

MiPyME, gran empresa e instituciones atendiendo ODS de la ONU

Coordinadores:

Dr. Oscar Lozano Carrillo
Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez
Dr. Roberto de Jesús Cruz Castillo
Dra. Blanca Isela Castillejos Suastegui
Dr. Jesús Manuel Ramos García
Dra. María Teresa Magallón Díez
Mtro. Nehemías Roblero Salas



Mipyme, gran empresa e instituciones atendiendo ODS de la ONU

Primera edición, noviembre 2022

Coordinadores:

Dr. Oscar Lozano Carrillo

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez

Dr. Roberto de Jesús Cruz Castillo

Dra. Blanca Isela Castillejos Suastegui

Dr. Jesús Manuel Ramos García

Dra. María Teresa Magallón Díez

Mtro. Nehemías Roblero Salas

GRUPO EDITORIAL HESS, S.A. DE C.V.

Manuel Gutiérrez Nájera N°. 91, Col. Obrera

Alcaldía Cuauhtémoc, C.P. 06800, Ciudad de México.

Responsables de Edición:

Centro Universidad Empresa (CEUNE)

Universidad Autónoma de Chiapas, D.R. © 2022

Colina Universitaria, Blvd. Belisario Domínguez km. 1081

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Colección: Foro UNACH-UAM

Gestión e Innovación de las Mipymes: Retos y desafíos.

Aval Académico:

Comité Editorial CEUNE-UNACH

08 de Noviembre de 2022

Red Mexicana de Investigadores en Estudios

Organizacionales A. C. (REMINEO)

Apoyo en la edición:

Lic. Iris Alondra Gutiérrez Jiménez

Mtra. Abilene Patricia Cruz Cruz

Diseño y maquetación: Luis Javier Anguiano

ISBN: 978-607-8761-35-7

El contenido, las opiniones y la originalidad de los artículos publicados en este libro son responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de los coordinadores, del editor o de los avales académicos.

La publicación de este libro digital es una coedición financiada por la Red Mexicana de Investigación en Estudios Organizacionales A.C. (REMINEO) y la Universidad Autónoma de Chiapas con ingresos propios generados a través del Centro Universidad Empresa.

Editado en México.

MIPYME, GRAN EMPRESA E INSTITUCIONES ATENDIENDO ODS DE LA ONU

Coordinadores:

Dr. Oscar Lozano Carrillo
Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez
Dr. Roberto de Jesús Cruz Castillo
Dra. Blanca Isela Castillejos Suastegui
Dr. Jesús Manuel Ramos García
Dra. María Teresa Magallón Díez
Mtro. Nehemías Roblero Salas

Universidad Autónoma de Chiapas
Centro Universidad Empresa

Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Azcapotzalco

Red Mexicana de Investigadores en Estudios
Organizacionales A.C. (REMINEO)





Dr. Carlos F. Natarén Nandayapa
RECTOR

Dra. María Eugenia Culebro Mandujano
SECRETARIA GENERAL

Dra. Guillermina Vela Román
SECRETARIA ACADÉMICA

Dr. Arcadio Zebadúa Sánchez
SECRETARIO DE IDENTIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Dr. Hugo Alejandro Guillén Trujillo
SECRETARIO PARA LA INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD CULTURA

C.P.C. Roberto Cárdenas de León
SECRETARIO ADMINISTRATIVO

Dra. María Guadalupe Rodríguez Galván
DIRECTORA GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

Dr. Adrián Alberto Reyes Vázquez
COORDINACION GENERAL DE RELACIONES INTERINSTITUCIONALES

Dra. Mary Dalia Garivaldi Ozuna
DIRECTOR GENERAL DE PLANEACIÓN

Dr. César Augusto Coutiño Gómez
COORDINACIÓN GENERAL DE UNIVERSIDAD VIRTUAL

Lic. David Hernández Hernández
COORDINADOR GENERAL DE FINANZAS

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez
COORDINADORA GENERAL DEL CENTRO
UNIVERSIDAD EMPRESA CEUNE-UNACH

Colección: Foro UNACH-UAM
Gestión e Innovación de las Mipymes: Retos y desafíos.

Licenciatura en Gestión de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa y
Coordinación de Investigación y Posgrado del CEUNE-UNACH



Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales A. C.

Dr. Jorge Alberto Rosas Castro
PRESIDENTE

Dr. Alexander Naime Libien
SECRETARIO EJECUTIVO

Dra. María Teresa Magallón Díez
DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez
COORDINADORA DEL NODO TEMÁTICO DE INVESTIGACIÓN
“EMPRESA FAMILIAR Y MIPYME”

Autores

(Por orden alfabético)

Álvarez Oval Luis Antonio	López Báez Orlando
Arias Vargas Francisco Javier	López Rivera Idalia
Baeza Mendoza Lourdes	Mafud Toledo Magali
Bello Mendoza Sara Jocelyn	Moreno López Esteban Otoniel
Cabral de la Cruz Julio César	Norzagaray Espinoza Rodrigo
Castillo Estrada Christian Mauricio	Palomeque Cruz Leticia
Chan Hernández Jesús	Palomeque López Adriana
Cruz Castillo Roberto de Jesús	Pérez Castro Cynthia Beatriz
Cruz Sánchez Carlos Octavio	Pérez Hernández Joselyne Guadalupe
Cruz Sánchez Zoily Mery	Pérez Mayo Augusto Renato
De la Cruz Vázquez Arón	Pérez Sánchez Beatriz
Díaz Huicho Dulce Valeria	Ramírez González Sandra Isabel
Espinosa Zaragoza Saúl	Ramos García Ramón Emilio
Esquinca Argüello Emilio	Rivera Obregón Mónica Liliana
Esquinca Ruiz Humberto	Rodríguez Falcón Margarita
Estañol Vidrio María Antonieta	Román Fuentes Juan Carlos
Fonseca Bojórquez Cristal	Román Julián Rebeca
Franco Gurría Rafael Timoteo	Romero Gutiérrez Marco Antonio
García Arteaga Karla Beatriz	Romero Tirado Rodrigo
García Leal Karina Milene	Romero Torres Fernando
García Sampedro Susana Patricia	Sarmiento Martínez Enoch Yamil
Hernández Juárez José Luis	Sommers González Gabriel
Inzunza Mejía Patricia Carmina	Vidal Fócil Ana Bertha
Jasso Macossay Pablo Enrique	Zebadúa Sánchez Arcadio
León Ayala Alma Leslie	

Contenido

Introducción.....	11

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez

Mtro. Nehemías Roblero Salas

APARTADO A

Educación inclusiva, equitativa y de calidad con oportunidades de aprendizaje durante toda la vida de todos

Liderazgo escolar y competencias digitales en el docente: Reflexiones en torno a la organización educativa pública y privada en el contexto actual.....	14

Karla Beatriz García-Arteaga

Arcadio Zebadúa-Sánchez

Carlos Octavio Cruz-Sánchez

Calidad Educativa en el Instituto Tecnológico Superior de Comalcalco a partir de la Gestión Educativa y Equidad de Género.....	34

Mtro. Julio César Cabrales-de la Cruz

Plan operativo del Centro de Autismