicano se cobra sobre el total de activos gestionados, esto significa que anualmente la comisión se cargara sobre el total del acumulado del fondo de ahorro, sin importar los movimientos realizados en la cuenta, a diferencia del cobro sobre flujo donde se paga un porcentaje sobre la cantidad que entra en el fondo sin importar el acumulado.

Para los trabajadores resulta más conveniente que el cobro se realice sobre los movimientos realizados, el cobrar sobre el acumulado del fondo se vuelven un desincentivo a acumular en el fondo cantidades mayores, pues a mayor cantidad en el fondo, mayor el cobro por el manejo de la cuenta.

Se pueden resaltar diversos puntos alarmantes en cuanto al sistema de pensiones mexicano si se le compara con sus compañeros latinoamericanos dado que existen sistemas de pensiones con mayor sostenibilidad como es el caso chileno y el uruguayo pero la intención es que nuestro sistema de pensiones se vuelva sostenible y pueda asegurar una vida digna en la vejez, aún no se han visto en México los resultados de la reforma de pensiones directamente en la población debido a lo reciente de su implementación pero se debe de trabajar en mejorar las condiciones de los afiliados con las administradoras procurando siempre poder acceder a un mayor fondo de ahorro para el retiro.

PROGRAMA DE INCUBACIÓN EN PROYECTO PRODUCTIVO PARA INADEM EN LA CIUDAD DE FRESNILLO ZACATECAS 2017

Ávila Valles A.J. y M.E. González Torres D.

RESUMEN

La microempresas históricamente en nuestro país presentan problemas para acceder a financiamiento barato, por lo que los apoyos presentados por las distintas dependencias de gobierno son una oportunidad para este tipo de organizaciones, en particular el INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor) y sus distintos esquemas para la obtención de un crédito. Se mostrará la participación que tiene la microempresa en la generación de empleos; asimismo la escasa formalidad con la que cuentan algunas microempresas en el país y como mediante a través de los requisitos solicitados por INADEM se pretende consolidar la creación de una empresa para la señorita Brenda Gutiérrez Romero y así brindar empleos en la comunidad de Fresnillo Zacatecas.

La presente investigación trata sobre la incubación de empresas y los distintos elementos mostrados con el proceso referente a la capacitación, estudio y consolidación de una empresa, y principalmente en el programa de incubación en línea de la página de INADEM y los distintos módulos con los que se estuvo contribuyendo con una duración aproximada de 20 horas.

Al mismo tiempo cada ejercicio presentado en cada módulo servirá al emprendedor para utilizarlo tanto al pedir el apoyo gubernamental así como en su trabajo diario.

ABSTRACT

The micro empresire historicly in our country present a lot of problems to access in a cheap financing, thats why the support presented for the different dependencies of government are an oportunity for this type of organizations, particularly INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor) and his diferents schems to get a credit. It shows the participation to has the micro empresire in the generation of jobs, likewise, the scarce formality that some micro empresire counts in the country and how through the requirments for INADEM pretends consolidate the creation of a company for the lady Brenda Gutierrez Romero and thus provide jobs in the comunuty of Fresnillo Zacatecas. This investigation talks about the incubation of companies and the diferent elements showed with the process regarding training, study and consolidation of a company, and mainly in the online incubation program of INADEM page and his diferents modules with wich it was contributing with an aproximmate duration of 20 hours.

At the same time every exercise presented in each module will serve to enterpreneur to use both in asking for support and in his daily work.

Palabras Clave: Incubación de negocios. Financiamiento, Microempresa. Desarrollo

INTRODUCCIÓN

En el transcurso del mes de junio del 2017 se lanzó una convocatoria por parte de Fresnillo PLC, en donde se obtuvo una participación de 52 emprendedores, en donde se entrevistó a cada uno de ellos y se seleccionaron las mejores ideas de negocio, para finalizar con 23 ideas de negocio.

Posteriormente se hizo un análisis en donde esos 23 emprendedores se dividieron en 2 categorías, la primera, plan de mejora en donde participarían 10 emprendedores y la segunda, INADEM con 13 participantes.

A ambas categorías se les preparó una semana en donde se les dieron distintos talleres con diferentes temas como: 1- desarrollo humano, 2- administración y mercadotecnia, 3- finanzas y 4- ventas. Y así estar preparados para conocer y dar inicio con la incubación de su microempresa.

MÉTODOS Y MATERIALES

Bravío atelier, es una idea de negocio a cargo de la emprendedora Brenda Gutiérrez Romero, la principal finalidad para esta micro empresa es brindar al mercado prendas de vestir como vestidos de noche, vestidos de novia, vestidos de 15 años, vestidos de niña, etc. a medida y gusto de las personas, por el momento, Brenda tiene un pequeño taller en la ciudad de fresnillo zacatecas en donde brinda el servicio de costura, corte y confección, y al mismo tiempo hace la función de arreglo de prendas de vestir que llevan sus clientes.

Se eligió esta idea de negocio ya que es un negocio en donde ella obtiene y puede brindar empleo y ayudar a la región y al mismo tiempo por la situación personal que ella pasa, ya que es una madre soltera que busca la superación para ella y su familia.

Es por eso que se realizó el siguiente proceso, primeramente se citó a los emprendedores anteriormente seleccionados en la ciudad de fresnillo zacatecas en el CUM Minera de Fresnillo, acudieron los emprendedores y la representante de INADEM y también por parte de INAES, para dar una breve explicación de las ayudas gubernamentales que se les podrían brindar, explicando categorías, tipos de financiamiento, tipos de programas y modalidad, algunas reglas de operación y que así, ellos analizando la situación escogieran la mejor opción siempre y cuando cumplieran con algunos requisitos anteriormente mencionados.

Al finalizar la explicación ellos se dirigieron a resolver dudas y mostraron agradecimiento por la ayuda que se les había brindado, hablamos con los emprendedores que se estaría haciendo visitas continuamente para estar en contacto con ellos y conocer su resolución acerca de INAES o INADEM.

Ya en la ciudad de Torreón Coahuila se asignaron distintos proyectos a cada uno entre ellos me toco la asesoría de Brenda Gutiérrez Romero, me comuniqué con ella para cuestionarle acerca de su decisión y vimos más factible que lo mejor era en INADEM ya que no pide muchos requisitos, necesita poca ayuda económica y le pareció la opción óptima.

Enseguida se realizó la investigación en la página de <http://universidad.inadem.gob.mx/universidad/> para escoger un curso y obtener un diploma que es necesario al momento de ir a solicitar el apoyo de INADEM a la SEGOB.

Se optó por el curso de “Incubación en línea” el cual consta de 5 Módulos y el curso tiene una duración de 20 horas aproximadamente, en cada módulo existe una evaluación final la cual consta de 20 preguntas y solo 2 oportunidades de aprobar el examen con una calificación de 80 puntos, en caso que se excedan estas oportunidades el curso se dará como no concluido y se podrá participar hasta la siguiente edición

El módulo 1 trato sobre la creación de la empresa, en donde la plataforma, te mostraba algunas diapositivas, lecturas de apoyo en donde se trataban algunos temas como lo que es ser emprendedor, como emprender un negocio, misión, visión, valores, objetivos y metas, análisis foda, modelos y plan de negocio, entre otros, después de leer estos temas con la ayuda de Brenda se realizó lo que es su idea de negocio y un análisis FODA para comenzar a incubar la empresa, al finalizar se realizó la evaluación y se aprobó y así poder pasar al siguiente modulo.

En el módulo 2 se tocaron temas como lo que es el modelo CANVA, Segmentación y estrategias de segmentación, posicionamiento, errores en la investigación de mercado, etc. Ya concluidas las lecturas se realizó la propuesta de valor de Bravio Atelier, su estudio de mercado y el modelo de negocios del mismo, se concluyó la segunda evaluación con una calificación aprobatoria y posteriormente comenzar el módulo 3.

En este módulo se vieron temas acerca de los recursos que se necesitan para operar el negocio, el conocimiento en números que se debe tener, la importancia de tener un presupuesto, como se pueden evaluar los recursos, que tipo de sociedad elegir según tus posibilidades y al finalizar las lecturas se realizaron algunos ejercicios de costos y utilidades, ejercicios de fijación de precios, calidad en las empresas y algunos ejercicios para los tramites de un negocios, este módulo fue bastante interesante para Brenda, ya que se dio cuenta de algunos errores que ella cometía al momento de operar su negocio y algunas cosas que no tomaba en cuenta al momento de fijar precios. Al igual que los módulos anteriores la evaluación se realizó y se aprobó.

En el módulo 4 fue algo más informativo pues trataba de cómo obtener un crédito de un banco y el proceso para obtener el crédito joven que te brinda la SEGOB.

Finalmente en el módulo 5 se tuvo que poner en marcha todo lo aprendido de los módulos anteriores, se realizó el resumen ejecutivo, modelo CANVA, plan puesta en marcha y plan financiero.

Se entrevistó a Brenda en el lugar de trabajo y se realizó un pitch grabado, para que ella contara con sus propias palabras y de voz propia como quiere que sea su negocio a emprender.

Ya finalizando ella nos contó que se busca ampliar el taller, tener una gran cantidad de telas, materiales, personal y poder capacitarse en nuevas técnicas de bordado y dibujo sobre tela para así, convertirse en un atelier.

RESULTADOS

La incubación es el proceso para atender una idea de un emprendedor para iniciar un negocio, englobando varios aspectos como lo es la elaboración de un plan de negocios, así que la incubación no es un concepto nuevo en la creación de empresas. La incubación ayuda al país a desarrollarse económicamente, igualmente teniendo un empuje hacia el desarrollo social del país ya que con la creación de nuevos negocios se mejora la calidad de vida de las personas.

La misión de un programa de incubación ayudar a los empresarios en la formación y el desarrollo de una empresa para que esta pueda sobrevivir y ser éxito. Un aspecto relevante de la incubación, es el plan de negocios, ya que se pone por escrito lo que se planea realizar, qué maquinaria se tendrá que adquirir o materia prima, etc. Además se debe conocer el financiamiento o capital que se debe de tener para la inversión inicial.

Para cumplir con la misión del programa de incubación se necesitan de varios aspectos, la actitud del emprendedor y la idea de negocio que tenga en mente. Muchas veces el emprendedor no tiene idea de lo que quiere desarrollar, sabe que quiere emprender pero no sabe cómo ni qué. Así que en el programa de incubación se le lleva de la mano al empresario, para poner por escrito las ideas de algún giro así como los medios por los cuales

llegará a cumplir el objetivo de iniciar un negocio.

El programa de incubación tiene como uno de sus objetivos el aumentar la tasa de supervivencia de los negocios, ya que la mayoría de las microempresas duran pocos meses en operaciones debido a que no siguen los métodos de administración que se les enseña durante la capacitación que se otorga en el proceso de incubación. El proceso de incubación en un programa social consta de la selección de grupos con integrantes en situación de vulnerabilidad.

Después se les da capacitación para mostrarles que aspectos son necesarios que conozcan para el óptimo manejo de un establecimiento. Enseguida vienen las entrevistas con las personas para obtener información y así realizar el plan de negocios.

Los incubadores incrementan las oportunidades de supervivencia y generación de empleos de alta calidad en las organizaciones en un 50%. La supervivencia gracias al análisis que se realiza con anterioridad en el plan de negocios, en el cual se ven aspectos totalmente relevantes para el inicio de una empresa. La generación de empleos es muy importante gracias a que ayuda al desarrollo económico del país. Quizás en México no se generen muchos empleos de alta calidad, ya que inician como pequeños negocios. Pero se espera que conforme la empresa vaya creciendo y desarrollándose les dé mejores condiciones de trabajo a los empleados.

La incubación agrega valor a las comunidades en donde se lleva a cabo dicho proceso. Cuando se habla de valor es referido a la generación de empleos y/o cubrir necesidades o deseos de la población.

Algunos obstáculos que supera el emprendedor en el proceso de incubación, la falta de apoyo de financiamiento, ya que se otorgan créditos y se les enseña a utilizar de manera correcta los recursos que generará el negocio. En el proceso de incubación que conforma, se les realiza el financiamiento dependiendo al valor del proyecto. Se les otorga el dinero para que compren lo necesario para iniciar las operaciones del negocio, como lo son la maquinaria y la materia prima..

Son varios problemas que enfrentan y tienen las microempresas en el país. Una de ellas es que figuran en la informalidad y esto conlleva a problemas con los empleados, debido a que no se les otorga ningún tipo de prestación. Los emprendedores no se encuentran lo suficientemente capacitados para el buen manejo del negocio y así poder optimizar recursos y elevar su utilidad o ganancia.

Debido a que no se realiza un estudio con anterioridad o un plan de negocios, los establecimientos inician operaciones en la ubicación que se le facilita al dueño o al encargado del negocio. No se busca el mercado ni tampoco se pretende ofrecer servicios o productos que el público necesite o desee, el cual también es un terrible error por parte de los emprendedores, ya que por excelentes que estén las instalaciones y se dé un buen servicio, si no se localiza en el lugar correcto no tendrá éxito.

La falta de financiamiento es otro de los problemas para que una microempresa inicie operaciones, ya que los requisitos para los créditos que otorgan las instituciones financieras son demasiados rigurosos.

El gobierno tiene convocatorias para el financiamiento a negocios de inicio, pero se requiere de más apoyo. Además de que siempre que se dé un financiamiento se requerirá el plan de negocios, por eso la importancia de elaborarlo.

Las microempresas juegan un papel muy importante en la generación de empleos en el país, ya que son por mucho, mayoría en la república. Por eso se pone énfasis en que sobrevivan a la economía mexicana, a los obstáculos que se ponen ellos o gente externa, ya que puede ser una puerta al desarrollo económico de México. En este momento la generación de empleos se encuentra en un bache, ya que no se tiene un avance en la incorporación de la población a la actividad laboral.

En México las micro son mayoría, representando el 95.5% del total de entidades económicas, las pequeñas y medianas un 4.1% y las grandes 0.3%. El Distrito Federal es la ciudad con más microempresas en el país.

CONCLUSIONES

Al apoyar a que los emprendedores logran obtener recursos gubernamentales se contribuye a la creación y mejora de las empresas mismas que van a generar empleos a personas que por alguna razón no pueden ser contratadas por algún negocio ya establecido o simplemente buscan y sueñan por tener su propia empresa. Les ayudara a ser los propios administradores controlando tiempos para realizar sus actividades sin dejar la dedicación necesaria al negocio.

El enseñarle a personas a crear su propio negocio, a poder planear su idea de emprender un proyecto para generar ingresos a las mismas personas y darles a conocer los pasos a seguir para la realización de un proyecto sin duda, genera un efecto multiplicador en la economía de un país.

Conocer cómo se elaboran planes de negocio, así como saber las reglas de operación a seguir para la realización del proyecto. La utilidad de realizar todo este proceso de pre incubación, incubación y pos incubación es poder realizar una idea de negocio de manera formal.

El proceso de incubación es muy importante para el desarrollo económico del país, ya que se les brinda apoyo a los emprendedores que quieren auto emplearse y mejorar su calidad de vida. La incubación en un programa social de gobierno, es un proceso para integrar grupos sociales en situación de vulnerabilidad, en el cual se les capacita y se les ayuda a realiza un plan de negocios, con el que pueden solicitar un crédito para iniciar un negocio.

BIBLIOGRAFIA

Libros

DUMONT, M. d. (2009) Plan de Negocio. España. Publicaciones Vertice S.L.

LYONS, T.S.(S.F) Incubando nuevas empresas

SACO. R. (2004) Aprender a crear una microempresa. España. Paidós Iberica

MARCAS DEPORTIVAS: SU INTERACCIÓN CON EL CONSUMIDOR EN DIFERENTES REGIONES DEL MUNDO.

Brenda Cecilia Rodríguez Valadez y Bernardo Amezcua

RESUMEN

El presente trabajo analiza las diferentes formas en que las tres marcas más importantes del deporte, Nike, Adidas y Under Armour, se relacionan con sus clientes en diferentes regiones del mundo. La investigación se aborda a partir de un análisis documental, en el que a través de un análisis de publicaciones y características diversas, como el sexo, la colaboración con las ciudades anfitrionas, el deporte más divulgado o el patrocinio con atletas, ayudan a entender el tipo de relación que estas marcas quieren crear entre ellos y sus consumidores, y dependiendo de la región, la forma en que se manejan los anuncios cambia, o si mantienen la misma línea de comunicación en todo el mundo.

ABSTRACT

This paper analyzed the different ways in which the three most important brands of sport, Nike, Adidas and Under Armour, relate to their customers in different regions of the world. The research is approached from a documentary analysis, in which through an analysis of publications and various characteristics within them such as sex, collaboration with host cities, the most publicized sport or sponsorships with athletes, help us to understand the type of relationship that these brands want to create between them and their consumers, and if depending on the region, the way they handle the advertisements changes, or if they hold the same line of communication all around the globe.

INTRODUCCIÓN

La mercadotecnia como bien sabemos son principios y prácticas que tienen como objetivo mejorar el alcance y la comercialización de un producto o un servicio. Tenemos que conocer el mercado al que nos dirigimos, exigencias, necesidades, intereses y aficiones. De igual manera conocer con lo que no se identifican, no disfrutan o no les interesa, entre más conocemos a nuestro público, mejor será el producto o servicio que les podremos ofrecer. Saber esto no permitirá crear mejores líneas de comunicación, al igual la conexión empresa-cliente será mejor y más eficiente.

El mundo deportivo definitivamente no es la excepción. A la gran mayoría de nosotros o de la gente que nos rodea nos gusta sentirnos identificados con nuestros grandes ídolos del deporte, así sea dentro de la cancha del fútbol, béisbol, básquetbol o los grandes atletas y gimnastas olímpicos, incluso hasta aquellos deportes que no todos nos atrevemos a practicar. Es por eso que las marcas deportivas se encuentran siempre en búsqueda de nuevas maneras de conectar con su público.

Pero, ¿cómo es que hacen para ampliar su público mundialmente?, ¿cómo se representan así mismas en distintas regiones del mundo para seguir teniendo tanto éxito?

Una empresa no podría vender su producto de la misma manera en dos lugares con diferentes culturas, tradiciones, costumbres, climas, intereses, aficiones o ideologías.

En esta investigación indagaremos un poco más en la forma en que las más grandes marcas deportivas a nivel mundial han hecho del marketing una de sus herramientas más poderosas.

Para posicionarse como grandes influyentes en diferentes regiones del mundo, expandiendo su mercado y creando conexiones alrededor del globo.

Para esto, realizaremos un análisis de las marcas más importantes en diferentes regiones tales como: Europa, Asia, Latinoamérica y Norteamérica. Primero deberemos investigar cuáles marcas de ropa deportiva son las más importantes dentro cada región, para después con las más comunes entre las regiones antes mencionadas, realizar un análisis sobre qué tipo de publicidad es la usada en dichas regiones. Podremos entender como es que, a pesar que cada región sea distinta y tenga tanto diferente cultura como tradiciones a las demás, es que las marcas sean capaces de declararse líderes en mercados tan diferentes.

MÉTODOS Y MATERIALES

1. Análisis documental. Recopilación de información a través de diversas fuentes, por medio de los cuales se lleva a cabo un análisis en retrospectiva de los archivos estudiados.
2. La consulta se llevará a cabo mediante los perfiles oficiales en la red social Twitter, de las marcas y regiones antes mencionadas.

Red Social:

Plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios.

Twitter:

Fundada en el año 2006 por Jack Dorsey.

Región:

Porción de territorio determinada por caracteres étnicos o circunstancias especiales de clima, producción, topografía, administración, gobierno, etc.

El estudio de esta investigación está basado en 4 regiones las cuales son:

Norteamérica

Como uno de los mercados más fuertes del mundo, es importante investigar como las marcas se desenvuelven en un mercado tan extenso.

Latinoamérica

Representa una red de culturas y países, por lo tanto es interesante investigar cómo es que las marcas pueden llegar a tantas culturas por medio de su publicidad.

Europa

Incluir el mercado europeo nos ayudará a comparar la comunicación de continente a continente y ver qué cambios existen del continente americano al europeo.

Asia

La cultura occidental es una de las más innovadoras, y un mercado bastante diverso, investigar la manera de integración de marcas extranjeras nos ayudara a entender las estrategias de las marcas líderes del deporte.

Marcas Deportivas.

Las marcas deportivas que serán nuestro objeto de estudio, se eligieron en base a las marcas mas valiosas en el mercado deportivo, según un estudio realizado por Forbes en el año 2016.

Las marcas que formaran parte del estudio son.

- 1) Nike
- 2) Adidas
- 3) Under Armour

RESULTADOS

Nike: En las publicaciones analizadas de Norteamérica se denotaba un gran apoyo a la comunidad LGTBTTIQ, que actualmente está en gran auge debido a movimientos para defender los derechos de todos aquellos pertenecientes a ésta comunidad. Sin duda el apoyo de una de las marcas líderes en el mercado es una gran apuesta por parte de Nike. Formar parte de la diversidad que representa una región tan turística es un gran paso por parte de ésta compañía.

En las publicaciones analizadas de Asia, los modelos contaban principalmente rasgos asiáticos.

Aunque la mayor parte de las publicaciones llevaban colaboraciones con atletas y deportistas de rasgos americanos o europeos.

En Latinoamérica tanto como en Europa fue donde más se mostraba un perfil enfocado a denotar a los atletas locales, principalmente las ligas de futbol nacionales y al atleta deportivo.

En las publicaciones de los perfiles Nike, las mujeres eran retratadas principalmente dentro del atletismo, a diferencia de los hombres que eran retratados en diferentes deportes.

Adidas: como marca se ha caracterizado por sus diferentes líneas de calzado enfocadas a los diferentes deportes. En sus perfiles no muestra patrocinios pero si mantiene una comunicación con mensajes de apoyo para los deportistas y atletas reconocidos.

A diferencia de Nike, Adidas no muestra en sus perfiles una gran variedad de deportes.

Los perfiles analizados muestran en su mayoría el soccer y representan principalmente al jugador masculino.

Donde se marca una diferencia es en estados unidos, donde se denota más un apoyo hacia el atleta femenino, a pesar de marcar el basquetbol en la mayoría de sus publicaciones.

La imagen integrada en el cuadro de Adidas, demuestra cómo ha jugado con estos dos elementos.

Under Armour: es una marca deportiva relativamente nueva en comparación con Nike y Adidas.

Tiene aproximadamente 21 años en el mercado deportivo, sin dudas ha sorprendido a los más grandes líderes en de la industria deportiva al llegar al tercer lugar a nivel mundial de las empresas deportivas más valiosas, e incluso desplazando a Adidas al tercer lugar en Estados Unidos.

En su publicidad en todas las regiones es bastante notable como se interesa en apoyar a los artistas y deportes de la región.

Ya sea por patrocinios, colaboraciones e incluso felicitaciones en sus perfiles oficiales. Under Armour ha sabido mantenerse dentro de las mentes de los consumidores.

Por medio de los atletas regionales ha elevado su nombre dentro del gremio deportivo.

A pesar de no contar con tantos perfiles oficiales a lo largo del globo como Adidas o Nike, en los perfiles analizados de Under Armour, más que publicaciones sobre productos, se enfocan a los deportistas, en las publicaciones también se nota un equilibrio entre los atletas hombres y mujeres con los que llevan contacto.

Sin duda es bastante claro cómo es que Under Armour ha podido posicionarse en tan alto lugar, en sus apenas 21 años de vida.

CONCLUSIÓN

En el mundo del deporte es interesante ver cómo es que van evolucionando los tiempos, como los atletas dentro de éste mundo cada vez encuentran más representación dentro de las marcas líderes deportivas.

Es interesante notar como mientras unas marcas se enfocan más en realzar los atletas regionales, y hacer uso de esas características para darse a notar, otras marcas intentan homogenizar a sus consumidores por medio de una publicidad notoriamente parecida a nivel mundial.

Pudimos entender que no es seguro el lugar que ocupamos en el mercado, que los años de experiencia no importan, cuando alguien nuevo llega con las intenciones de darlo todo para ganarse un lugar entre los grandes. Bien es cierto que ningún mercado es seguro, el no dejarnos confiar por los años dentro de él, nos ayudará a conocer más las estrategias de aquellos emprendedores pequeños.

Las culturas cada vez se diversifican más, los intereses y necesidades de los consumidores cambian. Cuando somos el vendedor solemos olvidar aquello que buscamos al comprar un producto: el servicio, la calidad y calidez por parte de la empresa que consumimos.

Pero más allá de las ganancias, el reconocimiento de los consumidores satisfechos les llevará más lejos y les hará vivir más tiempo, incluso más de lo que el tenis más caro pueda durar.

BIBLIOGRAFÍA

4. Bae, J, Lu-Anderson, D, Fujimoto, J, Richelieu, A, (2015). East Asian college consumer decision-making styles for sport products, *Sport, Business and Management: An International Journal*, 5 (3). Pp.259-275, <https://doi.org/10.1108/SBM-11-2012-0051>
5. Grainger, A, Jackson, S, J, (2000). Sports Marketing and the Challenges of Globalization: A Case Study of Cultural Resistance in New Zealand, *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 2 (2). Pp.24-38, <https://doi.org/10.1108/IJSMS-02-02-2000-B004>
6. Herstein, R, Berger, R, (2013). Much more than sports: sports events as stimuli for city re-branding, *Journal of Business Strategy*, 34 (2). Pp.38-44, <https://doi.org/10.1108/02756661311310440>
7. Knott, B, Fyall, A, Jones, I, (2017). Sport mega-events and nation branding: Unique characteristics of the 2010 FIFA World Cup, South Africa, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29 (3). Pp.900-923, <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2015-0523>
8. Knott, B, Fyall, A, Jones, I, (2016). "Leveraging nation branding opportunities through sport mega-events", *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 10 Issue: 1, pp.105-118, <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-06-2015-0051>
9. (2015) Brand 2.0: what could this mean for Adidas, Nike, Puma and Levi's?: Brand value and young consumers in 2015, *Strategic Direction*, 31 (7). Pp.5-7, <https://doi.org/10.1108/SD-05-2015-0083>
10. Carrillat, F, A, D'Astous, A, (2012). The sponsorship-advertising interface: is less better for sponsors?, *European Journal of Marketing*, 46 (3/4), pp.562-574, <https://doi.org/10.1108/03090561211202611>
11. Red Social. Del 1. (2017). Real Academia de la Lengua. Recuperado el 19 de Junio de 2017, de <http://dle.rae.es/?id=VXs6SD8>
12. Dorsey, J, (March 21, 2006). "just setting up my twttr". Twitter. Retrieved February 4, 2011.
13. Región. Def 1. (2017). Real Academia de la Lengua. Recuperado el 19 de Junio de 2017, de <http://dle.rae.es/?id=VioIAfG>.
14. Ozanian, M. (2016). Forbes Fab 40: The World's Most Valuable Sports Brands. [en línea] Forbes.com. Recuperado el 19 de junio del 2017, de: <https://www.forbes.com/sites/mikeozanian/2016/10/24/forbes-fab-40-the-worlds-most-valuable-sports-brands/#1f755f769beb> [Accessed 19 Jun. 2017].
15. Nike, inc. – our mission. About.nike.com. (2017). Nike, Inc. – Our Mission. Recuperado el 19 de Junio de 2017, de: <http://about.nike.com/>.
16. Adidas, inc.- Our mission. [ebook] Herzogenaurach: Adidas Group, p.4 Recuperado el 19 de Junio de 2017, de: https://www.adidas-group.com/media/filer_public/2013/07/31/adidas_gb_2012_en_booklet_en.pdf
17. Under armour, inc. - our mission. Uabiz.com. (2017). Under Armour, Inc. - Our Mission. Recuperado el 19 de Junio de 2017, de: <http://www.uabiz.com/company/mission.cfm>.

Edgar Israel Fuantos Gamez y Denise Gómez Hernández

RESUMEN

El trabajo realizado en la decimonovena edición del Verano de la Ciencia Región Centro, fue actualizar y analizar datos sobre el objetivo de las tasas de retorno en los sistemas de pensiones de Contribución Definida de América Latina, analizando la rentabilidad promedio que cada empleado requiere para que reciba una pensión con la que pueda vivir cómodamente en un país latinoamericano cuando este se jubile, y esto se pudo investigar gracias a la información característica de cada sistema.

Es muy interesante ya que con todo el trabajo debidamente realizado y analizado se puede llegar a conclusiones importantes, como que países tienen muy bien estructurado su sistema de pensiones pero también cuales países tienen un sistema decadente y que en cuestión de años puede llegar a colapsar.

ABSTRACT

The work carried out in the nineteenth edition of the Summer Science Center Region was to update and analyze data on the objective of rates of return in defined contribution pension systems in Latin America, analyzing the average return that each employee requires to Receive a pension with which he can live comfortably in a Latin American country when he retires, and this could be investigated thanks to the information characteristic of each system.

It is very interesting because with all the work properly done and analyzed can be reached important conclusions, such as countries have very well structured their pension system but also which countries have a decaying system and that in a matter of years can collapse.

INTRODUCCIÓN

Los planes de Contribución Definida son considerados la mejor manera de constituir un fondo de pensiones donde existe movilidad laboral

Hay una fórmula establecida y esta es una de las características principales que ayudan a fijar las contribuciones de este plan, que generalmente es un porcentaje fijo de los ingresos del empleado. Otra de las características es que estos planes operan según los beneficios reales que percibe el empleado en la jubilación y estos son equivalentes a la cantidad que se acumula en su fondo de pensiones. Y esto da una garantía de que los ahorros del empleado no se van a utilizar para la jubilación de otro empleado; pero con esto también se puede decir que no hay una certeza de la cantidad de beneficios que el empleado va a recibir.

Las contribuciones en este tipo de planes se depositan en una cuenta individual y los recursos disponibles con los que se puede financiar la jubilación son: el ahorro total más los rendimientos generados.

Tenemos que recalcar que el objetivo del empleado no es el acumulado en su cuenta, el objetivo de este es el ingreso real que recibirá como pensión.

Para medir la efectividad de un plan de pensiones determinado, una característica es la tasa de remplazo. Esto representa el porcentaje de ingresos que recibirá en comparación con su último salario antes de que se jubilara.

Un dato que se tomo de la OCDE es que para los empleados que tienen un ingreso medio, la tasa de remplazo es del 54%, pero existe una variación significativa entre los países. Un ejemplo de puede ser México que su tasa de remplazo promedio es inferior a un tercio, mientras que en los Países Bajos el promedio es de más del 90%.

Métodos y materiales

Para realizar esta investigación se deben identificar que países latinoamericanos no alcanzan una tasa de remplazo superior o igual al 70%. Se establece esto porque desde un punto de vista práctico, generalmente se considera que una tasa de remplazo de 70%-80% es la tasa de remplazo neta más alta.

Se inicio esta investigación identificando las principales características de los sistemas de pensiones por país. Los datos corresponden a diciembre de 2016, ya que son los datos publicados disponibles más recientes. De todos los países latinoamericanos que han incorporado el CD (vea la tabla 1), sólo tres no brindaron la información suficiente para el análisis, estos son Bolivia, Nicaragua y Panamá. Y los países que si están incluidos en este análisis son: Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, México, Perú y Uruguay.

TABLA 1. ENTIDAD REGULADORA DEL PLAN CD Y AÑO DE ENTRADA.

País	Siglas	Entidad Reguladora	Año de Entrada
Bolivia	APS	Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros	1996
Chile	SP	Superintendencia de Pensiones	1980
Colombia	SFC	Superintendencia Financiera de Colombia	1993
Costa Rica	SUPEN	Superintendencia de Pensiones	2000
República Dominicana	SIPEN	Superintendencia de Pensiones	2001
El Salvador	SSF	Superintendencia del Sistema Financiero	1996
México	CONSAR	Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro	1997
Panamá	SIACAP y SMV	Sistema de Ahorro y Capitalización de Pensiones de los Sectores Públicos, Superintendencia del Mercado de Valores	1997
Perú	SBS Y AFP	Superintendencia de Banca, Seguros y AFP	1992
Uruguay	BCU	Banco Central del Uruguay	1995

En la tabla 2 podemos ver el salario mensual promedio y este se refiere al salario promedio de los que contribuyen a los fondos de pensiones en cada país. La contribución a la cuenta de jubilación individual se presenta como un porcentaje de su salario bruto y este se refiere a la contribución que se hace a la cuenta individual, tenemos que mencionar que en algunos países se hacen contribuciones a otro tipo de cuentas las cuales son utilizadas para financiar gastos administrativos, seguros de muerte e invalidez, programas, etc.

TABLA 2. CONTRIBUCIÓN PROMEDIO MENSUAL DE LOS SALARIOS Y DE LA CUENTA DE JUBILACIÓN INDIVIDUAL

País	Salario Mensual Promedio US (FIAP)	Salario Mensual Promedio US (AIOS)	Contribución de la cuenta de jubilación individual (FIAP)
	\$	\$	%
Chile	1069	1078	10,00
Colombia		473	11,50
Costa Rica		1002	4,25
República Dominicana	460	453	8,00
El Salvador	625	625	10,80
México	106	532	6.5 (1)
Perú		904	10,00
Uruguay		1320	11.49 (2)

En la tabla 3, la tasa real de rendimiento hace referencia a la media histórica de las tasas de rendimiento a diciembre de 2015. Los honorarios administrativos promedio anuales hacen referencia a los honorarios administrativos promedio ponderados cobrados por los fondos, cuando estos aplican el cargo por los flujos; o la media ponderada de las tasas administrativas por los activos gestionados (AUM).

TABLA 3. TASA MEDIA ANUAL DE RENDIMIENTO REAL Y CUOTA ADMINISTRATIVA POR PAÍS

Países de América Latina	Rentabilidad Real Historica	Cargo de flujos	Cargo sobre los activos gestionados
	%	%	%
Chile (a)	8.37*	1,28	-
Chile (b)		2,43	-
Colombia	7.88†	3.00**	-
Costa Rica	4,83	-	0,70
El Salvador	7,76	2.20 ^u	-
México	6.15 ^a	-	1,09
Perú (c)	7.52 ^b	2,94	-
Perú (d)		2,48	1,21
República Dominicana	4,81	1,50	-
Uruguay	7.78 ^b	3,31	0,00

RESULTADOS

Tomando datos del 2012, la tasa de reemplazo para cada país podemos verla en la tabla 4, y podemos observar que algunos de los países analizados no alcanzan una tasa de reemplazo mínima de 70%, solamente Chile, Colombia, El Salvador, Perú y Uruguay y también podemos observar que Costa Rica, República Dominicana y México están con una tasa de reemplazo por debajo del 50%. Esto significa que para un empleado que vive en estos países, es razonable esperar a jubilarse con una pensión de menos del 50% de su último salario al final de su vida laboral.

País	Tasa de reemplazo de 40 años
	%
Chile	109
Colombia	134
Costa Rica	38
República Dominicana	25
El Salvador	91
México	43
Perú	76
Uruguay	126

Otro dato importante que debemos mencionar es que en dos de estos países, Costa Rica y México, los gestores de fondos de pensiones hacen cargos AUM.

CONCLUSIONES

Después de analizar los datos obtenidos de diferentes fuentes relevantes, llegamos a la conclusión de que hay países que tienen un sistema de pensión bien estructurado que beneficiará a los trabajadores cuando estos terminen su etapa laboral pero viendo la otra cara de la moneda también podemos ver que hay otros que están en decadencia, que harán que cuando el trabajador termine su etapa laboral, la pensión que le corresponde no sea suficiente para poder vivir dignamente.

Sí hablamos de México específicamente podemos decir que estamos ubicados entre los peores y tal vez no se sienta en este momento que el sistema está mal cimentado pero en unos años más se van a presentar las fracturas correspondientes a este mal sistema. México necesita encontrar soluciones y aprender de otros países latinos que de verdad piensan en los trabajadores, en su bienestar a futuro y poder reestructurar lo mas estructurado.

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea

GÓMEZ. PERÉZ. (2014). “Target Rates of Return in Latin American DC Pension Systems” en Benefits & Compensation International, pp. 12-16. Consultada en http://www.academia.edu/8815841/Target_Rates_of_Return_in_Latin_American_DC_Pension_Systems

OCDE, BANCO MUNDIAL Y BID (2014), “Panorama de las pensiones: América Latina y el Caribe, consultada en https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6892/Panorama_de_las_Pensiones_America_Latina_y_el_Caribe.pdf

AIOS (2016) “Boletín numero 31” consultada en <http://www.aiosp.org/estadisticas/boletin-estadistico-aios/>

FIAP (2016) “Información sobre ahorro obligatorio” consultada en <http://www.fiapinternacional.org/estadisticas/>

VIVIENDA ECONOMICA – POPULAR EN LA CIUDAD DE TORREON Y LA DIFERENCIA EN DISTRIBUCION Y TERRENO

José Francisco Balderrama Dávila¹ y Areli Magdiel López Montelongo²

RESUMEN

En el presente documento se abordara la investigación y trabajo de campo realizado en la ciudad de Torreón, Coahuila con el objetivo de comparar los prototipos de cada tipo para encontrar las diferencias constructivas y de precio de cada tipo, junto con datos obtenidos de instituciones y desarrolladoras dedicadas a la industria de la construcción, a su vez se centrara en la tipología de vivienda económica y popular así como sus diferencias de distribución, tamaño de predio, área construida y su ubicación entre los prototipos de una misma tipología para mostrar las diferencias de los prototipos investigados y las razones por las cuales son distintos.

(ABSTRACT)

This paper will focus on research and fieldwork in the city of Torreón, Coahuila, with the aim of comparing the prototypes of each type to find the constructive and price differences of each type, together with data obtained from institutions and developers Dedicated to the construction industry, in turn will focus on the typology of economic and popular housing as well as their differences in distribution, size of area, built area and its location among prototypes of the same typology to show the differences of the Prototypes investigated and the reasons why they are different.

PALABRAS CLAVE (KEYWORDS): Tipología de Vivienda, Vivienda Económica, Vivienda Popular

INTRODUCCION

La vivienda en la comarca lagunera se ha ido en aumento en los últimos años debido al aumento de población y creación de nuevas industrias en la región, lo que ha causado un aumento en la demanda de vivienda. A partir del 2006 como resultado de las políticas públicas se produjo un nuevo modo de producción de vivienda que ocasiona el crecimiento y dispersión de las ciudades ya que se opta por terrenos de bajo costo que cuenten con infraestructura regional y que sean factibles para un cambio de uso de suelo de rural a urbano. Lo que conlleva a consecuencias como: el requerimiento de servicios e infraestructura nueva y adecuada, ya que la nueva vivienda se construye en la periferia lo que ocasiona el abandono del centro de la ciudad en el cual ya se cuenta con los servicios y equipamientos necesarios, la vivienda se encuentra apartada de los lugares de trabajo, servicios de abasto, servicios de salud, centros educativos y recreativos además de espacios públicos. Esto provoco en Torreón, que es una ciudad dispersa y con baja densidad de población, vacíos urbanos que están a la espera de la demanda inmobiliaria y con la construcción de inmuebles en las periferias junto con el abandono del centro de la ciudad, se creó un declive en el valor de algunos sectores de la ciudad. Aunque también en las viviendas ubicadas en la periferia de la ciudad se han presentado casos de inconformidad por parte de los beneficiarios en lo que se demanda la mala calidad del inmueble o una de las consecuencias antes mencionadas lo que ocasiona su abandono.

PROBLEMA DE ESTUDIO

Según datos recabados por la CANADEVI Comarca Lagunera e INFONAVIT en el 2015 se realizaron 5384 viviendas en la ciudad mientras que en el 2016 se realizaron 4747 lo que indica una reducción del 12% en la demanda de vivienda como se muestra en la siguiente figura.

Municipio	2015 Viv Nueva	2015 Viv Usada	Totales 2015	2016 Viv Nueva	2016 Viv Usada	Totales 2016	DIF EN % 2015 / 2016
Torreón	3262	2122	5384	2566	2181	4747	-12%

Figura 1. Número de casas habitación que se edificaron en la laguna y por regiones, 2015 y 2016 Fuente: CANADEVI Comarca Lagunera

De la cuales en el 2016 el 50% de las viviendas construidas son de tipo económica, el 20% de tipo tradicional de bajos ingresos, 15% de tipo tradicional, 8% tipo media, 5% tipo media residencial y solo un 2% en tipo residencial como se muestra en la siguiente figura

% DE VIVIENDAS DESARROLLADORES CANADEVI LAGUNA	VIVIENDA ECONOMICAS	VIVIENDA TRADICIONAL BAJOS INGRESOS	VIVIENDA TRADICIONAL	VIVIENDA MEDIA	VIVIENDA MEDIA RESIDENCIAL	VIVIENDA RESIDENCIAL
4627 VIVIENDAS	50% 2314	20% 926	15% 694	8% 371	5% 232	2% 93

Figura 2. *Número de viviendas en el 2016. Fuente CANADEVI Comarca Lagunera* Porcentaje y

En la ciudad de Torreón existe un mayor desarrollo de vivienda económica y popular la cual se encuentra en la periferia de la ciudad lo que ocasiona los problemas ya antes mencionados. El construir en las periferias de la ciudad se ha incrementado en la ciudad debido a que los predios para llevar a cabo la construcción de las viviendas son más baratos que los que se encuentran más cercanos al centro urbano. Como se busca obtener la mayor utilidad posible se opta por aprovechar los predios de la mejor manera, en muchos casos la distribución de las viviendas respetan al máximo las medidas mínimas de construcción para construir la mayor cantidad posible. A su vez se opta por unir o limitar áreas de las viviendas o incluso suprimirlas para tener un mejor aprovechamiento, aunque no en todos los casos ocurre, si se presentan en una parte considerable, sumado a esto la ubicación en la periferia de la ciudad crea una nueva necesidad de distintos servicios en un lugar que antes no se contaba con ellos por lo cual esto puede generar un costo mayor para la adquisición de la vivienda. En esta investigación el tema a desarrollarse será la tipología de vivienda económica y popular además de las diferencias del terreno en el que se encuentran las antes mencionadas construcciones y sus diferentes distribuciones de espacios con los que cuenta en conjunto a metros cuadrados construidos, de esta forma se compararan los distintos prototipos recopilados.

EXPLICACION

Los prototipos tienen diferencias notables que van desde la distribución, por ejemplo el número de recámaras que van de 2 a 3 o la inclusión de un área para lavado así como también los pasillos de servicio ya que algunos prototipos no cuentan con el mismo, hasta las medidas del terreno las cuales van variando en m² ya que en los prototipos encontrados, la tipología económica van desde los 90m² hasta los 105 m² mientras que en la tipología popular los terrenos van desde los 91.20 m² hasta los 127m².

Estos casos cumplen con el reglamento de construcción del municipio de Torreón ya que en la sección tercera del reglamento en el artículo 205 hace mención sobre la tipología económica e indica los lineamientos a cumplir, de la misma manera el artículo 204 se mencionan los lineamientos a seguir para la tipología popular.

VIVIENDA REGLAMENTO CONSTRUCCION TORREON	
TIPO	M ² DE CONSTRUCCION
INTERES SOCIAL	45.00
POPULAR	60.00
MEDIA	75.00
RESIDENCIAL	100.00

Además en el artículo 222 se especifican las áreas y medidas mínimas que debe ocupar el terreno para ser clasificado en las tipologías correspondientes. Para lo cual los prototipos encontrados al realizar la investigación cumplen con estos lineamientos antes mencionados. De la misma manera el código de edificación de vivienda en el capítulo 3 sección 301 menciona la clasificación de las viviendas basándose en el precio promedio de la misma además de mostrar los m² construidos promedio y los espacios que debe tener para entrar en la clasificación, esto es mostrado por la tabla 301.2 en la página 55 del código de edificación de vivienda.

PROMEDIO	ECONOMICA	POPULAR	TRADICIONAL	MEDIA	RESIDENCIAL	RESIDENCIAL
Superficie construida promedio	30m ²	42.5m ²	62.5m ²	97.5m ²	145m ²	225m ²
Costo promedio	\$297,119.49	\$297,119.49-\$406,643.20	\$406,643.20-\$516,256.60	\$516,256.60-\$1,024,912.00	\$1,024,912.00-\$3,649,824.00	\$3,649,824.00+
Veces Salario Mínimo Mensual del D.F. (VSMMDF)	↓ 118	118-200	200-350	350-750	750-1500	1500 ↑
Número de cuartos	Baño Cocina Área de usos múltiples	Baño Cocina Estancia/comedor De 1 a 2 recámaras	Baño Cocina Estancia/comedor De 2 a 3 recámaras	Baño 1/2 baño Cocina Sala Comedor De 2 a 3 recámaras Cuarto de servicio	De 3 a 5 baños Cocina Sala Comedor De 3 a 4 recámaras Cuarto de Servicio Sala familiar	De 3 a 5 baños Cocina Sala Comedor De 3 a más recámaras De 1 a 2 cuartos de servicios Sala familiar

Al comparar los datos encontrados en el CEV con los datos de los prototipos investigados se encontró que solo cumplen ciertos parámetros ya que de los 10 prototipos investigados solo la mitad cumplen con los datos del código. El porqué de que solo la mitad de los prototipos investigados cumplan con el CEV se puede deber al reglamento de construcción de municipio ya que en él se indica que la vivienda de interés social debe tener como mínimo 40 m² de construcción cuando en el CEV indica que debe de tener 30 m² de construcción y lo mismo sucede con la vivienda popular, el reglamento de municipio indica 60 m² de construcción mientras que el CEV indica un 42.5 m² de construcción.

METODOS Y TECNICAS

Para la búsqueda de información se comenzó por medio de la visita de páginas web, principalmente CONAVI, en el cual se obtuvieron los datos anuales sobre la construcción de vivienda tanto por estado como por municipio además de la oferta de vivienda que se encuentra en la región y su ubicación en la ciudad las cual se concentró y clasifico para su posterior uso. A su vez se procedió a visitar las oficinas de la Cámara Nacional de la Industria de Desarrollo y Promoción de Vivienda (CANADEVI) y al Ayuntamiento de la ciudad para obtener la información necesaria sobre la construcción de la vivienda en la ciudad. De la misma manera se procedió a la investigación y visita de las desarrolladoras de la ciudad para recabar datos sobre las viviendas que construyen, su ubicación, las tipologías de vivienda que ellos manejan y las características de las mismas. Lamentablemente debido a las políticas de las desarrolladoras no se pudo obtener información más allá de la que se proporciona para la venta de los inmuebles, que es, su precio de venta, ubicación, m² construidos, distribución y tamaño del terreno.

ANALISIS DE LOS DATOS

Una vez recabada y clasificada la información se concentró en tablas que muestran las características de cada prototipo encontrado por desarrolladora. (Los nombres de las desarrolladoras, nombre de fraccionamiento y nombre de prototipo no son proporcionados para evitar cualquier mal entendido)

Tabla 1. Prototipos de Tipo Económico

TIPOLOGIA DE VIVIENDA	DESARROLLADORA	FRACCIONAMIENTO	PROTOTIPO	\$ VENTA	M ² CONSTRUIDOS	M ² LOTE	COSTO M ²
ECONOMICA	A	A1	1	\$250,000	47.50	90.00	\$5,263.16
ECONOMICA	B	B1	1	\$265,000	48.00	105.00	\$5,520.63
ECONOMICA	C	C1	1	\$270,000	43.00	90.00	\$6,279.07
ECONOMICA	A	A1	2	\$270,000	58.70	105.00	\$4,599.66

Tabla 2. Prototipos de Tipo Popular

TIPOLOGIA DE VIVIENDA	DESARROLLADORA	FRACCIONAMIENTO	PROTOTIPO	\$ VENTA	M ² CONSTRUIDOS	M ² LOTE	COSTO M ²
POPULAR	D	D1	1	\$300,000	48.19	91.20	\$6,225.36
POPULAR	D	D1	2	\$315,000	61.20	91.20	\$5,147.06
POPULAR	A	A1	1	\$323,000	53.00	127.00	\$6,094.34
POPULAR	C	C1	1	\$330,000	53.00	105.00	\$6,226.42
POPULAR	C	C2	1	\$450,000	76.00	105.00	\$5,921.05
POPULAR	E	E1	1	\$485,000	62.20	112.00	\$7,797.43

De la misma manera se fueron concentrando las distribuciones de cada prototipo y se compararon con los datos obtenidos en el CEV. Todos estos prototipos cumplen con el reglamento de construcción del municipio sin embargo una vez comparados con el CEV se muestra que pocos cumplen con los parámetros, al final de la tabla se muestra la comparativa y si cumple o no junto con la tipología real a la cual debe corresponder.

Tabla 3. Características de Prototipo de Tipo Económico

SALA	SALA-COMEDOR	COMEDOR	COCINA	COCINETA	BAÑO	RECAMARAS	PASILLO DE SERVICIOS	SALA DE T.E.	LAVANDERÍA	COCINERA	RETIRO	ESTERNO	CLASIFICACION DE ACUERDO CON EL CODIGO DE EDIFICACION DE VIVIENDA			NOTAS	TIPOLOGIA REAL
													M2	#	ESPACIOS		
SI	NO	SI	SI	NO	1	2	NO	NO	NO	1	NO	NO	SI	SI	SI	Si cumple	POPULAR
SI	NO	SI	SI	NO	1	3	NO	NO	NO	1	NO	NO	SI	SI	SI	Si cumple	POPULAR
SI	NO	SI	SI	NO	1	2	SI	NO	NO	1	NO	NO	SI	SI	SI	Si cumple	POPULAR
NO	SI	NO	SI	NO	1	2	SI	SI	NO	1	NO	NO	SI	SI	SI	Si cumple	POPULAR
SI	NO	SI	SI	NO	1/2	3	NO	NO	NO	1	NO	NO	NO	SI	SI	No cumple por que supera los M2 de construcción	TRADICIONAL
SI	NO	SI	SI	NO	1/2	2	SI	NO	SI	1	NO	NO	SI	SI	SI	Si cumple	POPULAR

SALA	SALA-COMEDOR	COMEDOR	COCINA	COCINETA	BAÑO	RECAMARAS	PASILLO DE SERVICIOS	SALA DE T.E.	LAVANDERÍA	COCINERA	RETIRO	ESTERNO	CLASIFICACION DE ACUERDO CON EL CODIGO DE EDIFICACION DE VIVIENDA			NOTAS	TIPOLOGIA REAL
													M2	#	ESPACIOS		
NO	SI	NO	SI	NO	1	2	NO	NO	NO	1	NO	NO	NO	SI	SI	No cumple por que supera los M2 de construcción	POPULAR
NO	SI	NO	SI	NO	1	2	SI	NO	NO	1	NO	NO	NO	SI	SI	No cumple por que supera los M2 de construcción	POPULAR
NO	SI	NO	SI	NO	1	2	NO	NO	NO	1	NO	NO	NO	SI	SI	No cumple por que supera los M2 de construcción	POPULAR
NO	SI	NO	SI	NO	1	3	SI	NO	NO	1	NO	NO	NO	SI	SI	No cumple por que supera los M2 de construcción	POPULAR

Tabla 4. Características de Prototipo de Tipo Popular

CONCLUSIONES

Durante el presente verano se realizó una investigación sobre las tipologías de vivienda encontradas en la ciudad de Torreón para valorarlas, compararlas y clasificar los prototipos de vivienda encontrados para mostrar los resultados y compararlos con los reglamentos y códigos nacionales para así saber si cumplen con las normas impuestas por dichas normativas. De esta manera se recopilara información sobre los prototipos por medio de las desarrolladoras de vivienda de la antes mencionada ciudad, así como los organismos que se encargan de regular a estas (CANADEVI, INFONAVIT, ETC.). También, indagar en los reglamentos municipales, regionales y nacionales sobre la construcción de la vivienda además de artículos académicos y bibliográficos sobre dicho tema. Con esto se busca tener una idea más clara de la situación actual de la vivienda en la ciudad de Torreón con sus pros y contras.

Aunque las desarrolladoras cumplan y sigan los reglamentos municipales y estatales de construcción de la vivienda en la comarca lagunera estas fallan en los reglamentos y códigos nacionales debido al distinto uso de clasificaciones de las tipologías de las viviendas. Además las diferencias entre los precios de los prototipo se debe a los espacios que ofrece el mismo junto con la ubicación y los servicios que se ofrecen.

FUENTES DE INFORMACION

Ávila, I. (2016). Crecimiento Histórico de la Vivienda en Torreón. Abril 25,2016, de Grupo Milenio Sitio web: http://www.milenio.com/negocios/Nuestra_Metropoli_desde_el_IMPLAN-IMPLAN_Torreon-crecimiento_de_Torreon_0_725927463.html

Artículo 222. Reglamento de Desarrollo Urbano, Zonificación, Uso de suelo y Construcción del Municipio de Torreón, Torreón, Coahuila, S.F

Inventario de Vivienda Vigente por Valor de la Vivienda, Sistema Nacional de Información e Indicadores de Vivienda (SNIIV), Julio 5,2017, Sitio web: http://www.conavi.gob.mx:8080/Reports/Inv_Viv_Vig/Inv_x_TipViv.aspx

Sección 331(2010). Código de Edificación de Vivienda (CEV) Distrito Federal, México, 2010.

Dirección de Investigación Estratégica. (2015). Vivienda. Enero 01,2015, de TRCIMPLAN Sitio web: <http://www.trcimplan.gob.mx/indicadores-categorias/vivienda.html>

DIFERENCIA DE MONTOS DE CONSTRUCCIÓN POR METRO CUADRADO EN LA VIVIENDA TRADICIONAL

José Leonardo Valdés García y Areli Magdiel Lopez Montelongo

RESUMEN

En este documento se habla sobre las Diferencia De Montos De Construcción Por Metro Cuadrado En La Vivienda Tradicional, un tema que nos demuestra los montos que manejan las diferentes desarrolladoras de vivienda para la construcción de sus viviendas, nos deja claro que la diferencia entre los costos mas bajos y los mas altos no es necesariamente los metros cuadrados de las viviendas sino su ubicación.

ABSTRACT

This paper presents the Differences of the Cost of the Construction per Square Meter on the Traditional Dwelling, a theme that shows us the cost that manage every one of the different Housing developer for the construction of their houses, make it clear that the difference between the lower costs and the bigger is not necessarily the squared meters.

Palabras Clave: CANADEVI, CONAVI, CEV, Costo por m², Vivienda

INTRODUCCION

En la vivienda de la ciudad podemos observar la variedad y carencia de los diferentes tipos de niveles y costos de la misma, nos damos cuenta de un déficit en la vivienda económica y popular en Torreón.

Se realizó una tabla en la cual se organizaron las tipologías de vivienda según las diferentes instancias relacionadas con el desarrollo de vivienda Como lo son la Comisión Nacional de Vivienda (CONAVI), la Cámara Nacional de la Industria de Desarrollo y Promoción de Vivienda (CANADEVI) y el Código de Edificación de Vivienda (CEV).

CONAVI		
TIPO	SALARIO MENSUAL	MONTO
POPULAR	↓ 118	↓ \$287,119.49
ECONOMICA	118-200	\$287,119.49-\$486,643.20
TRADICIONAL	200-350	\$486,643.20-\$851,625.60
MEDIA	350-750	\$851,625.60-\$1,824,912.00
RESIDENCIAL	750-1500	\$1,824,912.00-\$3,649,824.00
RESIDENCIAL PLUS	1500 ↑	\$3,649,824.00 ↑

VIVIENDA CANADEVI	
TIPO	SALARIO DIARIO
ECONOMICA	↓ 2
TRADICIONAL BAJOS INGRESOS	2.00-3.99
TRADICIONAL	4.00-10.99
MEDIA	11.00 ↑

fuentes: Documento proporcionado por CANADEVI Laguna

VIVIENDA CEV						
PROMEDIO	ECONOMICA	POPULAR	TRADICIONAL	MEDIA	RESIDENCIAL	RESIDENCIAL PLUS
Superficie construida promedio	30m ²	425 m ²	625 m ²	97.5 m ²	145 m ²	225 m ²
Costo promedio:	↓ \$287,119.49	\$287,119.49-\$486,643.20	\$486,643.20-\$851,625.60	\$851,625.60-\$1,824,912.00	\$1,824,912.00-\$3,649,824.00	\$3,649,824.00 ↑
Veces Salario Mínimo Mensual del D.F. (VSMMDF)	↓ 118	118-200	200-350	350-750	750-1500	1500 ↑
Número de cuartos	Baño Cocina Área de usos múltiples	Baño Cocina Estancia comedor De 1 a 2 recámaras	Baño Cocina Estancia comedor De 2 a 3 recámaras	Baño ½ baño Cocina Sala Comedor De 2 a 3 recámaras Cuarto de servicio	De 3 a 5 baños Cocina Sala Comedor De 3 a 4 recámaras Cuarto de Servicio Sala familiar	De 3 a 5 baños Cocina Sala Comedor De 3 a más recámaras De 1 a 2 cuartos de servicios Sala familiar

MÉTODOS Y MATERIALES

Los gráficos que se muestran dentro de la Introducción fueron obtenidos de diversas maneras, la tabla que contiene los datos del CEV se encuentra dentro de un PDF que se encuentra en la página de la secretaria de gobierno, la tabla proporcionada por la CANADEVI Laguna se encuentra dentro de un documento el cual fue desarrollado por el Lic. Guillermo Antonio Saldaña Wolff Gerente Delegacional de la CANADEVI Laguna. La tabla que presenta los datos sobre la tipología de vivienda que maneja la CONAVI se desarrollo con los datos sobre montos e ingresos de los derechohabientes según el Salario Mínimo Mensual.

La tabla de la CONAVI nos presenta los siguientes datos La primero columna hace referencia a la tipología de vivienda de la vivienda mas baja a la de mayores recursos, la siguiente columna corresponde a los salarios mínimos mensuales que debe percibir un derechohabiente y la ultima corresponde al mismo valor pero monetario. La vivienda Popular corresponde a un Salario Mínimo Mensual (SMM) menor a los 118 veces lo que equivale a un valor de \$287,119.49 La vivienda Económica es de un SMM mayor a las 118 veces pero menor a las 200 veces, correspondiente a un monto mayor a los \$287,119.50 pero menor a los \$486,643.20. En la siguiente línea vemos la vivienda Tradicional la cual va de 200 a 350 veces el SMM lo que en monto seria de \$486,643.20 a \$851,625.60. La cuarta fila de la tabla corresponde a la vivienda Media la cual en monto va de los \$851,625.60 a los \$1,824,912.00 que corresponde a la cantidad de 350 a 750 veces el SMM. La penúltima fila de esta clasificación corresponde a la vivienda Residencial la cual va de las 750 a las 1500 veces el SMM lo que se traduce en un monto entre \$1,824,912.00 y \$3,649,824.00. La ultima fila corresponde a vivienda Residencial Plus la cual tiene un valor superior a las 1500 veces el SMM, lo que equivale a un monto superior a los \$3,649,824.00. La CANADEVI LAGUNA maneja otros parámetros para clasificar su vivienda, esta clasificación se concentro en una tabla la cual solo maneja 4 tipologías de vivienda. La primer columna corresponde a la tipología de la vivienda clasificada; la siguiente columna es para la cantidad de Salarios Mínimos Diarios que el derechohabiente debería de percibir para acceder a una vivienda de la respectiva tipología; la clasificación de viviendas según la CANADEVI LAGUNA no maneja un monto o valor monetario para clasificar su vivienda. La primer fila de la clasificación corresponde a la vivienda Económica la cual tiene un valor de hasta las 2 veces los Salarios Mínimos Diarios. La segunda fila corresponde a la vivienda Tradicional Bajos Ingresos la cual va de las 2 a las 3.99 veces el Salario Mínimo Diario. La siguiente fila es de la vivienda Tradicional, esta tipología de vivienda va desde los 4 a los 10.99 Salarios Mínimos Diarios. La última fila de la clasificación corresponde a la vivienda Media la cual parte desde las 11 veces el Salario Mínimo Diario en adelante.

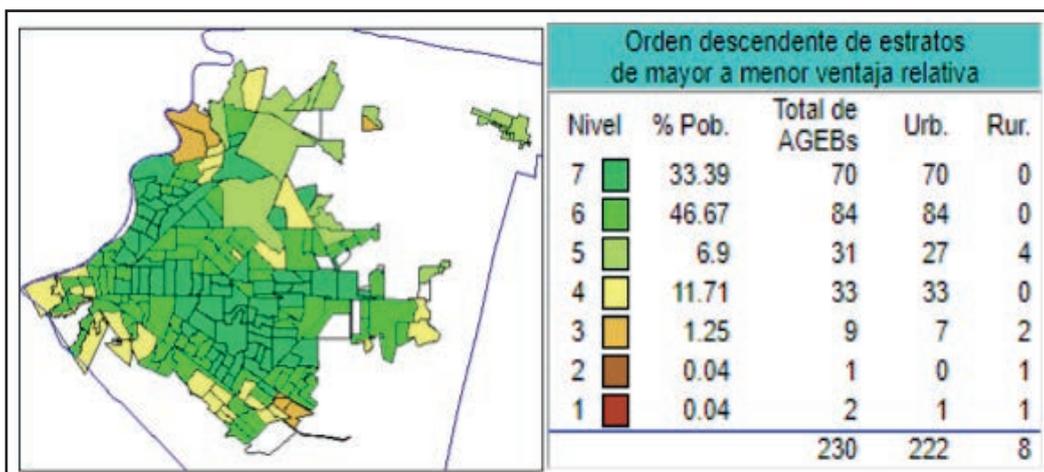
En la primer columna de la tabla de clasificación según el CEV corresponde a los requerimientos promedio en cuanto a superficie construida, costo promedio, Veces Salario Mínimo Mensual del D.F. y el numero de cuartos. La columna siguiente corresponde a vivienda Económica la cual debe tener una superficie promedio de 30m², un costo promedio menor a \$287,119.49 correspondiente a menos de 118 VSMMDF y por ultimo lo correspondiente a los cuartos que debe tener la vivienda los cuales son, Baño, Cocina y un Área de usos múltiples. La siguiente columna corresponde a la vivienda popular la cual cuenta con una superficie promedio de 42.5m² y un costo promedio que va de \$287,119.49 a los \$486,643.20 correspondiente a 118-200 VSMMDF y por ultimo los cuartos que debe contener la vivienda, los cuales son los siguientes: Baño, Cocina, Estancia, Comedor y de 1 a 2 Recamaras. La cuarta columna corresponde a la vivienda Tradicional, en superficie construida promedio nos marca 62.5 m², un costo promedio de \$486,643.20 a los \$851,625.60 un valor de los 200 a 350 VSMMDF y por último los cuartos correspondientes de esta clasificación son Baño, Cocina, Estancia, Comedor y de 2 a 3 Recamaras. La cuarta clasificación corresponde a la vivienda Media, la cual en m² de superficie construida promedio es de 97.5 m², un costo promedio entre los \$851,625.60-\$1,824,912.00 correspondiente a las 350 a 750 VSMMDF, los cuartos de esta vivienda son los siguientes: Baño 1/2 baño, Cocina, Sala, Comedor, 2 o 3 Recamaras y Cuarto de Servicio. La siguiente columna corresponde a la vivienda Residencial, la superficie construida promedio es de 145 m², un costo promedio de \$1,824,912.00-\$3,649,824.00 y un valor de 750 a 1500 VSMMDF. Los cuartos correspondientes a esta vivienda son: De 3 a 5 baños, Cocina, Sala, Comedor, de 3 a 4 Recamaras, Cuarto de servicio y una Sala familiar. La última columna y clasificación corresponde a la vivienda Residencial Plus, una superficie construida promedio de 225 m², un costo superior a los \$3,649,824.00 correspondiente a un valor superior a las 1500 VSMMDF, el numero de cuartos es de 3 a 5 baños, Cocina, Sala, Comedor, 3 o mas recamaras, de 1 a 2 cuartos de servicio y Sala familiar. Después de esto se busco información con las desarrolladoras de vivienda de la ciudad de Torreón Coahuila para distribuir o separar las diferentes viviendas por medio de su precio de venta dentro de las tipologías que marcan las instancias anteriormente mencionadas, gracias a esto nos pudimos dar cuenta de en que tipología de vivienda entrarían en realidad las viviendas que se desarrollan en la ciudad de torreón, dando como resultado que la vivienda que más se desarro-

lla dentro de la ciudad es la vivienda de tipo Tradicional

TIPOLOGIA DE VIVIENDA	DESARROLLADORA	FRACCIONAMIENTO	NOMBRE PROTOTIPO	\$VENTA	\$CONSTRUCCION	MP CONSTRUIDOS	MP FLOTE	COSTO MP	Tipologia
ECONOMICA	E	7	E1	\$270,000		43.00	90.00	\$8,278.07	ECONOMICA
MEDIA RESIDENCIAL	A	2	A6	\$980,000		125.38	133.00	\$7,666.72	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	A	3	A6	\$980,000		125.38	133.00	\$7,666.72	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	A	2	A6	\$1,140,000		161.16	133.00	\$7,129.58	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	A	3	A6	\$1,148,000		161.16	133.00	\$7,129.56	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	B	4	B3	\$885,000		142.95	115.00	\$8,061.07	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	C	3	C3	\$989,000		154.00	140.00	\$8,292.21	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	E	10	E7	\$1,090,000		154.00	150.00	\$8,814.20	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	E	10	E8	\$1,200,000		144.00	150.00	\$9,333.33	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	E	10	E9	\$1,445,000		175.00	150.00	\$9,267.14	MEDIA
POPULAR	A	1	A1	\$485,000		82.20	112.00	\$7,797.43	POPULAR
POPULAR	E	7	E2	\$330,000		53.00	105.00	\$6,296.42	POPULAR
POPULAR	E	8	E3	\$450,000		76.00	105.00	\$5,921.05	POPULAR
MEDIA RESIDENCIAL	D	5	D1	\$1,394,000.00		195	144	\$9,156.63	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	D	5	D2	\$1,394,000.00		199	144	\$9,707.30	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	D	6	D3	\$1,920,000.00		292.00	180.00	\$8,648.66	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	D	6	D4	\$2,050,000.00		255.00	180.00	\$9,039.22	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	F	11	F1	\$1,234,000.00		129.00	147.00	\$9,565.89	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	F	11	F2	\$1,247,000.00		132.00	147.00	\$9,448.97	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	F	11	F3	\$1,315,000.00		162.00	147.00	\$9,117.28	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	G	12	G1	\$970,000.00		118.89	160.00	\$8,158.80	MEDIA
TRADICIONAL	A	1	A2	\$910,000		89.51	112.00	\$5,697.89	TRADICIONAL
TRADICIONAL	A	1	A3	\$720,000		106.56	112.00	\$6,756.76	TRADICIONAL
TRADICIONAL	A	1	A4	\$830,000		134.34	112.00	\$6,178.35	TRADICIONAL
TRADICIONAL	A	2	A5	\$850,000		106.56	133.00	\$7,976.73	TRADICIONAL
TRADICIONAL	B	4	B1	\$618,000		91.44	90.75	\$8,758.53	TRADICIONAL
TRADICIONAL	B	4	B2	\$735,000		105.48	115.00	\$6,908.15	TRADICIONAL
TRADICIONAL	C	3	C1	\$729,000		109.00	140.00	\$7,147.05	TRADICIONAL
TRADICIONAL	C	3	C2	\$832,000		125.00	140.00	\$8,666.00	TRADICIONAL
TRADICIONAL	E	9	E4	\$590,000		93.10	112.00	\$6,337.27	TRADICIONAL
TRADICIONAL	E	9	E5	\$670,000		112.36	112.00	\$5,962.98	TRADICIONAL
TRADICIONAL	E	9	E6	\$790,000		153.36	112.00	\$5,151.28	TRADICIONAL

Aunado a esto, se investigaron los datos que proporciona el INEGI sobre los diferentes estratos económicos de la población de la ciudad de Torreón Coahuila. Dentro de las bases de datos del INEGI se muestra que el índice de pobreza de la ciudad es muy bajo lo cual es un indicador de la cantidad de personas que requerirían de vivienda Popular o Económica, siendo un indicador del porque no se genera vivienda Popular o Económica en la ciudad, al tener una demanda más baja de personas que requieren de una vivienda, los desarrolladores se inclinan por un mercado con más amplitud y demanda.

Los estratos socioeconómicos de la región nos muestran que la mayor parte de la población se encuentra en un estatus medio alto de nivel 6, seguido por un estatus alto nivel 7, bajando a un nivel medio-4.



RESULTADOS

La investigación nos arroja que la mayor cantidad de vivienda que se desarrolla en la Ciudad es Vivienda Tradicional, un factor muy importante es el que la mayor parte de la población de la ciudad se encuentra dentro de este estrato económico. Al hacer la tabla en la que se encuentran las desarrolladoras, viviendas y costos nos demuestra que la vivienda tradicional con un valor alto es la que tiene un costo por metro cuadrado mas bajo, algo que contrasta con la lógica que sería un valor más bajo en el costo de venta con un costo por metro cuadrado bajo de igual manera.

El costo por metro cuadrado de las diferentes desarrolladoras de vivienda nos demuestra que muchas veces los metros cuadrados de la vivienda no son lo que rige el costo de la misma sino la ubicación, la plusvalía del lugar y en algunos casos los acabados o el tipo de muebles fijos con los que se entregan las viviendas.

CONCLUSIONES

Las diferencias entre los costos de construcción de la vivienda Tradicional de la ciudad de Torreón Coahuila, son muy distantes teniendo un costo cercano a los \$5,000.00 y el mas elevado que esta cercano a los \$8,000.00, costos que se elevan en base al fraccionamiento en el que se encuentran ubicados y no a los metros cuadrados de construcción de la vivienda.

La vivienda que más se desarrolla es a la que se enfoco esta investigación ya que ha sido la vivienda mas importante en los últimos años e la ciudad, esta vivienda es la más desarrollada en la ciudad, un punto importante debe ser el que dentro del INEGI la ciudad no cuenta con una población de bajos ingresos, es decir, existe poca pobreza en la ciudad según los datos del INEGI, esto ha orillado a las diferentes desarrolladoras a apostarle a un mercado mas alto y competitivo que es la Vivienda Tradicional, dejando de lado la Vivienda correspondiente a la tipología de Vivienda Económica y la Vivienda Popular

BIBLIOGRAFIA

Artículos de libros.

Artículo 222. Reglamento de Desarrollo Urbano, Zonificación, Uso de suelo y Construcción del Municipio de Torreón, Torreón, Coahuila, S.F

Sección 331(2010). Código de Edificación de Vivienda (CEV) Distrito Federal, México, 2010.

Artículos en línea

Ávila, I. (2016). Crecimiento Histórico de la Vivienda en Torreón. Abril 25,2016, de Grupo Milenio Sitio web: http://www.milenio.com/negocios/Nuestra_Metropoli_desde_el_IMPLAN-IMPLAN_Torreon-crecimiento_de_Torreon_0_725927463.html

Inventario de Vivienda Vigente por Valor de la Vivienda, Sistema Nacional de Información e Indicadores de Vivienda (SNIIV), Julio 5,2017, Sitio web: http://www.conavi.gob.mx:8080/Reports/Inv_Viv_Vig/Inv_x_TipViv.aspx

Dirección de Investigación Estratégica. (2015). Vivienda. Enero 01,2015, de TRCIMPLAN Sitio web: <http://www.trcimplan.gob.mx/indicadores-categorias/vivienda.html>

Por: Karla Guadalupe Trejo Tristán

RESUMEN

La historia de las empresas nos muestran la dificultad de adquirir un apoyo para emprender o mejorar una empresa sin embargo en la actualidad hay dependencias del gobierno que nos ayudan bajando recursos para nuestras micro y medianas empresas como lo es INADEM. Fondos con los cuales el objetivo es ayudar a progresar las empresas incentivar el crecimiento económico nacional, regional y sectorial, mediante el fomento a la productividad y dar un patrimonio al empresario y empleo a otras personas.

Son diferentes etapas y nos muestra cómo se desarrolla el proceso para poder obtener el recurso mediante una plataforma como requisito y el proceso que se tiene para completarla, el grado de rentabilidad, cual es el ingreso que realmente necesita invertirse y para finalmente otorgar el apoyo.

Durante el proceso se muestra el proyecto, lo importante que es para el empresario saber cómo llevar a cabo sus objetivos con la guía de un "PLAN DE NEGOCIOS" los canales de venta utilizados para comercializar los productos, además de saber el comportamiento que tendrá el negocio ante los demás negocios ya establecidos; el procedimiento de selección de consumidores y cómo es que se lleva a cabo la negociación y ventas y bajo qué estatutos se encuentra para poder realizar los negocios.

ABSTRACT

The history of companies show us the difficulty of acquiring support to start or improve a company, however, there are now government agencies that help us by lowering resources for our micro and medium enterprises, such as INADEM. Funds with which the objective is to help companies boost national, regional and sectorial economic growth, by fostering productivity and giving entrepreneur patrimony and employment to other people.

They are different stages and shows us how the process is developed to obtain the resource through a platform as a requirement and the process that has to complete it, the degree of profitability, which is the income that really needs to be invested and finally grant the support.

During the process shows the project, how important it is for the entrepreneur to know how to carry out their objectives with the guidance of a "BUSINESS PLAN"

The sales channels used to market the products, in addition to knowing the behavior that will have the Business to other established businesses; The procedure of selection of consumers and how it is that the negotiation and sales is carried out and under which by-laws it is found to be able to realize the businesses.

PALABRAS CLAVE

INCUBACIÓN DE EMPRESAS: las incubadoras de empresas no es otro que, como su propio nombre indica, "incubar" los proyectos que aún, digamos, se encuentran inexpertos, proporcionando al emprendedor asesoramiento continuo en diferentes campos (legal, administrativo, marketing, etc.), ofreciéndole una infraestructura física donde desarrollar su negocio y facilitándole el acceso a la financiación. A cambio, estas organizaciones toman un porcentaje de participación del proyecto, un aspecto que debe ser negociado cuanto antes.

LA INCUBACIÓN DE EMPRESAS: se presenta como un proceso muy novedoso especialmente dirigido a la formación de jóvenes empresarios que quieren impulsar sus proyectos relacionados con las nuevas tecnologías e Internet actualmente. Los beneficios que aportan las incubadoras de empresas a los emprendedores pueden resumirse principalmente en tres: asesoría, espacio físico y contactos.

PLAN DE NEGOCIOS: Es una habilidad en el sector administrativo de las organizaciones y empresas trazan planes donde detallan las acciones requeridas para cumplir con sus metas. Este proceso de elaboración, puesta en marcha y seguimiento de los planes se conoce como planeación o planificación.

MICROEMPRESAS:

Las microempresas son consideradas pequeñas unidades económicas-sociales, producto de los procesos de organización y experimentación social relacionadas con las actividades económicas a pequeña escala. Estas unidades presentan un modo coherente de organizar la actividad económica organizándose en algunos casos en empresas familiares, cooperativas, empresas de servicios, talleres artesanales y comercio.

RENTABILIDAD: La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera

Mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos.

INTRODUCCION

Todo inicia con un convenio entre el Instituto Nacional del emprendedor (INADEM) que depende de la delegación federal de la secretaría de economía de zacatecas y a través de un proceso de licitación asume la responsabilidad de realizar el proceso de incubación para grupos de empresas. Primeramente se lanzan las convocatorias para saber qué proyecto es factible y cumpla con los requisitos de los fondos que ofrece INADEM, después se da la indicación de realizar la plataforma que ofrece los cursos en línea, en la que paso a paso muestra cómo mejorar o iniciar nuestra empresa. Se hace la visita a los empresarios seleccionados para conocer sus proyectos, darles una pequeña capacitación para aclarar sus ideas del negocio que van a poner y que nos brinden la información requerida para apoyarlos con el proceso de la plataforma.

La plataforma de incubación en línea consta de 5 módulos en los cuales incluye diferentes ejercicios para que el empresario aplique conocimientos del curso antes mencionado y aprenda como llevar su negocio cuando esté en marcha.

El PRIMER módulo muestra la importancia de tener la idea principal del negocio para después saber las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pudieran surgir.

El SEGUNDO módulo muestra cómo hacer un estudio de mercado para saber dónde y a que clientes venderles; así como qué propuesta de valor darle a nuestra empresa y que se diferencie de la competencia,

EL TERCER módulo que nos enseña como realizar un análisis más profundo a la calidad que tendría nuestra empresa, comparando costos y así poder establecer un precio a nuestro producto.

El CUARTO modulo solo consta de una evaluación.

Y finalmente el QUINTO modulo incluye las cifras reales de nuestro plan financiero, resumen ejecutivo y propuesta en marcha del proyecto ; teniendo también al término de cada módulo un examen o prueba final que es indispensable aprobar para poder avanzar al siguiente modulo en las cuales solo se tienen 2 oportunidades con calificación mínima de 80 y máxima de 100.

Es así como se dan los primeros pasos para tener la oportunidad de obtener los recursos y diferentes modalidades de INADEM que dependen de la edad o monto necesario.

EXPERIMENTAL

El primer proyecto; Artesanías “Rivera Franco” en el cual estaba al frente Daniel Rivera Franco de 28 años de edad con la idea de generar productos únicos como piezas artesanales en madera por ejemplo: lentes, reloj de pulso y de pared, juguetería artesanal, muebles, e ir innovado productos para exposiciones comerciales.

La idea surge a partir de la necesidad de generar ingresos para la familia de Daniel, tener un patrimonio, así como el sueño de Daniel de generar empleos.

Daniel tiene una discapacidad que actualmente es el impedimento más grande para ser contratado por alguna otra empresa, sin embargo se dio cuenta que tiene las herramientas para salir adelante, INADEM dentro de una de sus modalidades ayuda con fondos precisamente para emprendedores con discapacidad que es un apoyo importante para que el despegue su idea de negocio.

Todo surge cuando Daniel trabajaba como militar aprendió a realizar este tipo de artesanías en madera, cuadros, relojes y carritos a escala; fue lo básico con lo cual inicio para tener un ingreso extra, ya que no tenía tantos por el trabajo que no se le era otorgado.

En la ciudad de Fresnillo, zacatecas se realizó un proceso de selección de personas que presentaron sus proyectos de negocio y en la selección solo se autorizaron 13 proyectos factibles y que eran viables para recibir los recursos de apoyo que ofrecía INADEM. Uno de ellos fue el proyecto de Daniel del cual estuve a cargo 30 días de la incubación.

La inversión solicitada para este proyecto se distribuirá principalmente en la compra de materia prima necesaria para la realización de las actividades del negocio, así como la compra de maquinaria y demás herramientas de trabajo esenciales para la elaboración del producto como: Madera, Barniz, Pintura mancha, Pegamento, Lijas, Resanador, Grapas, clavos, sierra circular, compresor, grapadora, taladro y mesa de trabajo de metal o madera, etc. Y también los costos fijos que se le presentarían como emprendedor que son los adecuaciones a algún local, Luz, Agua, Teléfono (o celular) Uniformes, Gasolina, Publicidad, Suidos etc.

La venta será de fabricante directamente a consumidor final, aunque en un futuro desea tener una cadena de distribución más detallista y ventas en mayor cantidad que contengan su marca reconocida. La ventaja que tiene sobre sus competidores es la atención y excelente trato a las personas que asisten a comprar, y otra de sus ventajas es que cada producto lo personaliza según el gusto del cliente y en el menor tiempo posible evitando el disgusto por la espera y teniéndolo tal cual como lo pidió.

La edad de venta de estos productos es de 18 años en adelante, aunque se realizan diseños de todo tipo de gustos y para todo tipo de edades. El local en general se encuentra en buenas condiciones por lo cual no será necesario hacerle adecuaciones tan grandes, solo se instalara el equipo necesario para la fabricación del producto.

Los beneficios que dará al estar debidamente formalizado es el generar empleo a las personas con discapacidades diferentes que por alguna forma no reciben el apoyo para poder trabajar en una empresa o negocio ya establecido.

Debido a que sus ingresos no superaran los 2,000,000.00 MDP al año y que su venta será principalmente a público en general, generalmente es mejor que se registre ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público en el Régimen de Pequeño Contribuyente, lo anterior porque es el adecuado al negocio que se emprenderá ya que la oportunidad de mayor ingreso es crédito joven por la edad de Daniel y el monto requerido o solicitado que son 97,000.00 aproximadamente para adecuaciones, materia prima y empleados. No necesariamente requiere socios para su negocio pero en este crédito si es necesario contar con un aval.

Estos apoyos son a través de reembolsos para la puesta en marcha: Crédito Joven de 18 a 35 años de edad que es el caso de Daniel aplicable; el monto es de \$50,000.00 hasta 150,000.00 con una tasa de interés del 13% anual fija, en la cual solo el primer año pagas intereses, comienzas a pagar el capital hasta el segundo año y tienes hasta 3 años para pagar el crédito (se financia hasta el 100% en línea).

Verificando los costos e ingresos de Daniel a futuro nos indica que con 2 empleados más a su cargo, el local que tiene adecuado y un poco más 30 productos por mes como punto de equilibrio, en el escenario optimista, conservador y pesimista tendría a futuro buenos ingresos y un crecimiento rápido, dado a que ya tiene trazado perfectamente su mercado y ubicados perfectamente a sus clientes.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El principal, objetivo de un programa de incubación es ayudar a los empresarios en la formación y el desarrollo de una empresa para que esta pueda sobrevivir y ser exitosa. Un aspecto relevante de la incubación, es el plan de negocios, ya que se pone por escrito lo que se planea realizar, qué maquinaria se tendrá que adquirir o materia prima, etc. Además se debe conocer el financiamiento o capital que se debe de tener para la inversión inicial.

Para cumplir con la misión del programa de incubación se necesitan de varios aspectos, la actitud del emprendedor y la idea de negocio que tenga en mente. Muchas veces el emprendedor no tiene idea de lo que quiere desarrollar, sabe que quiere emprender pero no sabe cómo ni qué. Así que en el programa de incubación se le lleva de la mano al empresario, para poner por escrito las ideas de algún giro así como los medios por los cuales llegará a cumplir el objetivo de iniciar un negocio.

Para realizar el proyecto hay que obtener las necesidades de inversión durante la vida útil del proyecto. Hay que realizar presupuestos que es calcular de forma anticipada a cuánto ascenderán los ingresos y los gastos de una empresa durante un periodo determinado.

Toda empresa necesita conocer su futuro inmediato y poder anticipar lo que podría ocurrir en los próximos meses, para así estar preparado para los retos que enfrentará la empresa.

Para poder hacer una proyección y presupuestar hay que conocer bien el mercado ya que esto nos permitirá establecer que productos podrán venderse con éxito, los precios del producto y las formas de venta como la venta a crédito o al contado.

Conocer tus números dentro de la empresa siempre es fundamental, porque podrás ver como se calculan los costos de tus bienes o servicios, las ventas mínimas para seguir operando y algunos de los estados financieros básicos para llevar control de tus operaciones, y no tener más desperdicio que producción.

Como podrán darse cuenta, hay muchas cosas que deben considerarse para poder llegar al éxito de una empresa. En este sentido que la incubación de estudio y conocimiento en línea nos aporta capacitación, enseñándonos todos los elementos necesarios encaminados al giro del negocio para emprender o mejorar tu empresa con más conocimientos para el logro de buenos resultados.

Diría un sabio “Donde hay una empresa de éxito alguien tomo una decisión valiente” y mejor aún “la mejor manera de empezar algo es dejar de hablar de ello y empezar a hacerlo”,

“No piense en su idea, analice si le apetece esa idea que sea la que traiga la incertidumbre a su vida”

Nada como iniciar una empresa con una idea concreta y trabajarla sobre la marcha, aunque se pueden presentar cosas imprevistas que puedan dañar aspectos importantes de la empresa como desperdicio de tiempo y de recursos, así como la pérdida de credibilidad del cliente hasta llegar a la quiebra, entonces concluimos que es mejor tener la idea concreta del negocio que queremos y pasos concretos a seguir con una planeación a futuro.

La incubación es el proceso para acelerar o entender una idea emprendedora a través de una gama de recursos, englobando aspectos como es la elaboración de un plan de negocios.

La incubación de negocios son una serie de programas y procesos prácticos que ayudan a la formación, el desarrollo así como la supervivencia de nuevas empresas como menciona Thomas S. Lyons en su libro Incubando nuevas empresas “la competencia exitosa en la economía globalizada de hoy requiere una innovación constante y la mayor parte de esta innovación surge entre la gente que crea nuevas empresas” creo que el gobierno se ha dado cuenta que puede apoyar a estas nuevas empresas por medio de la incubación y así poder generar nuevos empleos además de mejorar la economía de país.

Las incubadoras no transforman la idea en negocios exitosos, lo que hacen es orientar al empresario para que su idea de negocio sea lo más parecido a lo que ellos desean. Estos programas de incubación hacen más fácil para los empresarios transformar la idea en negocios viables.

La misión del programa de incubación es ayudar al empresario en la formación y el desarrollo de la empresa para que esta pueda sobrevivir y ser exitosa por lo que “ofrece un marco de ayuda que facilita el proceso por el cual el empresario desarrolla su negocio y lo convierte en un proyecto viable.”

Actualmente cualquier negocio en mente es punto de éxito ya que en la actualidad vivimos guiado por la mejoras o propuestas de valor que hacen diferente a cada uno de los negocios, no importa si el concepto es tradicional o innovador atreverse a llevar esta aventura guiada es la razón de un futuro y una mejor calidad de vida.

CONCLUSIÓN

En conclusión la decisión de iniciar una empresa es un gran paso el cual no es fácil para el empresario por los miedos que se puedan presentar de que funcione o no funcione el negocio, pero sabemos que no solo beneficia a una sola persona, sino a un conjunto, el cual hace crecer cada día más ese proyecto, sus patrimonios y así como también apoya el crecimiento económico nacional. Para esto se necesita preparación, acción, inversión de tiempo y se obtendrán resultados en un futuro que haga que todo el proceso valga la pena.

El mayor miedo de un empresario es saber si tiene el negocio correcto y si va a funcionar, porque al principio es una gran inversión y si se presenta el temor de que no funcione y se pierda ese dinero, o peor aún no querer emprender por falta de recursos.

Siendo así INADEM no solo piensa en brindar un apoyo económico para poder emprender y que sea solo momentáneo el éxito, si no que te brinda herramientas más grandes de las cuales en un futuro las podremos aprovechar a un 100% para hacer crecer nuestras empresas o mejorarlas, teniendo la capacitación al brindar-nos conocimientos y seguridad de cómo se maneja el negocio, que utilizar con los clientes y que no.

Al conocer que hay instituciones como esta vale la pena invertir tiempo en el proceso de incubación en línea o cualquier otra incubación, porque como mencionaba no solo brinda recursos económicos, sino también herramientas que proyectaran el crecimiento y números de tu negocio, calculara ventas necesarias mínimas para salir adelante, te hará Conocer cómo se elaboran planes de negocio, así como saber las reglas de operación a seguir para la realización del proyecto. La utilidad de realizar todo este proceso de pre incubación, incubación y pos incubación es poder realizar una idea de negocio de manera formal porque recordemos que todo empieza de una idea, y que es por lo general gente de bajos recursos y que al final el proyecto concretado será para una mejor calidad de vida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Antonello E. Bove “El Plan de Negocios” la metodología de los 7 pasos (Washington D.C, EUA enero 2015)
- Lichtenstein, Gregg A. y Lyons, Thomas S. “Incubando nuevas empresas”. Montevideo, Uruguay 2003.
- Fernando Trías de Bes “El libro negro del emprendedor ” Ediciones Urano, Barcelona, España 2012
- Ortiz Niño, Diego A. "Flujo de caja y proyecciones financieras con análisis de riesgo". Bogotá, Colombia
- Pro empleo peñoles “Taller de Emprendimiento ” Torreón, Coahuila, 2017

DIFERENCIA DE MONTOS DE CONSTRUCCIÓN POR METRO CUADRADO EN LA VIVIENDA TRADICIONAL

José Leonardo Valdés García y Areli Magdiel Lopez Montelongo
RESUMEN

En este documento se habla sobre las Diferencia De Montos De Construcción Por Metro Cuadrado En La Vivienda Tradicional, un tema que nos demuestra los montos que manejan las diferentes desarrolladoras de vivienda para la construcción de sus viviendas, nos deja claro que la diferencia entre los costos mas bajos y los mas altos no es necesariamente los metros cuadrados de las viviendas sino su ubicación.

ABSTRACT

This paper presents the Differences of the Cost of the Construction per Square Meter on the Traditional Dwelling, a theme that shows us the cost that manage every one of the different Housing developer for the construction of their houses, make it clear that the difference between the lower costs and the bigger is not necessarily the squared meters.

Palabras Clave: CANADEVI, CONAVI, CEV, Costo por m², Vivienda

INTRODUCCION

En la vivienda de la ciudad podemos observar la variedad y carencia de los diferentes tipos de niveles y costos de la misma, nos damos cuenta de un déficit en la vivienda económica y popular en Torreón. Se realizo una tabla en la cual se organizaron las tipologías de vivienda según las diferentes instancias relacionadas con el desarrollo de vivienda Como lo son la Comisión Nacional de Vivienda (CONAVI), la Cámara Nacional de la Industria de Desarrollo y Promoción de Vivienda (CANADEVI) y el Código de Edificación de Vivienda (CEV).

CONAVI		
TIPO	SALARIO MENSUAL	MONTO
POPULAR	↓ 118	↓ \$287,119.49
ECONOMICA	118-200	\$287,119.49-\$486,643.20
TRADICIONAL	200-350	\$486,643.20-\$851,625.60
MEDIA	350-750	\$851,625.60-\$1,824,912.00
RESIDENCIAL	750-1500	\$1,824,912.00-\$3,649,824.00
RESIDENCIAL PLUS	1500 ↑	\$3,649,824.00 ↑

VIVIENDA CANADEVI	
TIPO	SALARIO DIARIO
ECONOMICA	↓ 2
TRADICIONAL BAJOS INGRESOS	2.00-3.99
TRADICIONAL	4.00-10.99
MEDIA	11.00 ↑

fuentes: Documento proporcionado por CANADEVI Laguna

VIVIENDA CEV						
PROMEDIO	ECONOMICA	POPULAR	TRADICIONAL	MEDIA	RESIDENCIAL	RESIDENCIAL PLUS
Superficie construida promedio	30 m ²	42.5 m ²	62.5 m ²	97.5 m ²	145 m ²	225 m ²
Costo promedio:	↓ \$287,119.49	\$287,119.49-\$486,643.20	\$486,643.20-\$851,625.60	\$851,625.60-\$1,824,912.00	\$1,824,912.00-\$3,649,824.00	\$3,649,824.00 ↑
Veces Salario Mínimo Mensual del D.F. (VSM/DMF)	↓ 118	118-200	200-350	350-750	750-1500	1500 ↑
Número de cuartos	Baño Cocina Área de usos múltiples	Baño Cocina Estancia comedor De 1 a 2 recámaras	Baño Cocina Estancia comedor De 2 a 3 recámaras	Baño ½ baño Cocina Sala Comedor De 2 a 3 recámaras Cuarto de servicio	De 3 a 5 baños Cocina Sala Comedor De 3 a 4 recámaras Cuarto de Servicio Sala familiar	De 3 a 5 baños Cocina Sala Comedor De 3 a más recámaras De 1 a 2 cuartos de servicios Sala familiar

Métodos y materiales

Los gráficos que se muestran dentro de la Introducción fueron obtenidos de diversas maneras, la tabla que contiene los datos del CEV se encuentra dentro de un PDF que se encuentra en la página de la secretaria de gobierno, la tabla proporcionada por la CANADEVI Laguna se encuentra dentro de un documento el cual fue desarrollado por el Lic. Guillermo Antonio Saldaña Wolff Gerente Delegacional de la CANADEVI Laguna. La tabla que presenta los datos sobre la tipología de vivienda que maneja la CONAVI se desarrollo con los datos sobre montos e ingresos de los derechohabientes según el Salario Mínimo Mensual.

La tabla de la CONAVI nos presenta los siguientes datos La primero columna hace referencia a la tipología de vivienda de la vivienda mas baja a la de mayores recursos, la siguiente columna corresponde a los salarios mínimos mensuales que debe percibir un derechohabiente y la ultima corresponde al mismo valor pero monetario. La vivienda Popular corresponde a un Salario Mínimo Mensual (SMM) menor a los 118 veces lo que equivale a un valor de \$287,119.49 La vivienda Económica es de un SMM mayor a las 118 veces pero menor a las 200 veces, correspondiente a un monto mayor a los \$287,119.50 pero menor a los \$486,643.20. En la siguiente línea vemos la vivienda Tradicional la cual va de 200 a 350 veces el SMM lo que en monto seria de \$486,643.20 a \$851,625.60. La cuarta fila de la tabla corresponde a la vivienda Media la cual en monto va de los \$851,625.60 a los \$1,824,912.00 que corresponde a la cantidad de 350 a 750 veces el SMM. La penúltima fila de esta clasificación corresponde a la vivienda Residencial la cual va de las 750 a las 1500 veces el SMM lo que se traduce en un monto entre \$1,824,912.00 y \$3,649,824.00. La ultima fila corresponde a vivienda Residencial Plus la cual tiene un valor superior a las 1500 veces el SMM, lo que equivale a un monto superior a los \$3,649,824.00. La CANADEVI LAGUNA maneja otros parámetros para clasificar su vivienda, esta clasificación se concentro en una tabla la cual solo maneja 4 tipologías de vivienda. La primer columna corresponde a la tipología de la vivienda clasificada; la siguiente columna es para la cantidad de Salarios Mínimos Diarios que el derechohabiente debería de percibir para acceder a una vivienda de la respectiva tipología; la clasificación de viviendas según la CANADEVI LAGUNA no maneja un monto o valor monetario para clasificar su vivienda. La primer fila de la clasificación corresponde a la vivienda Económica la cual tiene un valor de hasta las 2 veces los Salarios Mínimos Diarios. La segunda fila corresponde a la vivienda Tradicional Bajos Ingresos la cual va de las 2 a las 3.99 veces el Salario Mínimo Diario. La siguiente fila es de la vivienda Tradicional, esta tipología de vivienda va desde los 4 a los 10.99 Salarios Mínimos Diarios. La última fila de la clasificación corresponde a la vivienda Media la cual parte desde las 11 veces el Salario Mínimo Diario en adelante.

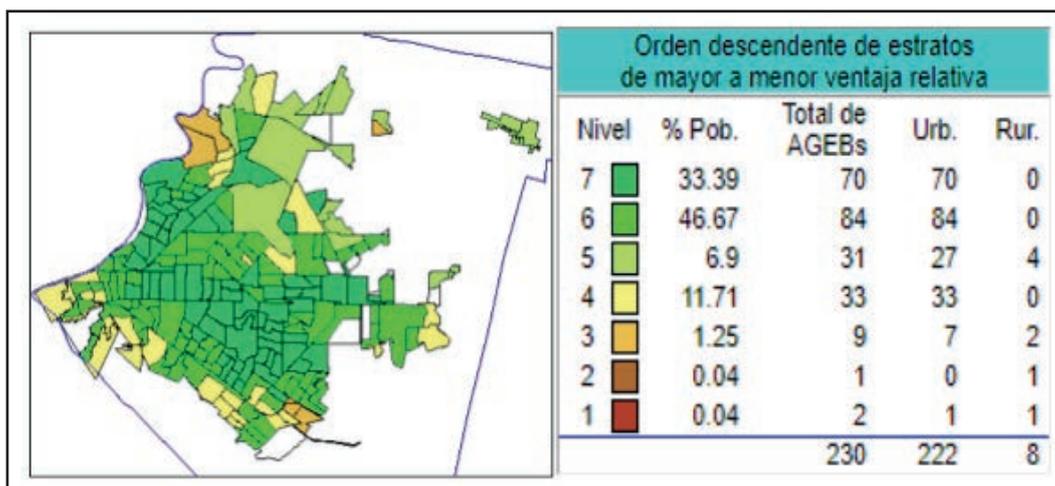
En la primer columna de la tabla de clasificación según el CEV corresponde a los requerimientos promedio en cuanto a superficie construida, costo promedio, Veces Salario Mínimo Mensual del D.F. y el numero de cuartos. La columna siguiente corresponde a vivienda Económica la cual debe tener una superficie promedio de 30m², un costo promedio menor a \$287,119.49 correspondiente a menos de 118 VSMMDF y por ultimo lo correspondiente a los cuartos que debe tener la vivienda los cuales son, Baño, Cocina y un Área de usos múltiples. La siguiente columna corresponde a la vivienda popular la cual cuenta con una superficie promedio de 42.5m² y un costo promedio que va de \$287,119.49 a los \$486,643.20 correspondiente a 118-200 VSMMDF y por ultimo los cuartos que debe contener la vivienda, los cuales son los siguientes: Baño, Cocina, Estancia, Comedor y de 1 a 2 Recamaras. La cuarta columna corresponde a la vivienda Tradicional, en superficie construida promedio nos marca 62.5 m², un costo promedio de \$486,643.20 a los \$851,625.60 un valor de los 200 a 350 VSMMDF y por último los cuartos correspondientes de esta clasificación son Baño, Cocina, Estancia, Comedor y de 2 a 3 Recamaras. La cuarta clasificación corresponde a la vivienda Media, la cual en m² de superficie construida promedio es de 97.5 m², un costo promedio entre los \$851,625.60-\$1,824,912.00 correspondiente a las 350 a 750 VSMMDF, los cuartos de esta vivienda son los siguientes: Baño 1/2 baño, Cocina, Sala, Comedor, 2 o 3 Recamaras y Cuarto de Servicio. La siguiente columna corresponde a la vivienda Residencial, la superficie construida promedio es de 145 m², un costo promedio de \$1,824,912.00-\$3,649,824.00 y un valor de 750 a 1500 VSMMDF. Los cuartos correspondientes a esta vivienda son: De 3 a 5 baños, Cocina, Sala, Comedor, de 3 a 4 Recamaras, Cuarto de servicio y una Sala familiar. La última columna y clasificación corresponde a la vivienda Residencial Plus, una superficie construida promedio de 225 m², un costo superior a los \$3,649,824.00 correspondiente a un valor superior a las 1500 VSMMDF, el numero de cuartos es de 3 a 5 baños, Cocina, Sala, Comedor, 3 o mas recamaras, de 1 a 2 cuartos de servicio y Sala familiar.

Después de esto se busco información con las desarrolladoras de vivienda de la ciudad de Torreón Coahuila para distribuir o separar las diferentes viviendas por medio de su precio de venta dentro de las tipologías que marcan las instancias anteriormente mencionadas, gracias a esto nos pudimos dar cuenta de en que tipología de vivienda entrarían en realidad las viviendas que se desarrollan en la ciudad de torreón, dando como resultado que la vivienda que más se desarrolla dentro de la ciudad es la vivienda de tipo Tradicional

TIPOLOGIA DE VIVIENDA	DESARROLLADORA	FRACCIONAMIENTO	NOMBRE PROTOTIPO	\$VENTA	\$CONSTRUCCION	M ² CONSTRUIDOS	M ² FLOTE	COSTO/M ²	Tipología
ECONOMICA	E	7	E1	\$270.000		43.00	90.00	\$6.279.07	ECONOMICA
MEDIA RESIDENCIAL	A	2	A6	\$660.000		125.38	133.00	\$7.666.72	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	A	3	A6	\$660.000		125.38	133.00	\$7.666.72	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	A	2	A6	\$1,149.000		161.16	133.00	\$7.129.56	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	A	3	A6	\$1,149.000		161.16	133.00	\$7.129.56	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	B	4	B3	\$665.000		142.95	115.00	\$6.061.07	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	C	3	C3	\$669.000		154.00	140.00	\$6.292.21	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	E	10	E7	\$1,050.000		154.09	150.00	\$6.814.20	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	E	10	E8	\$1,200.000		144.00	150.00	\$6.333.33	MEDIA
MEDIA RESIDENCIAL	E	10	E9	\$1,445.000		175.00	150.00	\$6.267.14	MEDIA
POPULAR	A	1	A1	\$485.000		62.20	112.00	\$7.797.43	POPULAR
POPULAR	E	7	E2	\$330.000		53.00	105.00	\$6.286.42	POPULAR
POPULAR	E	8	E5	\$450.000		76.00	105.00	\$5.921.05	POPULAR
RESIDENCIAL	D	5	D1	\$1,354.000.00		185	144	\$8.156.63	MEDIA
RESIDENCIAL	D	5	D2	\$1,394.000.00		199	144	\$8.707.30	MEDIO
RESIDENCIAL	D	6	D3	\$1,920.000.00		222.00	180.00	\$8.648.66	RESIDENCIAL
RESIDENCIAL	D	6	D4	\$2,050.000.00		256.00	180.00	\$9.038.22	RESIDENCIAL
RESIDENCIAL	F	11	F1	\$1,234.000.00		129.00	147.00	\$9.565.89	MEDIA
RESIDENCIAL	F	11	F2	\$1,247.000.00		132.00	147.00	\$9.446.97	MEDIA
RESIDENCIAL	F	11	F3	\$1,315.000.00		162.00	147.00	\$8.117.26	MEDIA
RESIDENCIAL	G	12	G1	\$670.000.00		118.80	160.00	\$8.158.80	MEDIA
TRADICIONAL	A	1	A2	\$610.000		88.51	112.00	\$5.697.69	TRADICIONAL
TRADICIONAL	A	1	A3	\$720.000		106.56	112.00	\$6.706.76	TRADICIONAL
TRADICIONAL	A	1	A4	\$630.000		134.34	112.00	\$6.178.35	TRADICIONAL
TRADICIONAL	A	2	A3	\$690.000		106.56	133.00	\$7.876.73	TRADICIONAL
TRADICIONAL	B	4	B1	\$618.000		91.44	90.75	\$6.758.53	TRADICIONAL
TRADICIONAL	B	4	B2	\$735.000		106.46	115.00	\$6.908.15	TRADICIONAL
TRADICIONAL	C	3	C1	\$729.000		109.00	140.00	\$7.147.06	TRADICIONAL
TRADICIONAL	C	3	C2	\$630.000		125.00	140.00	\$6.666.00	TRADICIONAL
TRADICIONAL	E	9	E4	\$690.000		93.10	112.00	\$6.337.27	TRADICIONAL
TRADICIONAL	E	9	E5	\$670.000		112.36	112.00	\$5.962.98	TRADICIONAL
TRADICIONAL	E	9	E6	\$790.000		153.36	112.00	\$5.151.28	TRADICIONAL

Aunado a esto, se investigaron los datos que proporciona el INEGI sobre los diferentes estratos económicos de la población de la ciudad de Torreón Coahuila. Dentro de las bases de datos del INEGI se muestra que el índice de pobreza de la ciudad es muy bajo lo cual es un indicador de la cantidad de personas que requerirían de vivienda Popular o Económica, siendo un indicador del porque no se genera vivienda Popular o Económica en la ciudad, al tener una demanda más baja de personas que requieren de una vivienda, los desarrolladores se inclinan por un mercado con más amplitud y demanda.

Los estratos socioeconómicos de la región nos muestran que la mayor parte de la población se encuentra en un estatus medio alto de nivel 6, seguido por un estatus alto nivel 7, bajando a un nivel medio-4.



RESULTADOS

La investigación nos arroja que la mayor cantidad de vivienda que se desarrolla en la Ciudad es Vivienda Tradicional, un factor muy importante es el que la mayor parte de la población de la ciudad se encuentra dentro de este estrato económico. Al hacer la tabla en la que se encuentran las desarrolladoras, viviendas y costos nos demuestra que la vivienda tradicional con un valor alto es la que tiene un costo por metro cuadrado mas bajo, algo que contrasta con la lógica que sería un valor más bajo en el costo de venta con un costo por metro cuadrado bajo de igual manera.

El costo por metro cuadrado de las diferentes desarrolladoras de vivienda nos demuestra que muchas veces los metros cuadrados de la vivienda no son lo que rige el costo de la misma sino la ubicación, la plusvalía del lugar y en algunos casos los acabados o el tipo de muebles fijos con los que se entregan las viviendas.

CONCLUSIONES

Las diferencias entre los costos de construcción de la vivienda Tradicional de la ciudad de Torreón Coahuila, son muy distantes teniendo un costo cercano a los \$5,000.00 y el mas elevado que esta cercano a los \$8,000.00, costos que se elevan en base al fraccionamiento en el que se encuentran ubicados y no a los metros cuadrados de construcción de la vivienda.

La vivienda que más se desarrolla es a la que se enfoco esta investigación ya que ha sido la vivienda mas importante en los últimos años e la ciudad, esta vivienda es la más desarrollada en la ciudad, un punto importante debe ser el que dentro del INEGI la ciudad no cuenta con una población de bajos ingresos, es decir, existe poca pobreza en la ciudad según los datos del INEGI, esto ha orillado a las diferentes desarrolladoras a apostarle a un mercado mas alto y competitivo que es la Vivienda Tradicional, dejando de lado la Vivienda correspondiente a la tipología de Vivienda Económica y la Vivienda Popular

BIBLIOGRAFIA

Artículos de libros.

Artículo 222. Reglamento de Desarrollo Urbano, Zonificación, Uso de suelo y Construcción del Municipio de Torreón, Torreón, Coahuila, S.F

Sección 331(2010). Código de Edificación de Vivienda (CEV) Distrito Federal, México, 2010.

Artículos en línea

Ávila, I. (2016). Crecimiento Histórico de la Vivienda en Torreón. Abril 25,2016, de Grupo Milenio Sitio web: http://www.milenio.com/negocios/Nuestra_Metropoli_desde_el_IMPLAN-IMPLAN_Torreon-crecimiento_de_Torreon_0_725927463.html

Inventario de Vivienda Vigente por Valor de la Vivienda, Sistema Nacional de Información e Indicadores de Vivienda (SNIIV), Julio 5,2017, Sitio web: http://www.conavi.gob.mx:8080/Reports/Inv_Viv_Vig/Inv_x_TipViv.aspx

Dirección de Investigación Estratégica. (2015). Vivienda. Enero 01,2015, de TRCIMPLAN Sitio web: <http://www.trcimplan.gob.mx/indicadores-categorias/vivienda.html>

Luján Hernández M. y M.A De La O Robledo L.C

RESUMEN

Mediante una dependencia de gobierno se apoyo a desarrollar un proyecto productivo para la obtención de un crédito, en este caso el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) quienes otorgarán un crédito de \$50 000.00 con pagos de 48 mensualidades sin interés.

Mediante las reglas de operación del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) se elaborara un curso en línea que culminara con una evaluación para el crédito del solicitante, el plan de negocio se elaborará de manera virtual que será presentado con el objetivo de que los participantes de dicho proceso accedan a un crédito a través del gobierno federal y puedan mejorar sus condiciones de vida.

En el Plan de Negocio se conocerá los aspectos más relevantes como son, análisis de mercado, técnico y financiero, que requiere una empresa para iniciar operaciones.

ABSTRACT

This paper presents a general format for technical papers. The main objective of this template is to establish a homogeneous format. In this guide, the main elements that an article should have in order to be published are explained.

Palabras Clave: Emprendedurismo, Plan de negocios, microempresa.

INTRODUCCIÓN

Mediante un convenio entre el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) que depende de la Secretaria de Economía y un despacho privado y a través un proceso de licitación asume la responsabilidad de realizar el proceso de incubación de empresas para emprendedores.

Al lanzar la convocatoria de Fresnillo PLC a la cual acudieron 52 emprendedores, de ellos se seleccionaron los 13 mejores proyectos para INADEM. Se fijan fechas para otorgarles la capacitación la cual tiene una duración de una semana, se verán los aspectos relevantes para el inicio de un establecimiento y la elaboración de planes de negocio. La capacitación se dio en la ciudad de Fresnillo, Zacatecas; se asesora a los emprendedores en los temas de desarrollo humano, administración y mercadotecnia, finanzas y ventas.

Al terminar la capacitación se realizan las visitas para entrevistar a los emprendedores en el municipio de Fresnillo para obtener información necesaria para la incubación. En la entrevista se le pregunta sobre los temas del giro de la empresa, la maquinaria y materia prima que requerirá, donde estará ubicado el establecimiento; para así conocer un poco más acerca de sus proyectos.

Posteriormente se hizo la selección de emprendedores para citarlos en Fresnillo PLC en las oficinas CUM donde invitamos a un representante de INADEM para explicar el proceso que se llevará a cabo.

MÉTODOS Y MATERIALES

La idea del negocio del proyecto NATUSENCE es la fabricación de productos para el cuidado de la piel y el cabello, el emprendedor empezó ofreciendo talleres de la elaboración de los productos y de ahí surgió la idea de vender los productos, ya que el emprendedor se dio cuenta que los talleres que ofrecía de elaboración de shampo estaba creando a su propia competencia. El local donde se fabricará y se venderá el producto será en la población Plateros del municipio de Fresnillo, Zacatecas. Los productos son elaborados con ingredientes orgánicos para el mejor cuidado del cabello y piel, dichos productos van dirigidos a personas de cualquier edad. Los productos que se ofrecerán son shampo, acondicionador y cremas corporales, el cliente podrá contar con asesoría para el cuidado de su cabello, contarán con una amplia variedad de distintos tipos de shampo para cada problema de cabello.

El local donde se ubicará el negocio contiene los servicios de agua, luz, drenaje, teléfono. Además cuenta con instalaciones eléctricas y adecuaciones para iniciar la fabricación de los productos.

El emprendedor contratará tres personas para la elaboración de los productos, así como distribuidoras para vender el producto, ofrecerá su producto a estéticas y tiendas naturistas; esperando aumentar la producción.

Las ventas se realizarán de contado a causa de esto la liquidez del negocio será constante. Los recursos aumentarán en la venta de los productos y se harán ahorros para los gastos futuros o pendientes, además se llevará el registro de los ingresos y egresos del negocio para tener un sustento en el cual basarse para tomar decisiones futuras.

El crédito solicitado será de \$50,000.00 a cuatro años con mensualidades de \$1,041.00 destinado para los siguientes conceptos: Vaporeras de 50 litros, parrillas de gas y palas de acero. El emprendedor se compromete al pago puntual de las mensualidades correspondientes.

RESULTADOS

La incubación es el proceso para atender una idea de un emprendedor para iniciar un negocio, englobando varios aspectos como lo es la elaboración de un plan de negocios, así que la incubación no es un concepto nuevo en la creación de empresas. La incubación ayuda al país a desarrollarse económicamente, igualmente teniendo un empuje hacia el desarrollo social del país ya que con la creación de nuevos negocios se mejora la calidad de vida de las personas.

La misión de un programa de incubación ayudar a los empresarios en la formación y el desarrollo de una empresa para que esta pueda sobrevivir y ser exitosa. Un aspecto relevante de la incubación, es el plan de negocios, ya que se pone por escrito lo que se planea realizar, qué maquinaria se tendrá que adquirir o materia prima, etc. Además se debe conocer el financiamiento o capital que se debe de tener para la inversión inicial.

Para cumplir con la misión del programa de incubación se necesitan de varios aspectos, la actitud del emprendedor y la idea de negocio que tenga en mente. Muchas veces el emprendedor no tiene idea de lo que quiere desarrollar, sabe que quiere emprender pero no sabe cómo ni qué. Así que en el programa de incubación se le lleva de la mano al empresario, para poner por escrito las ideas de algún giro así como los medios por los cuales llegará a cumplir el objetivo de iniciar un negocio.

El programa de incubación tiene como uno de sus objetivos el aumentar la tasa de supervivencia de los negocios, ya que la mayoría de las microempresas duran pocos meses en operaciones debido a que no siguen los métodos de administración que se les enseña durante la capacitación que se otorga en el proceso de incubación.

El proceso de incubación en un programa social consta de la selección de grupos con integrantes en situación de vulnerabilidad. Después se les da capacitación para mostrarles que aspectos son necesarios que conozcan para el óptimo manejo de un establecimiento. Enseguida vienen las entrevistas con las personas para obtener información y así realizar el plan de negocios. Se elabora en línea el proceso de incubación en <http://universidad.inadem.gob.mx/universidad/>. En el proceso de incubación realizamos ejercicios y exámenes acerca de la elaboración del plan de negocios.

Los incubadores incrementan las oportunidades de supervivencia y generación de empleos de alta calidad en las organizaciones en un 50%. La supervivencia gracias al análisis que se realiza con anterioridad en el plan de negocios, en el cual se ven aspectos totalmente relevantes para el inicio de una empresa. La generación de empleos es muy importante gracias a que ayuda al desarrollo económico del país. Quizás en México no se generen muchos empleos de alta calidad, ya que inician como pequeños negocios. Pero se espera que conforme la empresa vaya creciendo y desarrollándose les dé mejores condiciones de trabajo a los empleados.

La incubación agrega valor a las comunidades en donde se lleva a cabo dicho proceso. Cuando se habla de valor es referido a la generación de empleos y/o cubrir necesidades o deseos de la población. Algunos obstáculos que supera el emprendedor en el proceso de incubación, la falta de apoyo de financiamiento, ya que se otorgan créditos y se les enseña a utilizar de manera correcta los recursos que generará el negocio.

En el proceso de incubación que conforma, se les realiza el financiamiento dependiendo al valor del proyecto. Se les otorga el dinero para que compren lo necesario para iniciar las operaciones del negocio, como lo son la maquinaria y la materia prima.

CONCLUSIONES

Al apoyar proyectos viables bajen recursos gubernamentales se contribuye a la economía del país así como generar empleos.

El enseñarle a personas a crear su propio negocio, a poder aterrizar su idea de emprender un proyecto para generar ingresos a las mismas personas y darles a conocer los pasos a seguir para la realización de un proyecto sin duda, genera un efecto multiplicador en la economía de un país.

Conocer cómo se elaboran planes de negocio, así como saber las reglas de operación a seguir para la realización del proyecto. La utilidad de realizar todo este proceso de preincubación, incubación y postincubación es poder realizar una idea de negocio de manera formal.

El proceso de incubación es muy importante para el desarrollo económico del país, ya que se les brinda apoyo a los emprendedores que quieren auto emplearse y mejorar su calidad de vida. La incubación en un programa social de gobierno, es un proceso para integrar grupos sociales en situación de vulnerabilidad, en el cual se les capacita y se les ayuda a realizar un plan de negocios, con el que pueden solicitar un crédito para iniciar un negocio.

BIBLIOGRAFIA

Libros

- Gómez, Liyis. "Evaluación Del Impacto De Las Incubadoras De Empresas: Estudios Realizados". 2002. P.1.
- Lichtenstein, Gregg A. y Lyons, Thomas S. "Incubando nuevas empresas". 2003. P.15.
- Bernárdez, Mariano L. "Desempeño Organizacional: Mejora, Creación e Incubación de Nuevas Organizaciones". 2007. P.141.
- Jiménez, Carlos. "Desarrollo de los estratos empresariales Micro y Pequeñas empresas [Mypes] en México, en el estado de Sonora y en la ciudad de Hermosillo en la última década". 2010. P.1.
- Rodríguez, Joaquín. "Administración de Pequeñas y Medianas Empresas". 2002. P.49.

VALORACIÓN ARQUITECTÓNICA DE LA VIVIENDA EN LA COMARCA LAGUNERA COMO INDICADOR DEL ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO

Ramón Antonio Pasillas Martínez y Areli Magdiel López Montelongo

RESUMEN

Dentro de la investigación se analiza la tipología de vivienda de la ciudad de Torreón, tomando como referencia las clasificaciones de distintos organismos involucrados con la temática de vivienda como: Infonavit, conavi, canadevi laguna, entre otros. También se realizó un análisis de la oferta de vivienda existente en el sector, llevando así la investigación a casos particulares de diferentes fraccionamientos y desarrolladoras. Para así poder zonificar la ciudad de Torreón de acuerdo con el tipo de vivienda. Referente a todo lo anterior la ponencia se enfocará como primera instancia a la vivienda que se encuentra dentro de la tipología de vivienda media, residencial y residencial plus.

ABSTRACT

Within the investigation the housing typology of the city of Torreón is analyzed, taking as reference the classifications of different organisms involved with the housing theme as: Infonavit, Conavi, Laguan Canadevi, among others. An analysis of the existing housing supply in the sector was carried out, bringing the investigation to particular cases of different divisions and developers, in order to zonificar the city of Torreón according to the type of housing. Referring to all of the above, the paper will focus as the first instance on housing that is within the typology of middle, residential and residential plus.

PALABRAS CLAVE

Tipología de vivienda, CONAVI, prototipo de vivienda, costo, vivienda media y residencial.

INTRODUCCIÓN

Esta ponencia resume los resultados de una investigación enfocada a la Valoración Arquitectónica de la Vivienda en la Comarca Lagunera como indicador de índice de Desarrollo Humano. Mas concretamente abarcara la vivienda de tipo: Vivienda Media, Vivienda Residencial y Vivienda Residencial Plus. Tomando como base esta tipología de vivienda que se encuentra en la clasificación de la CONAVI, considerando las características de cada tipo, como lo son: la superficie de construcción, el costo total de la vivienda y los espacios con los que cuenta la vivienda.

EL PROBLEMA DE ESTUDIO. EXPLICACIÓN Y LA SITUACIÓN

Para la evaluación de cada tipo de vivienda se tomó como referencia la clasificación estipulada por la CONAVI, donde clasifica la vivienda dentro de seis tipos; Económica, Popular, Tradicional, Media, Residencial, Residencial Plus. Cada una de ellas cuenta con cuatro características que las diferencia, estas son; la superficie construida de la vivienda, el costo promedio de la vivienda, veces el salario mínimo mensual del D.F y el número de cuartos con los que cuenta la vivienda. Esta información se ve representada en la siguiente tabla del Código de Edificación de la Vivienda.

Según datos publicados por la revista INM^oBILIARE (Lamudi, 2016) describen al año 2016 como un gran año para la vivienda media, residencial y residencial plus. Esto debido a la mayor madurez de los compradores y más ofertas hipotecarias son los principales factores del fortalecimiento en el mercado de vivienda media y residencial en México.

De acuerdo con el reporte del segundo trimestre de las desarrolladoras Ara y Cadu (Financiero, 2016), así como de Cemex, las ventas de vivienda del segmento medio y residencial, que van de 550 mil pesos, a más de 2 millones y medio de pesos, crecieron hasta 80 por ciento, respecto al mismo periodo de 2015.

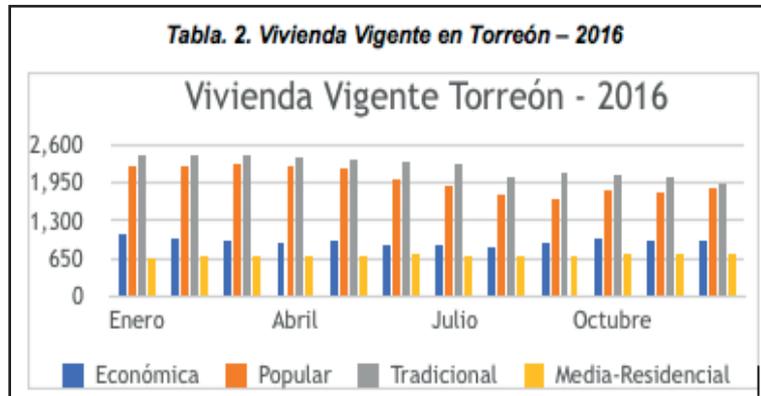
Tabla. 1. Clasificación de la Vivienda.

TABLA CLASIFICACION DE LA VIVIENDA						
Fuente: Código de Edificación de la Vivienda						
	Económica	Popular	Tradicional	Media	Residencial	Residencial Plus
Promedios Superficie Construida Promedio	30 m ²	42.5 m ²	62.5 m ²	97.5 m ²	145 m ²	225 m ²
Veces Salario Mínimo Mensual del D.F (VSMMDF)	Hasta 118 (\$262,009.56)	De 118.1 a 200 (\$262,231.60 a \$444,084.00)	De 200.1 a 350 (\$444,306.04 a \$555,105.00)	De 250.1 a 750 (\$555,327.04 a \$1,665,315.00)	De 750.1 a 1500 (\$1,665,573.04 a \$3,330,630.00)	Mayor de 1500 (\$3,330,630.00)
Numero de Cuartos	Baño, Cocina, Área de Usos Múltiples	Baño, Cocina, Estancia, Comedor, De 1 a 2 Recamaras	Baño, Cocina, Estancia, Comedor, De 2 a 3 Recamaras	Baño, 1/2 Baño, Cocina, Sala, Comedor, De 2 a 3 Recamaras, Cuarto de Servicio	De 3 a 5 Baños, Cocina, Sala, Comedor, De 3 a 4 Recamaras, Cuarto de servicio, Sala Familiar	De 3 a 5 Baños, Cocina, Sala, Comedor, De 3 a más Recamaras, de 1 a 2 Cuartos de servicio, Sala Familiar
Salario Mínimo Mensual del D.F = \$ 2220.42						

Según datos de la Comisión Nacional de Vivienda (Conavi), de enero a abril de 2016, la inversión de desarrolladores de casas y departamentos en los segmentos medio y residencial aumentó 13.9 por ciento, con relación a 2015.

De acuerdo con las publicaciones anteriores se ve un incremento en la oferta y demanda de vivienda de tipo, medio, residencial y residencial plus. En cuanto a torreón se refiere el crecimiento que han tenido los tres tipos de vivienda no ha sido de gran porcentaje, sin embargo, han ido en aumento con referencia a años anteriores.

(Tabla. 2)



En base a la información obtenida se genera cierta discrepancia entre los datos de cada vivienda, referentes a las características que compete a cada tipología, incumpliendo con los lineamientos marcados por el código de edificación de vivienda. El problema de acuerdo con esa irregularidad en los datos es si verdaderamente están vendiendo la vivienda que las desarrolladoras dicen ofrecer y la congruencia en la relación de cada tipo de vivienda referentes a sus espacios, el área de construcción, su costo.

MÉTODOS Y TÉCNICAS

Para obtener la información de la investigación fue necesario consultar diferentes medios como físicos y digitales, los digitales se encuentran al alcance de todas las personas a través de sus páginas de internet.

Como primera opción nos dirigimos a la presidencia de Torreón, buscando un registro de los desarrollos de vivienda que construían en la ciudad y también un mapa actualizado de la ciudad que nos permitiera ubicar estos desarrollos. Por parte de presidencia se obtuvo la cantidad de licencias de construcción en general de acuerdo con cada año y en ellas se consiguió el dato sobre que desarrolladoras estaban construyendo en la ciudad de Torreón, Coah.

También se buscó información en la Cámara Nacional de la Industria y Promoción de Vivienda en la Laguna (CANADEVI - LAGUNA) en el documento (INFORMACION GENERADA EN EL AÑO 2016 CANADEVI COMARCA LAGUNERA) y ellos reportan el número de casas habitación que se edifican en el 2015 y 2016. (Tabla 3)

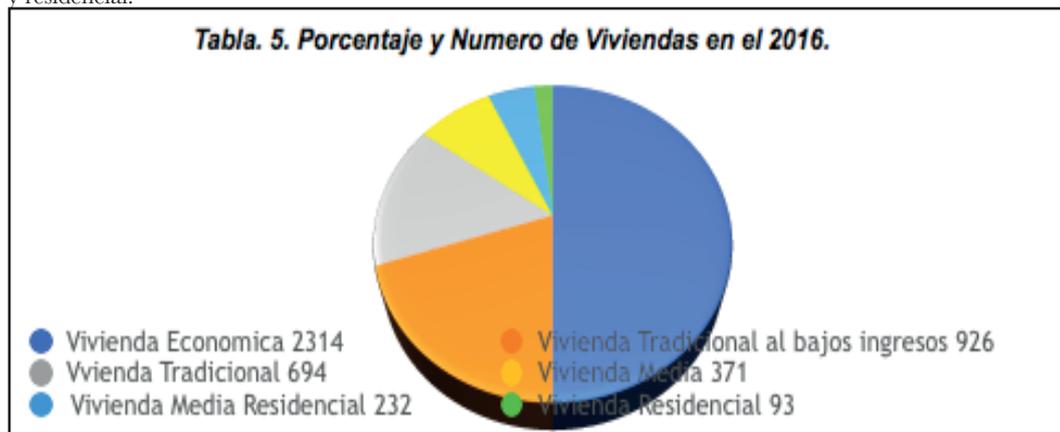
Tabla. 3. Número de Casas habitación que se edifican en el 2015 y 2016

Municipio	2015 Viv Nueva	2015 Viv Usada	Totales 2015	2016 Viv Nueva	2016 Viv Usada	Totales 2016	DIF EN % 2015 / 2016
Torreón	3262	2122	5384	2566	2181	4747	-12%

Tabla. 4. Zonificación según el tipo de vivienda, en la ciudad de Torreón.

Torreón Coahuila	Vivienda Económica. - Noreste, Este, y Sureste. / Vivienda Media. - Noreste y Norte
------------------	---

El porcentaje y número de viviendas nuevas en 2016 dentro de la comarca lagunera. Teniendo un mayor porcentaje la vivienda del tipo económica y un menor porcentaje la vivienda la vivienda media, media residencial y residencial.



A través de las páginas de internet de instituciones como Infonavit y la CONAVI, encontrándonos con información muy importante para el análisis, como:

El número de vivienda vigente de torreón de acuerdo con la tipología manejada por la CONAVI

La oferta de vivienda, así como su monto y su ubicación

Luego de ser ubicadas todas las viviendas pudieron ser clasificadas por tipología de acuerdo con su monto. El último proceso de la recolección de información fue seleccionar de estas viviendas y visitar cada fraccionamiento buscando obtener información de cada prototipo y poder generar una base de información de datos donde se clasifique a la vivienda por su tipología y poder evaluar el cumplimiento con su cantidad de metros construidos los espacios con los que cuenta la vivienda y saber si la tipología en la que se encuentra es la correcta.

RESULTADOS

Para lograr un análisis de los datos de manera anónima se optó por usar una simbología que representara el nombre de cada prototipo, a que fraccionamiento y que tipología es la casa habitación. Quedando de la siguiente manera. (T F P). Donde la primera letra corresponde a la tipología de vivienda que pertenece el prototipo, la segunda letra se refiere al fraccionamiento donde se encuentra el prototipo y la última letra será el número del prototipo. Para diferenciar cada tipología la nomenclatura será la siguiente.

• Económica = E	• Media = M
• Popular = P	• Residencial = R
• Tradicional = T	• Residencial Plus = Rp
Ejemplo: M A 2	

El código anterior correspondería al prototipo número dos del fraccionamiento "A" de la vivienda dentro de la tipología Media. Explicado lo anterior, se analizará los datos obtenidos, únicamente con los prototipos que entran en la tipología de vivienda Media, Residencial y Residencial Plus.

Los datos obtenidos se muestran en la siguiente tabla (Tabla. 6) donde se nombran los prototipos con un código y se muestra la información con respecto a los metros cuadrados del terreno su precio de venta total, la superficie construida, el costo por metro cuadrado construido con referencia a su costo, el cumplimiento o no con la clasificación establecida por el Código de Edificación de Vivienda. (Tabla. 1) y por ultimo las notas de por que cumple o no con esta.

En la siguiente tabla se ordenaron los prototipos por el costo total de la casa habitación, el costo fue resaltado con amarillo y también se resaltaron los casos donde los metros de construcción son menor, pero no precisamente ocupan los primeros puestos. Mientras que otros casos coincide que el precio mayor es también del prototipo con más metros cuadrados de construcción.

La incongruencia en la información sucede cuando se ordena por costo menor a mayor, o por la cantidad de metros cuadrados construidos, al ordenarlo de esta manera se aprecia como unos prototipos que son más pequeños en comparación con resultan traer un costo por metro construido más elevado. (Tabla. 7)

Se ordenaron los prototipos de menor a mayor según la cantidad de metros cuadrados construidos (resaltados con color amarillo) y los precios más altos por metro cuadrado (color rojo) que en su mayoría se encuentran en los primeros lugares, quiere decir que debido a que es menor cantidad de metros cuadrados el precio se eleva, pero un ejemplo sería que si se construye una casa con el precio por metro cuadrado del prototipo MG1 que es de \$9,565.89 siendo el más alto de todos, pero en este caso con la superficie construida del prototipo RE2 que son 255 m2 también siendo el valor más alto, sería una casa con un costo de \$ 2,439,301.95 una cantidad que supera todos los prototipos analizados. (Tabla. 8)

Tabla. 7. Prototipos analizados de viviendas de tipo Media, Residencial y Residencial Plus.

CODIGO	M ² LOTE	S VENTA	M ² CONSTRUIDOS	COSTO M ²	CLASIFICACION DE ACUERDO CON EL CODIGO DE EDIFICACION DE VIVIENDA			NOTAS
					M2	S	ESPACIOS	
MB1	115.50	\$865,000	142.95	\$6,051.07	S	S	NO	No cumple con el mínimo de espacios.
MF1	133.00	\$960,000	125.28	\$7,656.72	S	S	NO	No cumple con los espacios mínimos
MH1	133.00	\$960,000	125.38	\$7,656.72	S	S	NO	No cumple con los espacios mínimos
MH2	140.00	\$969,000	154.00	\$6,292.21	NO	S	NO	No cumple con los M2, ni los espacios mínimos.
MC1	160.00	\$970,000.00	118.89	\$8,158.80	NO	NO	NO	No cumple con los M2 de construcción, el costo es inferior, y no cumple con los espacios mínimos.
MA1	150.00	\$1,050,000	154.09	\$6,814.20	NO	S	NO	Supera los M2 de construcción y no cumple con los espacios mínimos.
MF2	133.00	\$1,149,000	161.16	\$7,129.56	NO	S	NO	Supera los M2 de construcción y no cumple con los espacios mínimos.
MH3	133.00	\$1,149,000	161.16	\$7,129.56	NO	S	NO	Supera los M2 de construcción y no cumple con los espacios mínimos.
MA2	150.00	\$1,200,000	144.00	\$8,333.33	S	S	NO	No cumple con los espacios mínimos
MG1	147.00	\$1,234,000.00	129.00	\$9,565.89	NO	NO	NO	No cumple con los M2 de construcción, el costo es inferior, y no cumple con los espacios mínimos.
MG2	147.00	\$1,247,000.00	132.00	\$9,446.97	NO	NO	NO	No cumple con los M2 de construcción, el costo es inferior, y no cumple con los espacios mínimos.
MG3	147.00	\$1,315,000.00	162.00	\$8,117.28	S	NO	NO	El costo es menor y no cumple con los espacios mínimos

Tabla. 8. Prototipos analizados de viviendas de tipo Media, Residencial y Residencial Plus.

CODIGO	M ² LOTE	S VENTA	M ² CONSTRUIDOS	COSTO M ²	CLASIFICACION DE ACUERDO CON EL CODIGO DE EDIFICACION DE VIVIENDA			NOTAS
					M2	S	ESPACIOS	
MC1	160.00	\$970,000.00	118.89	\$8,158.80	NO	NO	NO	No cumple con los M2 de construcción, el costo es inferior, y no cumple con los espacios mínimos.
MF1	133.00	\$960,000	125.38	\$7,656.72	S	S	NO	No cumple con los espacios mínimos
MH1	133.00	\$960,000	125.38	\$7,656.72	S	S	NO	No cumple con los espacios mínimos
MG1	147.00	\$1,234,000.00	129.00	\$9,566.89	NO	NO	NO	No cumple con los M2 de construcción, el costo es inferior, y no cumple con los espacios mínimos.
MG2	147.00	\$1,247,000.00	132.00	\$9,446.97	NO	NO	NO	No cumple con los M2 de construcción, el costo es inferior, y no cumple con los espacios mínimos.
MB1	115.50	\$865,000	142.95	\$6,051.07	S	S	NO	No cumple con el mínimo de espacios.
MA2	150.00	\$1,200,000	144.00	\$8,333.33	S	S	NO	No cumple con los espacios mínimos
MH2	140.00	\$969,000	154.00	\$6,292.21	NO	S	NO	No cumple con los M2, ni los espacios mínimos.
MA1	150.00	\$1,050,000	154.09	\$6,814.20	NO	S	NO	Supera los M2 de construcción y no cumple con los espacios mínimos.
MD2	144	\$1,394,000.00	159	\$8,767.30	S	NO	NO	El costo es menor y no cumple con los espacios mínimos
MP2	133.00	\$1,149,000	161.16	\$7,129.56	NO	S	NO	Supera los M2 de construcción y no cumple con los espacios mínimos.

CONCLUSIÓN

Como resultado de la investigación y análisis de los datos presentados, es posible concluir que la oferta de vivienda en la ciudad de Torreón es principalmente Popular y Tradicional pero también ha ido en aumento la demanda por viviendas del tipo medio a residencial. Cabe mencionar que durante la investigación no se dio el caso de una vivienda del tipo residencial plus. Por otra parte, Torreón encabeza la lista de la comarca Lagunera, con más generación de vivienda, en los últimos años. Después de analizar cada uno de los prototipos, es claro que la relación entre los metros de construcción y su costo, no es del todo correcta, pues se espera que el costo vaya de acuerdo con la cantidad de metros, pero también es importante aclarar que esta relación no solo depende de estos dos factores, si no que intervienen aún más, algunos de ellos, y se podría decir que son también principales son los tipos de materiales que se emplean para la construcción y la plusvalía que tiene la zona donde se ubica el fraccionamiento. Es por eso por lo que no se puede saber con certeza que los precios de algunos prototipos están muy elevados, teniendo menor construcción a comparación de otros.

BIBLIOGRAFÍA

Financiero, E. (10 de Agosto de 2016). El Financiero. Obtenido de El Financiero: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/se-fortalece-la-vivienda-media-y-residencial.html>
Lamudi. (2 de Noviembre de 2016). INM BILIARE. Obtenido de INM BILIARE: <https://inmobiliare.com/2016-ano-de-la-vivienda-residencial-en-mexico/>

CUESTIONES EN TORNO AL PATRIMONIO CULTURAL DE LAS MUJERES EN QUERETARO, 1876-1911

PADILLA GONZÁLEZ MARÍA CONCEPCIÓN Y SOLÍS HERNÁNDEZ OLIVA

RESUMEN

En el presente trabajo se realiza un análisis de la vida artística y personal de la cantante de ópera Ángela Peralta. Durante mucho tiempo se ha considerado que las mujeres no realizan cultura, los autores las han considerado en su contexto doméstico, omitiendo su papel en la sociedad. La finalidad de este trabajo es reconocer el papel de las mujeres en la cultura y en la sociedad en el siglo XIX, dar cuenta de que, históricamente, las relaciones de hombres y mujeres han estado sometidas al varón en muchas formas, legitimando la dominación a través de discursos que refuerzan y reproducen el discurso patriarcal. El caso de Ángela Peralta muestra cómo las mujeres han producido y reproducido cultura.

Palabras Clave: patrimonio cultural, mujeres, género, cultura.

ABSTRACT

In this paper present an analysis of the artistic and personal life of the opera singer Ángela Peralta. For a long time, has considered that the women doesn't realice culture, the authors have considered them in their domestic context, omitting their role in society. The purpose of this paper is recognize the paper of the women in the culture and the society on the century XIX, historically, the relationships of men and women have been submitted to the male in many ways, legitimizing the domination a through discourses that reinforce and reproduce the patriarchal discourse. The Angela Peralta's case shows how the women have produced and reproduced culture.

Keywords: cultural patrimony, women, genery, culture.

INTRODUCCIÓN

Ángela Peralta nació en medio de un contexto social tanto nacional como internacional lleno de caos. En el contexto internacional se vivía la época del imperialismo expansionista, en el cual, los países buscaban apropiarse de otras regiones con la finalidad de demostrar su primacía en el mundo. En este contexto, México pasaba, de nueva cuenta, por un conflicto armado entre dos visiones de gobierno (liberales y conservadores) dos propuestas totalmente distintas pero buscaban reestablecer el orden del país.

Ante este complicado escenario, en México, surge, como forma de gobierno, el Imperio a cargo del archiduque Maximiliano de Habsburgo. Gracias a Maximiliano, Ángela se presentó en los escenarios más importantes del país y trajo su música a la sociedad mexicana que la aclamaba y competían entre ellos para demostrar quién la trataba mejor o quién tenía gustos más refinados para apreciar la música.

El origen de Ángela es humilde. Sus padres se dieron cuenta del gran talento que tenía Ángela y no dudaron en apoyarla al pagarle profesores de música, reconocidos nacional e internacionalmente. Después del gran éxito que obtuvo en una presentación, cuando tenía 8 años, le contrataron maestros particulares y posteriormente ingresó al Conservatorio Nacional.

Impulsada por sus padres y su profesor, emprendieron un viaje a Europa, para conseguir un profesor y seguir preparándose. Se puede dividir la carrera de Ángela en dos grandes etapas: la primera, que incluye la formación y el ascenso, va desde los 8 años, cuando ella se presentó en una reunión musical, y gracias a su éxito comenzó su formación musical en México y posteriormente en Europa, presentándose en los escenarios más importantes a nivel internacional; la segunda etapa corresponde a los años 1867, año que contrajo matrimonio con su primo Eugenio Castera en Europa. Suspendió su carrera durante tres años debido a enfermedades, presiones y agotamiento, retomándola con una gira en México en 1871. Su momento de declive fue cuando se hizo pública la relación que establecía con Julián Montiel; y concluye con su muerte en el año 1883.

Cuando Ángela vino a México fue gracias al imperio de Maximiliano de Habsburgo, archiduque de Austria, fanático de la cultura y que emprendió acciones para fomentar la cultura y las artes.

La finalidad de esta investigación es analizar cómo era la vida de las artistas en el siglo XIX, en medio de un entorno social marcado por guerras, conquistas y luchas de poder, pero también, en donde las mujeres comienzan a hacerse visibles en la historia, dando aportaciones en las áreas de ciencias y artes, aunque su trabajo sea menospreciado al usar adjetivos calificativos que destacan la belleza en lugar de resaltar los aportes que las mujeres han hecho a la sociedad. Además, analizar cómo los medios periodísticos, en este caso, el periódico, algunas fuentes de internet y libros, se han expresado de dicha artista para, a través de ello, analizar su papel dentro de la cultura decimonónica desde una perspectiva de género.

MARCO TEORICO

La teoría del género es una perspectiva crítica y enriquecedora ante una concepción del mundo “parcial y sexista” (Solís, 2017, p.45). Los estudios de las mujeres, además de agregar nuevos sujetos, también generarían un re-examen crítico de las premisas y enfoques del trabajo ya existente. El género es una categoría que busca rechazar las interpretaciones de las esferas separadas donde los hombres y mujeres actúan; señala las construcciones culturales, la creación social de las ideas sobre los roles que deben cumplir las mujeres y los hombres. (Solís, 2017)

Es evidente, que a lo largo de la historia, las mujeres han estado presentes en la esfera pública, construyendo transformaciones sociales, pero el papel de las mujeres ha sido omitido por la historia, restringiendo su actuar a la esfera doméstica y a aquellas actividades exclusivas para las mujeres como el cuidado de los demás, la crianza de los hijos y atender al varón.

En este sentido, el siglo XX confirma que la cultura occidental ha desarrollado pocas maneras de representar positivamente a las mujeres. La nueva evaluación de la sexualidad y la aceptación del deseo femenino van acompañados de una presión relacionada a la conyugalidad y a los ideales de la apariencia física inspirados en las estrellas o en los modelos, tomando como parámetro el peso y el físico. (Dubby, 2001, p. 27)

Durante mucho tiempo, la historia fue la historia de los hombres, a los que se concebía como representantes de la humanidad. Muchos trabajos (Dubby, 2001) han mostrado que las mujeres también tienen historia y son agentes históricos. Por esta razón, ya no se trata de estudiarlas aisladamente, sino, proponer un enfoque sexuado del siglo, de introducir en la historia global la dimensión de la relación entre los sexos como una interacción social construida y remodelada, consecuencia y al mismo tiempo motor de la dinámica social.

Por lo tanto, es importante visibilizar el actuar de las mujeres, gestionando lo cultural, la cultura, su acción en el espacio tan cuestionado de lo público (Solís, 2017, p. 60). Las mujeres han sido actoras-gestoras en una dimensión que los lugares tradicionales de género no les atribuyen.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para llevar a cabo este trabajo se hizo una revisión bibliográfica y hemerográfica. La primera nos permitió conocer lo que se ha escrito de Ángela Peralta y la segunda, dar cuenta de cómo los periódicos describieron su actuación. De estos últimos destaca la consulta del periódico oficial del Estado de Querétaro, *La Sombra de Arteaga*, cuya circulación inició en 1867. La búsqueda de noticias se enfocó en aquellas que dieran cuenta de las presentaciones de la artista Ángela Peralta, ya sea en Querétaro o en otro estado. Los periódicos consultados fueron de los años 1867 al 1883, año en el que la artista falleció.

Se buscó conocer la trayectoria que realizó la cantante, cómo era recibida, cuál era el trato que se le daba y cómo los redactores del periódico la describían, todo esto con la finalidad de reconstruir la historia de Ángela Peralta, usando fuentes bibliográficas y de internet. La información fue organizada de forma cronológica y contrastada entre sí para tratar de subsanar algunas inconsistencias. También se confrontó con la información que se localizó en otras fuentes. El análisis nos permitió ir descubriendo la vida y trayectoria de Ángela, desde sus inicios, su formación artística, su éxito en Europa y posteriormente la época de declive de su carrera, para concluir con su muerte.

RESULTADOS

Con la realización de esta investigación se pudo hacer un análisis de la carrera artística de Ángela Peralta, conocer los lugares en los que se presentó, cómo se expresaban de ella y cómo su vida personal afectó a su carrera artística, considerando la importancia de la moral en el siglo XIX.

La búsqueda de información en medios digitales e impresos, en este caso los libros, nos mencionan que Ángela Peralta, cuyo nombre era María de los Ángeles Manuela Tranquilina Cirila Enfrena Peralta Castera, nació el 6 de julio de 1845. Según unas fuentes, nació en la Ciudad de México (Biografías y vidas, 2017; Universidad de Guadalajara, 2013; Biografías.es, 2014; EcuRed, 2015; Pulso Político, 2012); según otras (Norte Digital de Cd. Juárez, 2016), la cantante era potosina. El origen de la soprano era humilde, por lo que, según algunas fuentes, tuvo que trabajar desde muy pequeña como sirvienta (Biografías.es, 2014; Wordpress, 2013). Este dato no ha podido ser corroborado pues en las demás fuentes consultadas no se hace mención respecto a este trabajo, solo se resalta su condición humilde (Revista Intermezzo, 2009; Pulso Político, 2012; Periscopio, 2016; Alternativo. mx, 2016)

Además de sus dotes musicales, era aficionada a (Periscopio, 2016) la poesía, erudita en historia, geografía y hablaba francés e italiano.

Su padre era Manuel Peralta y su madre, Josefa Castera, nieta por línea paterna de Mariano Peralta y María del Rosario Báez, y por línea materna de José Eduardo Castera y María Andrea Azcárraga (García, 2001). Ángela tenía un hermano de 14 años (Manuel), y Elena; un poco menor que Ángela.

Josefa, la madre de Ángela, dirigía una institución de enseñanza para niñas, el Instituto de Nuestra Señora de los Ángeles. En este instituto, Ángela aprendió el italiano, el francés y pudo desarrollar sus dotes musicales. Su madre, al darse cuenta del talento de su hija, se lo dijo a Manuel Peralta, quien hizo algunos sacrificios económicos para contratar a Manuel Barragán como profesor de solfeo para la niña (Wordpress, 2016; Wordpress, 2013) A continuación se presenta un cuadro, en el cual es esquematiza de manera resumida, la información obtenida de los periódicos, respecto a las presentaciones de Ángela Peralta, así como las noticias relacionadas con su fallecimiento.

Año	Número de Noticias	Información
1873	2	En estas noticias se explica que Ángela se presentó en San Luis Potosí, en donde recibió grandes ovaciones pero no logró llenar el lugar. Después, llegó a Querétaro, fue recibida con entusiasmo y felicitaciones; tuvo tres presentaciones en el Teatro Iturbide.
1879	3	Se describe la presentación de Ángela en el estado de Querétaro, junto a la Sra. Natali de Testa.
1881	1	Ángela llegó a Querétaro, para permanecer algunas semanas. No se describe qué fue lo que hizo en su estancia ni cuándo abandonó el Estado.
1882	3	Se relatan las presentaciones de la cantante de ópera en la capital queretana.
1883	4	Se da un seguimiento de la muerte de Ángela Peralta. Querétaro fue la primera ciudad del país que dedicó un homenaje a la artista.

Tabla 1: Elaboración propia con base a la información obtenida de la consulta del periódico La Sombra de Arteaga

En los años en los que no se encontró información de Ángela, coincidía con el periodo que ella se encontraba en Europa. En la mayoría de las noticias las describían como una gran artista, que poseía una maravillosa voz y hacía excelentes interpretaciones de piezas realizadas por los compositores más importantes del mundo.

La redacción del periódico explica que la música de Ángela Peralta solo era para el pueblo culto y rechazaban la idea de que otras personas prefirieran ver otro tipo de espectáculo en lugar de la música refinada de Ángela. En ningún momento el periódico, como en fuentes de internet consultadas (Blogspot, 2008; SEP, s.f) hace referencia al aspecto físico y a la moral de la artista.

En muchas otras fuentes la describen como una mujer fea, gorda, narizona, pero su aspecto físico no le impidió tener éxito en los escenarios europeos.

Por desgracia, su vida personal afectó a su carrera. Su primer matrimonio le ocasionó presiones y desgastes en su voz ya que su marido tenía problemas mentales, así que tuvo que dejar por un tiempo su carrera, pero cuando regresó el éxito ya no fue el mismo.

Emprendió una gira por México, pero sus presentaciones y triunfos fueron opacados porque se dio a conocer la relación que mantenía con el administrador de su ópera, aun cuando su esposo seguía con vida. Esto le ocasionó, durante sus presentaciones, los abucheos y las críticas acerca de su mala moral, provocando lo que en este trabajo de investigación denominamos, la época de declive de su carrera.

CONCLUSIONES

Con este trabajo se pudo dar cuenta que la moral era uno de los aspectos más importantes en la valoración de las mujeres. Cuando se da a la luz la relación que mantenía Ángela con su amante, su carrera fue en declive, esto es un claro ejemplo de los prejuicios que estaban presentes en el siglo XIX y como estos afectaron a su carrera. En las fuentes consultadas se dijo que la abucheaban en sus presentaciones debido a la relación que mantenía a pesar de estar casada.

Respecto a su aspecto físico, se encontraron fuentes que la criticaban al juzgarla como una mujer fea y de ojos saltones, pero a pesar de ello, ella tenía una gran voz.

Ángela, nos dejó sus grandes interpretaciones, de las fuentes consultadas pudimos extraer algunas referencias, las cuales enlistamos a continuación:

- México (galopa).
- Un recuerdo de mi patria (danza).
- Nostalgia (fantasía).
- Adiós a México (vals).
- Pensando en ti (fantasía).
- Io t'ameró (romanza)
- Margarita (danza).
- El deseo (romanza).
- Sara (melodía).
- Retour (chotis).
- Ilusión (mazurca).
- Absence (vals).
- Eugenio (vals).

Además, distintos teatros llevan su nombre a manera de homenaje como el ubicado en la Ciudad de México, en Mazatlán y en San Miguel Allende. También ha sido inspiración de muchas personas, como es el caso de la investigadora Carmen Lugo Hubp, coautora de Mujeres en la historia. Historia de Mujeres, libro escrito en colaboración con Gracia Molina-Enríquez. En este libro hay un episodio llamado "La República restaurada. Mujeres destacadas en el mundo del arte", dedicado a recordar a la cantante Ángela Peralta (1845-1883) conocida como el Ruiseñor mexicano, para el que contó con la colaboración de Isabel Haza Peralta, sobrina nieta de la cantante.

La historia de la soprano es contada en el libro “Una ventana al pasado” de Abelardo Escobar Prieto y Héctor Daniel Olave Arreola, (Norte Digital de Cd. Juárez, 2016) en el que el primero recopila las memorias de sus antepasados, entre ellos los hermanos Rómulo y Numa Escobar, fundadores de la Escuela Superior de Agricultura.

Ángela ha sido una de las pocas mujeres que tienen un lugar en la rotonda de las personas ilustres. Aunque la historia niegue la inventiva musical de Ángela y la señalen por no ser el modelo de belleza femenina imperante, lo cierto es que la fuerza y belleza de su voz la colocan por encima de las convenciones sociales para imponer su presencia en los mejores y más prestigiados escenarios del llamado Bell Canto. (Cimac Noticias, 2006). De Ángela nos queda la convicción de que la belleza humana no es solo externa, sino fruto del esfuerzo y de la lucha contra las convenciones sociales.

BIBLIOGRAFIA

1. ALTERNATIVO.MX (2016) Ángela Peralta, el Ruiseñor Mexicano que conquistó Europa con su voz. Recuperado de <http://alternativo.mx/2016/07/nacional-la-voz-angela-peralta-retumba-en-una-calle-queretaro/> (Fecha de consulta 15-06-2017)
2. BIOGRAFÍAS Y VIDAS (2017) Ángela Peralta. Recuperado de <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/p/peralta.htm> (Fecha de consulta 15-06-2017)
3. BIOGRAFIAS.ES (2014) Ángela Peralta. Recuperado de <https://www.biografias.es/famosos/angela-peralta.html> (Fecha de consulta 15-06-2017)
4. BLOGSPOT (2008) Ángela Peralta El Ruiseñor Mexicano. Recuperado de: <http://transparenciasdomi.blogspot.mx/2008/09/angela-peralta-el-ruiseor-mexicano.html> (Fecha de consulta 15-06-2017)
5. BLOGSPOT (2008) Ángela Peralta El Ruiseñor Mexicano. Recuperado de: <http://transparenciasdomi.blogspot.mx/2008/09/angela-peralta-el-ruiseor-mexicano.html> (Fecha de consulta 15-06-2017)
6. CIMAC NOTICIAS (2006) Ángela Peralta, El Ruiseñor Mexicano. Recuperado de <http://www.cimacnoticias.com.mx/node/51366>. (Fecha de consulta 15-06-2017)
7. DUBY, G., Perrot, M., Pastor, R., & Galmarini, M. (2001) Historia de las Mujeres en Occidente. (2ª ed., Taurus minor). Madrid: Taurus
8. ECURED (2015) Ángela Peralta. Recuperado de https://www.ecured.cu/Angela_Peralta_Castera (Fecha de consulta 15-06-2017)
9. GARCÍA Cortes Adrián (2001) El Ruiseñor Mexicano Ángela Peralta, Los cien años de su muerte en Década Sinaloense. Diez Historias para reparar. Tintas Editores. México
10. NOROESTE (2008) Recordaran a Ángela Peralta <http://www.noroeste.com.mx/pub/61459> (Fecha de consulta 15-06-2017)
11. NORTE DIGITAL DE CD. JUÁREZ (2016) El ruiseñor mexicano en el Paso del Norte. Recuperado de <http://nortedigital.mx/ruisenor-mexicano-paso-del-norte/> (Fecha de consulta 15-06-2017)
12. Periódico Oficial del Estado de Querétaro La Sombra de Arteaga (1867-1883)
13. PERISCOPIO (2016) Ángela Peralta De Aldaco, la soprano que cantaba como los ángeles. Recuperado de <http://www.periscopio.com.mx/revista/angela-peralta-de-aldaco-la-soprano-que-cantaba-como-los-angeles/>. (Fecha de consulta 15-06-2017)
14. PRIMARIA BÁSICA, SEP (s/f) Ángela Peralta Castera “El Ruiseñor Mexicano” Recuperado de http://basica.primariatic.sep.gob.mx/descargas/colecciones/proyectos/red_escolar/publi_quepaso/angelaperalta.html (Fecha de consulta 15-06-2017)
15. PULSO POLÍTICO (2012) Ángela Peralta, “El Ruiseñor mexicano”. Recuperado de <http://www.pulsopolitico.com.mx/2012/08/angela-peralta-el-ruisenor-mexicano/> (Fecha de consulta 15-06-2017)
16. REVISTA INTERMEZZO (2009) Ángela Peralta “El Ruiseñor Mexicano” Recuperado de http://www.proopera.org.mx/pasadas/marabr/revista/46homenaje_mzo10.pdf. (Fecha de consulta 15-06-2017)
17. SOLÍS, H.O., Solís, H.E., Lagunas, C., & Jaime, E.M. (2017) Reflexiones en torno al patrimonio cultural y género. Querétaro, Editorial Universitaria Colección Academia Serie Nodos
18. UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA (2013) Muere la Cantante y compositora de ópera Ángela Peralta. Recuperado de <http://www.udg.mx/es/efemerides/30-agosto> (Fecha de consulta 15-06-2017)
19. WORDPRESS (2013) Ensayo/Semblanza Ángela Peralta. Recuperado de <https://eusebioruvalcaba.wordpress.com/2013/10/16/963/> (Fecha de consulta 15-06-2017)
20. WORDPRESS (2015) Ángela Peralta Castera. Recuperado de <https://angelaperaltacastera.wordpress.com/> (Fecha de consulta 15-06-2017)

EXPORTACIONES EN EL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ PERIODO 2000-2016

Ana Jazmín Salazar Gómez y Mario Gutiérrez Lagunes

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general mostrar el panorama de las exportaciones y su evolución en el sector manufacturero durante el periodo 2000 al 2016 en el Estado de San Luis Potosí (SLP), considerando indicadores como el crecimiento y la inversión. Mediante una aproximación empírica y un estudio descriptivo con información del Banco de Información Económica del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y del Banco de México (Banxico), se muestran algunos aspectos de la situación económica actual de San Luis Potosí así como el comportamiento de sus exportaciones en el sector manufacturero.

Palabras clave: Exportaciones, sector manufacturero, San Luis Potosí.

ABSTRACT

The present research has as general objective to show the panorama of the exports and its evolution in the manufacturing sector during the period 2000 to 2016 in the State of San Luis Potosí (SLP), considering indicators such as growth and investment. Through an empirical approach and a descriptive study with information from the Economic Information Bank of the National Institute of Statistics and Geography (INEGI) and the Bank of Mexico (Banxico), some aspects of the current economic situation of San Luis Potosí are shown. Behavior of their exports in the manufacturing sector.

Palabras clave: Exports, Manufacturing sector, San Luis Potosí.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, las exportaciones han desempeñado un papel fundamental para el diseño de la política económica de las economías emergentes, así como en el comercio internacional. Rodríguez y Venegas (2010) señalan que el crecimiento de las exportaciones contribuye al crecimiento económico ya que tienen efectos positivos: facilitan la explotación de economías de escala para pequeñas economías abiertas, permiten captar una mayor entrada de divisas para incentivar la adquisición de bienes intermedios y de capital, mejoran la eficiencia a través de una mayor competencia y promueven la difusión del conocimiento económico.

Debido a lo anterior, el presente trabajo tiene como objetivo mostrar el panorama de las exportaciones en el sector manufacturero durante el periodo 2000 al 2015 específicamente en el Estado de San Luis Potosí, considerando el crecimiento y la inversión lo cual se analiza a través de indicadores económicos como el Producto Interno Bruto (PIB), la Inversión Extranjera Directa (IED) y la balanza comercial de mercancías. SLP representa uno de los estados más importantes del país por las diversas ventajas que tiene para invertir: su ubicación geográfica la cual ofrece fácil y rápido acceso a los inversionistas, consumidores y proveedores; su infraestructura como aeropuertos y carreteras lo cual facilita el traslado de mercancías; por tener diversas zonas y parques industriales; por su riqueza en capital humano y porque posee un amplio territorio disponible para la instalación de fábricas, lo cual es una ventaja significativa, ya que otros estados puramente manufactureros, se encuentran saturados (Secretaría de Desarrollo Económico de SLP, 2017).

MARCO TEORICO

Exportaciones: Según la Ley aduanera, exportar se refiere a extraer mercancías, bienes o servicios del territorio nacional.

Sector manufacturero: Para fines de clasificación en la estadística económica existe el Sistema de Clasificación de América del Norte (SCIAN) el cual es utilizado por el INEGI. “Este sector comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la transformación mecánica, física o química de materiales o sustancias con el fin de obtener productos nuevos; al ensamble en serie de partes y componentes fabricados; a la reconstrucción en serie de maquinaria y equipo industrial, comercial, de oficina y otros, y al acabado de productos manufacturados” (SCIAN, 2013, p.143).

San Luis Potosí: el estado de San Luis Potosí cuenta con una superficie de 61,137 km². Se localiza en el centro del país y posee 58 municipios. La población total es de 2, 717,820 personas, según el censo económico del INEGI en 2014. Los municipios más importantes de San Luis Potosí y en los que se muestran los mejores indicadores como unidades económicas, personal ocupado, remuneraciones y producción bruta total son: el municipio de San Luis Potosí, que es el municipio más importante, seguido de Villa de Reyes, Soledad de Graciano Sánchez, Ciudad Valles, Matehuala, Tamuín, Villa de la Paz, Cerritos, Cerro de San Pedro y Rioverde, entre otros.

PIB: “Es el valor del mercado de todos los bienes y servicios finales producidos por los factores de la producción ubicados en el país en el transcurso de un año” (Astudillo, 2012, p.19).

IED: Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (2010) “la inversión directa es una categoría de inversión transfronteriza que realiza un residente de una economía (el inversor directo) con el objetivo de establecer un interés duradero en una empresa (la empresa de inversión directa) residente en una economía diferente de la del inversor directo” (p.12).

Balanza Comercial: De acuerdo al Fondo Monetario Internacional FMI (2011), “es un estado estadístico que resume las transacciones entre residentes y no residentes durante un período”

METODOLOGIA

Debido a la naturaleza de la investigación económica, se ha llevado a cabo una aproximación empírica, según Bonilla, Hurtado y Jaramillo (2009) “un artículo empírico se enfoca principalmente en estudiar las relaciones entre variables económicas a partir de lo observado. Suele comenzar con una disponibilidad fortuita de datos que el investigador considera prometedores en algún sentido, sin saber con exactitud cual” (p.274). Además la investigación es de tipo descriptiva ya que se reseñan los rasgos y cambios de las exportaciones a través de una descripción del comportamiento de las mismas, todo ello realizado mediante la observación (Bernal, 2010). La información que se sometió el análisis ha sido extraída del Banco de Información Económica (BIE) del INEGI y del Banco de México (Banxico).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El primer diagnóstico realizado fue del Producto Interno Bruto (PIB) de San Luis Potosí, en el 2015 asciende a 271,981 millones de pesos lo cual representa el 1.9% respecto al PIB nacional que es de 13, 743,337 millones de pesos por lo que SLP ocupa el 18° lugar de aportación al PIB nacional. Las actividades económicas que son preponderantes en este estado son las actividades terciarias, seguidas de las actividades secundarias. La actividad que aporta más al PIB es el comercio con el 14%, seguida de los servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, y en tercer lugar la fabricación de maquinaria y equipo la cual aporta al PIB estatal el 11.4%. En la figura 1 se puede apreciar el comportamiento del PIB nacional a la par del PIB estatal, es notable que en el año 2009 hubo decrecimiento, este comportamiento se refleja en todos los indicadores económicos y es el resultado del efecto que dejó la crisis inmobiliaria del 2008 en Estados Unidos. Se observa que, a excepción de los años 2006, 2007, 2013 y 2014, del año 2004 al 2015 el PIB de SLP se encuentra por encima del promedio nacional, lo que indica que existe buena evolución de la economía, además en el último año se observó que el ingreso del Estado creció casi el doble del promedio nacional, lo que refleja un crecimiento económico considerable.

Otro de los indicadores analizados fue la IED, para el año 2016 en el país fue de 27,447 millones de dólares y la IED en SLP fue de 854 millones de dólares lo cual indica que San Luis Potosí posee el 3.1% de la inversión nacional lo que le da el lugar número 12 respecto a los demás estados. Este análisis también permitió descubrir que la industria manufacturera es el sector que capta la mayor parte de IED en SLP con cifras para 2015 de 1,060,046,398. En la Figura 2 se muestra el Comportamiento de la IED de SLP y la nacional, es aquí donde puede apreciarse que San Luis Potosí tiene un crecimiento de la IED encima del promedio nacional, especialmente en el año 2010 y 2012, aunque para 2016 la inversión decreció, esto puede atribuirse al proceso político

llevado paralelamente en el municipio del norte del país lo cual afectó las inversiones en México.

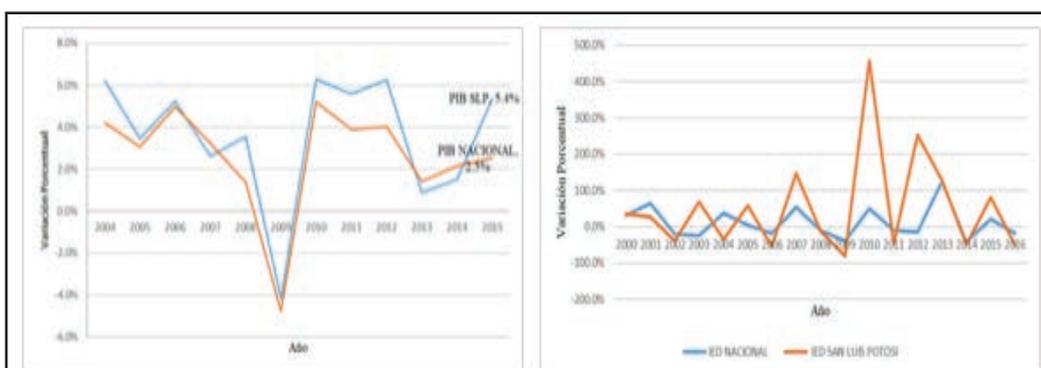


Figura 1. Comportamiento del PIB 2004-2015.

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de Información Económica. INEGI.

Figura 2. Comportamiento de la IED 2000-2016

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de Información Económica. INEGI.

Las exportaciones a nivel nacional son de 336, 998,166.00 miles de dólares, esto con cifras del INEGI al año 2015.

Ahora, las exportaciones del sector manufacturero a nivel nacional, puede resaltarse que los estados quedan en la misma posición de las exportaciones totales: Chihuahua, Baja California, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas son los estados que realizan más exportaciones del sector manufacturero. San Luis Potosí se ubica en el lugar 14 y exporta 3.1% de las exportaciones manufactureras totales a nivel nacional.

Las exportaciones forman parte de la cuenta corriente en la balanza de pagos, y este instrumento indica que ha habido un déficit de la balanza comercial, es decir, las exportaciones han sido menores que las importaciones, esto puede observarse en todo el periodo comprendido de este análisis (2000-2016) a excepción del año 2012 donde la balanza comercial tiene saldo positivo de 152,833.30 miles de dólares, esto hablado de exportaciones totales a nivel nacional, específicamente en el sector manufacturero no existe tal superávit en ese año ya que en todo el periodo de análisis muestran un déficit en el sector manufacturero que en el último año asciende a 6,848,065 miles de dólares, tal y como se muestra en la figura 3.

En cuanto a productos exportados, según cifras del Banco de México, desde el año 2000 al 2016 en el país existen cinco productos que se han mantenido como los primeros en exportación, se trata de: máquinas y material eléctrico; vehículos terrestres y sus partes; aparatos mecánicos, calderas, partes; combustibles minerales y sus productos; e instrumentos y aparatos de óptica y médicos. Se ha observado un crecimiento en la exportación de vehículos terrestres y sus partes ya que a partir del año 2014 se ha convertido en el producto más exportado a nivel nacional. El crecimiento de este sector ha sido bastante considerable a partir de 2011 ya que en ese año las exportaciones de vehículos terrestres y sus partes fueron mayores que las importaciones lo que derivó en un saldo positivo de la balanza comercial de ese sector, comportamiento que se ha mantenido hasta el último año donde el Banxico tiene cifras, para quedar en 2015 con un superávit de 50, 838,951 miles de dólares, tal y como se muestra en la figura 4.

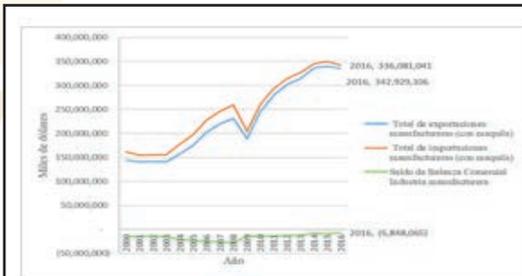


Figura 3. Balanza comercial de la industria manufacturera: México 2000-2016

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de Información Económica. INEGI.

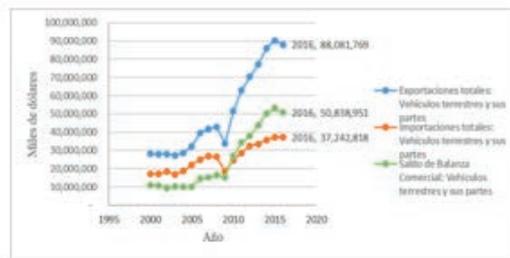


Figura 4. Balanza Comercial de Vehículos terrestres y sus partes: México 2000-2016

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México

El crecimiento de las exportaciones en San Luis Potosí ha sido positivo en los 6 años (de 2011 a 2015), la tasa más alta de incremento se dio en el año 2010 con el 35.8%, en los demás años el crecimiento es en promedio de 15.3%, para 2015 las exportaciones totales fueron de 9, 758,557.00 miles de dólares, es necesario señalar que en esta cifra se incluye el sector manufacturero y la minería, industrias que están clasificadas como sector 31-33 y 21, respectivamente, de acuerdo al SCIAN 2013, tal y como se muestra en la figura 4. En el caso de las exportaciones en el sector manufacturero, la tasa más alta de incremento se dio en el año 2010 con el 35.6%, en los demás años el crecimiento es en promedio de 17.3%. Para 2015 las exportaciones totales en este sector fueron de 9, 734,690 miles de dólares. De acuerdo a las exportaciones de mercancías por entidad federativa, sector y subsector de actividad SCIAN, las exportaciones en San Luis Potosí del sector manufacturero han tenido un crecimiento casi igual al de las exportaciones totales, esto se debe a que este sector representa el 99.76% de las exportaciones en San Luis potosí mientras que el sector de minería representa el .24%. Entonces es conveniente señalar que el crecimiento en las exportaciones en la industria manufacturera en San Luis Potosí ha sido favorable como puede observarse en la figura 5 a continuación en donde se muestran las exportaciones desde el año 2007 hasta el año 2015 donde se aprecia que las exportaciones en el sector manufacturero han ido en aumento desde el año 2011 y han pasado de 4,554,153 miles de dólares en 2007 a 9,734,690 miles de dólares en 2015, esto significa que en los últimos años se han impulsado mucho las exportaciones en este sector lo cual resulta bastante positivo para la economía de San Luis Potosí.

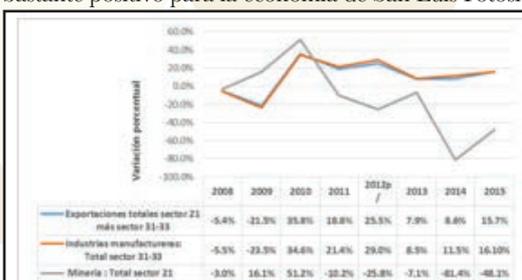


Figura 4. Comportamiento de las exportaciones en SLP 2007-2015 (clasificación SCIAN)

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de Información Económica. INEGI.

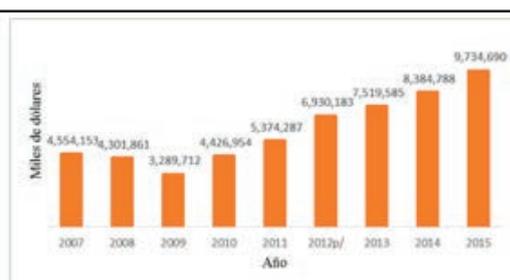


Figura 5. Exportaciones en la industria manufacturera en SLP: 2007-2015

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de Información Económica. INEGI.

En 2015 el subsector que tuvo mayores exportaciones fue la fabricación de equipo de transporte con una participación del 66.10% seguido de la fabricación de maquinaria y equipo con un 8.47%, el tercer subsector con mayores exportaciones fue la fabricación accesorios, aparatos eléctricos y equipo de generación de energía eléctrica representando el 6.56%, consecutivamente las Industrias metálicas básicas representan el 5.24% de las exportaciones mientras que la industria del plástico y el hule ocupan el 4.64% respecto a las exportaciones totales en el sector manufacturero. Existen otros subsectores de exportación en el sector manufacturero que tuvieron menor presencia sin embargo no dejan de ser importantes. A continuación la gráfica presenta las exportaciones por industria manufacturera en el año 2015.



Figura 6. Exportaciones por Industria Manufacturera en SLP, año 2015

Los productos más exportados en San Luis Potosí en el periodo de 2007 a 2015 han sido: equipo de transporte en primer lugar, en segundo los metales básicos, en tercer lugar, los accesorios, aparatos eléctricos y equipo de generación de energía eléctrica, en cuarto maquinaria y equipo y en quinto lugar el plástico y hule, en la gráfica 7 se muestra la evolución de los subsectores en la industria manufacturera, donde se aprecia que la fabricación de equipo de transporte es el subsector más preponderante.

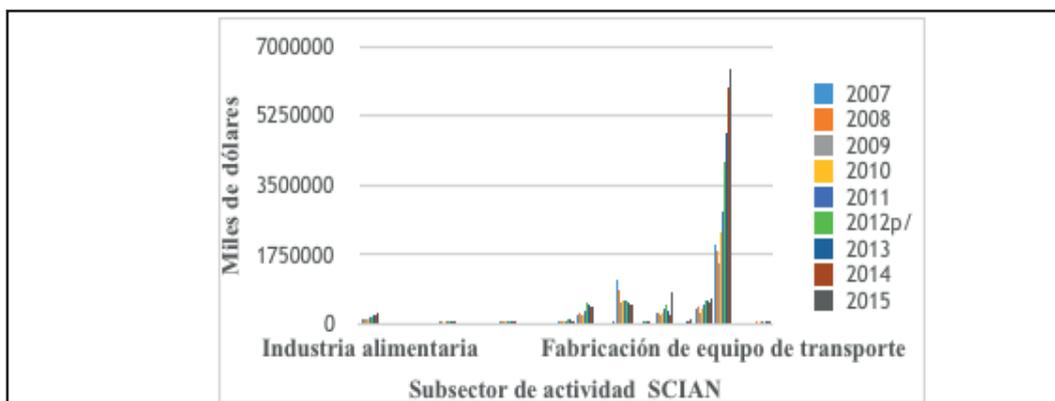


Figura 7. Evolución de las exportaciones en la industria manufacturera en SLP por subsectores 2007-2015

CONCLUSIONES

El PIB de SLP se encuentra por encima del promedio nacional lo que indica que existe buena evolución de la economía, asimismo, la IED hacia el estado de SLP se ha ubicado en los últimos años encima de la media nacional, aunque para 2016 la inversión decreció, esto puede atribuirse al proceso político que se vivió en el país vecino, lo cual afectó las inversiones que ya se tenían programadas. Finalmente se han impulsado mucho las exportaciones en el sector manufacturero lo cual resulta bastante positivo para la economía de San Luis Potosí.

BIBLIOGRAFIA

Libros

Astudillo, M. (2012). Fundamentos de economía (Primera Ed). México: UNAM

Bernal, A. (2010). Metodología de la Investigación (Tercera ed.). Colombia: Pearson.

Artículos

Rodríguez, D., y Venegas, F. (2011). Efectos de las exportaciones en el crecimiento económico de México: Un análisis de cointegración, 1929-2009. *EconoQuantum*, 7(2), 55-71.

Documentos en Línea

Banco de México (2017). Balanza de pagos,

<http://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?sector=1&accion=consultar-DirectorioCuadros>

FMI, (2009). Manual de Balanza de Pagos y Posición de Inversión Internacional Sexta edición (MBP6). Obtenido de www3.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/240/download/7149

INEGI, (2017) Exportaciones por entidad federativa <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>

INEGI (2013). Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN 2013. Obtenido de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/SCIAN/presentacion.aspx>

Ley Aduanera (2017). Obtenido de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/12_270117.pdf

OCDE Definición Marco de Inversión Extranjera Directa Cuarta edición 2008 (2010). Obtenido de <https://www.oecd.org/daf/inv/investmentstatisticsandanalysis/46226782.pdf>

Secretaría de Desarrollo Económico de SLP (2017). Guía de negocios. Obtenido de [http://www.sdeslp.gob.](http://www.sdeslp.gob.mx/estudios/Integracion%20Global.pdf)

[mx/estudios/Integracion%20Global.pdf](http://www.sdeslp.gob.mx/estudios/Integracion%20Global.pdf)

DISEÑO FÍSICO DE LA APLICACIÓN MULTIMEDIA DE LEYENDAS DE SITIOS TURÍSTICOS DE GUADALUPE ZACATECAS.

Geovanna Loera Morales¹ y Eduardo García Sánchez²

RESUMEN

En el siguiente documento, se presenta, la documentación correspondiente al diseño físico de la aplicación multimedia sobre las leyendas de Guadalupe Zacatecas, dicha aplicación fue generada utilizando la metodología propuesta por Hernández [1], que comprende las fases de: Concepto o pre-producción, análisis, diseño, desarrollo, implementación, evaluación y validación del programa, producción y elaboración del material complementario, para obtener un producto de calidad, la aplicación fue desarrollada utilizando las herramientas computacionales de Android 2.3, Photoshop, CorelDraw, Microsoft Office Word 2010, Microsoft Office Excel 2010 y Microsoft Paint 2010.

ABSTRACT

The following document presents the documentation corresponding to the physical design of the multimedia application on the legends of Guadalupe Zacatecas. This application was generated using the methodology proposed by Hernández [1], which includes the phases of: Concept or pre-production. The application was developed using the computational tools of Android 2.3, Photoshop, CorelDraw, Microsoft Office Word 2010, Microsoft Office Excel 2010, Microsoft Paint 2010.

Palabras Clave: Aplicación, Leyendas de Guadalupe, Software.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de una aplicación, requiere de un proceso de calidad, que permita satisfacer las necesidades del usuario a quien va dirigido, dicho proceso se puede generar al definir una metodología, que da origen a las etapas o fases de producción de la aplicación. En la actualidad, existe la necesidad de generar herramientas que sirvan de apoyo para realizar recorridos turísticos de forma eficiente y virtual, por esto se concibió en el presente trabajo, enfocarse en la generación de una aplicación multimedia, que le permita al usuario una visualización del sitio guadalupense antes de visitar este municipio, además de poder conocer las leyendas populares de la zona, permitiendo con esto, lograr aumentar el turismo dentro del estado, y lograr una aplicación de calidad. Es de vital importancia, por un lado contar con un grupo multidisciplinario que permita efectuar el diseño físico [1-3], sin embargo, en virtud de la gran cantidad de actividades que implica la generación de la aplicación, en el este trabajo se consideró presentar únicamente, la documentación generada al efectuar el diseño físico comprendido en cada una de las fases de la metodología desarrollada por Hernández [1].

MÉTODOS Y MATERIALES

En el presente trabajo, se utilizó la metodología propuesta por Hernández [1], esta metodología nos permite definir claramente las actividades a desarrollar para la generación de un software de calidad. Esto se da con cada fase o etapa de la metodología, con los subproductos generados en cada una de ellas y por medio de un seguimiento lógico, permitiendo obtener una aplicación con índices de calidad. Dicha metodología está dividida en ocho fases: Concepto o pre-producción, análisis, diseño, desarrollo, implementación, evaluación y validación del programa, producción y elaboración del material complementario.

¹ Universidad Autónoma de Zacatecas, Unidad Académica de Ingeniería Eléctrica; Av. Ramón López Velarde No. 801, Col. Centro, C.P: 98060, Zacatecas, Zac., lamster1812@gmail.com

RESULTADOS

Siguiendo la metodología propuesta por Hernández [1], la fase inicial de Concepto o Pre-producción, se llevó a cabo, encontrando que la generación de la aplicación es viable y se justifica, así como la idea que llevo a la concepción de generar dicho software es descrita en la sección de introducción de este trabajo y los agentes implicados son los autores de este trabajo. Por otro lado, una parte de la documentación y actividades correspondientes al diseño físico para la fase de análisis y la fase de diseño, se encuentran descritas explícitamente en la Tabla 1. En la Tabla 2 se presenta el diseño de los elementos de control de la aplicación.

Tabla 1. Características que debe tener el Software Multimedia Educativo en base al Diseño Físico.

ASPECTOS	
Título del Recurso.	Diseño de una aplicación sobre las leyendas del municipio de Guadalupe Zacatecas.
Tipo de Recurso	Aplicación.
Área de Conocimiento	Historia.
A quién esta Dirigido.	A toda persona que le interese la historia y leyendas de la ciudad de Guadalupe Zacatecas, y pueda utilizar un Smartphone.
Objetivo	Generar una aplicación móvil que se enfoque principalmente en la cultura zacatecana.
Objetivo Específico.	Diseñar un sistema multimedia que describa leyendas de la ciudad de Guadalupe Zacatecas, utilizando Android Studio, CorelDraw y Photoshop.
Descripción general del software.	Una aplicación móvil que a través de imágenes relaciona lugares turísticos sobresalientes con leyendas e historias sobre los mismos, de una forma dinámica y visual presenta a su vez breves fichas históricas.
Requerimientos Técnicos.	-Smartphone, -espacio de memoria de 300mb, -Sistema Operativo Android.

Tabla 2. Diseño de los elementos de control.

Tipo de	Descripción de las acciones de los botones.	Descripción de los botones.
Imagen	Botón para desplegar la pantalla de ayuda.	Botón redondo de color amarillo, con un signo de interrogación de color blanco, dentro de él.
Imagen	Botón que cierra la aplicación.	Botón redondo de color rojo, con una tacha en color blanco, en el centro.
Imagen	Botón que conduce a la Galería Principal.	Botón que representa una carpeta con imágenes dentro, desarrollado personalmente.
Imagen	Botón que Regresa a la Pantalla	Botón representado por una flecha de color verde.
Imagen	Botón que conduce a la galería de su elección.	Botón en forma de imagen representando el sitio turístico a el que hace referencia.
Imagen	Botón que conduce a la galería del sitio turístico de la leyenda en	Botón de color azul degradado que pertenece a el software de desarrollo de la aplicación.
Imagen	Botón que permite regresar a la página de leyendas desde la galería del sitio turístico.	Botón de color azul, con forma de dos flechas encontradas, desarrollado personalmente.
Imagen	Botón que permite regresar desde la galería específica a la galería principal, sin necesidad de volver a la página de leyendas.	Botón de color azul perteneciente a el software de desarrollo.

En la Figura 1 se presentan los elementos del diseño estructural, que comprenden el diseño físico, que son: el diagrama de navegación, mapa de navegación, storyboard y el diseño de la pantalla del menú principal.

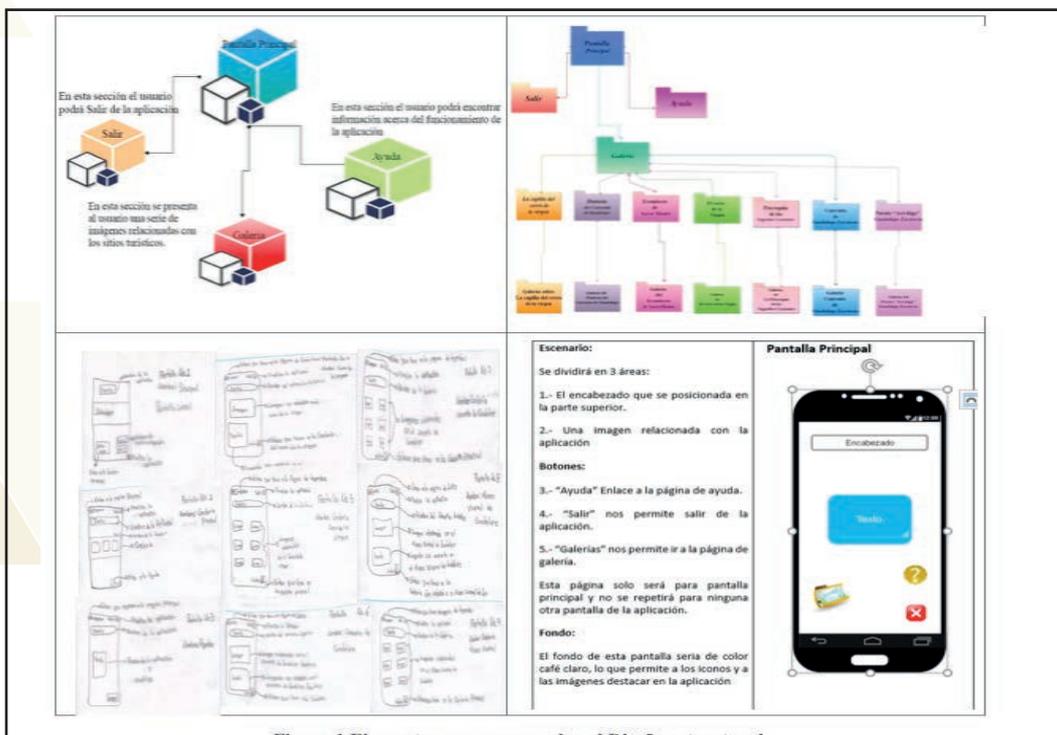


Figura 1 Elementos que comprenden el Diseño estructural.

En la fase de implementación, y considerando el diseño físico, se procedió a la generación de la interfaz e incorporación de los elementos multimedia, obteniéndose así las pantallas que comprenden la aplicación, las cuales, se enlazan para generar el software multimedia educativo, cuya página de menú principal se puede apreciar en la Figura 2.



Figura 2. Pantalla de Menú principal

En la fase de Evaluación y validación del programa, inicialmente, se procedió a efectuar una prueba piloto, que tuvo como objetivo depurar inicialmente la primera versión de la aplicación (prototipo). Lo cual, nos permitió efectuar modificaciones o correcciones, esto, con el propósito de cumplir con las especificaciones descritas en el diseño físico. Después, se efectuó una evaluación del entorno técnico/estético, que nos permitió verificar si fueron seguidas las consideraciones planteadas en el diseño físico, para lo cual, se utilizó un formato propuesto por Fundabit [4], dicha evaluación se presenta en la Tabla 2. En la cual, el soporte teórico se refiere a la documentación y el producto final, al software multimedia. Como se puede apreciar, en la mayoría de los casos, se cumplió con los requisitos propuestos por Fundabit [4].

CONCLUSIONES.

En el presente trabajo se presenta el análisis y diseño físico, que permitió la generación de una aplicación referente a las leyendas de Guadalupe Zacatecas. Adicionalmente, se generó una tabla que concentra todas las mejoras posibles a la aplicación, de forma que se mejore en la aplicación dando como resultado un producto final.

Finalmente, en base a los resultados obtenidos en las siguientes fases, se procedió a la fase de producción de la aplicación y a la fase de Elaboración de material complementario, que consistió en la generación del manual de usuario y manual de actividades didácticas.

Tabla 2 Elementos requeridos por el Entorno Técnico/Estético del Diseño Físico

Entorno técnico/ estético.	Soporte teórico	Producto final	Soporte teórico. (en este trabajo)	Producto final. (en este trabajo)
Los textos deberán ser visibles (tamaño de la fuente apropiado la pantalla) y estarán distribuidos tomando en consideración la Audiencia. Empleo moderado de las herramientas de subrayado, etc.		X	X	X
Deberá contemplarse en el diseño de interfaz, que los textos deben Presentarse en párrafos breves y organizados		X		X
Estructura del diseño de interfaz, con gran atractivo y armonía en el diseño y uso de los colores y estilos de fuentes.		X		X
Facilidad de acceso, salida y exploración.		X		X
Estructura y diseño del menú de botones de navegación que permitan acceder a las diferentes actividades que el recurso.	X		X	
Debe permitir el almacenamiento y la recuperación de la Información tratada y de las tareas que se estaban ejecutando.		X		
Inclusión de elementos multimedia ajustados a la complejidad de los objetivos, a los contenidos y a la audiencia a la cual se dirige el recurso.		X		X
Inclusión apropiada de los elementos de sonidos, para que sirvan de Complemento de la información		X		X
Se debe permitir al usuario la posibilidad de activar y desactivar los sonidos, en el momento que él lo requiera.		X		X
Sistemas de comunicaciones: botones de ayuda, hipertextos e imágenes		X		X
Explicación sobre la estructura del diseño de interfaz. Justificación Sobre el número de pantallas.	X		X	
El diseño de interfaz deberá presentar una distribución armoniosa entre texto e imagen, ajustado al tema tratado y ajustado a la audiencia a la cual se dirige		X		X
Aplicación adecuada del color según la temática, los objetivos y los procesos cognitivos que se deseen desarrollar en los usuarios.	X	X	X	X
Uso adecuado de colores: seleccionando a aquellos que estimulen la Atención visual, y respeten la armonía entre fuente y		X		X
Explicación sobre el manejo de posibles errores durante la ejecución del recurso.		X		X
Desarrollado bajo aplicaciones ofimáticas.	X		X	

BIBLIOGRAFIA

- [1] Hernández, V. (2015). Software multimedia interactivo referente a “El funcionamiento del Microscopio Electrónico”, Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma de Zacatecas, Zacatecas, México.
- [2] Braude, E. (2003). Ingeniería de Software: Una perspectiva orientada a objetos, México: Alfaomega. [3] Presmman, R.S. (2010). Ingeniería de Software. Un enfoque práctico, USA, McGrawHill.
- [4] Fundabit. (2006). Orientaciones generales para la elaboración de recursos didácticos apoyados en las TIC. República Bolivariana de Venezuela. Recuperado de: [http://www.e-historia.cl/cursosupa/12-2-didacticassociales/textos/15%20%E2%80%93%20MED%20Venezuela%20%E2%80%93%20Orientaciones%20generales%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20recursos%20\(10-28\).pdf](http://www.e-historia.cl/cursosupa/12-2-didacticassociales/textos/15%20%E2%80%93%20MED%20Venezuela%20%E2%80%93%20Orientaciones%20generales%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20recursos%20(10-28).pdf) (Fecha de consulta: 4/08/2015)

Marcelina Velasco Landa y Huizilopoztli Luna García²

RESUMEN

El presente documento describe el proceso que permitió identificar el sector económico de mayor importancia en el municipio de Jalpa, Zacatecas, posteriormente se determinó que el de mayor auge en este municipio es el sector primario; de entre las más importantes actividades económicas de este sector en el municipio se encuentra la actividad pecuaria (ganadera), la atención se centró en esta actividad y, con el fin de conocer acerca de las necesidades de los productores ganaderos se buscó y utilizó una técnica de recolección de datos con el cual se pudo conocer lo que necesitan y/o desean mejorar. Posterior a esto se buscó una posible solución a una de las necesidades identificadas.

ABSTRACT

This document describes the process that allowed to identify the most important economic sector in the municipality of Jalpa, Zacatecas, later it was determined that the one with the highest boom in this municipality is the primary sector; Among the most important economic activities of this sector in the municipality is the livestock activity, the focus was on this activity and, in order to know about the needs of livestock producers, a technique was used to data collection with which they could know what they need and / or wish to improve. Subsequently, a possible solution to one of the identified needs was sought.

Palabras Clave: Polo de innovación, sector económico, proyecto tecnológico, productor ganadero, necesidades, asociación ganadera y Jalpa.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad una de las estrategias que sigue el gobierno en sus diferentes niveles es la implementación de los polos de innovación tecnológica, ya que con ellos se pretende apoyar a las personas que pretenden desarrollar proyectos tecnológicos en beneficio de empresas o asociaciones públicas o privadas. Los polos de innovación se basan principalmente en distintos sectores económicos y sociales para enfocar el apoyo a estos sectores. El sector primario o sector agrícola es uno de los sectores económicos y en el que prestaremos principal atención durante la realización de este trabajo.

Existen diferentes asociaciones municipales en Jalpa, Zacatecas relacionadas con el sector económico primario. Una de las asociaciones más importantes en el municipio de Jalpa es la asociación ganadera. Durante ya algunos años se han realizado “tianguis ganaderos” en el municipio de Jalpa, en donde los ganaderos ofrecen su ganado a las compañías que deseen pagar por ellos. Muchos de los ganaderos ofrecen en venta sus sementales y algunas de sus mejores crías de ganado de más alta calidad. De igual forma los ganaderos de Jalpa, Zacatecas pueden adquirir sementales para mejorar la calidad genética de su ganado.

Aunque se ha ayudado demasiado a los ganaderos de Jalpa, aún no se ha realizado un polo de innovación tecnológica que permita obtener un mejor y mayor desarrollo en la ganadería Jalpense. El propósito de este trabajo es establecer una base para la implementación de un polo de innovación municipal.

El presente trabajo de investigación se centra en el sector primario del municipio de Jalpa, Zacatecas, específicamente en el ámbito ganadero, se realizó una investigación inicial acerca de algunas de las necesidades más importantes en este sector, información proporcionada por la asociación ganadera del municipio de Jalpa.

MARCO TEORICO

Polo de innovación (PI).

Un PI es un lugar (que puede o no ser físico) donde se apoyan proyectos tecnológicos que permiten dar soluciones a necesidades de los sectores económico o social. Un polo de innovación actúa como el intermediario entre las dependencias encargadas de los sectores económicos o sociales de una región y las personas que proponen los proyectos a desarrollar.

Proyecto Tecnológico (PT).

Un proyecto es un conjunto de actividades interrelacionadas y combinadas que se enfocarán en el logro de aquellos objetivos específicos propuestos al comienzo y que estarán sujetos a un presupuesto y a un periodo de tiempo determinado (Definición ABC, Tu diccionario hecho fácil, 2017). En tal sentido, un Proyecto Tecnológico (PT) se enfoca en el desarrollo de soluciones tecnológicas de forma metódica con el objetivo de satisfacer las necesidades específicas de un problema.

Sector Económico (SE).

La actividad económica está dividida en sectores económicos. Cada sector se refiere a una parte de la actividad económica cuyos elementos tienen características comunes, guardan una unidad y se diferencian de otras agrupaciones. Su división se realiza de acuerdo a los procesos de producción que ocurren al interior de cada uno de ellos (Banco de la República, 2015).

El sector primario es el que se refiere a la actividad agrícola, comprende las actividades productivas de la extracción y obtención de materias primas, como la agricultura, la ganadería, la apicultura, la acuicultura, la pesca, la minería, la silvicultura y la explotación forestal. El sector secundario es el que está relacionado con la actividad industrial, y finalmente el sector terciario incluye todas aquellas actividades (servicios) que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía.

Como se mencionó anteriormente, una de las actividades relacionadas con el sector primario o también conocido como sector pecuario, es la producción de ganado, y esta forma un sector esencial dentro de las actividades agropecuarias, que a su vez se constituyen como actividades primarias dentro de la economía (Significados.com, 2017).

Sector Social (SS).

El sector social es el conjunto de organizaciones que no dependen del Sector Público y que son ajenas al sector privado: ejidatarios, comunidades agrícolas, pequeños propietarios, asociaciones de artesanos, cooperativas, empresas sindicales, sindicatos, partidos políticos, entre otros (Definición.org, 2017).

MÉTODOS Y MATERIALES

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se implementaron las siguientes etapas:

Etapa 1. Búsqueda de información. Se realizó una búsqueda sobre los principales sectores del municipio de Jalpa, Zacatecas, se implementaron diversas técnicas para la recolección de información como: búsquedas en periódicos digitales y artículos en Internet.

Etapa 2. Conceptualizar el tópico de investigación. Durante esta etapa se identificó en la Web los conceptos básicos necesarios para comprender el tópico de investigación a desarrollar.

Etapa 3. Identificar sectores productivos del municipio de Jalpa. A través de portales de periódicos digitales se identificaron los principales sectores económicos del municipio de Jalpa, Zacatecas. Con ello, se pudo establecer que el sector primario, específicamente la agricultura y ganadería son las principales actividades económicas y se tomó como campo de estudio la actividad ganadera en el municipio.

Etapa 4. Análisis e interpretación de datos. En esta etapa se definió el análisis FODA como técnica para la recolección de datos de la actividad pecuaria, se realizaron entrevistas entre los miembros de la asociación ganadera. Posteriormente se relacionó cada uno de los datos obtenidos para así tener información más precisa acerca de las necesidades más importantes del sector primario en Jalpa, centrado en la actividad económica relacionada.

Etapa 5. Detección de las necesidades más relevantes. Una vez efectuada la técnica de recolección, se relacionaron las respuestas de las entrevistas y se detectan las necesidades más importantes para la actividad ganadera, se procede a buscar una o varias soluciones para una de estas necesidades, posteriormente se propone un proyecto tecnológico que pudiera ser de utilidad para solucionar las necesidades de dicha actividad económica.

IMPLEMENTACION DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Etapa 1. En el presente trabajo se investigó de diferentes formas para así recabar información sobre los sectores más importantes para la economía del municipio de Jalpa, Zacatecas; esto con la finalidad de poder identificar una actividad económica de dicho sector y centrar la atención sólo a esa actividad. Posteriormente de esa actividad económica se busca información acerca de los grupos, asociaciones o clústeres existentes hasta la fecha y de esta manera poder encontrar e identificar las necesidades que tiene la actividad económica.

Jalpa es un municipio donde las actividades económicas se centran más en el sector primario, así que se tomó el sector primario como base para hacer la investigación. Ya que se eligió el sector primario, se encontró que una actividad económica importante es la actividad ganadera ya que por algunos años ya se han realizado Tianguis Ganaderos en una comunidad del municipio de Jalpa, Zacatecas en beneficio de los ganaderos y productores del municipio.

Se realizó mayormente una investigación sobre las actividades económicas más importantes que se realizan en el municipio de Jalpa, como resultado de esto se pudo conocer que el sector económico primario es la principal fuente de ingresos de los Jalpenses.

Etapa 2. Una vez obtenidos los puntos clave se procede a hacer búsquedas sobre su conceptualización.

Etapa 3. Luego de identificar el sector que más ingresos genera para el municipio, entonces correspondía cuál de las actividades económicas del sector primario era una de las más importantes, así que teniendo en cuenta algunos de los datos más sobresalientes de la zona se encontró que la actividad ganadera tiene mayor sobresaliente que algunas de las otras actividades económicas que se realizan en Jalpa, Zacatecas. Al tomar la actividad pecuaria como referencia para hacer el diagnóstico de sus necesidades fue evidente que en esta zona no existe aún un polo de innovación, y mucho menos uno municipal; el más cercano es un polo de innovación situado en el municipio de Tlaltenango y este no tiene beneficio directo al cañón de Juchipila, mucho menos a Jalpa.

El municipio de Jalpa se vería muy favorecido si, tomando en cuenta los datos que aquí se describen se creara posteriormente el polo de innovación, para que estudiantes y futuros egresados de las carreras relacionadas con las tecnologías tuvieran la oportunidad de echar a andar sus ideas, la cuales pueden hacer más eficaz y rápida la producción ganadera, facilitarle muchas de las tareas que ahora los productores municipales realizan manualmente o de manera no tan rápida y efectiva.

Etapa 4. Para este proyecto, se tomó como mejor “técnica de recolección de datos” el análisis FODA, el cuál es el estudio de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de un proyecto una vez que se pretenda ponerse en uso dentro de un grupo o sector social o económico. El análisis FODA consiste en primeramente fijar los objetivos del proyecto. Como en este proyecto se desea realizar el estudio sobre si sería viable la creación de un polo de innovación en el municipio de Jalpa entonces los objetivos ya están planteado; el segundo paso del análisis FODA es crear una lista sobre las fortalezas y debilidades actuales, posteriormente crear también una lista acerca de las oportunidades y amenazas a futuro. Estas dos listas deben contener los puntos bien especificados e información real acerca de las necesidades tecnológicas que tiene el municipio.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Etapa 5. La técnica de recolección de datos que mejor se adaptó para buscar las necesidades o requerimientos del sector ganadero en el municipio fue el análisis FODA, con este se pueden conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la tecnología en la actividad pecuaria de esta parte de la región. Como las personas encargadas de esta actividad (productores ganaderos) saben acerca de lo que necesitan pero no saben exactamente con qué cubrir esas necesidades nosotros en este proyecto hicimos lo posible por entender y darle solución a uno de sus requerimientos.

Se realizaron entrevistas a algunos integrantes de la asociación ganadera del municipio de Jalpa, Zacatecas y de acuerdo con las opiniones de cada uno se definieron las fortalezas y debilidades actuales, y las oportunidades y amenazas que tiene la tecnología para la producción, el mercado y seguridad del ganado que ellos manejan o tienen a su cargo.

En la siguiente tabla se muestra la recopilación de los datos recabados en las entrevistas realizadas:

	PRODUCCIÓN	MERCADOS	SEGURIDAD
FORTALEZAS	Utilización actual de la inseminación artificial como mejor método para tener calidad del ganado.	La tecnología aún no forma parte del mercado ganadero ya que el ganado se ofrece sólo con los ganaderos de la región.	Aunque no hay mucha pérdida de ganado es necesaria otra forma para tener un control del ganado, aparte del ya utilizado arete SINIIGA.
OPORTUNIDADES	La inseminación artificial permite crear razas puras. Así que aún hay esperanza de que los ganaderos le den una oportunidad a la tecnología.	La mejora de raza del ganado permite que pueda realizarse la exportación y que esta sea con un mejor precio. Actualmente existe solamente la oportunidad de tianguis ganaderos.	El monitoreo del ganado sería útil en esta zona para evitar el abigeato o pérdida del ganado, pero como aportación personal de uno de los entrevistados sería mejor si fuera implantado en la piel del animal.
DEBILIDADES	No existe una actualización tecnológica como tal en el municipio de Jalpa, es necesario prácticamente iniciar de cero a proponer proyectos tecnológicos.	No existe una técnica de venta por internet o algo similar. Todo se hace por contactos directos de los mismos productores y ganaderos.	No hay manera de controlar del todo las sequías, el ganado es afectado principalmente por la garrapata. Los casos de abigeato o extravió son de aproximadamente un 10%
AMENAZAS	Al contar con un sistema donde se almacena la información acerca de los aretes SINIIGA y sus propietarios existe el problema de que no se dan de alta muchos de los datos, o que no se puede acceder completamente al sistema.	Aún no confían en la tecnología como método para crecer en el mercado. Se tiene falta de confianza por la delincuencia en la información del ganado. Comprar semen de buena calidad y que la cría resulte de una raza por la que no pagaron (menor calidad).	La documentación del sistema no está completa, es limitada o inexistente. El chip para el monitoreo sería una buena opción pero implantado, en caso de pérdida del chip. Sería más aceptable si el dispositivo fuera menos costoso.

Posterior a la recopilación de esta información se compararon las similitudes existentes en cada una de las opiniones de las personas a las que se les realizó la entrevista y de estas se obtiene la necesidad más mencionada y la que los productores creen que es más importante para el desarrollo de la actividad pecuaria en Jalpa.

Uno de los problemas identificados es que debido a que no todos los propietarios de ganado registran los aretes en el sistema estatal existen muchos problemas al momento de buscar los datos de algún arete. Con el sistema se pretendía llevar un registro completo y confiable sobre la documentación de los aretes pero no ha sido posible hacer esto.

Cuando existe un caso de extravío o robo de ganado es necesario llevar un control sobre el lugar donde el animal se encuentra, es por eso que sería prudente ofrecerles como una posible opción un proyecto de monitoreo de ganado.

Existe un proyecto en marcha por parte del Laboratorio de Software Libre en Zacatecas, éste laboratorio forma parte del Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, dicho proyecto aún está en proceso de elaboración, así que como mejores referencias se utilizarán los proyectos realizados en Chile: los productos Montech, Safe Cattle (ganado seguro) y Livestock Analytics, que ya se está implementando en México actualmente.

Montech

Fue desarrollado por la empresa Montech, es un sistema electrónico de gestión agropecuaria que ya ha sido implementado en varios ejemplares, este dispositivo monitorea al animal desde su nacimiento o adquisición hasta su sacrificio, evitando de cierto modo el abigeato y dando también datos fidedignos sobre el estado de salud del animal. Este dispositivo coloca de dos maneras, una de ellas es en la oreja del animal, esto permite saber en tiempo real datos acerca no sólo de su ubicación sino también se puede conocer la temperatura, desplazamiento y movimientos del animal. La otra manera de colocar el dispositivo es como collar, de esta forma sólo se arrojarán datos sobre ubicación, movimiento y desplazamiento.

La manera más segura en caso del ganado bovino es la colocación del dispositivo en forma de collar, debido a que tiene un índice menor de que se extravíe comparado con los casos de los colocados en la oreja, al perder el dispositivo significaría que aumentarían los gastos para los productores.

El dispositivo hace una demarcación del espacio que ocupa el potrero o el predio en el que deba estar el ganado (para esto es necesario que cada 10 o 20 kilómetros instalar antenas de alta potencia en el espacio donde estará el ganado), si el animal cruza el límite del predio y sale de éste entonces el sistema emitirá una alerta en el dispositivo en el que esté instalado por medio de un mensaje o correo electrónico. Puede instalarse el sistema en un teléfono celular y así si ocurriera un caso de robo de ganado el dueño desde su dispositivo móvil podría saber la localización del animal, con rango de error de 2 metros.

Actualmente la empresa Montech ofrece un paquete básico de 100 dispositivos, las antenas que sean necesarias para cubrir la totalidad del predio y el mantenimiento del primer año por la suma de \$15,000,000 (Muñoz G., 2017).

Safe Cattle

Este servicio de monitoreo el cual es una iniciativa conjunta de la Universidad Católica de Temuco y de la Universidad de La Frontera, y que en la actualidad se comercializa a través de la empresa Sictel es muy parecido al servicio de monitoreo Montech, aunque tiene algunas desventajas comparado con este. Tiene las mismas funciones que Montech pero las diferencias entre estos es que el sistema de Safe Cattle tiene que estar instalado en un equipo computador, no puede monitorear la localización del ganado una vez fuera del predio donde se encuentran las antenas repetidoras, dichas antenas se deben colocar una en cada hectárea del potrero y el margen de error para la localización del ganado es de 9 metros (siete metros más que Montech).

El costo del servicio Safe Cattle llega a los \$6,000 por vaca al mes. Hay un detalle que es importante destacar de este servicio, es que si la cantidad de ganado que se debe monitorear es igual o mayor a 50 ejemplares entonces el precio por vaca se reduce considerablemente y estos gastos incluyen la instalación y mantenimiento del equipo necesario para el monitoreo (Muñoz G., 2017).

LiveStock Analytics

Existe también un plataforma de software para el monitoreo de ganado creado en México, este fue creado por la empresa TIS, Consulting Group y que actualmente está en operación en el rancho El 17 en Hermosillo, Sonora. Esta plataforma consiste en un sistema integrado para el monitoreo de ganado en engorda, desde su creación ha procesado información acerca de poco más de 40 mil cabezas de ganado.

Este sistema monitorea la salud del animal, si es hembra o macho, si es chico o grande, sus vacunas y datos extras sobre la raza y edad del animal, pero no permite conocer la ubicación del ganado como los dos anteriores. En este sistema se recopila la información y se guarda en una base de datos, utilizando infraestructura en la nube para tener información centralizada.

Los entrevistados estuvieron de acuerdo en una cosa: se hace muy poco uso de la tecnología para producción, mercado y seguridad del ganado en el municipio. Por lo tanto, se necesitará de ayudar a las personas relacionadas con esta actividad, orientarles y animarles para que se le brinde la oportunidad a la tecnología y pueda serles de ayuda en determinado momento. También se necesita de mayor apoyo por parte de las instituciones públicas y de gobierno para que se brinden los apoyos necesarios para realizar los proyectos que puedan beneficiar no sólo a los ganaderos, sino a la comunidad del municipio de Jalpa, Zacatecas (Conacyt, 2017).

BIBLIOGRAFIA

Periódicos digitales

Muñoz G., L. (2017). El Mercurio. Obtenido de El Mercurio: <http://www.elmercurio.com/Campo/Noticias/Redes/2014/02/26/Sistemas-de-monitoreo-electronico-una-herramienta-para-mejorar-la-gestion-del-negocio-ganadero.aspx>

Conacyt, A. I. (1 de Febrero de 2017). Conacyt Prensa. Obtenido de Conacyt Prensa: <http://www.conacytprensa.mx/index.php/tecnologia/tic/12672-desarrollan-sistema-integrado-de-monitoreo-de-ganado-de-engorda>

Artículos en línea

Banco de la República. (2015). Recuperado el 26 de Junio de 2017, de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos

Definición ABC, Tu diccionario hecho fácil. (2017). Obtenido de Definición ABC, Tu diccionario hecho fácil: <https://www.definicionabc.com/general/proyecto.php>

Definición.org. (Julio de 2017). Obtenido de Definición.org: <http://www.definicion.org/sector-social>

Significados.com. (2017). Sectores económicos. Obtenido de Significados: <https://www.significados.com/sectores-economicos/>

GUÍA TURÍSTICO VIRTUAL PARA LA CIUDAD DE ZACATECAS POR MEDIO DE REALIDAD AUMENTADA

Mario Iván Oliva De la Torre y Dr. Gustavo Zepeda Valles

RESUMEN

Actualmente en la ciudad de Zacatecas, el turismo representa un importante papel y ha pasado de ser considerado únicamente como una actividad recreativa a formar parte del desarrollo económico de la ciudad y del estado en general (Castro, 2014). En este artículo se presenta la manera en que se puede construir una guía turística virtual para dispositivos móviles utilizando tecnologías de realidad aumentada. La realidad aumentada es una técnica que combina el mundo real con elementos virtuales en un dispositivo móvil donde actúa primordialmente una cámara. Además de estar ligada a dispositivos especiales que simulan objetos virtuales (García, De La Rosa, Castillo, & Cervantes, 2014).

ABSTRACT

Currently, in the Zacatecas city, tourism represents an important role and has gone from being considered only as a recreative activity to be part of the city and state economic growth (Castro, 2014). This article shows how we can build a virtual tour guide for mobile devices using augmented reality technologies. Augmented reality is a technique that combines the real world with virtual elements in a mobile device camera. In addition, augmented reality is linked with special devices that simulate virtual objects (García et al., 2014).

Palabras Clave: Realidad Aumentada, Turismo, Código QR.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el turismo representa un papel importante para la ciudad de Zacatecas, y ha pasado de ser considerado simplemente como una actividad recreativa a formar parte del desarrollo económico de la ciudad y del estado (J. Castro, 2014), por esta razón, las aplicaciones móviles orientadas al turismo pueden convertirse en una nueva forma de potencializar los atractivos turísticos que ofrece la ciudad. De este modo, los turistas pueden obtener información detallada de un lugar específico sin la necesidad de contratar un guía que de alguna manera tendría un costo adicional. La tecnología y el turismo van de la mano, las nuevas tecnologías ayudan a la actividad turística para poder ofrecer nuevas experiencias que marcarán la diferencia en cuanto a la necesidad de contratar un servicio adicional.

La realidad aumentada está comenzando a tomar importancia en el ámbito turístico ya que posee importantes beneficios (Leiva Olivencia, Guevara Plaza, & Rossi Jiménez, 2012), permite combinar el mundo real con elementos de un mundo virtual, y así es posible visualizar en la pantalla los elementos de la realidad virtual en conjunto con la realidad que se observa a través de la cámara de un dispositivo. Existen diferentes tipos de realidad aumentada, pero para este proyecto se utilizarán principalmente los códigos QR (Quick Response, «código de respuesta rápida»). El principal atractivo de los códigos QR es su capacidad de almacenar información de manera codificada que además es accesible a través de la gran mayoría de dispositivos móviles, incluyendo teléfonos inteligentes y tabletas electrónicas, debido que disponen de cámaras que son capaces de reconocer la información almacenada en dichos códigos (Lorenzi et al., 2012).

Para la ciudad de Zacatecas, se propone un sistema que incluya una aplicación móvil capaz de escanear códigos QR ubicados en cada uno de los monumentos históricos, museos y otros sitios turísticos de la ciudad. Cada uno de los códigos almacenaría una dirección url que permitiría realizar consultas con el servidor en donde estará almacenada la información turística, esta información incluye texto, imágenes, video y audio. Cuando el usuario escanee el código QR, el dispositivo obtendrá la dirección para poder realizar una consulta con el servidor y así obtener la información del monumento y mostrarla en pantalla. Esto proporcionará un nuevo nivel de interactividad para el turista.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este proyecto se hará uso de una metodología ágil Scrum, ya que permite ejecutar el proyecto en fases cortas de dos a cuatro semanas. Las metodologías ágiles, a diferencia de las metodologías tradicionales, brindan mucha flexibilidad a la hora de realizar cambios a mitad del proyecto, ya que tras cada fase se replantean las tareas y los objetivos. También tomamos en cuenta que están diseñadas para equipos pequeños, y el tamaño de nuestro equipo no supera las 8 personas.

Como punto de partida, en la metodología Scrum se necesita disponer de las historias de usuario que son utilizadas para la especificación de requisitos, éstas describen la funcionalidad que debe incorporar el sistema. Una historia de usuario está conformada por un nombre breve y descriptivo, y la descripción de la funcionalidad en forma de diálogo, describiendo lo que se desea realizar, escrito en una o dos frases, utilizando el lenguaje común del usuario. Para obtener las historias de usuario se necesita del usuario principal, que, en este caso, es el turista, es por ello que para especificar esta parte se planeó realizar una serie de encuestas a turistas visitantes de la ciudad de Zacatecas.

Después de la obtención de los requisitos, lo siguiente es desarrollar un prototipo del sistema, una representación limitada de un producto, el cual es evaluado para una retroalimentación. El siguiente paso es hacer un análisis y diseño de interfaz Humano-Computadora. Aquí se diseñará la interfaz para el usuario, de modo que favorezca la usabilidad para que los turistas puedan llevar a cabo sus actividades de manera fácil, eficiente y segura. Después se elabora un modelo de datos, por medio de un diagrama entidad-relación que servirá para desarrollar e implementar la base de datos. Se traducen las historias de usuario en modelos de casos de uso para poder tener una mejor visualización del funcionamiento deseado del sistema.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A través de este proyecto se busca cumplir los siguientes objetivos:

- o Incrementar la cantidad de turistas visitantes por año.
- o Brindar un mejor servicio de orientación turística a los visitantes.
- o Promover el comercio dentro de la ciudad.
- o Obtener información turística efectiva de una manera fácil.
- o Mostrar importantes eventos junto con su ubicación y horario.
- o Conocer la ubicación de atractivos turísticos.
- o Conocer los horarios de los sitios turísticos.
- o Tener acceso a información sobre sitios como:

Tabla 1. Principales sitios de interés para el turista

Sitios	Nombre	Dirección	Teléfono	Descripción	Fotografía	Año de Constr	Calificación	Horario
Museos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Plazas	✓	✓		✓	✓	✓	✓	
Teatros	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Monumentos	✓			✓	✓	✓	✓	
Antros	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
Restaurantes	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Cajeros automáticos	✓	✓						✓
Plazas comerciales	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Zoológicos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Parques	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
Catedral y otras iglesias	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
Hospitales	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Tiendas artesanales	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
Cafés	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Baños		✓					✓	✓
Gasolineras	✓	✓		✓	✓		✓	✓
Farmacias		✓	✓					
Hoteles	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ESPECIFICACIONES

De acuerdo a los objetivos propuestos, a continuación, se muestra una lista de especificaciones que ayudaran a visualizar el guía turístico virtual propuesto.

- o Colocar códigos QR: Para que los turistas puedan obtener información de algún sitio cultural, en cada sitio se colocará un código QR.
- o Escanear códigos QR: El guía turístico virtual será capaz de escanear los códigos QR que se encuentren ubicados en los lugares culturales y turísticos, estos brindarán acceso a la información histórica de los sitios y monumentos.

- o Consultar ubicaciones: Se mostrará la ubicación del turista, así como la ubicación de lugares turísticos y culturales, a través de un mapa de la ciudad.
 - o Consultar guía turística: Podrá mostrar los lugares turísticos, así como culturales, hoteles, restaurantes, plazas, cafés etc.
 - o Consultar eventos: Permitirá al turista consultar los eventos que hay en ese día o próximos días, junto con más información de los mismos.
 - o Recomendar sitios de interés: De acuerdo a los intereses del turista el guía turístico virtual recomendará sitios que le pueden interesar.
 - o Crear recorridos: Con gran facilidad el turista podrá crear un recorrido en el guía turístico, agregando los sitios que quiere visitar y cuando quiera ver el recorrido se le mostrará un mapa con la ruta que debe seguir.
 - o Calificar un sitio: El turista podrá calificar un sitio y así otros usuarios podrán ver que tan recomendable es visitar ese lugar.
 - o Llamar a números de emergencia: El guía turístico proporcionará una sección de números telefónicos por ejemplo de policía preventiva, bomberos, cruz roja, protección civil, etc.
- En la figura 1 se muestra el diagrama de caso de uso para el proyecto que se elaboró durante la fase de análisis.

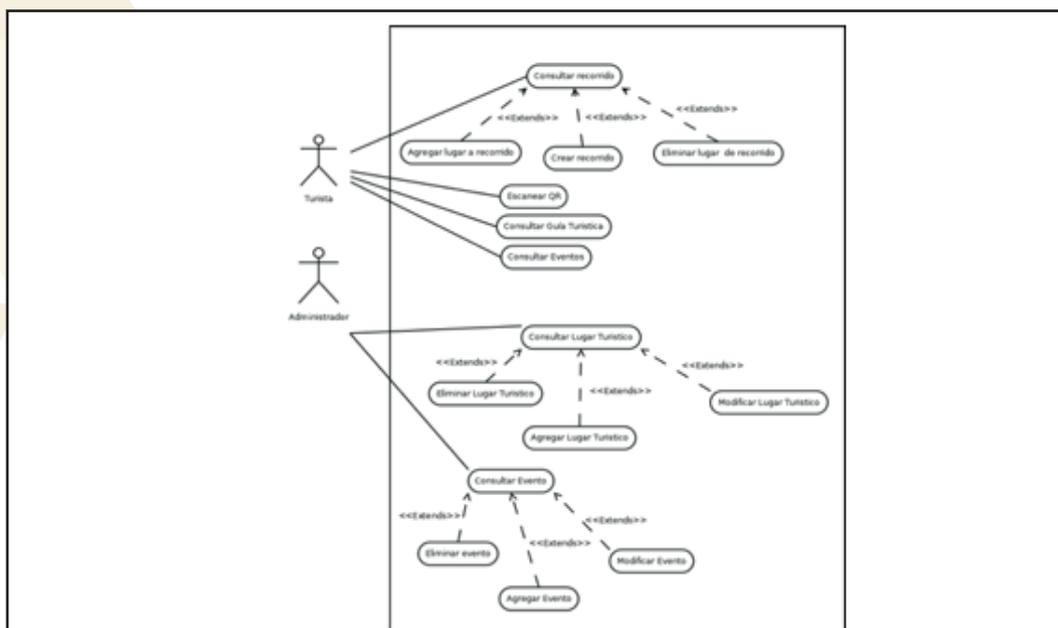


Figura 1. Diagrama de casos de uso.

En la tabla 2 se muestra la especificación que describe los flujos del caso de uso "Escanear Código QR".

Tabla 2. Caso de uso Escanear código QR

ID:	C. U. 01	Nombre:	Escanear Código QR
Actor Primario:	Turista		
Pre-condiciones:	Éxito: El administrador ha registrado anteriormente información sobre sitios turísticos con su correspondiente código QR.		
Post-condiciones:	Éxito: Mostrar información sobre el sitio o monumento al que corresponde el código QR. Fracaso: El usuario aborta el escaneo del código QR debido que no cuenta con servicio de internet.		
Flujo Normal			
<ol style="list-style-type: none"> 1. El sistema muestra al usuario la pantalla de inicio con sus múltiples opciones. 2. El usuario selecciona la opción de "Escanear Código QR". 3. El sistema muestra al usuario la pantalla de "Escanear Código QR". 4. El usuario escanea el código QR con el dispositivo. 5. El sistema verifica que el código si corresponde al sistema. 6. El sistema extrae la dirección url del código QR. 7. El sistema consulta la información en el servidor a partir de la dirección extraída. 8. El sistema muestra en la pantalla la información obtenida en la consulta. 			
Flujos Alternativos			

<p>Paso 5. Código QR incorrecto. 5.1. El sistema muestra un mensaje donde indica que el código no corresponde al sistema. 5.2. Regresa al paso 3. Del C. U. 01.</p> <p>Paso 7. Datos móviles apagados. 7.1 El sistema muestra un mensaje diciendo que se activen los datos móviles. 7.2 El usuario activa los datos móviles. 7.3 Regresa al paso 7. Del C. U. 01.</p>
<p>Flujos de Excepción</p>
<p>Paso 5. Código QR no corresponde al sistema. 5.1. El sistema muestra un mensaje donde indica que el código no corresponde al sistema. 5.2. El usuario decide salir de la pantalla de “Escanear Código QR”.</p> <p>Paso 7. Datos insuficientes. 7.1 El usuario no tiene datos móviles.</p>

En la figura 2 podemos ver un ejemplo de código QR.]



Figura 2. Código QR

En la figura 3 se muestra el menú principal de la aplicación, y en la figura 4 se muestra la pantalla correspondiente para escanear un código QR ubicado en algún sitio turístico.

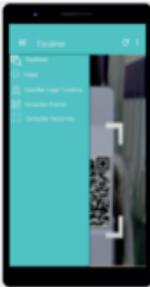


Figura 3. Menú principal de la aplicación móvil



Figura 4. Pantalla de escáner de códigos QR

Existen diversas librerías o extensiones que pueden ser implementadas para lectura de códigos QR, para este proyecto se ha optado por utilizar Zxing. Zxing es un proyecto de código abierto que ofrece soporte para lectura de códigos de barras y códigos QR.

CONCLUSIONES

Una vez que se haya terminado este proyecto, visitar la ciudad de Zacatecas será más cómodo para los turistas debido a que podrán acceder una guía turística virtual que les permitirá conocer la ciudad sin la necesidad de contratar un guía, cabe decir que esta es una manera de potencializar la actividad turística mediante el uso de la realidad aumentada, que es una tecnología muy utilizada y atractiva para los dispositivos móviles de hoy en día.

Actualmente el mundo está en medio de una revolución tecnológica que ha cambiado los hábitos de consumo, el uso de los nuevos dispositivos móviles modifica la preferencia de los viajeros, su comportamiento y hábitos de consumo, por tanto se debe adecuar la oferta turística a estos nuevos visitantes (González, 2011). Con este proyecto Zacatecas puede satisfacer las preferencias por las nuevas tecnologías, el turismo tendrá mayor difusión atrayendo más turistas a la ciudad de Zacatecas, mejorando la experiencia de los viajeros.

BIBLIOGRAFÍA

CASTRO, J. (2014). "Avanza sector turístico de Zacatecas de manera clara y sostenible, para ser destino mundial" en El Sol de Zacatecas. Consultado en <http://www.oem.com.mx/elsoldezacatecas/notas/n3578768.htm> (fecha de consulta 18-06-2016).

GARCÍA, J. DE LA ROSA, R., CASTILLO, H., CERVANTES, A. (2014) "Aplicación móvil para mostrar sitios turísticos empleando realidad aumentada y geolocalización" en Research in Computing Science, Num. 88, [pp. 87-101].

GONZÁLEZ, R. (2011). "La tecnología influencia al turismo actual en México". en Blog Udlap. Consultado en <http://blog.udlap.mx/blog/2011/09/latecnologiaafectaalturismoactualenmexicogonzalezrubiera/> (fecha de consulta 10-08-2017).

LEIVA, J., GUEVARA, A., ROSSI, C. (2012). "Sistemas De Recomendación Para Realidad Aumentada En Un Sistema Integral De Gestión De Destinos" en Revista De Análisis Turístico, Num. 14, [pp. 69–81]. <https://doi.org/10.1234/RAT2011n11>

LORENZI, D., SHAFIQ, B., VAIDYA, J., NABI, G., CHUN, S., ATLURI, V. (2012). "Using QR codes for enhancing the scope of digital government services" en Proceedings of the 13th Annual International Conference on Digital Government Research - Dg.o, Num. 12, [pp. 21]

HÁBITOS FINANCIEROS DE LOS MILLENNIALS: AHORRANDO UN PESO A LA VEZ

Brianda Vázquez Camacho y Alicia Del Socorro De La Peña De León

RESUMEN

Los hábitos financieros de los Millennials son una problemática que está causando gran estudio en la actualidad, ya que los Millennials se consideran la siguiente generación de personas activas económicamente, sin embargo, son las menos preparadas para su futuro; ya que no cuentan con la cultura financiera de otras generaciones, por lo tanto, queremos conocer para que están ahorrando y en que están gastando.

Por medio de un estudio realizado con jóvenes de entre 21 y 28 años pudimos averiguar cuáles son sus prioridades de ahorro, el porcentaje de sus ingresos que destinan al ahorro, y sus motivos para no ahorrar. Mediante el diseño de escenarios medimos su actitud ante ciertos gastos que son comunes en este segmento de edad.

Palabras Clave: Millennials, Ahorro, Hábitos, Futuro.

ABSTRACT

Nowadays, the financial habits of the Millennials are a problem that is being studied by academics and scholars, Millennials are considered the next generation of economically active people, however, they are the least prepared for their future; Since they do not have the financial culture of other generations, therefore, we want to know what they are saving for and what they are spending.

Through a study of 21- to 28-year-olds, we were able to find out their savings priorities, the percentage of their income they spend on savings, and their reasons for not saving. By designing scenarios, we measure Millennials attitude to certain expenses that are common in this age segment.

Key Words: Millennials, Saving, Habits, Future.

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este proyecto es para conocer los hábitos financieros de los Millennials e identificar en que gastan y para que ahorran. Los Millennials son aquellas personas nacidas entre 1980 y 1995 (Jiménez, 2017).

Los Millennials se considera una generación que les toco nacer en una época de grandes cambios y transiciones culturales, sociales, económicas y políticas. Son aquella generación que creció junto con la tecnología.

Sin embargo, los jóvenes tienen una mala cultura financiera dando como resultado el poco interés por el hábito del ahorro.

Los Millennials son jóvenes que solo consideran el hábito del ahorro para enfrentar una emergencia y/o la adquisición de un bien inmueble (Jiménez, 2017). Son individuos que tienen debilidad por el consumo hacia la comida, tecnología, moda y entretenimiento.

El ahorro lo enfocan a un corto plazo, lo que nos deja un gran problema porque no están pensando en su futuro ni en su retiro debido al estilo de vida que tienen.

Provocando que por cada año que se tardan en empezar ahorrar más tendrán que ahorrar para su retiro.

Al ser una generación que no tiene tantos beneficios como los Baby Boomers o la Generación X tienen que ser más autodidactas e independientes ya que nacieron en un periodo donde cada vez será más complicado tener un retiro para la vejez por lo que tienen que iniciar desde muy corta edad empezar a ahorrar para su retiro y/o futuro sino quieren llegar a tener una vejez complicada porque no tendrán los beneficios que las otras generaciones disfrutarán (Zavala, 2016).

MARCO TEÓRICO

Los Millennials son una generación que viven día a día, ya que el ahorro no es una prioridad para ellos, por lo tanto, destinan dinero a ciertos gastos innecesarios que podrían servir para tener un ahorro considerable para el retiro. Consideran innecesario empezar a ahorrar por un objetivo que ven a largo plazo. “El principal problema con los millennials y el ahorro es el grado tan alto de consumo que tienen”, dijo Guillermo Seañez, director comercial de Old Mutual México (Jiménez, 2017).

Tienen estos problemas por los malos hábitos financieros que utilizan como no llevar un registro escrito de los gastos, afán de la independencia, impulso de compras por Internet, uso irresponsable de tarjetas de crédito, gastos hormiga y ahorro a corto plazo (El Universal, 2017).

Los Millennials solamente ahorran el mínimo o no logran ahorrar nada porque no encuentran los mecanismos adecuados que los motiven a realizar esta inversión para su futuro (Redacción, 2016).

En México, los mexicanos no tienen una cultura financiera que permita que a los Millennials planear adecuadamente el manejo de sus finanzas personales, distribuir su ingreso y destinar una cantidad al ahorro para hacer frente a gastos imprevistos (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2012).

METODOLOGÍA

Para poder conocer más acerca del comportamiento de los millennials se diseñaron encuestas utilizando escenarios basados en la economía conductual (Ariely, 2017), lo cual nos permitió identificar cómo reaccionan ante ciertas situaciones de gasto y ahorro.

El método utilizado durante la investigación fue de análisis cuantitativo por medio del programa SPSS realizando 225 encuestas a jóvenes con un rango de edad desde los 21 a 28 años en la ciudad de Saltillo, Coahuila. A través de las encuestas se midieron aspectos como rango de edad, ocupación, ingresos que percibe al mes, hábito de ahorro, porcentaje de ahorro, factores de ahorro, método de ahorro, conductas acerca del hábito del ahorro, 4 escenarios de gasto para saber cómo reaccionaban ante ciertas situaciones como el consumo de café, cervezas en un bar y/o antro, Uber, viajes de aventura y fin de semana, y por último, se presentó un caso hipotético y se utilizó una escala tipo Likert para conocer lo que harían si tuvieran \$1,000 pesos disponibles, teniendo como opciones: Gastaría el total en fiestas o salidas con amigos/pareja, ahorraría el total, ahorraría una parte y el resto lo gastaría con amigos/pareja, pagaría una deuda, compraría ropa/zapatos/accesorios e iría a un concierto.

RESULTADOS

Una vez finalizado la aplicación de las 225 encuestas, se utilizó el SPSS para realizar un análisis estadístico de los resultados.

Los hallazgos más relevantes se presentan en la Figura 1.

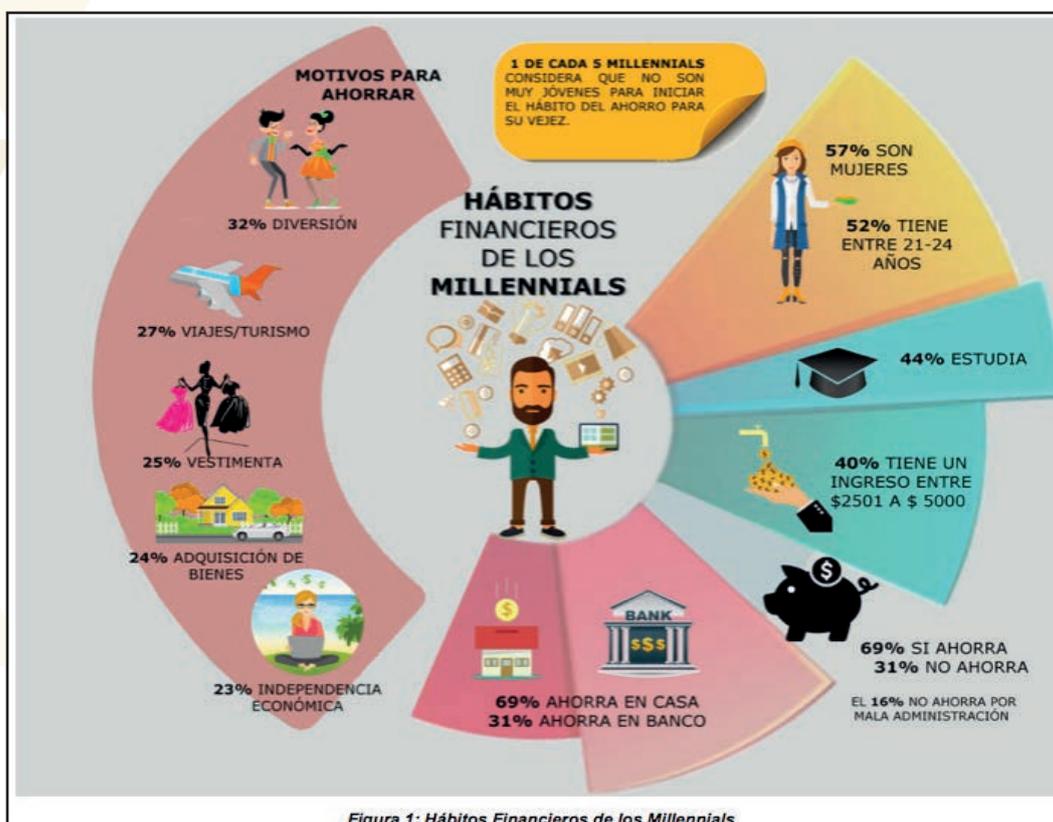


Figura 1: Hábitos Financieros de los Millennials

CONCLUSIONES

Los Millennials son una generación que está adquiriendo paulatinamente el hábito del ahorro, sin embargo, de acuerdo a lo que hemos analizado es para diversión, viajes, vestimenta, adquisición de bienes e independencia económica, metas que son a corto plazo dejando para un lado su futuro y retiro para la vejez.

Lo que nos da una idea de que los Millennials no les preocupan su futuro para cuando tengan la edad de 70 años porque se preocupan por tener vivencias, experiencias y adquisición de bienes materiales.

No obstante, los Millennials indican que no son muy jóvenes para iniciar el hábito del ahorro para su vejez.

Por lo tanto, he creado algunas propuestas que pudieran seguir los Millennials para empezar con el ahorro y no les sea complicado llegar a su meta de tener una vejez decorosa.

- 1.- Manejar un plan de ahorro semanal o mensual de una cuota fija de su salario.
- 2.- Realizar una lista de ingresos y gastos y tener un panorama de todo con lo que se cuenta para priorizar y descartar y/o reducir lo que no sea primordial.
- 3.- Adquirir cuentas de inversión que no se puedan retirar hasta que se haya cumplido el tiempo estipulado.
- 4.- Establecer los gastos que son fijos y asignar un porcentaje al ahorro.
- 5.- Reducir los gastos hormiga y ese dinero destinarlo al ahorro.
- 6.- Realización de una campaña para concientizar la importancia del hábito del ahorro.

BIBLIOGRAFÍA

Artículos en línea

Ariely, D. (2017). "How to save more money every month" en Lemonade. Recuperado de <https://www.lemonade.com/blog/save-money-every-month/> (fecha de consulta 04-07-2017).

Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro. (2017). Encuesta Nacional ¿Qué piensan los millennials mexicanos del ahorro para el retiro? Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/193799/PPT_IPSOS_MILLENNIALS_VF.pdf (fecha de consulta 21-06-2017).

El Universal (2017). "Hábitos que afectan la economía de los Millennial" en AM. Recuperado de <https://www.am.com.mx/2017/06/15/finanzas-personales/habitos-que-afectan-la-economia-de-los-millennial-361360> (fecha de consulta 21-06-2017).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2012). Encuesta Nacional de Inclusión Financiera. Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/especiales/enif/enif2012/default.aspx> (fecha de consulta 21-06-2017).

Jiménez, G. (2017). "El consumo, principal enemigo del ahorro para el retiro de los millennials mexicanos: especialistas" en Sin Embargo. Recuperado de <http://www.sinembargo.mx/22-03-2017/3178837> (fecha de consulta 21-06-2017).

Redacción (2016). "Millennials ahorran sólo el mínimo para el retiro" en Mundo Ejecutivo. Recuperado de <http://mundoejecutivo.com.mx/economia-negocios/2016/07/25/millennials-ahorran-solo-minimo> (fecha de consulta 21-06-2017).

Zavala, D. (2016). "Millennials están en la mejor edad para ahorrar y son los menos interesados" en Expansión. Recuperado de <http://expansion.mx/dinero/2016/09/01/millennials-estan-en-la-mejor-edad-para-ahorrar-y-son-los-menos-interes> (fecha de consulta 21-06-2017).

LA VIVIENDA BARROCA EN GUANAJUATO

María de Jesús Moreno Estrada y Claudia Hernández Barriga

RESUMEN

Sin importar su extensión territorial y la cantidad de sus habitantes, Guanajuato es considerada Ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO, aunque con el paso de los años la globalización y algunos otros factores han sido los protagonistas de que algunas edificaciones tras ser modificadas perdieran las características de la época en que fueron construidas, por ello en el siguiente trabajo se aborda la vivienda barroca en Guanajuato, partiendo del nacimiento de la arquitectura barroca de manera internacional hasta su llegada a la Nueva España, mencionando algunas de las características propias de la vivienda barroca, así como los sistemas constructivos y materiales que se utilizaron para lograr concebir lo que hoy en día tenemos.

ABSTRACT

No matter of its territorial extension and the number of its inhabitants, Guanajuato is considered cultural heritage of humanity by UNESCO, although with the passage of the years globalization and some other factors have been the protagonists that some buildings after being modified they lost the characteristics of the period in which they were built, so on the next work addresses the house baroque in Guanajuato, starting from the birth of baroque architecture in an international way until its arrival in New Spain, mentioning some of the characteristics of the house Baroque, as well as the constructive systems and materials that were used to conceive what we have today.

Palabras Clave: Arquitectura, Barroco, Sistema Constructivo, Patrimonio.

INTRODUCCIÓN

La Arquitectura se define como el arte de reflejar sentimientos en formas, así como el camino de la transformación de ideas en objetos. Según Alvarado Romero “Es todo, porque se enfrenta a uno de los problemas más esenciales del hombre: la vida misma” y con ello a las necesidades cotidianas del ser humano, entre ellas la del habitar.

Partiendo de lo anterior, podríamos mencionar que la casa es la muestra más palpable de las formas de habitar y concebir el mundo en los distintos momentos históricos. Aproximarse al estudio de la casa nos hace cuestionarnos, ¿Cómo fueron sus habitantes? ¿Qué estilo de vida tenían? ¿Habrá sido así desde un principio la decoración actual? Entre otras tantas más interrogantes.

Sin embargo hoy es difícil responder acertadamente a todas estas interrogantes pues con el paso de los años, en su mayoría, las construcciones han sufrido modificaciones tanto ornamentales como constructivas y no siempre de la mejor manera, muchas veces dejándonos llevar por las famosas “modas arquitectónicas” y olvidando por completo la esencia original de las construcciones, es por ello que el objetivo central de esta investigación es conocer el sistema constructivo de una casa barroca del s. XVIII en la ciudad de Guanajuato, siendo nuestra protagonista la Casona de Don Lucas Alamán, ubicada en Plaza de La Paz, identificada con los números 046,048,050,052 (datos tomados del catálogo del INAH).

Este inmueble es un monumento histórico y forma parte del patrimonio cultural de Guanajuato, recientemente la vieja casona ha sido restaurada para convertirse en un elegante y cómodo hotel "categoría especial".

MARCO TEÓRICO

Surgimiento del Barroco en Europa y México

La época Barroca abarca de forma general desde principios del siglo XVII, hasta mediados del siglo XVIII, en un principio se traslapa con el último periodo renacentista y tiene un comienzo cronológico diverso según la región o el país (Baez, 2011). Surge como un movimiento religioso de la contrarreforma; conserva, en principio, las formas propias del Renacimiento, pero las fue modificando para hacerlas más flexibles e imprimirles una movilidad y un sentimiento desbordante, hasta alejarlas del equilibrio y del clasicismo renacentista. En cuanto a la Arquitectura, el estilo barroco nace en Italia para después expandirse por toda Europa, adquiriendo características propias según las peculiaridades del sitio.

En México la Arquitectura despuntó alrededor de la tercera o cuarta década del S. XVII en las más importantes ciudades del virreinato, pues para esta época en muchas ciudades desaparecieron algunos edificios dando paso a una arquitectura de gran vitalidad y movimiento, características que constituyen la esencia del barroco novohispano.

El barroco imitó al modelo español todavía mesurado, pero poco a poco se fue diferenciando, en los primeros años del siglo XVIII y en palabras de Toussaint; “es totalmente diverso de su arquetipo; es ya el barroco mexicano como muestra viviente y a la vez eterna, del nuevo país que ha adquirido una personalidad propia” (Toussaint, 1990, pág. XIX)

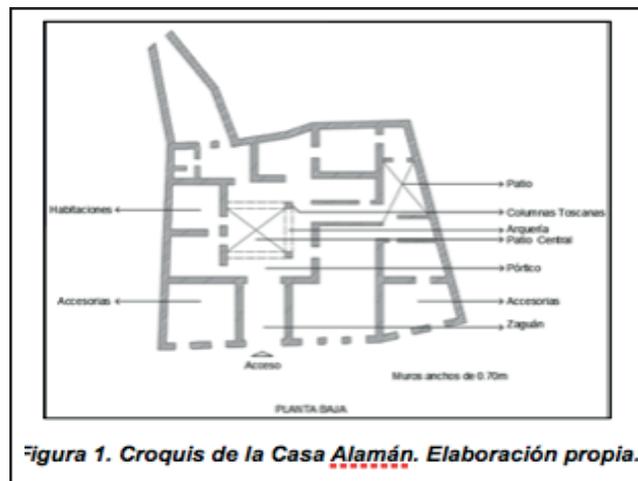
La Vivienda Barroca

La arquitectura doméstica en las distintas ciudades novohispanas adquirió rasgos propios a partir de las peculiaridades del sitio. En algunos casos la imponían determinados materiales en la construcción y en otros el trabajo de arquitectos, alarifes y artesanos.

La abundancia de colores fue una característica importante en muchas casas, tanto por el uso de mosaicos como por las pinturas aplicadas sobre los repellados o el empleo de piedras de diversos colores. La herrería forjada y los portones tachonados o artísticamente tallados complementaban la ornamentación exterior.

Ahora bien en esta época surge el concepto de casa- comercio- taller, siendo así la principal forma de habitar y producción de la época, por tanto que la organización de la vivienda usualmente fue alrededor de un patio central- principal, los cuales estaban delimitados por habitaciones destinadas a almacenes, oficinas y accesorias con accesos directos a la calle, para de esta manera poder tener los talleres de los artesanos; en los entresuelos normalmente se ubicaban oficinas o habitaciones para la servidumbre de la casa, mientras que por otra parte los segundos niveles, eran la morada de los propietarios, en este piso se localizaban diversas habitaciones como la antesala, salas, despacho, comedor, cocina, capilla y las habitaciones, que en su mayoría estaban orientadas hacia la fachada principal con ventanas y balcones de herrería y carpintería.

Las puertas y ventanas presentan elementos decorativos de cantería labrada en los marcos y cerramientos. Como remate de las fachadas se observan pretilos con cornisas de cantería (Barriga, Benavides, & Valencia, 2015).



Sistema Constructivo

Ya entrado el siglo XVIII el sistema estructural empleados en los pasillos de los patios los constituyeron las columnas y los arcos, sin embargo, esto no constituyó una regla general sino que sólo fue una tendencia.

Las cimentaciones de las casas construidas desde el siglo XVII eran de mampostería cuando no fueron los restos de las construcciones de la primera centuria colonial. En cuanto a los muros se utilizó la piedra o el adobe y sus dimensiones variaban según su posición en la casa, es decir, si formaban parte del sistema estructural o si solo eran para dividir espacios. Los de mayor espesor se ubicaban siempre en el sentido longitudinal para soportar los movimientos sísmicos mientras que transversalmente los muros podían tener casi la mitad del espesor (Ayala Alonso, pág. 686)

Los pisos de las habitaciones solían ser enladrillados con material común o soleras o medias soleras y, en otros casos, eran hechos con envigados y tablones. Las cubiertas eran azoteas recubiertas de ladrillo y podían tener o no, gárgolas para el desagüe pluvial. Tardíamente en los techos de las habitaciones se colocaron cielos rasos decorados para cubrir la vigería expuesta. (Ayala Alonso, pág. 687)

MÉTODOS Y MATERIALES

La metodología que se siguió fue investigación de campo y documental, muchas visitas al inmueble, indagaciones a personas que actualmente trabajan ahí y que han sido testigos de las transformaciones que ha sufrido, por otro lado se llevó a cabo un levantamiento arquitectónico de la fachada con la finalidad de recrear el concepto original de la vivienda barroca. Este se logró a partir de la toma de fotografías y algunas mediciones, que nos permitieron crear algunas proyecciones ortogonales así como representaciones, en alzados, cortes y detalles constructivos, que se trabajaron en 2 principales softwares: AutoCAD y Photoshop.

RESULTADOS

Después de organizar la información y analizarla, se obtuvo el dibujo, la figura 2, de un corte transversal de una de las habitaciones donde se presenta el sistema constructivo original de la casa, el cual no ha sido modificado, conformado por el techo de tejamanil con vigería de madera que descansa sobre dos grandes muros de conglomerado de la región: piedra Peña labrada y cuatrapeada, asentada con mortero cal-arena; y finalmente todo este sistema transmite sus cargas a una cimentación a base de mampostería para resistir todo el peso de la estructura misma.



Figura 2. Corte con detalle constructivo. Elaboración propia.

Actualmente la casa se encuentra en remodelación, lo cual nos facilitó poder ver como lucen actualmente los materiales originales y la manera en que se han trabajado las intervenciones, en la Figura 3 podemos ver un detalle del muro donde se aprecia el material que es peña de la región y las distintas capas de pintura que ha tenido; por otro lado en la Figura 4 se aprecian los diferentes tipos de piso que se han colocado. Como las habitaciones que dan a la plaza se rentan como locales comerciales, dependiendo del establecimiento que se vaya a colocar es de la manera en que se acondiciona el espacio.



Figura 3. Detalle muro con pintura. Fotografía María de Jesús Moreno Estrada.

Figura 4. Detalle de la estratigrafía del piso de la antigua accesoria. Fotografía María de Jesús Moreno Estrada.

En relación a las características de la vivienda barroca se pueden ver e identificar en los elementos ornamentales de la fachada de la casa (figura 5). La pronunciada pendiente de la cuesta definió su composición en alzado.



Figura 5. Fachada de la Casa Alamán.

Si proyectamos un eje imaginario que pase por el acceso principal, del lado izquierdo se aprecian únicamente dos niveles, mientras que del lado derecho se ven tres (planta baja, entresuelo, planta alta), sin embargo la fachada presenta tal conformación ornamental que no es muy notoria la disparidad de sus niveles. En el primer nivel se encuentran los vanos de las accesorias enmarcados por un par de jambas y platabandas de cantería aparejada, construidas en cantería rosa de la región, así mismo se tiene el acceso principal enmarcado por un par de pilastras toscanas de fustes lisos y platabanda, que presenta un grabado de tablero sencillo.

A nivel del entresuelo, se abren dos vanos, sobre las accesorias y bajo los balcones, del segundo nivel, cuya proporción, es un poco más baja que la usual, protegidos por rejas de hierro forjado. Finalmente, en el tercero de sus niveles se hallan cuatro balcones de excepcional diseño, sostenida por una peana ornamentada con ménsulas en forma de volutas y delimitada por un tosco barandal de hierro forjado. Todo el conjunto de elementos que componen la fachada se ordena en cuatro calles divididas de manera muy clara por pilastras alternando los vanos de las diferentes plantas, hasta rematar en la cornisa superior que corona toda la composición.

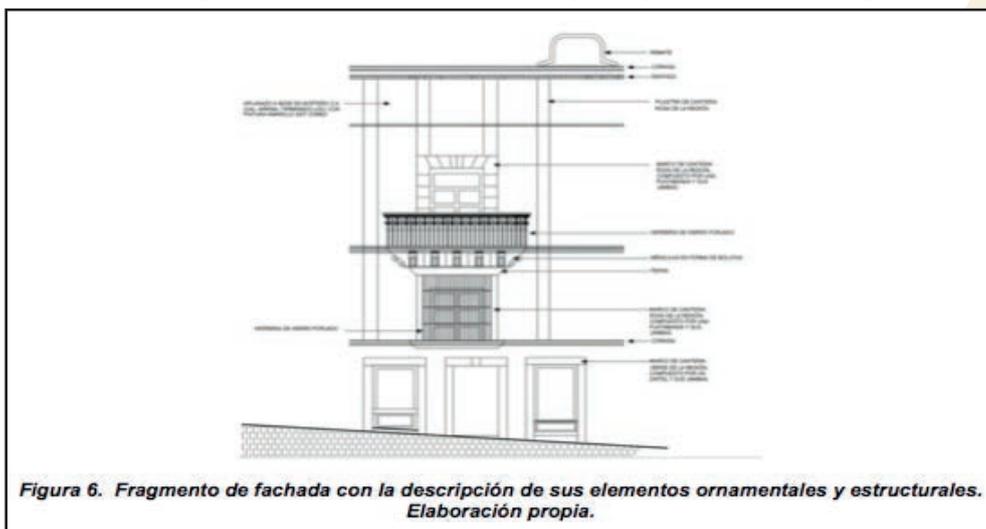


Figura 6. Fragmento de fachada con la descripción de sus elementos ornamentales y estructurales. Elaboración propia.

CONCLUSIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos concluir que las casas del periodo barroco conservadas al día de hoy son bastantes, en su mayoría han sufrido, al paso de los años, mayores o menores alteraciones, siguiendo modas arquitectónicas que imponen transformaciones en su fisonomía, que a la larga impiden conocer con certeza los sistemas y materiales constructivos originales, impidiendo dar un tratamiento de conservación adecuado a estos inmuebles. Los sistemas constructivos utilizados se caracterizan por ser regionales, estos han tenido una larga duración y aún podemos distinguirlos adecuadamente, por lo anterior podemos asegurar que los edificios históricos son documentos primarios cuya información es verídica y se suma importancia, tal como se mostró en los resultados de esta investigación. Por otro lado, muchas de las edificaciones barrocas tienen un uso totalmente distinto por el que en un principio fueron concebidas, haciendo que los intereses por conservarlas tal cual, cambie. Por tanto es muy importante que tomemos conciencia y respeto por nuestro patrimonio cultural e histórico, pues al final del día es lo que nos da identidad y pertenencia a un lugar.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

Nervi, P. L. (1972). *Historia Universal de la Arquitectura*. Madrid: Aguilar S.A. de Ediciones.

Toussaint, M. (1990). *Arte Colonial en México*. México: Universidad Autónoma de México.

Tronconi, O. (2009). *Tecnología de la Arquitectura*. Maggioli.

Artículo de revista

Baez, H. (2011). El Barroco. *Fundamentos Estéticos. Su manifestación en el arte Europeo*. Temario de oposiciones de Geografía e Historia, 16.

Barriga, C. H., Benavides, G. C., & Valencia, L. E. (2015). *Manual de Conservación de la Vivienda Histórica en la Ciudad de Guanajuato*, Gto. Guanajuato: Universidad de Guanajuato.

Artículo en línea

Ayala Alonso, E. (s.f.). *Habitar la Casa Barroca. Una Experiencia en la Ciudad de México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana- Xochimilco. Obtenido de www.upo.es/depa/webdhuma/areas/arte/3cb/documentos/054f.pdf

RESUMEN

Las startups, son empresas emergentes que buscan emprender una idea de negocio, sin embargo, por cuestiones de financiamiento, no lo han logrado. iStartup es una aplicación móvil que permitirá, mediante el llenado de un formulario de necesidades, recomendar convocatorias de financiamiento, vigentes, en las que los usuarios de la aplicación móvil podrán aplicar para conseguir un financiamiento. La aplicación móvil se desarrolla para sistemas operativos Android ya que maneja el 86% del mercado mundial, lo que corresponde a un mayor número de usuarios que sería capaz de usar iStartup. Además, en su tipo, no existe ninguna otra aplicación que realice la acción de almacenar las convocatorias vigentes para financiamiento de startups.

ABSTRACT

The startups are emerging companies that are looking to start a business idea but when they do not get financing, they are not been able to realize how to move on with their project. iStartup is a mobile application that will give recommendations to people for funding opportunities, where the users can apply for them easily. The mobile application is developed for Android operating systems as it handles 86% of the global market, which corresponds to the largest number of users who would be able to use iStartup.
 Palabras Clave: Startup, aplicación móvil, Sistema Operativo Android.

INTRODUCCIÓN

Según un estudio realizado por el INADEM, el 75% de las startups fracasan, cerrando después del segundo año de operaciones. Esto nos dice que solo el 25% de las startups logra salir adelante. En México existen 4.2 millones de empresas, de las cuales el 99.8% son PyMES, representando el 52% del PIB y el representando el 72% de empleos en el país. Muchas de las veces su fracaso se debe a la falta de un financiamiento, no porque no existan estos, pero muchas de las veces desconocen las entidades que los otorgan.

MÉTODOS Y MATERIALES

Se realizó una investigación de todas las entidades públicas y privadas que otorgan créditos de hasta \$200,000.00 pesos. Esto, con el fin de concentrar todas las convocatorias, que cada institución ofrece, en una plataforma móvil y así sea fácil de localizar los distintos apoyos a los que pueden tener acceso las PyMES. Lo que se busca al crear esta plataforma móvil, es que según sean los requerimientos de la startup, la plataforma localice una convocatoria de financiamiento que se ajuste al presupuesto que necesita la PyME. Se consideró cuál sería la mejor forma de desarrollar el prototipo y, teniendo en cuenta que en México, de acuerdo con la ENDUTIH, 81 millones de personas cuentan con un teléfono móvil y el 81% de ellos cuenta con acceso a internet. Entonces resulta más eficiente la realización de una aplicación móvil a la que el usuario tenga acceso desde cualquier punto y de esta forma la consulta de las convocatorias no dependa de si se posee un equipo de cómputo con conexión a internet.

RESULTADOS

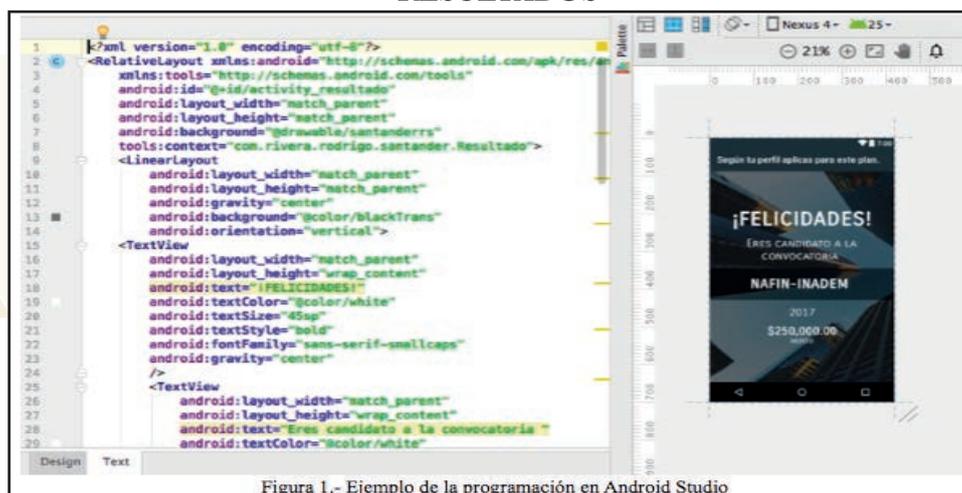
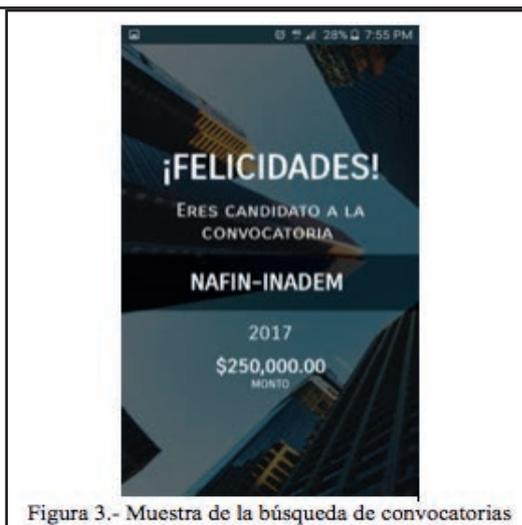
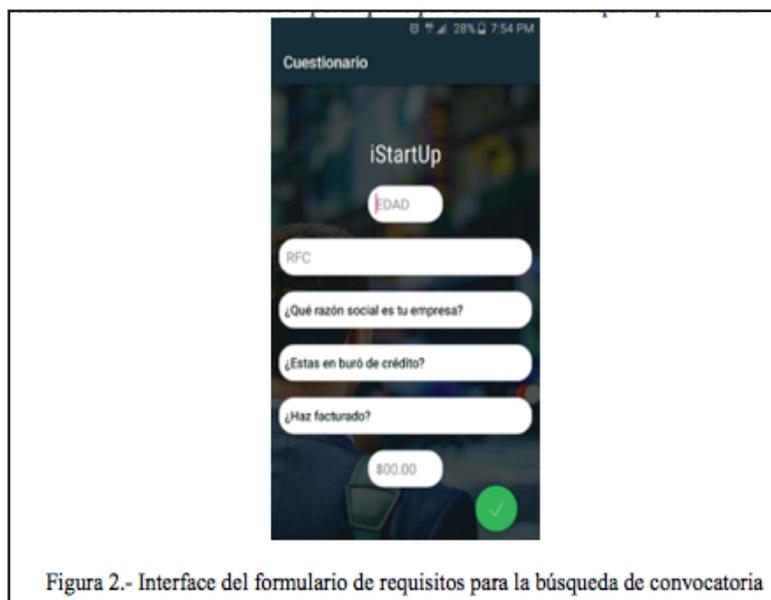


Figura 1.- Ejemplo de la programación en Android Studio

La aplicación se realizó para el sistema operativo Android. Se programó un formulario donde se valida la información principal que se requiere para poder aplicar a alguna convocatoria de financiamiento. Al llenar cada uno de los campos, se realiza una búsqueda en la base de datos, donde coincidan una o más características con las convocatorias.

Si el sistema localiza una convocatoria compatible con los requerimientos del usuario, le muestra una pantalla con el nombre de la convocatoria y el monto que ofrece ésta. Una vez que el usuario obtiene esta información, puede realizar la aplicación a la convocatoria desde el portal principal de la institución que la promueve.



CONCLUSIONES

Con las oportunidades que hoy en día brindan las TIC, se espera que esta aplicación tenga la oportunidad de apoyar a los nuevos emprendedores a desarrollar sus proyectos, acercándoles a las convocatorias que muchas instituciones ponen a su disposición. También, al desarrollarse como una aplicación móvil, muestra una perspectiva de lo funcional que puede ser desarrollar todo tipo de proyectos con formato de aplicación, ya que se vuelven más accesibles para los usuarios, rompiendo paradigmas de lo que puede o no ser funcional si se vuelve móvil.

BIBLIOGRAFÍA

- Jair López. (2016). Fracasan en México 75% de emprendimientos. El Financiero, <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/fracasan-en-mexico-75-de-emprendimientos.html>
- Gerardo Villafranco. (2017). Sólo 6% de Pymes aprovecha las tecnologías de la información. Forbes, <https://www.forbes.com.mx/solo-6-pymes-aprovecha-las-tecnologias-la-informacion/>
- Oscar Gutiérrez. (2016). Sigue siendo el rey: Android controla el 86 por ciento del mercado mundial. Cnet, <https://www.cnet.com/es/noticias/android-market-share-abril-junio-android-vs-ios-mercado-2016/>
- Claudia Juárez Escalona. (2017). Se afianza en el 2016 uso de smartphones. El Economista, <http://eleconomista.com.mx/industrias/2017/03/15/se-afianza-2016-uso-smartphones>

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES. MEDICIÓN Y EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.

Arturo Hernández Gómez y Martha Alicia Alonso Castañón

RESUMEN

La Responsabilidad Social actualmente tiene un gran impacto en las empresas, aunada a la globalización y la internacionalización de las actividades de las grandes corporaciones industriales, ha dado como resultado, que con el paso del tiempo, las empresas tomen este concepto y lo aplique en la realización de sus actividades, mejorando su contribución a la sociedad. Debido al auge que ha tenido, en la actualidad diferentes organizaciones han desarrollado procesos para normalizar y reconocer a las instituciones empresariales que día a día se enfocan en mejorar sus procesos y actividades para crear armonía entre el medio ambiente y la sociedad que los rodea.

El objetivo del presente documento es presentar información sobre las actividades de Responsabilidad Social (RS) que se realizan en algunas empresas de la ciudad de San Luis Potosí, S.L.P. México. Así como presentar información sobre las certificaciones que otorgan los diferentes organismos que verifican y otorgan reconocimientos de los procesos de RS a nivel nacional, enfocándonos a identificar a las empresas que en la ciudad cuentan con algún reconocimiento en este tema. Es importante que las empresas realicen actividades en beneficio de su entorno, sin embargo también es necesario que existan procesos que regulen las actividades de manera que sean procesos continuos que generen una cultura de responsabilidad social y el compromiso de sus integrantes, tanto al interior como al exterior de la organización.

ABSTRACT

Nowadays Social Responsibility has a great impact on companies, in addition to globalization, and internationalization activities of large industrial corporations, has resulted in companies taking this concept and applying it to carry out its operations, improving its contribution to society. Due to the boom it has have, currently different organizations have developed processes to normalize and recognize the entrepreneurial institutions that day by day are focusing on improving their processes and activities to create harmony among the environment and the society that surrounds them.

The objective of this document is to present information about the Social Responsibility (RS) activities carried out in some companies of the city of San Luis Potosí, S.L.P. Mexico, as well as presenting information about the certifications granted by different agencies that verify and grant recognition for the RS processes at national level, focusing on identifying companies that in this city have got acknowledgment in this field. It is important to highlight companies that accomplished activities to benefit their environment, however it is also necessary the existence of processes that regulate this actions in continuous procedures in order to generate social responsibility culture and commitment of its members, both inside and outside of the organization.

Palabras Clave: Responsabilidad Social, normalización, certificaciones.

INTRODUCCIÓN

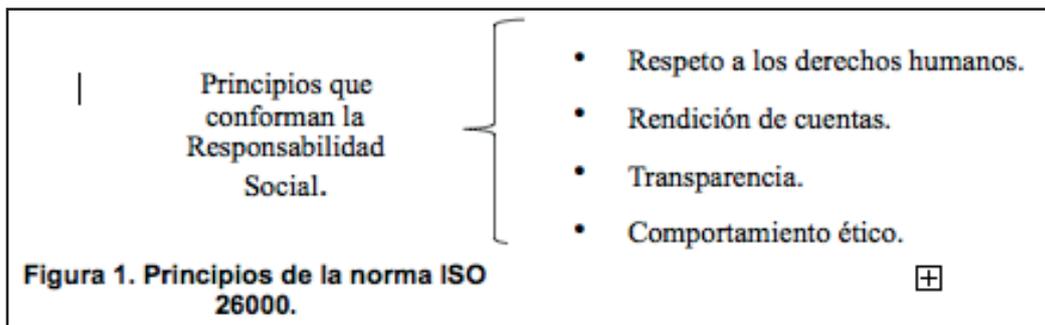
De acuerdo con la Secretaría de Economía (2016) la Responsabilidad Social Empresarial (RSE): “se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido”

El concepto de Responsabilidad Social, cuenta con más de sesenta años de existencia, surgiendo como un nuevo concepto para gestionar los negocios conjugando actividades de diferentes disciplinas como Economía, Administración y la atención al Medio Ambiente, considerando que su implementación tiene un amplio impacto, el cual implica además del aspecto del cuidado de los recursos naturales, la atención a las relaciones entre el personal, con proveedores, clientes y el desarrollo de operaciones con transparencia.

Según el CEMEFI (2017): “Aunque la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad”.

Actualmente las empresas en México y en el mundo se han encontrado con problemas y desafíos los cuales exigen importantes acciones. Sumergiéndonos en el rubro empresarial, los diferentes grupos de interés con los que cuentan las empresas, con el paso del tiempo se han dado cuenta de la importancia que tiene contar con empresas socialmente responsables; estos grupos comienzan a demandar a las organizaciones que atiendan los elementos de la RS.

Debido a la demanda de los grupos de interés, de la sociedad en general, las empresas han comenzado a integrar procesos de evaluación y autoevaluación para medir el nivel de atención de los elementos que componen la RS. La norma internacional ISO 26000, es una guía que informa y lleva por buen camino a las organizaciones y empresas que en verdad quieren y tienen el compromiso de enfocarse en ser una Empresa Socialmente Responsable, la cual engloba los principios que se mencionan la siguiente figura.



Siguiendo con la importancia de la normalización de la Responsabilidad Social “ISO cuenta con una membresía de 163 organismos nacionales de normalización de países grandes y pequeños, industrializados, en desarrollo y en transición, en todas las regiones del mundo. ISO cuenta con un portafolio de más de 18,400 normas, que proveen a las empresas, el gobierno y la sociedad de herramientas prácticas en las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, ambiental y social” (ISO, ISO.ORG, 2017).

METODOLOGIA

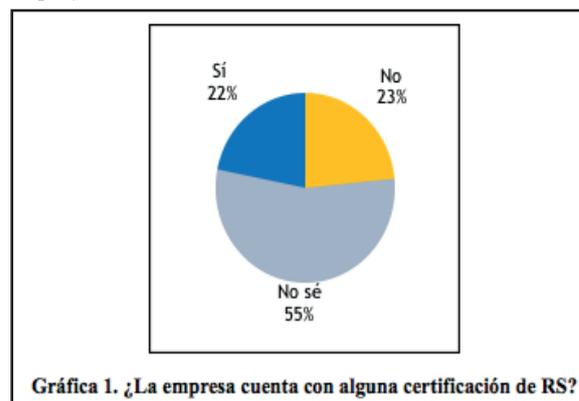
Para la realización de este proyecto se realizó un cuestionario de cuarenta preguntas, con el cual se tiene el propósito de identificar si en las empresas de San Luis Potosí se tiene conocimiento de la Responsabilidad Social (RS), si realizan actividades con este enfoque y cuáles de estas cuentan con certificaciones o distintivos que las identifiquen como empresas socialmente responsables. Se aplicaron 100 cuestionarios a estudiantes de nivel superior, quienes se encuentran trabajando, realizando prácticas profesionales o residencia profesional de la carrera de Licenciatura en Administración y Gestión. Se realizó una investigación documental sobre las certificaciones y reconocimientos que pueden solicitar las empresas, se consultó específicamente información del distintivo ESR, para ubicar a las empresas en México y en San Luis Potosí, que cuentan con dicho reconocimiento.

RESULTADOS

Para el análisis de la información se concentraron los datos recopilados por el cuestionario y además se obtuvo información del sitio web del Centro Mexicano de Filantropía, en la cual se identificaron a las empresas que se encuentran en el estado de San Luis Potosí y que tienen el distintivo de Empresas Socialmente Responsables (ESR). Posteriormente se buscó información en los sitios web de dichas empresas a fin de identificar las actividades que realizan, que elementos se atienden, que tipo de actividades realizan y si éstas son difundidas.

Los principales resultados obtenidos del cuestionario fueron: un 54% de quienes contestaron colabora en empresas de tamaño grande, el 29% labora en empresas pequeñas y por último el 17% trabaja en empresas medianas. También se identificó el giro de la empresa en la cual laboran quienes respondieron el cuestionario, los principales son: Industrial, 42%; Servicios 27%; Comercial, 19%; Auditoría y Contabilidad, 3%, Construcción 3%, gobierno 2%, entre otros.

Se preguntó si en la empresa en la que se encuentran trabajando realizan actividades de Responsabilidad social, teniendo como resultado que un 56% contestaron que en la empresa en la que laboran si realizan actividades de RS; dentro de las actividades mencionadas se tienen: donativos a instituciones educativas, apoyo a personas con discapacidades, apoyo a la educación entre otras. El 26% indicaron que en las empresas donde trabajan no realizan este tipo de actividades y por último, el 18% contestaron que no sabían si se realizaban actividades de RS. Otro aspecto muy importante que se consideró en el cuestionario fue si en las empresas en las que laboran los estudiantes cuentan con alguna certificación por parte de algún organismo. Los resultados indican que el 23% indica que la organización en la que se encuentran cuenta con alguna certificación; 23% contesto que la empresa no cuenta con ninguna certificación; por último el 53% contesto que no tienen conocimiento si la empresa donde trabajan cuenta con alguna certificación en el tema de RS; los resultados se presentan en la gráfica 1. Las certificaciones que se mencionaron son: Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR), ISO 14001, Great Place to Work, ISO 9001, ISO 16001, OSHAS y SARI por sus siglas (Sistema de Administración de Responsabilidad Integral).



El distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) es entregado por el Centro Mexicano de la Filantropía (CEMEFI) en conjunto con la Alianza por la Responsabilidad Social en México (AliaRSE). Luego de que la empresa que está interesada por obtener este distintivo llena un cuestionario administrativo, realiza el pago correspondiente y muestra de forma clara las evidencias necesarias para que se le realice la evaluación. Las empresas interesadas tienen la obligación de acreditar el 70% de los reactivos para que se les pueda reconocer y entregar el distintivo ESR; esto les permite utilizar dicho distintivo durante un año.

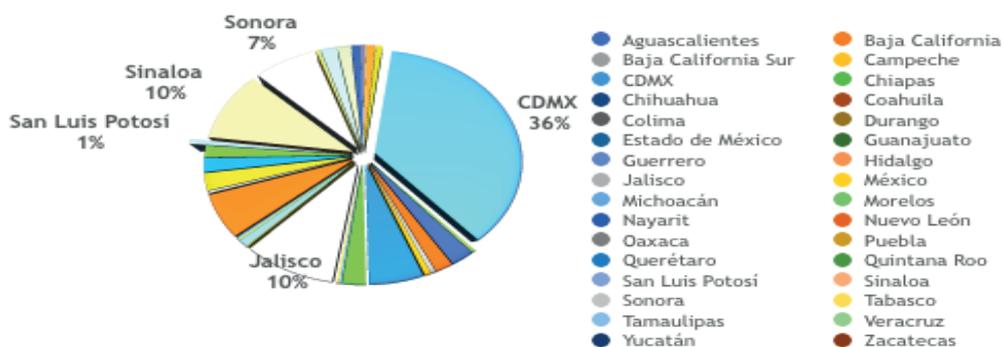
A nivel nacional, las empresas con distintivo ESR han ido aumentando muy significativamente; en el año 2004 solo se contaba con 61 empresas con este distintivo, sin embargo para el año 2006 se duplico la cantidad de empresas con este reconocimiento. Para el año 2009 la cantidad de empresas que habían sido reconocidas con el distintivo aumento en un 570% llegando a la cantidad de 348 empresas.

En junio de 2017, en el estado de San Luis Potosí, solo cuenta con diez empresas que cuentan con el distintivo ESR las cuales se enlistan en la Tabla 1. Considerando, que al mes de junio de 2017, se tiene un registro de 1354 empresas a nivel nacional, el número de empresas con distintivo ESR en el Estado de San Luis Potosí, representa el 1% del total. La gráfica 2 presenta la participación por estado de empresas con dicho reconocimiento. El porcentaje más alta está representado por empresas de servicios, 44.75% (606 empresas).

Tabla 1. Empresas con distintivo ESR en San Luis Potosí.

Empresas con distintivo ESR en San Luis Potosí.	
1	Windsor Ciclismo.
2	Saint Gobain Gypsum
3	Tubos y Laminas S.A. de C.V.
4	Trimer del Sureste S.A. de C.V.
5	Sociedad Potosina de Comercio Exterior S.C.
6	Minera San Xavier S.A. de C.V.
7	Vericarso S.A. de C.V.
8	Valeo Térmico.
9	Gasored.
10	AES TEGTEP.

Fuente: Elaboración propia, con datos de CEMEFI.



Gráfica 2. Participación por estado de empresas con distintivo ESR.

Como se comentó previamente, además del distintivo ESR, existen otras certificaciones con las que cuentan algunas empresas ubicadas en la ciudad de San Luis Potosí, S.L.P. Algunas son normas de la Organización Internacional de Estandarización (ISO), las cuales tienen como objetivo “asegurar que los productos y/o servicios alcanzan la calidad deseada. Para las organizaciones son instrumentos que permiten minimizar los costos, ya que hacen posible la reducción de errores y sobre todo favorecen el incremento de la productividad” (ISO, ISO. ORG, 2017). En la ciudad de San Luis Potosí existen algunas empresas con alguna de estas certificaciones, por ejemplo el Colegio Montessori que cuenta con la ISO 9001:2008, otras empresas que cuentan con la ISO 9001 son Leiser S. de R.L. de C.V., Mabe Sanyo Compressors S.A. de C.V., Secretaria de Desarrollo Social entre otras.

Además de la certificación procedente de la norma ISO 9001, existe otra certificación derivada de la ISO 16001, esta norma “sistematiza los requisitos que debe cumplir un Sistema de Gestión Energética con el objeto de optimizar el consumo de energía a través de una mejora en la eficiencia energética de todos sus procesos” (ISO, 2016).

La norma ISO 26000 es una Norma internacional que ofrece guía en Responsabilidad Social. Se diseñó para ser utilizada por organizaciones del sector público y privado, en países desarrollados y en desarrollo. Esta norma ayuda a la organización a operar de manera socialmente responsable. Incluye guías voluntarias, no requisitos, no se utiliza como una norma de certificación.

Otro de los reconocimientos mencionados es el distintivo Great Place to Work, el cual se otorga a las empresas que tienen un buen clima de trabajo; para determinarlo las organizaciones se someten a instrumentos de medición con los cuales pueden calificar sus actividades de recursos humanos. Algunas de las empresas que cuentan con este distintivo son Liverpool, SELINC, Scotiabank, Natura, Infonavit entre otras.

CONCLUSIONES

En la actualidad la integración del tema de Responsabilidad Social es cada vez más importante para las empresas, ya que estas, se están involucrando en actividades, a través de las cuales puedan ayudar tanto al medio ambiente, como a la sociedad. Integrar acciones y estrategias en este sentido, es de carácter voluntario, cada empresa se involucra hasta donde quiere, de acuerdo a sus intereses y recursos, dando como resultado diferentes tipos o rangos de identificación con la RS.

Sin embargo, la RS, como cualquier otra práctica de trabajo o negocio, necesita ser regulada mediante normas o reglas, las cuales hagan que se lleve a cabo de forma correcta y sin tener máscaras que confundan a la sociedad creyendo que las empresas solo realizan actividades de RS para beneficio propio. Es por ello que existen organismos que norman este tipo de actividades y su evaluación, como por ejemplo la Organización Internacional de Estandarización (ISO) la cual mediante la formulación de normas de estandarización establece puntos primordiales y encamina a las empresas a que sigan de manera adecuada la implementación de procedimientos, políticas y acciones enfocados a la RS.

Además de las normas que regulan las actividades de RS también es importante reiterar la existencia de diferentes reconocimientos, de los cuales ya mencionamos algunos en el desarrollo de este documento, que son entregados por organismos encargados de regular la forma de aplicar la RS. Este tipo de reconocimientos dan prestigio a las empresas que logran conseguirlos, identificándolos como organizaciones que se preocupan y generan un compromiso de retribución hacia la sociedad, de la cual forman parte.

Es también importante indicar que las empresas que ya se encuentran identificadas con el tema de RS, deben involucrar en las actividades, a su plantilla laboral, desde los operarios hasta los altos dirigentes, para que así se llegue a concientizar a todos y más adelante ellos mismos puedan proponer, desarrollar y difundir la trascendencia de estas actividades, tanto al interior como fuera de la empresa.

Para finalizar, se espera que en un futuro no muy lejano más empresas adopten la Responsabilidad Social, ya que con este tipo de pensamiento las empresas que se instalan en los diferentes estados de la República Mexicana puedan tener un impacto, con el paso del tiempo, más significativo y retribuyan un poco de lo que toman del entorno, apoyando a las personas y cuidando el medio ambiente que los rodea.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

SUÁREZ N.; T., G. L. (2012). Responsabilidad Social Corporativa. México, D.F.: PWC.

Artículos en línea

BALTERA, P.; DÍAZ, E.. (16 de diciembre de 2005). Responsabilidad Social Empresarial Alcances y Potencialidades en Materia Laboral. Gobierno de Chile. Dirección del Trabajo. Departamento de Estudios. Recuperado el 10 de julio de 2017. Obtenido de http://www.dt.gob.cl/1601/articles-88984_recurso_1.pdf

CAJIGA, C.; J. F. (s.f.). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial. CEMEFI. Recuperado el 28 de julio de 2017, de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

CEMEFI. (20 de septiembre de 2016). Informe Anual 2016. Centro Mexicano para la Filantropía. Recuperado el 27 de julio de 2017, de <https://www.cemefi.org/informeanual/index.html>

ISO. (s.f.). ISO 16001:2008 Recuperado el 10 de agosto de 2017. Obtenido de <https://www.iso.org/standard/39664.html>

ISO. (2010). ISO 26000 Responsabilidad Social. ISO 26000 visión general del proyecto. Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/iso_26000_project_overview-es.pdf

ISO. (2 de abril de 2016). Nueva ISO 14001. Obtenido de <http://www.nueva-iso-14001.com/pdfs/FDIS-14001.pdf>

ISO. (2010). Organismos Nacionales de Normalización en Países en Desarrollo Recuperado el 20 de junio de 2017. Obtenido de https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/fast_forward-es.pdf

MONTERO, C. F. (2008). Responsabilidad Social Empresarial en Chile. Recuperado el 10 de julio de 2017. Obtenido de http://www.alafec.unam.mx/docs/movilidad/costar_2008/TrabajosInvestigacion/TareaPrevia/ResponsabilidadSocEmprChileGR02.pdf

SECRETARÍA DE ECONOMÍA (2016). Responsabilidad Social Empresarial. Recuperado el 20 de junio de 2017. Obtenido de <https://www.gob.mx/se/articulos/responsabilidad-social-empresarial-32705>

LA VIVIENDA BARROCA EN GUANAJUATO; SISTEMAS CONSTRUCTIVOS DE LA CASONA DE DON LUCAS ALAMÁN

Brenda Minerva García Soto
Castillo Herrera Alma María Guadalupe
Díaz Osorio Carla Judit
Moreno Estrada María de Jesús
Olguín Jaén Uriel Bladimir
Sánchez Reyes Ruth Xóchitl y

Claudia Hernández Barriga

RESUMEN

Esta investigación acerca de la vivienda barroca en la ciudad de Guanajuato, en específico del sistema constructivo de la Casona de Don Lucas Alamán, constará de un análisis descriptivo de la fachada principal, se busca rescatar los sistemas constructivos con los que ha contado dicho edificio patrimonial a lo largo de su vida útil, pues cabe mencionar alberga trecientos años de historia en su construcción. La importancia de este trabajo radica en el conocimiento y rescate del patrimonio arquitectónico en Guanajuato, es decir con el paso del tiempo se ha perdido cultura respecto a la herencia que cada monumento resguarda, cada uno de ellos merece ser estudiado cuidadosamente pues, forma parte de la historia del país, misma que entre sus paredes alberga. Palabras Clave: Barroco, Sistema Constructivo, Descripción

ABSTRACT

This research about baroque housing in the city of Guanajuato, specifically the construction system of the Casona de Don Lucas Alamán, will consist of a descriptive analysis of the main façade, seeks to rescue the construction systems with which said building patrimonial Throughout its useful life, as it is worth mentioning it houses three hundred years of history in its construction. The importance of this work lies in the knowledge and rescue of the architectural heritage in Guanajuato, that is to say, with the passage of time, culture has been lost with respect to the heritage that each monument protects, each of them deserves to be carefully studied, as it forms part of The history of the country..

Keywords: Baroque, Constructive System, Description

INTRODUCCIÓN

La Arquitectura se define como el arte de reflejar sentimientos en formas, así como el camino de la transformación de ideas en objetos. Según Alvarado Romero “Es todo, porque se enfrenta a uno de los problemas más esenciales del hombre: la vida misma” (Romero, 2001).

Partiendo de aquí podremos decir que el arte de reflejar la vida a través de sus numerosos elementos es, sin duda el propósito universal de Arquitectura. Existen un sinnúmero de elementos que la conforman, si gustáramos enumerarlos no tendrían un fin exacto, por esto es de vital importancia definir cada uno de ellos como el entendimiento propio del autor que la realiza.

Guanajuato es considerada una de las ciudades con mayor riqueza cultural en el país, existe más de una representación arquitectónica de gran relevancia prevaleciendo el estilo Barroco del cual es objetivo esta investigación.

Guanajuato es considerada ciudad patrimonio de la humanidad, aunque con el paso de los años la globalización y algunos otros factores han sido los protagonistas de que algunas edificaciones tras ser modificadas perdieron las características de aquella época, también tras la ignorancia, algunos edificios con valor histórico, han sufrido alteraciones irreparables y mal cuidados hasta caer en ruinas.

Ahora bien en el siguiente trabajo se abordará la vivienda barroca en Guanajuato, desde lo general partiendo del nacimiento de la arquitectura barroca de manera internacional, para poder ir a lo particular, analizando un Edificio denominado “La casona de Don Lucas Alamán”, ubicada en el Estado de Guanajuato, Gto., Colonia Zona de Monumentos Históricos, Calle Plaza de la Paz Núm. 046,048,050,052, la cual actualmente está acondicionada como hotel, y como zona de comercio, que para fines legales, se define como propiedad privada (C. Martínez, 1998).

Objetivo General

Conocer el sistema constructivo de la Casona barroca de Don Lucas Alamán y de esta manera saber su estado actual, así como las características espaciales y de estilo.

Objetivos Particulares

Conocer a profundidad las proporciones del diseño de la fachada principal por medio de levantamiento.

MÉTODOS Y MATERIALES

Levantamiento Arquitectónico

El ejercicio de levantamiento arquitectónico es el instrumento principal tanto para la autoformación profesional, como para la comprensión del hecho arquitectónico por parte de los estudiosos.

Hoy en día, el levantamiento arquitectónico es reconocido como una operación sumamente compleja que debe ser ejecutada con el mayor rigor científico, con medios e instrumentos adecuados, y aplicado con distintos fines así como en distintos campos de estudio como son la historia, la historia del arte, la arqueología, la restauración, entre muchos otros (Docci y Maestri, 2006).

Cámara Profesional EOS Rebel T5

Dicho elemento cuenta con Sensor CMOS (APS-C) de 18 Megapíxeles, así mismo tiene un procesador Diga 4 que mejora la calidad y la velocidad de disparo. Otra de las cualidades de esta herramienta es que tiene modo escena autointeligente que ayuda a configurar la cámara de forma automática dependiendo de la situación de escena (Canon Inc., 2017).

AutoCAD

Es un software que permite documentar información amplia el 2D, contiene un grupo de herramientas de dibujo, edición y anotación, de igual forma proporciona al usuario la capacidad de almacenar sus innovaciones en formatos como PDF, DNG, Naviswork, entre otros (Autodesk Inc., 2017).

RESULTADOS

Comenzaremos por la casona a analizar:



Figura 1 La casona de Don Lucas Alamán.
(Elaboración propia).

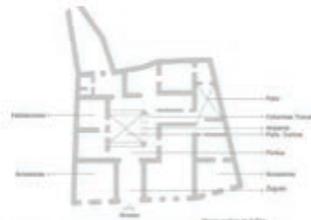


Figura 2 Planta Arquitectónica. (Elaboración propia)

Se realizó un larguillo de la fachada de la casa con ayuda del software AutoCAD, dicho elemento se muestra a continuación:



Figura 3 Larguillo de Fachada (Elaboración propia)



Figura 4 Fachada con colores (Elaboración Propia)

Posteriormente se realizó un análisis de los elementos que integran la fachada, misma que se dividió en cuatro tramos, los cuales se muestran a continuación:

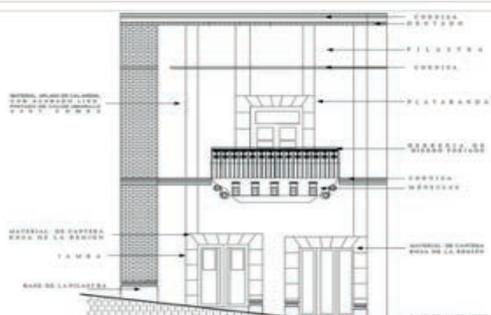


Figura 5 Detalles Tramo 1(Elaboración propia)

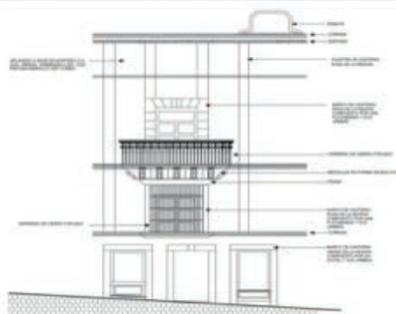


Figura 7 Detalles Tramo 3 (Elaboración propia)

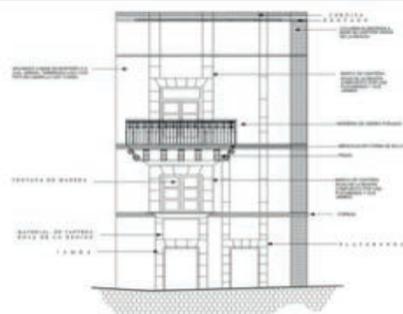


Figura 8 Detalles Tramo 4



CONCLUSIONES

Después de haber analizado todos los elementos que conforman y hacen única La Casona de Don Lucas Alamán podemos rescatar la joya que significa, pues es un ejemplo de la arquitectura barroca habitacional en el siglo XVIII pues consta de elementos que la hacen parte del Patrimonio de la ciudad de Guanajuato.

Dentro de los elementos que encontramos en la fachada principal; por la parte superior se identificaron dos remates, que eran utilizados como decorativos sobre la construcción, de igual manera encontramos la cornisa un elemento característico de las casas de la época, así como el dintel, elemento que permite a la estructura conformar puertas, ventanas o pórticos, podemos mencionar también las pilastras, que eran utilizadas para sostener los muros que en este caso medían aproximadamente 30cm de ancho. Además pudimos apreciar que la herrería de las puertas y ventanas está hecha de hierro forjado, así mismo encontramos las platabandas y las ménsulas que funcionan como sostén de los balcones que se aprecian en la figura. El material característico que podemos señalar es la cantera rosa, elemento que era utilizado en las construcciones durante el siglo XVIII, aunque también encontramos cantería verde, pero podemos decir que éstas fueron adaptaciones hechas en el siglo XIX, pues éste elemento es característico de esa época. De la cimentación podemos decir que está hecha a base de mampostería de piedra, asentada con mortero cal y arena.

En México, poco se reconoce la cultura que está dentro de nuestras calles, este trabajo representa un salto a la historia y a lo mucho que se puede apreciar de ella, este trabajo representa más que un proyecto estudiantil, es una puerta para que los lectores conozcan el tesoro que alberga la ciudad de Guanajuato.

BIBLIOGRAFIA

Artículos en línea

Autodesk Inc. (13 de Julio de 2017). AutoCAD. Obtenido de Autodesk: <https://www.autodesk.mx/products/autocad/features>

Canon Inc. (13 de Julio de 2017). Canon Mexicana. Obtenido de Canon: <http://www.canon.com.mx/ficha.aspx?id=982>

Manzaneque Casero, J. A. (27 de Julio de 2017). El Arte barroco. Obtenido de http://almez.pntic.mec.es/~j-mac0005/Bach_Arte/diapositivas_pdf/HA09T01_Powerpoint.pdf

Artículos de libros

Baez, H. (2011). "El Barroco. Fundamentos Estético. Su manifestación en el arte Europeo". Temario de oposiciones de Geografía e Historia, 16.

Barriga, C. H., Benavides, G. C., & Valencia, L. C. (2015). Manual de Conservación de la Vivienda Histórico en la Ciudad de Guanajuato, Gto. Guanajuato: Universidad de Guanajuato.

C. Martínez, J. C. (1998). Ficha Nacional de Catálogo de Monumentos Históricos Inmuebles. En INAH, Coordinación Nacional de Monumentos Históricos (pág. 0380). Guanajuato: INAH.

Romero, H. A. (2001). Vanos de Fachada y sus Elementos Compositivos en Casas-Habitación del siglo VIII al XX en la Ciudad de Guanajuato. Guanajuato: Universidad de Guanajuato.

ANÁLISIS DEL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE MÉTODOS DE COSTEO Y SISTEMAS DE COSTOS EN LAS CADENAS PRODUCTIVAS DEL ESTADO DE GUANAJUATO: CASO PEQUEÑA EMPRESA DE FERTILIZANTES.

Jessica Judith Rodríguez Cigarrillo y Verónica Beatriz Quintero Zentella

RESUMEN

La operación administrativa representa un factor importante en toda organización, desde la concepción de un negocio, hasta al momento de emplear estrategias de crecimiento que mantengan en pie el funcionamiento de una empresa. Destacar la relevancia en función del conocimiento administrativo y financiero, permite identificar, analizar, determinar, evaluar y controlar aquellos costos que se emplean en el proceso productivo, de compra y/o venta así mismo de los costos administrativos que se generan dentro del negocio. Esta investigación corresponde a un estudio de caso en el que se analiza el método de costeo de la cadena productiva de una pequeña empresa fabricante y comercializadora de fertilizantes establecida en el municipio de Irapuato, Guanajuato. Teniendo como objetivo el interpretar los datos que conforma el método de costeo, de tal manera que nos permita identificar ventajas y desventajas del método actual con respecto a otros, con la intención de tener una visión más completa de la situación financiera actual de la pequeña empresa.

Palabras claves: método de costeo, sistema de costos, cadena productiva, área de especialización inteligente.

ABSTRACT

The administrative operation represents an important factor in any organization, from the conception of a business, to the moment of employing growth strategies that keep the running of a company on its feet. Highlighting relevance in terms of administrative and financial knowledge, allows to identify, analyze, determine, evaluate and control those costs that are used in the production process, buying and / or selling, as well as the administrative costs that are generated within the business. This research corresponds to a case study in which the costing method of the production chain of a small fertilizer manufacturer and trader established in the municipality of Irapuato, Guanajuato, is analyzed. With the objective of interpreting the data that form the costing method, in a way that allows us to identify advantages and disadvantages of the current method with respect to others, with the intention of having a more complete view of the current financial situation of the small business .

Key words: Method of costing, cost system, production chain, area of intelligent specialization.

INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas generan la mayoría de los empleos en México, no obstante muchas de estas se ven obligadas a cerrar debido a una dirección y toma de decisiones basadas en el conocimiento empírico con el que cuentan sus empresarios y accionistas. Es por ello, destacar la importancia de la función del conocimiento administrativo y financiero, para identificar, analizar, determinar, evaluar y controlar aquellos costos que se emplean en el proceso productivo, de compra y/o venta así como los administrativos, que nos permita distinguir los recursos que se emplean en cada uno de los procesos incluso subprocesos en la cadena productiva.

Particularmente el identificar el método y el sistema de costos de una organización, es de vital importancia dado que es en ella en la que ven involucrados todos los recursos empleados en el proceso productivo de una organización, así como, el determinar costos de venta de los productos y márgenes de utilidad, incluso al momento de gestionar nuevas tecnologías que contribuyan a la calidad del producto, se toma en cuenta los estados financieros y el contexto en el que se ve inmerso el negocio.

Los sistemas de costos y los métodos de costeo representan una fuente de información fundamental para cualquier tipo de negocio, que permite conocer internamente, la manera en la que se lleva a cabo las decisiones, que lograrán generar mayores utilidades y beneficios para las empresas, y crecimiento de las mismas.

MARCO TÉORICO

Félix Mitnik describe las cadenas productivas como la secuencia de actividades que se requieren para elaborar un producto y/o servicio, y este se constituye de eslabones, que son identificados con un número de empresas que contribuyen la producción final de un producto (MITNIK, 2012).

El concepto de cadena de valor, se utilizará para identificar su funcionalidad al momento de emplear una estrategia competitiva, para ello Porter la define como todas aquellas actividades internas de las cuales agregan un valor para el cliente, esto permite gestionar los enlaces entre las actividades desempeñadas, de tal manera que se reduzcan los costos de transacción permitiendo un mejor flujo de los procesos en las cadenas productivas (PORTER, 1991).

En cuanto a los métodos de costeo se definen como un subsistema de contabilidad gerencial, en las que el costo de fabricación se clasifican, manipulan, asignan y controlan los datos (SINISTERRA, 1997), de los cuales se requieren técnicas y procedimientos para determinar el costo unitario del producto. Los métodos de costeo pueden ser diferentes entre las organizaciones, debido al proceso por el que pasa su materia prima al momento, estos se pueden clasificar por procesos donde los costos de producción son acumulables por departamento o centro de costos, además se elabora un informe sobre el registro detallado de las actividades de costo así como de las unidades durante un periodo, su objetivo es calcular los costos unitarios totales para determinar el ingreso (POLIMENI, 1997).

Los sistemas de costeo se definen como un subsistema de contabilidad gerencial, en las que el costo de fabricación se clasifican, manipulan, asignan y controlan los datos (SINISTERRA, 1997), de los cuales se requieren técnicas y procedimientos para determinar el costo unitario del producto. De igual forma en el artículo “Etapas del diseño de un sistema de contabilidad de costos” (FÉLIX, 2010) se define que los sistemas de costeo son un conjunto de procedimiento, técnicas registros e informes con el sustento en la teoría de la partida doble, además de principio técnicos adicionales, en los que su objetivo es la determinación de costos unitarios y el control de las operaciones fabriles.

En los sectores industriales, cada método de costeo se ve modificado por el desarrollo y crecimiento en sus procesos, por el cual no se descarta la idea de complementar los dos tipos de método de costeo mencionados con anterioridad. Es decir, utilizar esta estrategia de costos puede ser funcional cuando se fabrican productos variados, pero que se pueden ser agrupados entre sus componente, por lo que asignar costos de materiales directos a cada lote, hace alusión a un sistema de costeo por órdenes, en cambio cuando los costos de mano de obra directa y costos indirectos sean asignados a cada unidad en proceso, se estará hablando de un sistema de costeo por proceso (MORILLO).

MÉTODOS Y MATERIALES

La modalidad de la investigación será mediante un estudio de caso con apoyo bibliográfico de carácter descriptiva y de alcance aplicada, en el que se analizarán los factores que intervienen en el método de costeo de la empresa fabricante de fertilizantes, ubicada en la ciudad de Irapuato, la cual está constituida por 6 personas, clasificada como pequeña empresa del sector manufacturero del giro industria química, teniendo como técnica aplicada una encuesta, dividida en 3 sesiones, en las que se investigan los componentes de los costos de mano de obra, materia prima y gastos indirectos de fabricación, así como también los aspectos y actividades que componen la cadena productiva de la elaboración de los fertilizantes.

El tipo de estudio es mixta y no experimental, es decir que su diseño metodológico no manipula las variables del estudio, siendo el método de estudio analítico-sintético el que se tomará en cuenta en el análisis de los datos recabados durante el periodo 5 al 11 de Julio del 2017.

RESULTADOS

En el análisis de la cadena productiva de la empresa, se entiende que existen entradas, que se refieren a todos los ingresos de insumos que requiere el producto, estos se componen de: melaza, ácidos húmicos y fulvicos (según sea el tipo de riego ya sea por goteo o rodado), lactosuero y otros componentes químicos que se adicionan a las mezclas. Así también existe un proceso de transformación, el cual consta de un proceso principal (producto foliar) y un subproceso, y como consecuencia las salidas que dan como resultado tres tipos de producción: fertilizantes de uso foliar, de riego por goteo y riego rodado.

Se entiende que para establecer un método de costeo, se deben de involucrar los costos de directos e indirectos que conlleva el proceso de producción, por lo cual gracias a esta investigación se logró identificar que la empresa estima sus costos de venta en función a la acumulación y valuación del inventario además del costo variable de fabricación que se lleva en ello. En este tipo de método, no existen variaciones en el costo unitario, es por ello, que los gastos indirectos de fabricación no son tomados en cuenta en el costo de venta de los productos, por lo que al momento de determinar la utilidad neta den un periodo de tiempo, esta será mayor en función a un mayor volumen de ventas y no del volumen de producción.

A continuación se mencionan el acumulado de costos de una producción de 13,000 litros de fertilizante de producción foliar, riego por goteo y rodado.

Tabla 1. Acumulado de costos de producción de 13,000 litros de fertilizantes de producción foliar, riego por goteo y rodado.

Acumulado de Costos	
Concepto	Costo
Materia Prima	\$ 45,052.25
Envase	\$ 42,999.00
Etiquetas	\$ 1,200.00
Combustible de equipo de transporte	\$ 1,983.60
Mano de obra	\$ 6,000.00
Prestaciones de seguridad social	\$ 569.20
Renta de Edificio	\$ 40,000.00
Servicios Públicos	\$ 2,800.00
Personal de oficina	\$ 14,088.80
Mantenimiento	\$ 312.00

Conforme a los datos recabados de costos de producción, se determinó que el método de costeo directo es el más funcional para la empresa; por lo que sus costos se clasifican por; mano de obra directa, materia prima y costos indirectos de fabricación de tal manera el costo de venta de los productos se mantiene constante, al incremento del volumen de venta. En seguida se expone la clasificación de estos.

Tabla 2. Clasificación de costos según método de costeo directo.

Método directo					
Mano de obra directa		Costos variables		Costos indirectos de fabricación	
Mano de obra	\$ 6,000.00	Materia prima directa	\$ 11,302.25	Prestaciones de seguridad social	\$ 569.20
		Materia prima indirecta	\$ 33,750.00	Renta de Edificio	\$ 40,000.00
		Envase	\$ 42,999.00	Servicios Públicos	\$ 2,800.00
		Etiquetas	\$ 1,200.00	Personal de oficina	\$ 14,088.80
		Combustible de equipo de transporte	\$ 1,983.60	Mantenimiento	\$ 312.00
				Depreciación de equipo de laboratorio	\$ 373.00
				Depreciación de equipo de computo	\$ 1,138.74
				Depreciación de muebles de oficina	\$ 60.48
				Depreciación de equipo de transporte	\$ 966.67
				Depreciación de maquinaria	\$ 1,962.91

El optar por un método de costeo directo permite descartar los variantes en los costos por efecto de los diferentes volúmenes de producción, por lo que al empresario se le recomienda optar por él, dado que permite determinar la composición óptima de producción cuando no existe recurso suficiente, sea material o humano, además de fijar precios de venta a pedidos especiales.

CONCLUSIONES

La mayoría de las empresas establecidas y generadoras de un mayor número de empleos en México son las pequeñas y medianas empresas, pero estas tienen un lapso de vida muy corto; en el municipio de Irapuato la esperanza de vida de una pyme es de 7 años. Uno de los motivos es la falta de asesoramiento en cuestiones financieras, que con el paso de los años y crecimiento de un establecimiento, se va dejando a un lado. Es ahí donde radica la importancia de llevar a cabo un control administrativo de todos los insumos y bienes que se requieren en la cadena productiva.

Un sistema de costos proporciona un punto de referencia para las empresas, en la que les permite evaluar su desempeño productivo, en el cual se analiza las variaciones en los costos, para tomar en cuenta las situaciones que generen una elevación en los costos y tomar acciones o estrategias de venta de un producto.

De acuerdo a la entrevista y documentación que se obtuvo durante la investigación de campo se concluye que el sistema de costeo por órdenes, es el que lleva a cabo la empresa, dado que su producción no es continua durante el año, su método de costeo conveniente es el directo, ya que le permite visualizar de manera más detallada todos aquellos costos que se ven involucrados en el proceso productivo de la empresa. Además de enfocarse en aquellas actividades en las que se genera un valor agregado, y otras que generan mayores costos para empresa. Como recomendación para posteriores estudios, se invita a ampliar el contexto en el que se desarrolla la unidad económica, además de contemplar datos de un periodo más amplio, que permita un análisis en comparación a otras circunstancias, para llegar a la implantación de un modelo de diagnóstico de un método y sistema de costeo de una empresa.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a la empresa Fertilizantes Irapuato, por la facilitación del material de consulta, disponibilidad y tiempo para resolver dudas, así mismo al Ingeniero Químico Raúl Armenta Villanueva profesor de la Ingeniería Industrial del Instituto Tecnológico Superior de Irapuato, por las atenciones prestadas durante la elaboración de este proyecto para fines académicos.

BIBLIOGRAFIA

- BAENA, G. (2013). Metodología de la investigación. México: Patria.
- BERNAL, C. A. (2010). Metodología de la investigación. Colombia: Pearson Educación.
- Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. (23 de Junio de 2017). Recuperado el 26 de Junio de 2017, de www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue
- FÉLIX, A., DOMINGUEZ, M. A., & S, M. L. (2010). Etapas del diseño de un sistema de contabilidad de costos. Recuperado el 16 de Junio de 2017
- INEGI. (2014). Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ce/ce2014/default.aspx>
- MÉNDEZ, C. E. (2012). Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. México: Limusa.

EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS Y SU IMPACTO EN LAS PYMES: CASO DE UNA FERRETERIA EN SAN JOSE DE LLANOS, GUANAJUATO.

José Alberto Rodríguez Robledo y Geraldo Alberico Llamas Pérez

RESUMEN

Las pymes a nivel global muestran una tendencia a estar condicionadas a un ciclo de vida corto. Una de sus principales causas es la ausencia de una planificación estratégica puesto que los propietarios toman decisiones de manera intuitiva. La presente investigación es de carácter cualitativo, transversal y no probabilístico y tiene el objetivo de estudiar los factores internos que determinan la sustentabilidad en las pymes. El análisis de estos factores se limitó como caso de estudio a una micro empresa del estado de Guanajuato. Los resultados del estudio arrojan la misma tendencia que se presenta a nivel global en la que la toma de decisiones está sujeta a la intuición del propietario.

ABSTRACT

SMEs globally show a tendency to be conditioned to a short life cycle. One of its main causes is the absence of strategic planning since owners make decisions intuitively. This research is qualitative, cross-sectional and non-probabilistic and aims to study the internal factors that determine sustainability in SMEs. The analysis of these factors was limited as a case study to a micro enterprise in the state of Guanajuato. The results of the study show the same trend that is presented at a global level in which decision making is subject to the owner's intuition.

Palabras clave: Administración, planeación estratégica, pymes

INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas son un elemento esencial para el desarrollo económico de un país. (Fatoki, 2014) . “Las pymes formales contribuyen hasta el 60% del empleo total y hasta el 40% del ingreso nacional (PIB) en las economías emergentes”. (Bank, 2015)

La permanencia de las pymes en los mercados tiende a estar condicionada a un ciclo de vida relativamente corto. La esperanza de vida de las pymes en los EE.UU es de 8.2 años. (Chan, 2013) . Mientras que en México es de 7.7 años. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2014)

Existen una variedad importante de obstáculos que contribuyen a reducir las probabilidades de sobrevivencia de las organizaciones, una de ellas es la ausencia de una planificación estratégica. (Domenge, 2010)

La ausencia de una planeación estratégica puede acarrear consecuencias graves ante escenarios adversos, un ejemplo de ello fue presentado por Seville (2011), el caso de una microempresa manufacturera en Nueva Zelanda la cual fue afectada por un desastre natural. Afortunadamente el personal de la empresa actuó de manera eficaz, pero la falta de planeación ante situaciones de riesgo los llevó a encontrarse en una situación de desventaja frente a sus competidores, actuando en modo de sobrevivencia causando la pérdida de oportunidades. Aunque la afectación provenía de un factor externo se evaluaron variables internas como el liderazgo, cultura, toma de decisiones y conciencia de la situación, las cuales permitieron comprender la actuación del personal durante el evento.

En el mismo estudio de modo similar una empresa desarrolladora de software con siete empleados sufrió un incendio contiguo a sus oficinas. El espacio de trabajo no contaba con extintores para controlarlo. Afortunadamente el personal fue evacuado oportunamente y los equipos no sufrieron daños, pero el edificio recibió daños importantes por el humo por lo que el personal se vio en la necesidad de trasladarse a un garaje de tres autos el cual no contaba con la infraestructura apropiada. La situación pudo haberse evitado con un plan de riesgo contra incendio. (Seville, 2011)

Por lo tanto es posible identificar que las pymes a nivel global muestran deficiencias en la práctica de la planeación estratégica, limitan su capacidad de respuesta ante una crisis y solucionan los problemas de forma intuitiva.

Considerando la tendencia prevaleciente la presente investigación tiene como objetivo diagnosticar los factores internos en las pymes.

MARCO TEORICO

La “Administración es el proceso de planear, organizar, controlar el empleo de los recursos organizacionales para alcanzar determinados objetivos de manera eficiente y eficaz.” (Chiavenato, 2002) y la primera parte del proceso administrativo es “La planeación es la función administrativa que involucra la definición de los objetivos de la organización, el establecimiento de estrategias para lograrlos y el desarrollo de planes para integrar y coordinar las actividades laborales.” (Robbins, 2014)

Los planes son documentos en los que se especifica cómo se lograrán los objetivos. Normalmente en ellos se incluyen la asignación de recursos, los cronogramas y otras acciones necesarias para que se cumplan. Cuando los gerentes planean, desarrollan tanto los objetivos como los planes correspondientes. (Robbins, 2014)

(Fred.R.David, 2013) La administración estratégica la define como “el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multidisciplinares que permiten que una empresa alcance sus objetivos”

Para (Robbins, 2014) el proceso de administración estratégica es un procedimiento de seis pasos que abarca la planeación, implementación y evaluación de estrategias. Dentro de este menciona la realización de un análisis interno a partir del cual se obtendrá información importante respecto de los recursos y capacidades específicos con que cuenta la organización.

Evaluación de factores internos mediante la herramienta VOPLES

Nos menciona que la transformación de clase mundial está en función de lo que se le denomina VOPLES, siendo estas las siglas a considerar durante la transformación y son:

V: Visión cual es el rumbo hacia el cual está dirigida la organización, y cuáles son los principios que la mueven.

O: Operaciones. La tecnología de operaciones que tiene la organización para realizar su principal actividad.

P: Personal. El valor más importante en una organización, la congruencia entre el deseado y el encontrado.

L: Líderes. Quiénes son los que dirigen a la gente, basado en que la organización es el reflejo de sus líderes.

E: Estructuras. La forma en que la organización está estructurada, y como son las relaciones entre los componentes.

S: Sistema. Esta variable representa la tecnología de sistemas que maneja la empresa, y que son identificados.

Necesitando esta transformación de varios enfoques y varias estrategias para ser competitivos como son: planeación estratégica, calidad total, sistemas socioeconómicos, mejoras continuas, sistemas de operación, sistemas de apoyo, equipos de trabajo, reingeniería, administración, sindicato, desarrollo organizacional, cliente y competitividad internacional. Tomándolas y agrupándolas caben dentro de lo que se llama VOPLES. (Margarita Guadalupe Cordero Pacheco, 2012)

MÉTODOS Y MATERIALES

La presente investigación es cualitativa, transversal y no probabilística.

Se aplicará una herramienta de evaluación de factores internos llamada “VOPLES” la cual contiene 144 ítems desglosados en 6 apartados cuyo análisis es de carácter subjetivo. Se hará uso del software Excel para capturar los datos y transformarlos en información.

En la intervención se hará uso de entrevistas no estructuradas efectuando el método de investigación-acción dado que el personal de la organización empezará a considerar nuevas variables en la consecución de sus actividades.

Se seleccionará a una microempresa a juicio del investigador; considerando a la administración estratégica como guía de estudio.

Se empleará el estudio de caso al analizar a profundidad y en detalle a una pyme y la metodología fundamentada al tener un acercamiento y comprensión de las perspectivas del personal de la organización.

RESULTADOS

El uso de indicadores globales y de equipos se encuentra rezagado al contar con un 25 y 0 por ciento. La planeación estratégica es la mejor evaluada en la sección sin embargo su puntuación no rebasa el 50% de cumplimiento.

Por otra parte el gráfico 2 en la sección de procesos la administración visual adecuada es la mejor evaluada con un 46.1 por ciento, seguida por un 43.8 por ciento en la tecnología operativa actualizada y equipos de trabajo.

La evaluación en los procesos de soporte y procesos esenciales recibieron la calificación más baja con 30 y 25 por ciento respectivamente.

Es posible identificar que las responsabilidades por persona y por equipo cuentan con un 100 por ciento de cumplimiento al igual que el número adecuado de personas en la organización. El número de niveles es determinado por el establecimiento de objetivos el cual cuenta con 0 por ciento de cumplimiento. A causa de lo anterior no fue posible medir el impacto de los objetivos en los procesos por lo que la calificación fue la misma para este concepto.

Una vez cuantificados los ítems de cada variable mediante el gráfico anterior se pueden apreciar que las variables de: Visión, personas, líderes y sistema reflejan resultados que no rebasan el 30% de cumplimiento. Por otra parte la sección de operaciones y de estructura presenta los resultados más positivos con un 35.6 y 54.2 por ciento respectivamente.

CONCLUSIONES

Mediante la implementación de la herramienta “VOPLES” fue posible diagnosticar el estado actual de la microempresa “Ferre-bici el may”. La cual presenta numerosas áreas de oportunidad, algunas de ellas son:

- Definir un corazón ideológico
- Implementar la planeación estratégica considerando a los procesos esenciales y de soporte,
- Hacer uso de indicadores
- Programar capacitaciones en entrenamiento técnico, personal e institucional
- Utilizar manuales administrativos y registrar todas las operaciones.
- Concluir con la actualización de los sistemas de información

A pesar de los resultados recabados es importante hacer notar que la empresa ha evolucionado a través del tiempo sin utilizar conocimientos básicos de la administración. Esta no se ha visto afectada por las características de su entorno, en el cual solo tiene un competidor.

Durante la intervención fue posible identificar que la intuición en la toma de decisiones prevalece en el personal, por lo que para este caso existe una relación con la tendencia prevaleciente a nivel global.



BIBLIOGRAFIA

Bank, T. W. (1 de Septiembre de 2015). The World Bank. Obtenido de <http://www.worldbank.org/en/topic/financialsector/brief/smes-finance>

Robbins, S. P. (2014). Administración. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Seville, J. V. (2011). Crisis Strategic Planning for SMEs: Finding the Silver Lining. International Journal of Production Research.

José Francisco Pastrana Pérez y Martha Alicia Alonso Castañón

RESUMEN

La globalización a la que nos enfrentamos hoy en día deja claro que se requiere de responsabilidad social no solo por parte de los gobiernos, sino también de las compañías y los individuos (Lindh, 1987).

El presente documento tiene la finalidad de mostrar los resultados obtenidos respecto a la investigación que se realizó sobre las actividades de Responsabilidad Social (RS), que desarrollan algunas empresas de la ciudad de San Luis Potosí S.L.P. México. El tema se cubre a través de lo siguiente: la aplicación de un cuestionario a estudiantes en prácticas profesionales o recién integrados al ámbito laboral, con el fin de identificar las acciones que se realizan en las organizaciones en donde colaboran y los elementos que se atienden del tema de investigación, dado que la RS implica cubrir diversos aspectos, entre ellos: la normatividad de la empresa, la relación con sus empleados, las relaciones con el entorno y el medio ambiente.

Palabras Clave: Responsabilidad Social, Organizaciones, Educación Superior.

ABSTRACT

The globalization we face today makes it clear that social responsibility is required not only by governments, but also by companies and individuals (Lindh, 1987).

The purpose of this document is to present the results obtained of the research made on the Social Responsibility (SR) activities which are carried out by some companies in the city of San Luis Potosí S.L.P. Mexico. The subject covers the following: the application of a questionnaire to students in internships or newly integrated in the workplace, in order to identify the actions carried out in the organizations as in to where they collaborate and the elements that are dealt with from the topic researched, given that RS involves covering various aspects, some of them are: the normativity of the company, the relationship with its employees and their relations with the environment.

Key Words: Social Responsibility, Companies, Higher Education.

INTRODUCCION

El concepto de Responsabilidad Social, es un tema que cada día es más importante para las organizaciones; se puede decir que actualmente hay un conocimiento más amplio del concepto y de los elementos que lo integran, sin embargo, es interesante conocer la manera en como la RS se aplica actualmente en las empresas, si se tienen actividades estructuradas, si hay alguna persona responsable de llevar a cabo un seguimiento, si los resultados son evaluados a fin de determinar el impacto que tiene en la organización, así como los fines de su implementación.

La Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE) indica que: “Responsabilidad Social Empresarial, es 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, sociales 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.”

La OIT indica 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”

METODOLOGIA

Considerando que el principal objetivo de la investigación, en esta etapa, es identificar la aplicación de la RS en las empresas de la ciudad de San Luis Potosí, se diseñó un cuestionario de 40 preguntas, en las que se analizan elementos de RS. Se consideraron preguntas enfocadas a: identificar el conocimiento del tema, verificar que el tema de RS se observe en la filosofía y normatividad de las empresas, saber si en la organización se promueven actividades de RS entre el personal, si se cuenta con actividades y programas que beneficien a los empleados, su integración y motivación; la existencia y nivel de conocimiento e involucramiento en las acciones, políticas y estrategias de RS de la empresa; los elementos que atienden aspectos del cuidado del medio ambiente y de los recursos; si la organización cuenta con distinciones y/o certificaciones de sus programas y acciones de RS. El cuestionario se aplicó a una población de 100 estudiantes, de nivel superior, de la disciplina de Administración, específicamente a quienes se encuentran realizando prácticas profesionales, o ya forman parte de alguna empresa como empleados, quienes por su formación conocen el tema y pueden identificar con facilidad los aspectos mencionados previamente.

RESULTADOS

El conocimiento que se observa sobre el tema de la RS es en general adecuado, por parte de la población que respondió el instrumento. Las definiciones más repetidas y destacadas son: “La forma en que la empresa devuelve a la sociedad los recursos que de ella está utilizando”,

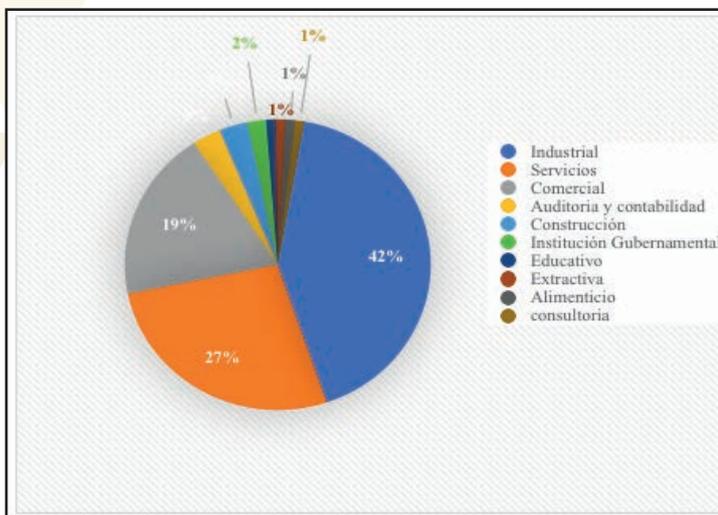
“El compromiso que los individuos tienen hacia la sociedad para mejorarla” y “La manera en que cualquier empresa, regresa, lo que toma en materia de recursos naturales, económicos, sociales y culturales, a la ciudadanía, comunidad o naturaleza”. De manera general se observa que la percepción del tema está enfocada hacia el medio ambiente, y a la contribución por parte de las empresas hacia su entorno inmediato.

De los cien estudiantes encuestados 48% de ellos se encuentran ya contratados por la empresa, mientras que el 52% restante se encuentran realizando prácticas profesionales. La gran mayoría se encuentran en áreas afines a la carrera de Administración, las áreas más destacadas son: Finanzas, Contabilidad, Recursos Humanos y Administración General.

Se encuentran en su mayoría laborando en organizaciones de tamaño grande (54%), seguido de las pequeñas (29%) y al final con menos porcentaje de participación, en empresas medianas (17%). El giro al que se dedican las organizaciones en las que colaboran es principalmente: industrial, servicios y comercial, como se presenta en la Figura 1.

Figura 1. Giro de la empresa donde laboras.

Al momento de que los estudiantes ingresan a las empresas, ya sea para realizar prácticas profesionales o como empleados, algunos reciben un curso de inducción en donde se les presenta información general de la empresa. Con el fin de analizar dicha práctica se preguntó si al momento de su ingreso, en la información general, se les presentaba el código de conducta de la empresa, así como los valores de la misma. Los resultados muestran que: más del 70% de las empresas presentan dicha información a los empleados de nuevo ingreso, como lo muestra la Figura 2, Presentación de código de conducta. Además de presentar el código de conducta a los nuevos miembros de la organización, es importante saber si en dicho documento, el personal identifica elementos de RS, a lo que un 65% respondió de manera positiva como se muestra en la Figura 3, Aspectos de RS en el código de conducta.



Por otro lado, se preguntó a los estudiantes si realizan actividades de Responsabilidad Social, de manera personal. Los resultados indican que el 67% de las personas que respondieron el instrumento no realizan actividades con este enfoque fuera de la empresa. El 33% restante que sí realiza actividades de RS indicaron las siguientes: Reciclaje, Donaciones, Voluntariado, Apoyo a comunidades, Apoyo a asociaciones y Casas Hogar, al igual que Reforestación.

Se reportó también que un 56% de las organizaciones en las que se encuentran colaborando, consideran el aspecto de la RS en sus procesos. Entre otras, se mencionaron las siguientes acciones: Reciclaje en la oficina, separación de residuos en la fábrica, actividades de reforestación, concientización del uso del agua, colectas para donaciones, apoyos hacia comunidades marginadas, educación (capacitación), apoyo a organismos de altruismo como casas hogar, asilos, refugios de animales, Cáritas, y otras instituciones de carácter social.

Sin duda alguna las actividades realizadas por las organizaciones representan una contribución importante hacia la sociedad en general. Sin embargo, se descubrió que en estas actividades, únicamente el 42% de quienes contestaron el instrumento, participan en ellas, si bien se esperaría que el porcentaje fuese mayor.

Ciertas preguntas del cuestionario se elaboraron con el fin de identificar actividades específicas enfocadas a RS,

la siguiente figura indica los resultados.

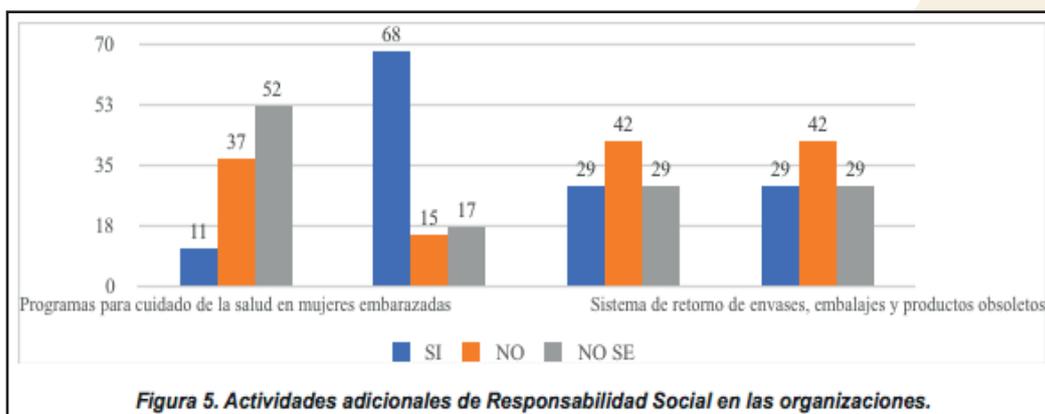


Figura 4. Actividades de Responsabilidad Social que realizan las empresas.

Un aspecto importante, de las actividades que realizan las empresas de este estudio, son las acciones de protección ambiental. El 48% de las empresas que realizan acciones para la protección del medio ambiente mencionaron las siguientes: Programas de reciclaje dentro de la empresa, Programas de reducción de consumo en agua, y electricidad; Procesos de manufactura más amigables con el medio ambiente; Programas especializados de desechos y sustancias tóxicas; Programas de Reforestación e Implementación de certificaciones para las empresas. El desarrollo de este tipo de programas habla muy bien del esfuerzo empeñado por las empresas para la protección del medio ambiente.

También se identificó que el 64% de las organizaciones realizan actividades de integración y convivencia con su fuerza laboral. Algunos de los eventos mencionados son: Festividades periódicas de la empresa, Viajes para los empleados, reuniones semanales y mensuales, eventos inclusivos para la familia, realización de posadas, celebraciones, cumpleaños y entrega de reconocimientos de trayectoria del personal.

Otros aspectos analizados fueron los que se presentan en la figura 5, Actividades adicionales de Responsabilidad Social en las organizaciones. Un elemento muy particular a resaltar es el hecho de que un 11% de las organizaciones cuentan con programas para el cuidado de la salud de las mujeres embarazadas, dado que en México solían existir barreras en el ámbito laboral para las mujeres embarazadas, el hecho de que se contemple esto dentro de una organización es señal de progreso en materia de equidad laboral y de género.



Además de analizar la participación de las empresas en cuanto a las actividades que realizan, se cuestionó también si cuentan con certificaciones referentes a RS. Al respecto se obtuvo lo siguiente: sólo el 18.4% cuentan con este tipo de iniciativa. Se destacan: el distintivo Empresa Socialmente Responsable, otorgado por CEMEFI, cabe mencionar que al momento de esta investigación, en San Luis Potosí, solo 10 empresas cuentan con el distintivo ESR; ISO 14001; ISO 16001; ISO 9001; OSHAS y SARI por sus siglas (Sistema de Administración de Responsabilidad Integral).

Lo anterior implica el desarrollo de sistemas de evaluación y seguimiento, lo que indica que se destinan recursos para el desarrollo de acciones, la difusión de las actividades y la integración del personal en programas que benefician a la empresa, a sus integrantes y al entorno.

CONCLUSIONES

La Responsabilidad Social es un tema que ocupa un lugar en las empresas desde hace tiempo, hoy en día implica una nueva forma de gestión y de hacer negocios. Las personas que dirigen las empresas deben lograr que sus operaciones sean sustentables en todos los aspectos, en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relacionan, buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

Al término de esta etapa del proyecto se puede concluir de manera más específica que algunas empresas localizadas en la ciudad de San Luis Potosí, desarrollan acciones en el tema de Responsabilidad Social, que van más allá del aspecto ambiental. Si bien es cierto que para los estudiantes la formación en el tema de RS, es importante puesto que son quienes tomarán decisiones en las empresas, el entorno laboral que éstas generen facilitará el desarrollo de programas que atiendan todos los elementos que deben cubrirse.

Los resultados obtenidos, indican que las empresas pequeñas y medianas ya están integrando acciones para contribuir a mejorar el entorno en el que operan. Involucrar al personal es un elemento indispensable para el éxito de los programas, si además el personal cuenta con conocimientos o está involucrado en actividades de apoyo de manera personal, esto puede contribuir al fortalecimiento de las actividades que desarrolle la organización; por otro lado el hecho de que la empresa dedique espacios y recursos al tema de RS, implica que requerirá personal con formación en áreas de especialidad que tenga conocimientos del tema y de aspectos relacionados, de manera que se puedan identificar e implementar proyectos, los cuales pueden ser difundidos al interior de la empresa, puedan ser evaluados y los resultados sean de beneficio para la organización y su entorno. Una formación académica de calidad en materia de RS proporciona a las empresas capital humano capacitado para atender adecuadamente las exigencias del entorno a nivel global, de manera que se logren varios objetivos simultáneos, optimizar los recursos de las empresas, contribuir a mejorar el entorno, implementar procesos de evaluación y certificación, contar con personal capacitado e involucrado en las acciones y programas, generar una identidad del personal hacia la organización y proyectarla como una empresa que aporta más que bienes y servicios a la sociedad.

Es un hecho que la incorporación de actividades de RS en los procesos y actividades de las empresas cada día va en aumento, lo que favorece de gran manera el entorno inmediato en donde se ubican las organizaciones, y en el caso de las que son parte de un consorcio global, se extiende a nivel global. Las actividades en un inicio giran en torno al medio ambiente y son estas las más desarrolladas, al grado de tener departamentos y personal responsable de aspectos ambientales dentro de la empresa, pero de igual forma se han ido incorporado otro tipo de actividades relacionadas al tema, como el clima organizacional, salud de los empleados, altruismo y actividades más sociales para mejorar las integración y motivación de los empleados.

Finalmente, se considera que es de gran importancia que las empresas incorporen temas de RS y que involucren a su capital humano en sus actividades, como actores y como beneficiarios, ya que así se puede llegar a fortalecer la cultura de responsabilidad social de manera integral, lo que puede generar un beneficio aún mayor para la empresa y la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

RODRÍGUEZ, A. D.G.; ALONSO C., M.A. (2016) Responsabilidad Social: Formación e impacto en las organizaciones. Inducción a la Ciencia la Tecnología y la Innovación en la Región Centro Volumen II, Número 5. (Ciencias Socio Administrativas. 18 verano de la Ciencia Región Centro 2016).

Libros en Línea

CALDERÓN, J. F. (s.f). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial. CEMEFI. Recuperado el 28 de julio de 2017, de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

CEMEFI. (20 de septiembre de 2016). Informe Anual 2016. Centro Mexicano para la Filantropía. Recuperado el 27 de julio de 2017, de <https://www.cemefi.org/informeannual/index.html>

Lindh, A. (1987). Comunicación de Sustentabilidad y RSE. Recuperado el 20 de julio de 2017, de Expok: <http://www.expoknews.com/15-frases-de-responsabilidad-social/>

DENUE. (8 DE AGOSTO DE 2015). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Recuperado el 29 de julio de 2017, de <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

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.

SISTEMA SECTORIAL DE INNOVACIÓN PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA DE SAN LUIS POTOSÍ Y LA REGIÓN DE LA LAGUNA: DIAGNÓSTICO DE LA INDUSTRIA CÁRNICA.

Juan Ricardo Valdivia Rodríguez y Gloria Cristina Palos Cerda

RESUMEN

El término ambientes de innovación se ha vuelto popular en la industria, el mundo académico y el gobierno (Oh et al, 2016). El primero en acuñar el término en los negocios fue James Moore (1993) quien estableció una metáfora de la competencia extraída del estudio de la biología y los sistemas sociales. En el siguiente artículo caracterizaremos el ambiente de innovación de las empresas dedicadas a la rama económica 3116: Matanza, empaclado y procesamiento de carne de ganado, aves y otros animales comestibles; a partir de la aplicación de un instrumento validado de investigación en el estado de San Luis Potosí. Los resultados surgen de la aplicación de encuestas en el sector de la industria cárnica y son mostrados al final del siguiente documento.

ABSTRACT

The term innovation environments has become popular in the industry, academia and Government (Oh et al, 2016). The first to coin the term in business was James Moore (1993) who established a metaphor of competition drawn from the study of biology and social systems. In the next article we will characterize the atmosphere of innovation of the companies dedicated to the economic branch 3116: slaughtering, packing and processing of meat of livestock, poultry and other edible animals; the application of a validated instrument for research in the State of San Luis Potosí. Results arise from the implementation of surveys in the meat industry sector and are shown at the end of this document.

Palabras Clave: INNOVATION, ATMOSPHERE, INDUSTRY MEET

INTRODUCCIÓN

La teoría de ambientes de innovación tiene la capacidad de abordar conceptos que describan las particulares evolutivas sobre las interacciones entre individuos, sus relaciones con las actividades innovadoras y con el entorno en el que operan (Merican y Goktas, 2011). Un ambiente de innovación es una red de organizaciones interconectadas y organizadas en torno a una empresa o plataforma que incorpora participantes de producción centrándose en el desarrollo de nuevos valores a través de la innovación (Autio y Thomas, 2013).

La innovación es ampliamente considerada como un arte, no como una ciencia. Lo anterior se deduce de una definición pionera y ahora popular de innovación que rompe las reglas para crear valor de formas novedosas (Schumpeter, 1942).

La innovación es un proceso clave para consolidar la competitividad empresarial, además de añadir a la empresa o sector conocimientos y habilidades para estar un paso adelante y romper esquemas.

Para el caso de San Luis Potosí, la industria cárnica es considerada de fuerte presencia y se destaca por ocupar el primer lugar a nivel nacional en el rubro de monto de pagos y aportaciones normales y extraordinarias, en dinero y especie para retribuir el trabajo del personal (casi el doble que el segundo que el de molienda de granos y semillas), el segundo valor de los activos fijos y el cuarto lugar en concentración de unidades económicas a nivel nacional (INEGI, 2014).

Por su parte el gobierno estatal ha considerado como prioridad el sector a fin de causar las condiciones para que se desarrollen y consoliden los agrupamientos industriales en sectores competitivos como el de alimentos (Gobierno del Estado de San Luis Potosí, 2016 p 22). La Agenda de Innovación del estado seleccionó áreas candidatas dentro de las cuáles la alimentaria es considerada con sus nichos de especialización y líneas de actuación se encuentra el proyecto integral cárnico (CONACyT: 2014; p 57). El objetivo es impulsar la industria alimentaria en el estado a través del desarrollo de empresas competitivas a nivel local, nacional e internacional en el sector, contando con la vinculación de las cadenas productivas gobierno, empresas e instituciones de educación.

MÉTODOS Y MATERIALES

Para la obtención del estado actual de las empresas de dedicadas a la rama económica 3116: Matanza, empaclado y procesamiento de carne de ganado, aves y otros animales comestibles, se utilizó una metodología validada en el estado de San Luis Potosí. El cual arrojó una muestra de 68 empresas, en el que se estableció un nivel de confianza de 90% y un margen de error del 5%

Clase 311611 Matanza de ganado, aves y otros animales comestibles	44
Clase 311612 Corte y empacado de carne de ganado, aves y otros animales comestibles	3
Clase 311613 Preparación de embutidos y otras conservas de carne de ganado, aves y otros animales comestibles	43
Total	90

Tabla 1: Clasificación validada

Fuente: Elaboración propia

Estrato	N° sujetos en el estrato	Proporción	Muestra del estrato
1	44	48.9%	34
2	3	3.3%	2
3	43	47.8%	33
			69

tabla 2: Muestra aleatoria estratificada

El objetivo del presente artículo es analizar el ecosistema de innovación empresarial de la industria cárnica en San Luis Potosí a través de la evaluación de su índice general y dimensiones; a lo cual se responderán las siguientes preguntas: en la industria cárnica del estado de San Luis Potosí ¿cuál es el índice general del Ecosistema de Innovación (EI)?, ¿cuál dimensión tiene mayor importancia para el índice de EI? ¿Cuáles dimensiones entre sí tiene una relación de mayor importancia para el índice de EI? ¿Existen diferencias significativas entre el índice general de EI y el de las clases 311611 y 311613? ¿Existen diferencias significativas entre el índice de EI general según tamaño, antigüedad y el nivel de formación del director general?

El procesamiento de la información generada a partir de la aplicación del instrumento permite caracterizar los ambientes empresariales por dimensiones, lo que posibilita llegar a conclusiones sobre su grado de evolución. El enfoque metodológico que asume la investigación es cualitativo de acuerdo con la naturaleza de la información.

Comprender el desempeño de un ecosistema de innovación requiere un cambio en la forma en que la literatura de innovación tradicionalmente ha vinculado la dinámica de la industria con el desempeño de la empresa (Adner y Kapoor 2010). La metodología a utilizar comprende cinco dimensiones, la primera presenta las perspectivas teóricas de los ecosistemas de innovación que comprende sus características y modelos identificados en la literatura para posteriormente definir sus dimensiones teóricas.



Figura 1: Ambientes de innovación

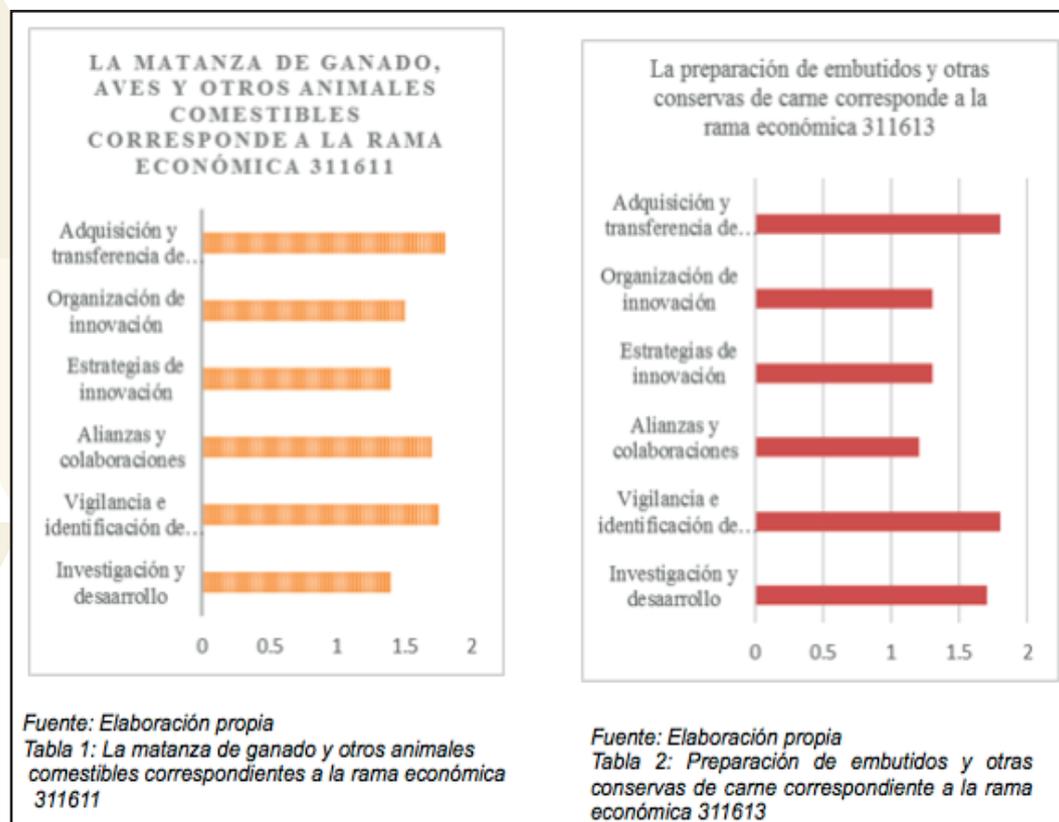
Dimensión: Investigación y Desarrollo (I+D)	<input type="radio"/>
1. No existen iniciativas de investigación y desarrollo en la empresa o se orientan de forma esporádica.	
2. Como regla, las iniciativas de I+D responden a iniciativas personales de grupos o individuos en la empresa	
3. Existe un departamento de I+D que concentra las iniciativas en esta dirección.	
4. Existe un sistema de I+D en la empresa donde participan diversas áreas de la empresa	
5. Los procesos de I+D se encuentran extendidos en todas las áreas y niveles, implicando a todos sus miembros	
Dimensión: Vigilancia e Identificación de Oportunidades.	<input type="radio"/>
1. No se monitorea a la competencia ni se evalúan las tendencias tecnológicas que impactan a la empresa	
2. Se realizan evaluaciones esporádicas de la competencia y las tendencias del sector de pertenencia de la empresa	
3. Existe en la empresa un sistema de información respecto a la competencia, los mercados y la tecnología	
4. Se cuenta con un sistema de vigilancia competitiva sistematizado que detecta oportunidades de innovación.	
5. Se cuenta con un sistema de inteligencia competitiva integrado que detecta oportunidades de innovación.	
Dimensión: Alianzas y Colaboraciones	<input type="radio"/>
1. No existen nexos de colaboración internos ni externos para potenciar los procesos de innovación en la empresa.	
2. Las iniciativas de colaboración para la innovación corren a cargo de personas o grupos de la empresa.	
3. La empresa desarrolla vínculos de cooperación puntuales ante determinada exigencia empresarial.	
4. La empresa planifica la colaboración con otras instituciones y empresas para apoyar la innovación.	
5. Existen nexos estables y alianzas de cooperación con otras empresas e instituciones para apoyar la innovación	
Dimensión: Estrategia de Innovación	<input type="radio"/>
1. En la empresa no existen iniciativas programadas de innovación	
2. Las iniciativas de innovación provienen de proyectos promovidos por personas o grupos dentro de la empresa	
3. Existe un presupuesto de I+D asignado a determinada área de la empresa	
4. La reflexión estratégica de la empresa contempla la incorporación de procesos de innovación	
5. La estrategia empresarial considera las capacidades de innovación como factor clave de apalancamiento	
Dimensión: Organización de la Innovación	<input type="radio"/>

1. No existe una estructura empresarial para promover los procesos de innovación	
2. Las actividades de innovación son asignadas a determinadas personas o áreas de la empresa	
3. Existe un departamento o área en la empresa que se encarga de organizar los procesos de innovación	
4. Se establecen proyectos o acciones de aprendizaje colectivo y desarrollo creativo de apoyo a la innovación	
5. Existe un estrecho alineamiento de los procesos de aprendizaje y desarrollo creativo con la innovación	
Dimensión: Adquisición y Transferencia de Capacidades de Innovación	<input type="radio"/>
1. No se contemplan procesos de adquisición y transferencia de capacidades de innovación en la empresa	
2. Los miembros de la empresa adquieren y transfieren capacidades de innovación por iniciativa propia	
3. La adquisición y transferencia de capacidades de innovación es responsabilidad de un área de la empresa	
4. La empresa tiene como objetivo promover la adquisición y transferencia de capacidades entre sus miembros	
5. Los procesos de adquisición y transferencia de capacidades son empleados en los procesos de innovación	

RESULTADOS

Del total de las 69 empresas previstas, se obtuvo respuesta de únicamente 17 de ellas. Lo que nos otorgó como resultado un reflejo parcial de la situación en la cual se encuentran las empresas del sector cárnico en relación al desarrollo e implementación de los ámbitos de innovación dentro de estas organizaciones.

En los resultados se puede apreciar de manera gráfica un promedio de la situación actual en cuanto a innovación se refiere dentro de las categorías que comprende el sector, demostrando que en su mayoría no es parte de la cultura organizacional adoptar y adaptar un programa orientado a la investigación y desarrollo.



CONCLUSIONES

A pesar de la importancia de la aplicación práctica del estudio de los ambientes de innovación como representación del contexto empresarial real, su literatura sobre metodologías para el análisis estratégico aún está en su infancia. La mayoría de las contribuciones se centran en la discusión misma de su valor conceptual (Li 2009)

El análisis de un ecosistema empresarial no es una tarea fácil y, por lo tanto, sólo se han hecho algunos estudios, aunque algunos académicos y gerentes, ya que la creación de valor se logra estableciendo una plataforma que otros miembros del ecosistema pueden usar para mejorar su desempeño (Li 2009)

Como ya se mencionó hoy en día la innovación es un factor clave para las empresas y aún más para el sector de la industria alimentaria, sin embargo, es un contexto que los empresarios independientemente de su grado de estudios desconocen el ambiente de innovación y tecnología que su ramo requiere y es necesario incrementar para aumentar la competitividad entre empresas.

Es una necesidad que las empresas dedicadas a este giro comiencen a trabajar y a involucrarse en temas de innovación, ya que no están caminando a la par de otras compañías y se están quedando estancadas en este rubro, además que acrecienta la productividad de estas empresas y de la misma forma la calidad de los productos.

BIBLIOGRAFIA

- Autio, E., & Thomas, L. (2013). Innovation Ecosystems: Implications for Innovation Management. En M. Dodgson, D. Gann & N. Phillips, *The Oxford handbook of innovation management* (1st ed., pp. 204-288). Oxford: Oxford University Press.
- Adner, R. (2006). Match your innovation strategy to your innovation ecosystem. *Harvard business review*, 84(4), 98
- Christensen CM, Rosenbloom RS. 1995. Explaining the attacker's advantage: technological paradigms, organizational dynamics, and the value network. *Research Policy* 24(2): 233-257.
- Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. (2014b). Programa Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación 2014-2018. México, D.F., Gobierno de la República., pp, 12, 22, 57.
- Gawer A, Cusumano M. (2002). *Platform Leadership: How Intel, Microsoft, and Cisco Drive Industry Innovation*. Harvard Business School Press: Boston, MA.
- Gobierno del Estado de San Luis Potosí. (2016). Programa Sectorial de Desarrollo Económico (p. 22). San Luis Potosí: Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado (COPLADE).
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2014a). Productividad Total de los Factores. México, D.F.: INEGI, en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/ptf/>
- Mercan, B., & Goktas, D. (2011). Components of innovation ecosystems: a cross-country study. *International Research Journal of Finance and Economics*, 76(16), 102-112.
- Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard business review*, 71(3), 75-83.
- Li, Y.R., 2009. The technological roadmap of Cisco's business ecosystem. *Technovation* 29 (5), 379-386.
- Oh, D. S., Phillips, F., Park, S., & Lee, E. (2016). Innovation ecosystems: A critical examination. *Technovation*, 54, 1-6.
- Schumpeter, J. (1942). Creative destruction. *Capitalism, socialism and democracy*, 825.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ONLINE: CASO ESPECÍFICO SERVICIO MÉDICO EN LÍNEA.

Mariana Itzel García Méndez¹ y Xóchitl Hernández Velázquez²

RESUMEN

El avance tecnológico ha dado paso al desarrollo de muchas áreas y, por ende, a la modificación de las formas en que comúnmente se realizan las actividades cotidianas. El presente documento tiene como finalidad dar a conocer los avances que ha tenido la Telemedicina en México de acuerdo con el constante cambio del comportamiento del consumidor en línea. A través de un sondeo hecho a 108 personas que cumplieran con el perfil de consumidor previamente establecido, se pretende consumir un servicio médico ofrecido mediante una aplicación para teléfonos móviles y una plataforma en la cual un paciente pueda tener acceso a una consulta con un médico certificado.

ABSTRACT

Technological advancement has given way to the development of many areas and, therefore, to the modification of the forms are commonly performed everyday activities. The present document aims to the advances that had the Telemedicine in Mexico according to the constant change of the online consumer behavior. Through a survey made to 108 people who met the pre-established consumer profile, intends to consummate a medical service offered through a mobile phone application and a platform in which a patient can have access to certified doctor.

Palabras Clave: telemedicina, comportamiento del consumidor, perfil del consumidor, internet.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo tecnológico ha pasado a ser una parte fundamental en la vida de todas las personas, es así como cada una de las acciones que hacemos se ve influenciada por un dispositivo electrónico que facilita el cumplimiento de esas acciones. Además, muchas de las actividades, a pesar de que son las mismas, se llevan a cabo de forma distinta, involucrando algún dispositivo, como la comunicación. Dado avance, de igual manera, ha modificado los hábitos de compra dando paso a los consumidores en línea, que son personas con poder adquisitivo que buscan satisfacer una necesidad por medio de la compra de un bien o servicio por medio de internet. También, es preciso establecer los tipos de compradores en línea, así como conocer características específicas de acuerdo con la generación en que están ubicados según su edad, para saber si son o no, clientes potenciales. Estudiar el comportamiento del consumidor en línea es importante por el constante cambio que hay debido al avance tecnológico y a la modificación en los modelos de negocio que se van trasladando a servicios por internet, facilitando las compras y el contacto con sus clientes. Es sustancial tomar en cuenta que cada persona es diferente y tiene hábitos de compra desiguales, incluso en comparación con sus pares, sin embargo, categorizarlos permite concluir estrategias para llegar a ellos y brindarles un servicio adecuado y que cumpla con sus expectativas como consumidores.

Para definir el perfil del consumidor, fue necesario realizar una investigación documental que permitió ubicar a los compradores en categorías, y posteriormente aplicar un cuestionario a modo de sondeo y poder confirmar que el perfil determinado, era el correcto. Además, se planteó la posibilidad de tener acceso a un servicio médico por internet y conocer su opinión sobre la Telemedicina, un concepto aún desconocido para algunas personas. Con base en la información recabada, cumplir con el objetivo de la investigación: “determinar el perfil del consumidor para los servicios médicos en línea a partir de su comportamiento y tendencias de compra y especificar los alcances que puede tener la consulta en línea para la telemedicina”.

MARCO TEÓRICO

De acuerdo con un estudio hecho por AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet) en 2013, en México hay más de 45 millones de clientes potenciales en internet. Las compras en línea han permitido obtener más información sobre los compradores y proveedores (Mesa Editorial Merca 2.0, 2013).

Es de importancia diferenciar a cada uno de los compradores en línea, de tal manera, facilitar al acercamiento a los clientes potenciales, los cuales pueden ser clasificados de la siguiente manera:

1. Impulsivo: se deja llevar y busca hasta encontrar el precio más bajo.
2. Cazador de ofertas: compra buscando el mejor precio, sin darle importancia a servicios adicionales como el servicio al cliente, etcétera.
3. Detective: compara e investiga antes de comprar. Su compra se basa en información que encuentra en páginas y reseñas.
4. El fan: ve como una ventaja el comercio en línea y es muy activo en redes sociales.
5. El fiel: similar al anterior, con la diferencia de que compra en tiendas que considera de confianza.
6. El precavido: tiene poca experiencia en compras en línea. Compra sólo en tiendas reconocidas y realizará el pago hasta estar seguro.

7. El racional: confía en las compras online, pero busca información antes de hacer la compra.
 8. El crítico: examina cuidadosamente cada paso de la compra. Toma en cuenta aspectos como el servicio al cliente, tiempo de entrega y hará comentarios positivos o negativos según su experiencia de compra.

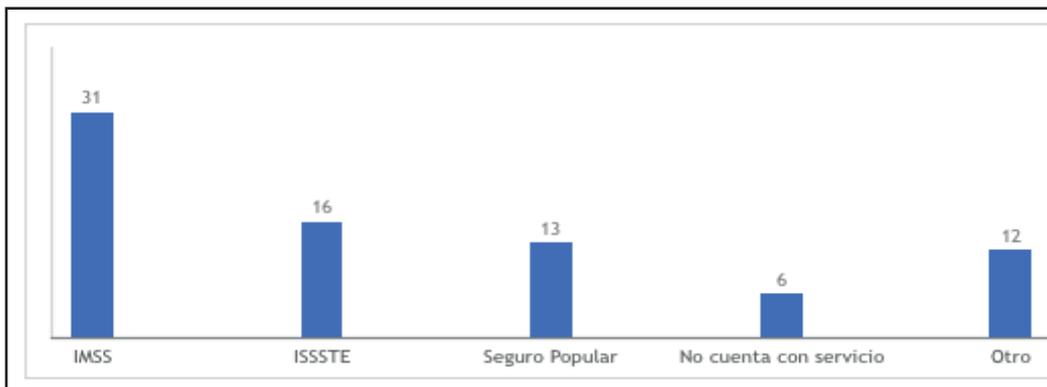
Además, existe un perfil del consumidor mexicano, en el cual se pueden apreciar las características que tiene un comprador en México. Conforme a la Asociación Mexicana de Internet, 7 de cada 10 mexicanos optan por realizar sus compras en línea durante el verano; el 40 por ciento de estos compradores son millennials, esto se refiere a jóvenes entre 22 y 34 años, y es en la Ciudad de México donde más se concentra la compra por internet (Venegas, 2017). Datos del INEGI revelan que son personas de clase media, ubicadas en zonas urbanas, en un hogar con tres a cuatro habitantes, cuentan con servicios como línea de teléfono, teléfono móvil, equipos de cómputo, televisión y una cuarta parte de sus ingresos van destinados a alimentos (Garza, 2017). De igual manera, PayPal menciona que cada comprador hizo una inversión aproximada de 15 mil 519 pesos, destinados a la compra de equipos electrónicos, entretenimiento, ropa y calzado y boletos para viajes y conciertos. Las temporadas en que más consume el mexicano son Navidad, en verano y un treinta por ciento durante el Buen Fin (Venegas, 2017). La computadora es el dispositivo que más utilizan los compradores mexicanos para hacer sus compras en línea, con 91%; en segundo lugar, se encuentra el smartphone, con 90%, y las tablets, con 53 por ciento. Son los millennials quienes utilizan más un smartphone para realizar una compra. También, el AMIPCI afirma que hubo un incremento del 4 por ciento en compras en el extranjero, con respecto al 2015 (Riquelme, 2016).

Más de 60% de los encuestados respondió que, en computadora y smartphone, su forma de pago preferida fue PayPal. Asimismo, el establecimiento más utilizado para hacer el pago de una compra digital es Oxxo, con 30% de los compradores (Riquelme, 2016).

MÉTODOS Y MATERIALES

Esta investigación fue realizada a través de una exploración documental, es decir, la información teórica fue recolectada en fuentes relacionadas con las compras en línea, tanto en México, y otros países como España. Al mismo tiempo, se indagó sobre las características de los compradores en línea, los millennials y la generación X, quienes están mayormente conectados a internet y hacen compras en sitios web. Adicionalmente, se hizo un sondeo a 108 personas en San Luis Potosí. Cada uno de los cuestionarios contaba con preguntas de opción múltiple, como la edad de los encuestados, su nivel de estudios, servicio médico con el que cuenta, si solicita información sobre salud por internet o si ha contactado a algún profesional de la salud por internet, en caso de que existiera una aplicación para tener una consulta médica, si la usaría y cuánto estaría dispuesto a pagar, por mencionar algunas. Por otra parte, se efectuaron 3 entrevistas semi-estructuradas a médicos generales, preguntando cosas como cuáles son las enfermedades más comunes, cuáles son los diagnósticos más frecuentes, si conocen el término “telemedicina”, si creen que sería factible realizar una consulta médica en línea, cuáles serían las ventajas y desventajas de una consulta en línea, qué enfermedades se pueden diagnosticar por medio de una video llamada, cuál sería el costo adecuado para una consulta, etcétera. Tanto los cuestionarios como las entrevistas permitieron determinar el alcance de la consulta médica por internet, y confirmar el perfil del consumidor. RESULTADOS

Las personas encuestadas fueron hombres y mujeres de 22 a 54 años, según el perfil establecido, formando parte de la generación X y la generación millennial, pues es donde se considera que están los clientes potenciales, con base en sus preferencias y hábitos en línea.



La mayoría de los encuestados tiene servicio médico brindado por el Instituto Mexicano del Seguro Social y sólo un 8 por ciento no tiene servicios de salud, además un 15 por ciento tiene otro servicio, como el Universitario o Servicio médico de Pemex.

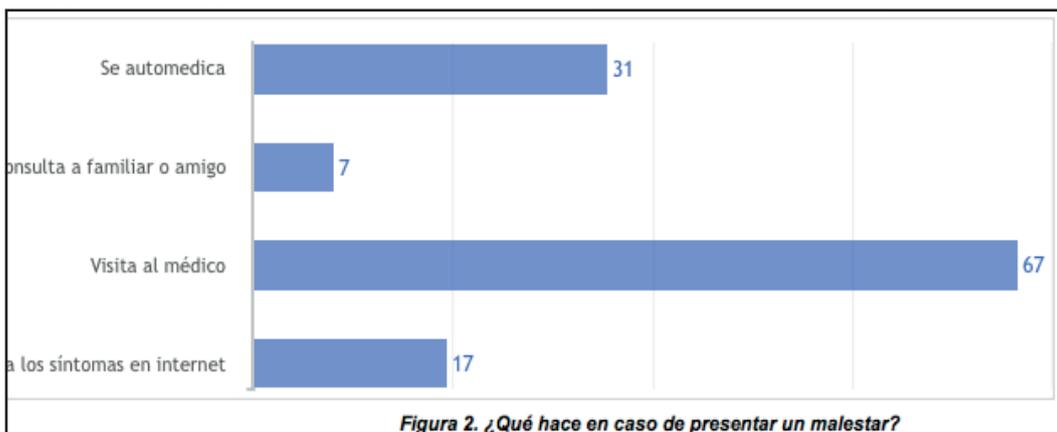


Figura 2. ¿Qué hace en caso de presentar un malestar?

El 55 por ciento de las personas encuestadas visitan a un médico en caso de presentar algún malestar y sólo un 14 por ciento consulta sus síntomas por internet; además un 25 por ciento se automedica, siendo un porcentaje importante con respecto del número de encuestados.

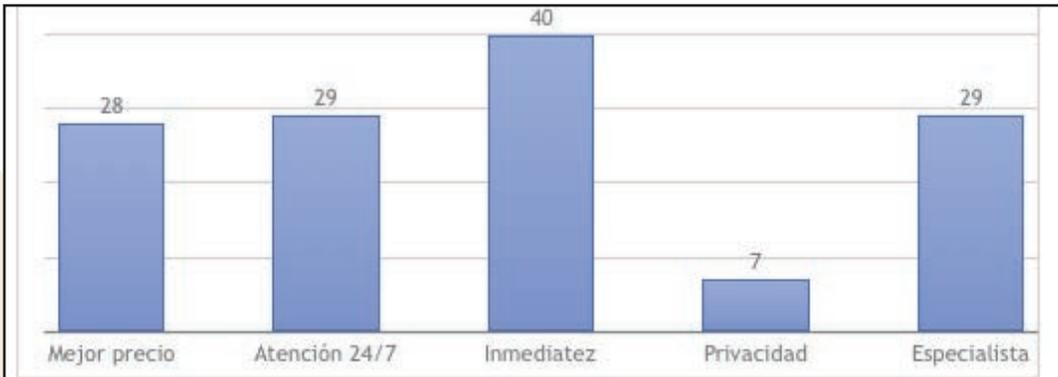


Figura 3. ¿Qué busca en un servicio médico?

El treinta por ciento de los encuestados busca un servicio médico rápido, con un 22 por ciento sigue la atención 24/7 y un especialista, seguido de un mejor precio con 21 por ciento y finalmente, privacidad con un 5 por ciento. La mayoría de las personas prefiere no esperar demasiado tiempo, debido a su estilo de vida ocupado, por esa misma razón, necesitan de un médico en cualquier momento que se presenta un malestar.

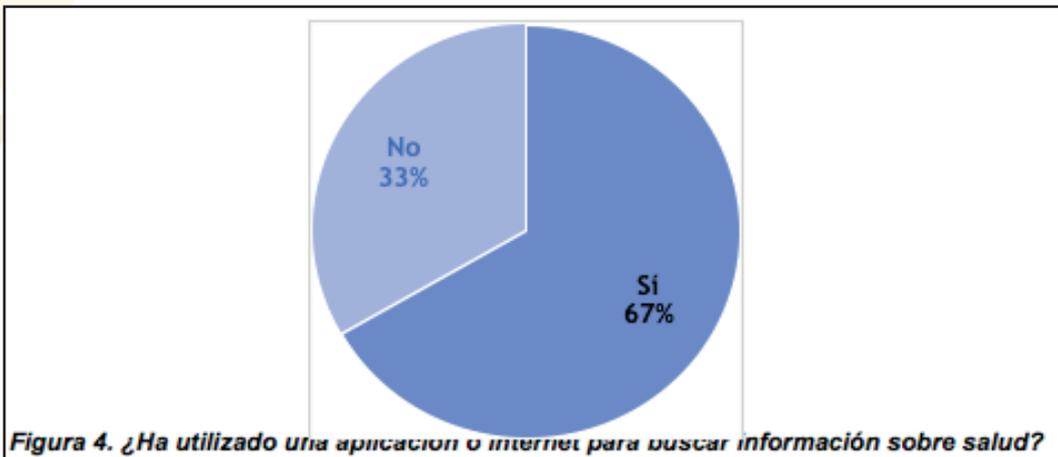


Figura 4. ¿Ha utilizado una aplicación o internet para buscar información sobre salud?

La mayoría de los encuestados ha utilizado alguna aplicación para buscar información relacionada con su salud, con 67 por ciento.

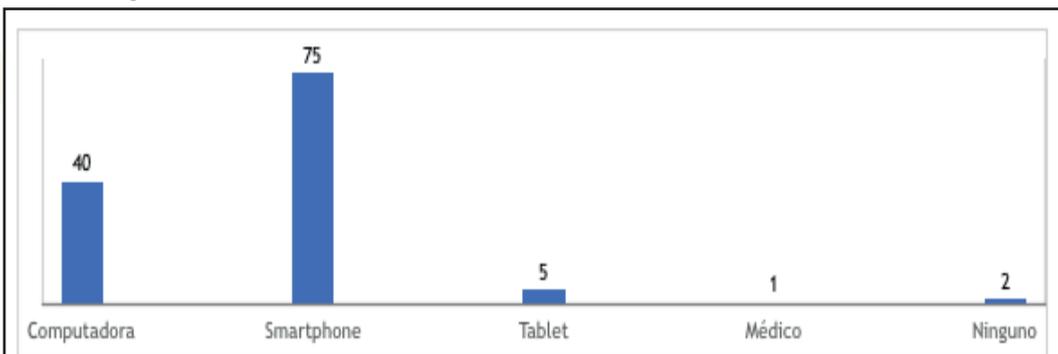


Figura 5. ¿A través de qué dispositivo busca información sobre salud?

En relación con la figura 4, el dispositivo por excelencia para la búsqueda de información es el smartphone, seguido de la computadora.

A pesar de que el 90 por ciento no ha contactado a un médico a través de internet, 71 por ciento lo haría por medio de la aplicación para dispositivos móviles y el sitio web.

CONCLUSIONES

El avance de las tecnologías de la información ha traído un sin número de modificaciones en los modelos de negocio y en las formas de adquirir un bien o servicio; dadas las nuevas oportunidades de adquisición, los hábitos de los consumidores cambian y se adaptan a las nuevas tendencias de compra. Las generaciones más involucradas al uso de la tecnología buscan la manera más rápida y mejor de cumplir con sus tareas, de tal modo que el resto de sus actividades no se vea afectada por las demás.

Servicios como la Telemedicina tienen por objeto el cuidado y bienestar de la salud de sus pacientes, ofreciéndoles atención rápida y con validez por medio de un médico certificado, el cual se encargará de hacer una valoración del paciente, al igual que una consulta presencial, y teniendo acceso a una receta médica, cuando sea necesario. Eso evita el traslado del paciente innecesariamente y le permite continuar con sus actividades regulares. En conclusión, es fundamental conocer el perfil del consumidor al que va dirigido un servicio de Telemedicina, pues es una gran oportunidad de acercarse un mercado potencial, dispuesto a recibir una prestación de este tipo. De igual modo, los doctores también están conscientes de las ventajas que tendría hacer uso de las tecnologías a favor del paciente, para dar una consulta igual de efectiva y con las características que el paciente solicita.

BIBLIOGRAFÍA

- Garza, C. (17 de 01 de 2017). Grupo Acir. Obtenido de <http://blog.grupoacir.com.mx/estudio-de-mercado-perfil-del-consumidor-mexicano>
- Mesa Editorial Merca 2.0. (septiembre de 2013). Merca 2.0. Obtenido de <https://www.merca20.com/conoce-el-perfil-de-los-compradores-online/>
- Riquelme, R. (19 de 10 de 2016). El Economista. Obtenido de <http://eleconomista.com.mx/industrias/2016/11/19/14-datos-sobre-comercio-electronico-mexico>
- Venegas, E. (10 de 01 de 2017). Merca 2.0. Obtenido de <https://www.merca20.com/lo-compran-los-mexicanos-en-internet/>

DIAGNÓSTICO DE PRODUCTIVIDAD PARA LA ZONA METROPOLITANA DE SAN LUIS POTOSÍ BAJO LOS CRITERIOS DE ONU-HÁBITAT

Oscar Ernesto Hernández Herrera y Juan Carlos Neri Guzmán

RESUMEN

Este documento presenta los principales resultados del diagnóstico de productividad realizado en la zona metropolitana de San Luis Potosí obtenidos mediante la aplicación de la herramienta del Índice de Ciudades Prósperas (CPI) diseñada por ONU-Hábitat.

ABSTRACT

This paper presents the principles results about the diagnostic productivity that apply in San Luis Potosí metropolitan area based on City Prosperity Index (CPI), which is a methodology design by ONU-Habitat.

Palabras Clave: ONU-Hábitat, productividad, prosperidad, San Luis Potosí.

Key Words: ONU-Habitat, productivity, prosperity, San Luis Potosí.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo surge de la intención de replicar la Iniciativa de la Prosperidad Urbana propuesta por ONU-Hábitat, el cual es el organismo de las Naciones Unidas para los asentamientos humanos que trabaja en coordinación con el de gobierno, la sociedad civil y el sector privado, para colaborar en el establecimiento, gestión, planificación y financiación del desarrollo urbano sostenible [1]. En este contexto, el City Prosperity Index (CPI) es la herramienta creada por ONU-Hábitat para medir la sostenibilidad de las ciudades considerando diferentes dimensiones de crecimiento.

El objetivo es calcular el CPI, en particular el correspondiente a la dimensión de productividad en la zona metropolitana de San Luis Potosí, con el fin de entender los factores que generan o inhiben el crecimiento y el desarrollo económico. El resultado se muestra de manera tanto cuantitativa (indicadores) como territorial, esta última para la zona metropolitana y para los municipios de San Luis Potosí.

El papel de la productividad es crear oportunidades para el crecimiento económico (sostenido, inclusivo y sostenible) que aproveche y promueva la urbanización y los beneficios de la aglomeración para incentivar el desarrollo tecnológico, la innovación y la competitividad a través de impulsar la creación de actividades de valor agregado, empleos decentes y suficientes que proporcionen mejores niveles de vida y un entorno saludable para la población.

MARCO TEÓRICO

Las zonas metropolitanas son los elementos de mayor jerarquía del sistema urbano nacional, en ellas se genera 71 por ciento del producto interno bruto del país y tienen el potencial de incidir favorablemente en el desarrollo económico y social de sus respectivas regiones.

Se entiende como zona metropolitana a el conjunto de dos o más municipios donde se localiza una ciudad de 50 mil o más habitantes, cuya área urbana, funciones y actividades rebasan el límite del municipio que originalmente la contenía, incorporando como parte de sí misma o de su área de influencia directa a municipios vecinos, predominantemente urbanos, con los que mantiene un alto grado de integración socioeconómica [2].

La zona metropolitana de San Luis Potosí es la número 38 de 59 zonas metropolitanas que se localizan a lo largo del territorio mexicano. Está formada por los municipios de San Luis Potosí y Soledad de Graciano Sánchez, comprende las localidades de San Luis Potosí, Laguna de Santa Rita, Escalerillas, La Pila, Soledad de Graciano Sánchez y Rancho Nuevo. Tiene una superficie total de 1,787.7 km² y una población de 1,040,443 habitantes según cifras del último Censo de Población y Vivienda 2010 publicado por el INEGI.

Métodos y materiales

Para realizar el diagnóstico de productividad se utilizó como instrumento el Índice de Prosperidad Urbana (CPI, de City Prosperity Index en inglés), el cual fue creado en 2012 por ONU-Hábitat y conceptualiza la noción de prosperidad urbana a partir de las siguientes dimensiones: productividad, infraestructura, calidad de vida, equidad e inclusión, sostenibilidad ambiental, gobernanza y legislación las cuales se basan en los principios fundamentales de los derechos humanos [3].

La dimensión de estudio para esta investigación es la de productividad, la cual se compone de las subdimensiones crecimiento económico, carga económica, aglomeración económica y empleo.

La subdimensión de Crecimiento Económico se obtiene a partir del Producto Urbano Per Cápita, el cual se define como la suma del valor agregado bruto de todos los productores dentro de una ciudad en relación con su población total, lo que significa que proporciona información sobre los niveles de ingresos y la capacidad de generar empleo.

La Carga Económica es representada por la Relación de Dependencia de la Tercera Edad, que se refiere a la proporción del número total de personas mayores (65 años o más) con el número de personas en edad de trabajar (de 15 a 64 años). Considerado que, una población de edad avanzada demanda un aumento de los gastos gubernamentales en salud y seguridad social, lo que puede implicar mayores impuestos para la población trabajadora.

La Aglomeración Económica o Densidad Económica mide la relación que existe entre el producto per cápita y el territorio, y favorece la reducción de costos de bienes y servicios debido a la proximidad geográfica, así como la especialización de la mano de obra y la producción de bienes intermedios y finales.

Por último, la subdimensión del Empleo se integra por dos indicadores económicos. El primero de ellos es la Tasa de Desempleo, que comprende parte de la fuerza laboral (de 15 años o más) que, durante cierto período de tiempo, no tiene trabajo, pero está disponible para buscar empleo. El segundo, es la Relación Empleo-Población que determina la proporción de la población en edad para trabajar que se encuentra empleada.

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó como principal fuente de información la Guía Metodológica de Medición de la Prosperidad de la Ciudad de ONU-Hábitat [4], así como bases de datos obtenidas del INEGI, tales como los Censos de Población y Vivienda 2010 y los Censos Económicos 2014. Para el análisis territorial se utilizó el Mapa Digital de México, el cual es un sistema de información geográfica que integra información de elementos naturales y culturales que conforman el entorno geográfico del país y permite relacionar la información estadística con el territorio [5].

RESULTADOS

La dimensión de productividad, para la zona metropolitana de San Luis Potosí, tuvo un valor de 77.49, por lo que es considerada como sólida. En términos generales, la zona metropolitana de San Luis Potosí se ubica en la tercera posición en comparación del resto de las zonas metropolitanas de la región bajo de México, tan solo por debajo de Querétaro (90.60) y León (87.96), las cuales se consideran como muy sólidas (ver tabla 1).

Tabla 1. Indicadores de la dimensión de Productividad del CPI, según Zona Metropolitana de la Región Bajío de México

Zona Metropolitana	Producto Urbano Per Cápita	Relación de Dependencia de la Tercera Edad	Densidad Económica	Tasa de Desempleo	Relación Empleo-Población	Productividad
Aguascalientes	73.67	86.41	61.85	100.00	61.86	75.71
Celaya	58.10	65.45	47.95	85.56	44.12	59.08
La Piedad - Pénjamo	0.00	0.00	0.00	87.82	0.00	10.98
León	84.70	92.27	100.00	70.61	79.14	87.96
Moroleón - Uriangato	55.63	0.05	4.74	85.88	59.31	33.26
Querétaro	100.00	100.00	84.27	78.03	78.22	90.60
San Francisco del Rincón	75.42	69.37	10.03	0.00	100.00	51.20
San Luis Potosí	79.97	75.26	77.50	95.17	59.27	77.49

Nota: Una valoración mayor a 80 se interpreta como Muy Sólido, mayor a 70 Sólido, mayor a 60 Moderadamente Sólido, mayor a 50 Moderadamente Débil, mayor a 40 Débil y mayor a 10 Muy Débil (ONU-Hábitat 2014).

Para la zona metropolitana de San Luis Potosí la mayoría de las subdimensiones se consideran como sólidas, siendo en particular la subdimensión de Carga Económica la que obtuvo el resultado más bajo.

La figura 1 y 2 muestran el desempeño de la densidad económica tanto para la zona metropolitana de San Luis Potosí como para los municipios, respectivamente, los tonos más intensos indican territorios con mayor concentración de producción, establecimientos industriales y actividad económica que se realizan con apoyo de la infraestructura de transporte y los servicios urbanos.

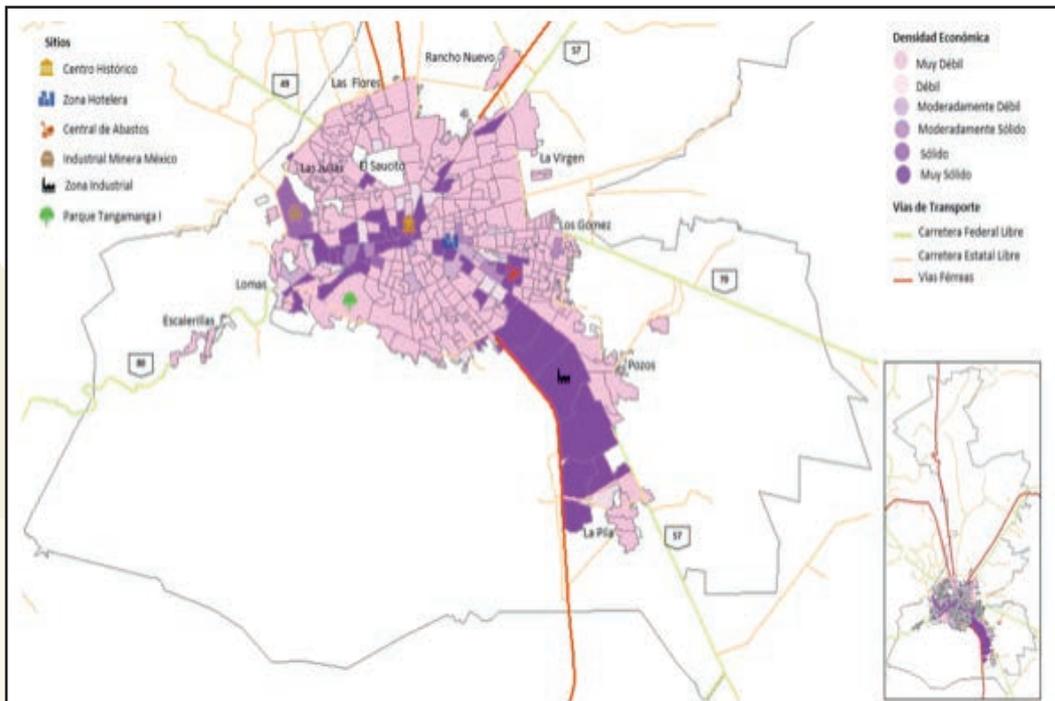


Figura 1. Zona Metropolitana de San Luis Potosí: Densidad Económica por AGEB, 2010.

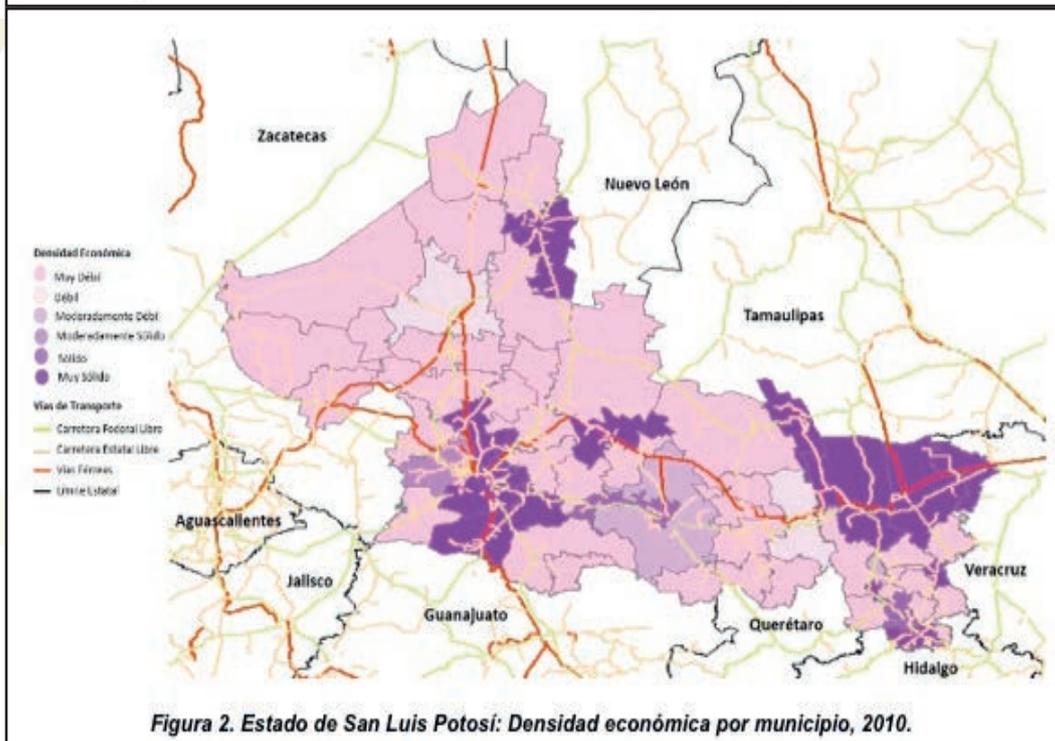


Figura 2. Estado de San Luis Potosí: Densidad económica por municipio, 2010.

Las figuras 3 y 4 muestran la incidencia del desempleo en la zona metropolitana de San Luis Potosí y los municipios de San Luis Potosí, respectivamente, los tonos más acentuados indican áreas donde el desempleo es mayor.

Los altos niveles de desempleo son perjudiciales para las economías debido a que desencadenan problemas sociales, tales como la pobreza y la marginación; además crean barreras que no permiten el desarrollo humano y económico de sus habitantes.

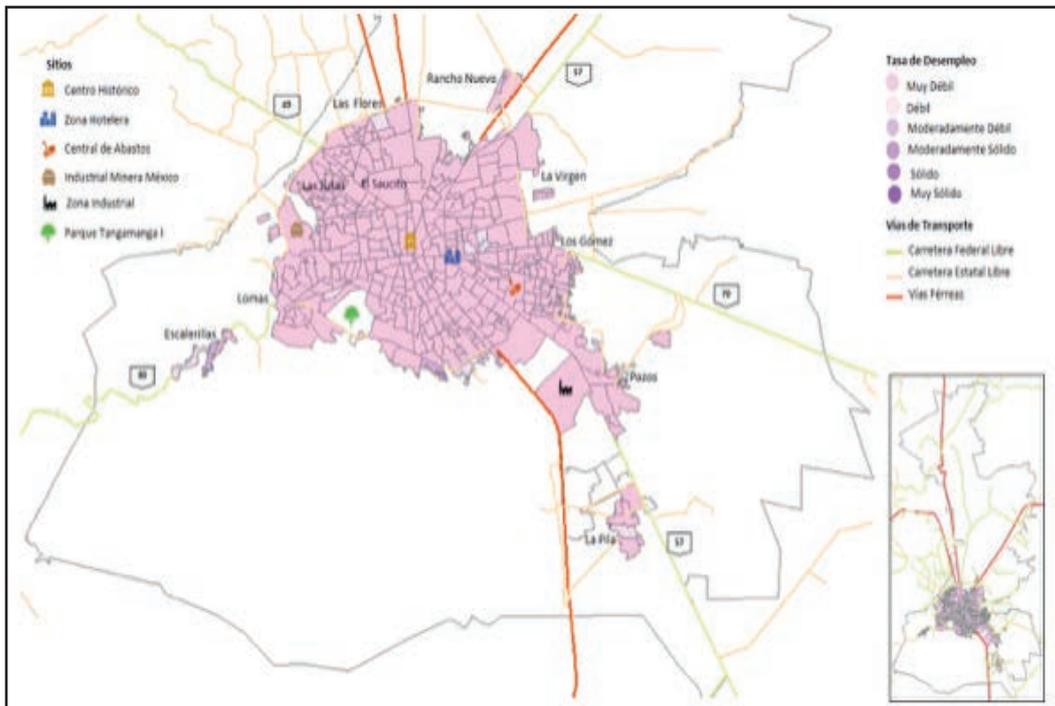


Figura 3. Zona Metropolitana de San Luis Potosí: Tasa de Desempleo por AGEB, 2010.

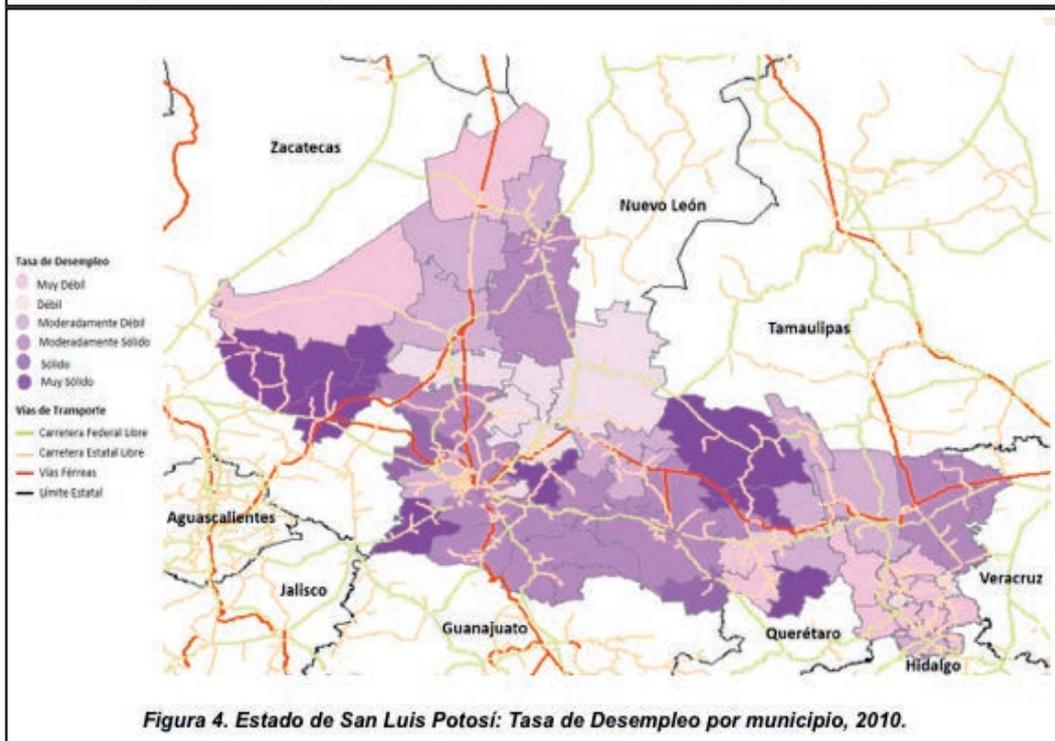


Figura 4. Estado de San Luis Potosí: Tasa de Desempleo por municipio, 2010.

CONCLUSIONES

El papel de la dimensión de productividad en la Prosperidad de la Zona Metropolitana de San Luis Potosí es relevante, lo que significa que existe un ambiente económico propicio para crear empleos y promover el crecimiento a través de aprovechar las ventajas de la aglomeración y urbanización.

Los mejores indicadores de densidad económica se muestran para la zona industrial y áreas comerciales y de servicios en la zona metropolitana de San Luis Potosí (figura 1) y en los municipios de San Luis Potosí, Soledad de Graciano Sánchez, Matehuala, Ciudad Valles, entre otros (figura 2).

Los mejores indicadores de la productividad en la zona metropolitana de San Luis Potosí son baja tasa de desempleo, la producción per cápita y la densidad económica, esto respecto a las principales zonas metropolitanas de la Región Bajío del país.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] ONU-Hábitat (2012). “Folleto ONU-Hábitat”, pp. 2. Consultado en http://www.un.org/es/events/habitatday/pdfs/ONU-HABITAT_brochure.pdf (fecha de consulta 07-08-2017).
- [2] CONAPO (2004). Delimitación de las zonas metropolitanas de México, pp. 8 y 17. Consultado en http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/zonas_metropolitanas2000/01.pdf (fecha de consulta 07-08-2017).
- [3] ONU-Hábitat (2012). Iniciativa para la Prosperidad Urbana (CPI), pp. 1. Consultado en <https://es.unhabitat.org/iniciativas-urbanas/iniciativas-programas/cpi/> (fecha de consulta 07-08-2017).
- [4] ONU-Hábitat (2012). Measurement of City Prosperity. Methodology and Metadata.
- [5] INEGI (2017). Mapa Digital de México, pp. 2. Consultado en http://www.inegi.org.mx/geo/contenidos/mapadigital/doc/desc_sis_y_proy_2017.pdf

SISTEMA SECTORIAL DE INNOVACIÓN PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA DE SAN LUIS POTOSÍ Y LA REGIÓN DE LA LAGUNA: DIAGNÓSTICO DE LA INDUSTRIA CÁRNICA.

Sarahí Elizabeth Zavala Hernández y Gloria Cristina Palos Cerda

RESUMEN

La innovación es ampliamente considerada como un arte, no cómo una ciencia. Lo anterior se deduce de una definición pionera y ahora popular de innovación que rompe las reglas para crear valor de formas novedosas (Schumpeter, 1942). El término ambientes de innovación se ha vuelto popular en la industria, el mundo académico y el gobierno (Oh et al, 2016). El primero en acuñar el término en los negocios fue James Moore (1993) quien estableció una metáfora de la competencia extraída del estudio de la biología y los sistemas sociales. En el siguiente artículo caracterizaremos el ambiente de innovación de las empresas dedicadas a la rama económica 3116: Matanza, empacado y procesamiento de carne de ganado, aves y otros animales comestibles; a partir de la aplicación de un instrumento validado de investigación en el estado de San Luis Potosí. Los resultados surgen de la aplicación de encuestas en el sector de la industria cárnica y son mostrados al final del siguiente documento.

ABSTRACT

Innovation is widely considered an art, not how a science. This is deducted from a pioneering definition and now popular innovation that breaks the rules to create value in new ways (Schumpeter, 1942). The term innovation environments has become popular in the industry, academia and Government (Oh et al, 2016). The first to coin the term in business was James Moore (1993) who established a metaphor of competition drawn from the study of biology and social systems. In the next article we will characterize the atmosphere of innovation of the companies dedicated to the economic branch 3116: slaughtering, packing and processing of meat of livestock, poultry and other edible animals; the application of a validated instrument for research in the State of San Luis Potosi. Results arise from the implementation of surveys in the meat industry sector and are shown at the end of this document.

Palabras clave: ecosistema, innovación, dimensiones, meat industry.

INTRODUCCIÓN

La teoría de ambientes de innovación tiene la capacidad de abordar conceptos que describan las particulares evolutivas sobre las interacciones entre individuos, sus relaciones con las actividades innovadoras y con el entorno en el que operan (Merican y Goktas, 2011). Un ambiente de innovación es una red de organizaciones interconectadas y organizadas en torno a una empresa o plataforma que incorpora participantes de producción centrándose en el desarrollo de nuevos valores a través de la innovación (Autio y Thomas, 2013)

El término ecosistemas de innovación se ha vuelto popular en la industria, el mundo académico y el gobierno (Oh et al, 2016). El primero en acuñar el término de ecosistema en los negocios fue More (1933) quien estableció una metáfora de la competencia relacionando el estudio de la biología y los sistemas sociales. Asociado a lo anterior, algunos usos tempranos del término podrían atribuirse a mediados de los años setentas cuando en el campo de la sociología de las organizaciones se hizo énfasis en los efectos que tiene el medio ambiente en la estructura y funcionamiento de las empresas tanto públicas como privadas (Hannan y Freeman 1993).

Para el caso de San Luis Potosí, la industria cárnica es considerada de fuerte presencia y se destaca por ocupar el primer lugar a nivel nacional en el rubro de monto de pagos y aportaciones normales y extraordinarias, en dinero y especie para retribuir el trabajo del personal, el segundo valor de los activos fijos y el cuarto lugar en concentración de unidades económicas a nivel nacional (INEGI, 2014).

Por su parte el gobierno estatal ha considerado como prioridad el sector a fin de causar las condiciones para que se desarrollen y consoliden los agrupamientos industriales en sectores competitivos como el de alimentos (Gobierno del Estado de San Luis Potosí, 2016 p 22). La Agenda de Innovación del estado seleccionó áreas candidatas dentro de las cuáles la alimentaria es considerada con sus nichos de especialización y líneas de actuación se encuentra el proyecto integral cárnico (CONACyT: 2014; p 57).

Se identifican dos grandes objetivos, primero el fomentar el desarrollo estructurado de la industria alimentaria potosina como referente nacional y segundo potenciar la investigación, desarrollo y la innovación vinculada en el sector (Gobierno del Estado de San Luis Potosí, 2016). Asimismo, la Agenda Estatal de Innovación seleccionó la industria alimentaria cómo área candidata de desarrollo innovador y tecnológico considerando cómo línea de actuación el proyecto integral cárnico (CONACyT: 2014b; p 57).

En el mundo dicho sector ha sido objeto de adopción de un enfoque innovador bajo el auspicio tecnológico a través del objetivo de automatizar el desarrollo de la productividad (Nielsen, Madsen, y Clarke, 2014, p 43). Por lo tanto, la innovación se dirige continuamente hacia la adición de valor y la búsqueda de nuevas aplicaciones (Toldrá, Mora y Reig, 2016) ya que los procesadores de carne están constantemente buscando técnicas alternativas no invasivas para la carne en un intento por mejorar la productividad y la rentabilidad.

MARCO TEORICO

Los estudios de los ecosistemas de innovación han explorado los desafíos que surgen cuando los incentivos a través del ecosistema no están alineados al papel de las relaciones establecidas con sus socios (Christensen y Rosenbloom, 1995) y las actividades que las firmas emprenden para inducir a los socios al intercambio y favorecer sus plataformas tecnológicas específicas (Gawer y Cusumano, 2002).

Las innovaciones tecnológicas produjeron impactos significativos en las estructuras de producción mundiales, cierta tendencia en el estudio de los ecosistemas de innovación estuvo centrada en el planteamiento de estrategias individuales de las mismas organizaciones particularmente del sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's). Tempranamente Hughes (1983) realiza una aportación bibliográfica recalcando aspectos de la evolución de los sistemas modernos de energía eléctrica. Destacó los obstáculos que se plantean cuando algunos elementos tecnológicos de un ecosistema se quedan atrás de otros en la resolución de sus desafíos.

El actual gobierno estatal reconoce la importancia del sector de la rama económica 3116: Matanza, empackado y procesamiento de carne de ganado, aves y otros animales comestibles y ha considerado como prioridad encausar las condiciones para desarrollarlo como agrupamiento industrial competitivo, Lo anterior podría demostrar que los esfuerzos locales son una reacción respecto a los incentivos globales que se están suscitando para impulsar la industria cárnica. En el mundo dicho sector ha sido objeto de adopción de un enfoque innovador bajo el auspicio tecnológico a través del objetivo de automatizar el desarrollo de la productividad (Nielsen, Madsen, y Clarke, 2014, p 43). Por lo tanto, la innovación se dirige continuamente hacia la adición de valor y la búsqueda de nuevas aplicaciones (Toldrá, Mora y Reig, 2016) ya que los procesadores de carne están constantemente buscando técnicas alternativas no invasivas para la carne en un intento por mejorar la productividad y la rentabilidad.

MÉTODOS Y MATERIALES

El objetivo del presente artículo es analizar el ecosistema de innovación empresarial de la industria cárnica en San Luis Potosí a través de la evaluación de su índice general y dimensiones; a lo cual se responderán las siguientes preguntas: en la industria cárnica del estado de San Luis Potosí ¿cuál es el índice general del Ecosistema de Innovación (EI)?, ¿cuál dimensión tiene mayor importancia para el índice de EI? ¿Cuáles dimensiones entre si tiene una relación de mayor importancia para el índice de EI? ¿Existen diferencias significativas entre el índice general de EI y el de las clases 311611 y 311613? ¿Existen diferencias significativas entre el índice de EI general según tamaño, antigüedad y el nivel de formación del director general?

La metodología utilizada fue evaluación de los ambientes de innovación en las empresas a través de una muestra estratificada simple, dicho instrumento se aplicó a las empresas pertenecientes a las categorías del sector antes mencionado.

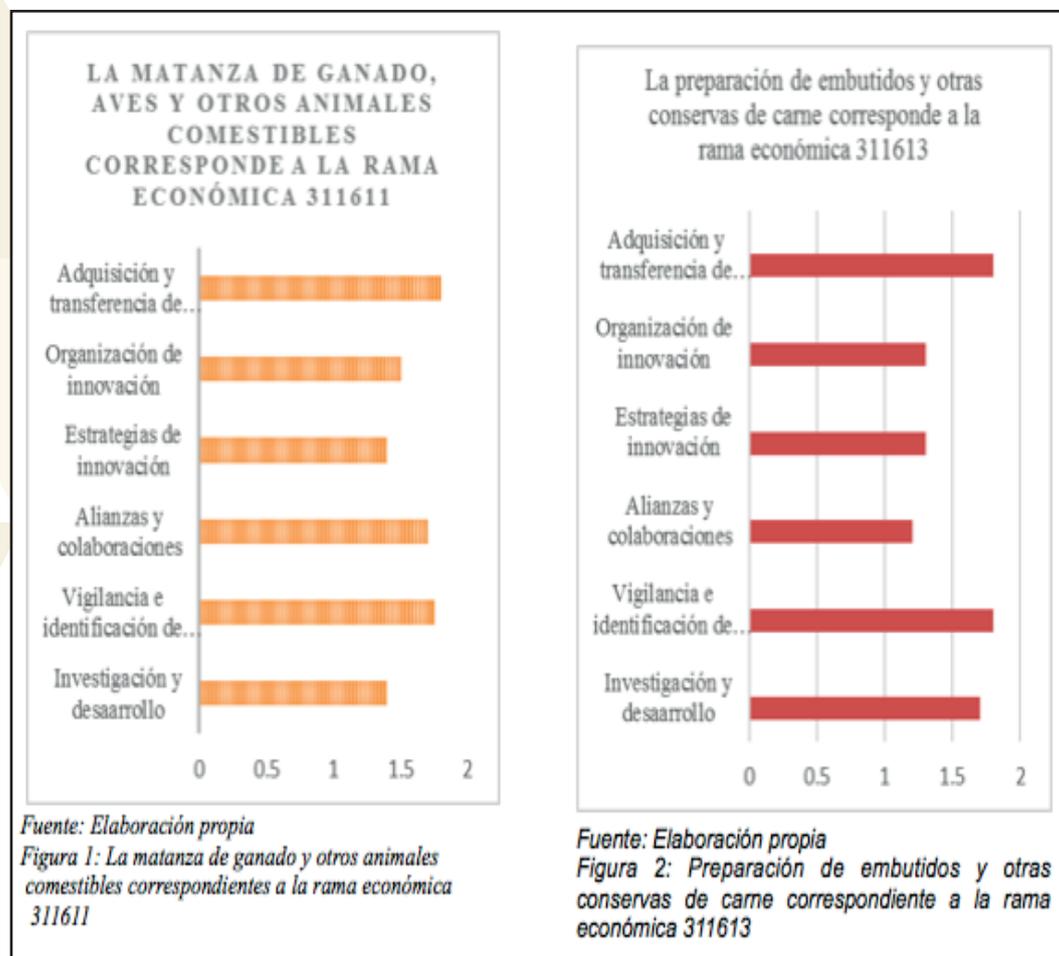


Dimensión: Investigación y Desarrollo (I+D)	<input type="radio"/>
1. No existen iniciativas de investigación y desarrollo en la empresa o se orientan de forma esporádica.	
2. Como regla, las iniciativas de I+D responden a iniciativas personales de grupos o individuos en la empresa	
3. Existe un departamento de I+D que concentra las iniciativas en esta dirección.	
4. Existe un sistema de I+D en la empresa donde participan diversas áreas de la empresa	
5. Los procesos de I+D se encuentran extendidos en todas las áreas y niveles, implicando a todos sus miembros	
Dimensión: Vigilancia e Identificación de Oportunidades.	<input type="radio"/>
1. No se monitorea a la competencia ni se evalúan las tendencias tecnológicas que impactan a la empresa	
2. Se realizan evaluaciones esporádicas de la competencia y las tendencias del sector de pertenencia de la empresa	
3. Existe en la empresa un sistema de información respecto a la competencia, los mercados y la tecnología	
4. Se cuenta con un sistema de vigilancia competitiva sistematizado que detecta oportunidades de innovación.	
5. Se cuenta con un sistema de inteligencia competitiva integrado que detecta oportunidades de innovación.	
Dimensión: Alianzas y Colaboraciones	<input type="radio"/>
1. No existen nexos de colaboración internos ni externos para potenciar los procesos de innovación en la empresa.	
2. Las iniciativas de colaboración para la innovación corren a cargo de personas o grupos de la empresa.	
3. La empresa desarrolla vínculos de cooperación puntuales ante determinada exigencia empresarial.	
4. La empresa planifica la colaboración con otras instituciones y empresas para apoyar la innovación.	
5. Existen nexos estables y alianzas de cooperación con otras empresas e instituciones para apoyar la innovación	
Dimensión: Estrategia de Innovación	<input type="radio"/>
1. En la empresa no existen iniciativas programadas de innovación	
2. Las iniciativas de innovación provienen de proyectos promovidos por personas o grupos dentro de la empresa	
3. Existe un presupuesto de I+D asignado a determinada área de la empresa	
4. La reflexión estratégica de la empresa contempla la incorporación de procesos de innovación	
5. La estrategia empresarial considera las capacidades de innovación como factor clave de apalancamiento	
Dimensión: Organización de la Innovación	<input type="radio"/>
1. No existe una estructura empresarial para promover los procesos de innovación	
2. Las actividades de innovación son asignadas a determinadas personas o áreas de la empresa	
3. Existe un departamento o área en la empresa que se encarga de organizar los procesos de innovación	
4. Se establecen proyectos o acciones de aprendizaje colectivo y desarrollo creativo de apoyo a la innovación	
5. Existe un estrecho alineamiento de los procesos de aprendizaje y desarrollo creativo con la innovación	
Dimensión: Adquisición y Transferencia de Capacidades de Innovación	<input type="radio"/>
1. No se contemplan procesos de adquisición y transferencia de capacidades de innovación en la empresa	
4. Se establecen proyectos o acciones de aprendizaje colectivo y desarrollo creativo de apoyo a la innovación	
5. Existe un estrecho alineamiento de los procesos de aprendizaje y desarrollo creativo con la innovación	
Dimensión: Adquisición y Transferencia de Capacidades de Innovación	<input type="radio"/>
1. No se contemplan procesos de adquisición y transferencia de capacidades de innovación en la empresa	
2. Los miembros de la empresa adquieren y transfieren capacidades de innovación por iniciativa propia	
3. La adquisición y transferencia de capacidades de innovación es responsabilidad de un área de la empresa	
4. La empresa tiene como objetivo promover la adquisición y transferencia de capacidades entre sus miembros	

RESULTADOS

Del total de las 69 empresas previstas, se obtuvo respuesta de únicamente 17 de ellas. Lo que nos otorgó como resultado un reflejo parcial de la situación en la cual se encuentran las empresas del sector cárnico en relación al desarrollo e implementación de los ámbitos de innovación dentro de estas organizaciones.

En los resultados se puede apreciar de manera gráfica un promedio de la situación actual en cuanto a innovación se refiere dentro de las categorías que comprende el sector, demostrando que en su mayoría no es parte de la cultura organizacional adoptar y adaptar un programa orientado a la investigación y desarrollo.



CONCLUSIONES

Los ecosistemas de innovación siguen teniendo temas pendientes por atender, particularmente las áreas de oportunidad que implican la evaluación de los ecosistemas de innovación con la aplicación de una variedad de diseños y métodos de investigación que incluya un alcance comparativo mayor entre países; el rol de las personas en los ecosistemas de innovación (Durst y Poutanen, 2013).

Además, la medición del rendimiento de cualquier fenómeno colectivo de múltiples actores es una tarea difícil; es probable que surjan tensiones y contradicciones entre los objetivos específicos del actor y del sistema, planteando interrogantes sobre cuál es el rendimiento y qué debe medirse (Ritala y Almpantopoulou, 2017), tal y como ocurrió durante el análisis de resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de evaluación, obteniendo como resultado un rezago en relación a los ámbitos de innovación dentro de la industria cárnica.

A pesar de ser este sector uno de los más fuertes económicamente hablando tanto para el estado como para la economía nacional, sin embargo, se requiere recibir mayor apoyo por parte del gobierno para implementar un sistema de investigación y desarrollo dentro de este sector, tanto para las instituciones privadas como para las estatales.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR ONLINE: CASO ESPECIFICO SERVICIO DE CONSULTA MEDICA EN LINEA.

Sergio Ismael Amaro Sánchez y Xóchitl Hernández Velázquez

RESUMEN

El presente artículo tiene como principal objetivo determinar el perfil de consumidor para los servicios médicos en línea partir de su comportamiento así como también los alcances que puede tener un servicio de consulta médica para la telemedicina. Esta investigación toma como caso de estudio el proyecto emprendedor del médico Sergio Sifuentes Cerda que publicó su página web "mimedicoenlinea.mx" y su aplicación para smartphone, en la cual ofrece el servicio de telemedicina. Se realizó un estudio en la zona metropolitana de San Luis Potosí para definir el perfil de consumidor y entrevistas a profesionales de la salud para conocer el alcance del servicio.

ABSTRACT

The main objective of this article is to determine the consumers profile for online medical services based on their behavior as well as the scope of a medical consultation service for telemedicine. This research takes as study case the entrepreneurial project publish by Doctor Sergio Sifuentes Cerda who published his web page "mimedicoenlinea.mx" and his application for smartphone. In this website, he offers the telemedicine service. A study was conducted in the metropolitan area of San Luis Potosí to define the consumer profile and interviews with health professionals to know the scope of the service.

Palabras Clave: Comportamiento del consumidor, Consulta Médica, Internet, telemedicina.

INTRODUCCIÓN

Las preferencias por los productos y servicios por parte del consumidor cambian de forma constante (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011). Con el fin de manejar este estado de flujo constante se debe tener un conocimiento amplio sobre el comportamiento del consumidor. El estudio del comportamiento del consumidor abarca un análisis de factores que influyen en la toma de decisiones al momento de comprar y en uso del producto o servicio.

Según la encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares. El 51% de los hogares potosinos cuenta con conexión a internet. Este porcentaje es superior al de la media nacional, que es de 47%. A pesar de esto solo un 41% cuenta con una computadora en línea, esto se debe al incremento del uso de la telefonía celular, en particular de los Smartphone.

La telemedicina en México forma parte de esos servicios brindados por internet, que tiene por objetivo dar una consulta médica a distancia, atendiendo la necesidad del consumidor de ofrecerles acceso al servicio de salud de manera inmediata en el momento que desee, ofreciéndole al paciente una receta válida con un médico certificado, evitando su traslado a un consultorio.

MÉTODOS Y MATERIALES

La investigación es descriptiva y nos permitirá determinar el perfil de consumidor y los alcances que puede tener el servicio de consulta médica en línea. Las herramientas que se utilizaron para esta investigación se realizaron a través de 3 métodos.

Investigación documental, buscando información de estudios realizados anteriormente en México y otros países.

Entrevistas, se entrevistó a expertos sobre salud para tener la opinión de profesiones sobre este servicio y puntos de vista desde su experiencia profesional además de conocer el alcance que puede tener la consulta en línea.

Encuesta, se realizó una encuesta de sondeo a 108 personas que cumplieran con el perfil que se tiene propuesto para el servicio de consulta médica en línea, esta con el fin de determinar el comportamiento al momento de buscar información sobre salud.

resultados

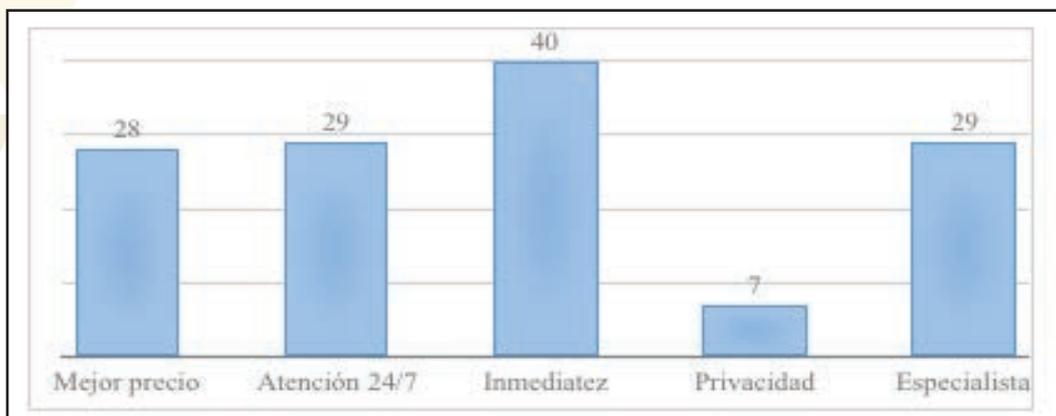
En el municipio de San Luis Potosí, hay 824,229 personas. Con un nivel de confianza de 95% y 5% de margen de error, el tamaño de la muestra es de 384. Se realizaron 108 cuestionarios a modo de sondeo a través de una plataforma en línea, a un grupo de personas de entre los 22 y 54 años, con base en la clasificación de generaciones, perteneciendo a la generación 'X' y a la generación 'Millennial', que son a quienes se podría dirigir este servicio médico en línea.

A partir de los resultados obtenidos se puede decir que el consumidor de este servicio son mujeres y hombres de entre 22 y 54 años, con un grado de estudios de nivel superior que viven en San Luis Potosí. Básicamente cualquier persona que cuente con algún dispositivo electrónico con conexión a Internet puede hacer uso de este tipo de servicio. Los consumidores se preocupan por su salud pero debido a falta de tiempo no acuden a consultas médicas de manera inmediata sino que dejan pasar algunos días lo que puede agravar los casos.

Los servicios médicos que se pueden ofrecer en este nuevo modelo de negocios son consultas básicas en donde no se requiere contacto físico con el paciente tales como problemas comunes, ya que una enfermedad más grave necesita del contacto y revisión más profunda de un profesional. Además, este servicio satisface las necesidades de los consumidores al momento de requerir una consulta debido a la inmediatez con la que se puede contar, así como también la atención de un especialista en cualquier momento.

Además, de acuerdo con las entrevistas con médicos generales, coinciden en que las enfermedades más comunes por temporada, y en algunas entrevistas, se habla acerca de que un paciente va a consulta porque tiene un malestar. Asimismo, los diagnósticos que realizan también concuerdan en que las enfermedades gastrointestinales y respiratorias, son las más comunes, así como las enfermedades crónico-degenerativas. Con base en sus diagnósticos, los medicamentos más recetados son antibióticos, analgésicos y antihipertensivos; mencionan que es importante dar una receta, pues hay medicamentos que sólo se pueden adquirir con la misma. Además, son las mujeres con hijos quienes más acuden a una consulta.

En caso de presentar algún malestar lo primero que hacen las personas es visitar a un médico. De estas personas, la mayoría acuden al médico después de aplicar algún remedio o dejan pasar algunos días.



Se preguntó que fuentes utiliza para buscar información siendo los motores de búsqueda los más utilizados en este aspecto.

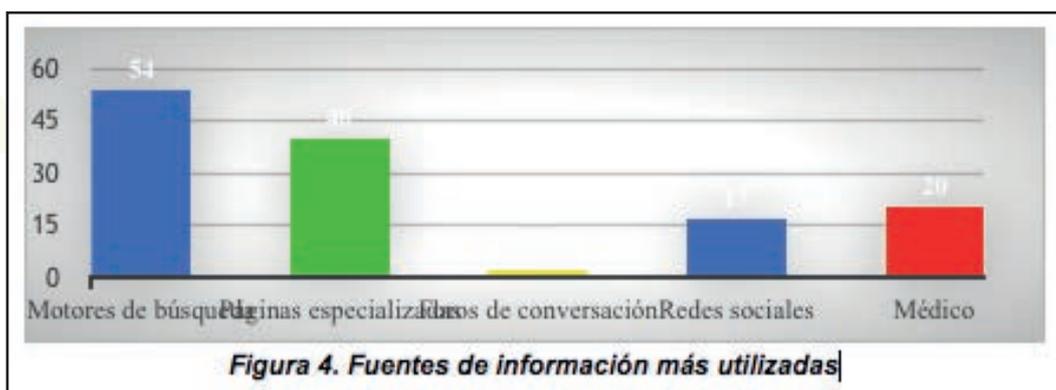


Figura 4. Fuentes de información más utilizadas

Entre las causas por las cuales las personas buscan información internet las enfermedades comunes, como malestares estomacales o enfermedades respiratorias, se encuentran entre las más buscadas seguido de la gestión de medicamentos, la presión sanguínea y el ejercicio.

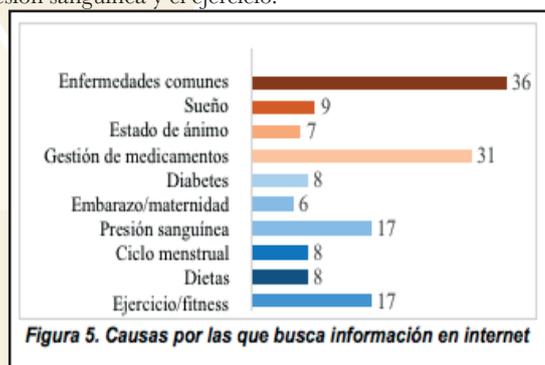
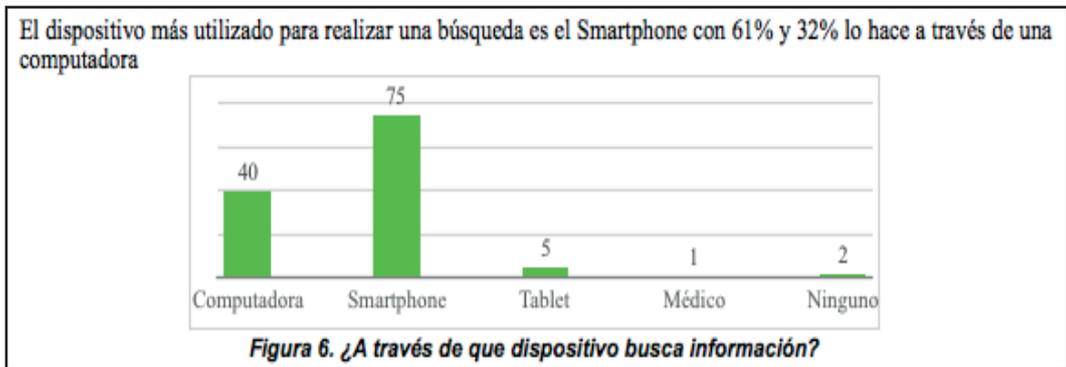


Figura 5. Causas por las que busca información en internet



Se les preguntó si habían tenido algún contacto con un médico a través de internet y se obtuvo que la gran mayoría no lo había hecho, pero sin embargo estarían dispuestos a utilizar un servicio de consulta médica en línea.

Posteriormente se les preguntó que les impediría utilizar un servicio de consulta en medicina del cual se obtuvo que como principal limitante la confianza seguida de la privacidad y la seguridad. Debido a que no es un contacto directo con el profesional las personas tienen cierta desconfianza de que sus datos no estén seguros.



En cuanto al precio de la consulta, la mayoría de las personas estaría dispuesta a pagar un precio de entre \$150 pesos a \$200 pesos por una consulta médica en línea. El método de pago de preferencia entre las personas es Tarjeta de crédito / débito con 61% seguido de la transferencia bancaria con 29%.

CONCLUSIONES

En México el concepto de telemedicina aún es muy poco conocido entre los consumidores y los médicos profesionales pero las personas cada vez están más dispuestas a utilizar este tipo de servicios debido a la accesibilidad para hacer uso. En la actualidad que cada vez más va siendo tendencia entre las personas debido al uso de las tecnologías y el estilo de vida de las personas. Se espera que en el futuro este nuevo modelo de negocio sea una buena alternativa para atender las necesidades básicas de salud de los consumidores ya que pueden acceder a consultas con profesionales inmediatamente en el momento que el cliente lo requiera.

De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas las personas buscan como principal criterio en un servicio de consulta la inmediatez y además ser atendidos por un profesional por otro lado como limitante para no hacer uso del servicio es la confianza y la seguridad debido a que no se tiene un contacto directo con el médico. Con respecto a las entrevistas realizadas a profesionales de la salud, nos mencionan que el servicio puede ser dirigido a personas que vivan demasiado lejos o cuando no se cuente con un médico en el momento o un hospital.

Se recomienda dar seguimiento a esta investigación aplicando el total de los cuestionarios y obtener mejores resultados además de aplicar más instrumentos como un focus group para identificar mayores oportunidades para el servicio de consulta en línea.

BIBLIOGRAFIA

- Cajal, M. (9 de diciembre de 2014). Mabel Cajal. Obtenido de Millennials, Generación X, Baby Boomers: ¿Cómo se comportan online?: <https://www.mabelcajal.com/2014/12/millennials-generacion-x-baby-boomers-como-se-comportan-online.html/>
- Doctoralia. (14 de julio de 2015). Primer informe Doctoralia. Obtenido de Salud e Internet: <http://www.doctoralia.com.mx/>
- El Financiero. (febrero de 2017). El Financiero. Obtenido de <http://www.elfinanciero.com.mx/sponsor/generacion-x-lidera-compras-por-internet.html>
- Garza, C. (enero de 2017). Grupo Acir. Obtenido de <http://bloggrupoacir.com.mx/estudio-de-mercado-perfil-del-consumidor-mexicano>
- Gonzales, L., & Pacheco, A. (2012). Desarrollo de la telesalud en México. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Gutiérrez, A. (mayo de 2016). Forbes México. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). Marketing. Ciudad de México: Cengage Learning.
- Mecanismo para la estipulación de los honorarios médicos de los especialistas colegiados. (2017). COMEGO. Obtenido de <http://www.comego.org.mx/formatos/Mecanismo.pdf>
- PayPal. (6 de febrero de 2017). Infografía. Obtenido de perfil del consumidor digital mexicano : <https://pics.paypal.com/00/s/YzRhNWMzMGUtOGE1YS00NjFkLTlhNzEtMjAzZTZiMjg1MTIw/file.JPG>
- Pérez, C. (febrero de 2016). Marketísimo. Obtenido de <http://marketisimo.blogspot.mx/2016/02/early-adopters-y-otros-conceptos-de.html>
- Perezbolde, G. (diciembre de 2014). Merca 2.0. Obtenido de <https://www.merca20.com/conoce-las-diferencias-entre-millennials-genx-y-baby-boomers/3/>
- Riquelme, R. (19 de noviembre de 2016). El Economista. Obtenido de 14 datos sobre el comercio electrónico en México: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2016/11/19/14-datos-sobre-comercio-electronico-mexico>
- Venegas, E. (01 de enero de 2017). Merca 2.0. Obtenido de <https://www.merca20.com/lo-compran-los-mexicanos-en-internet/>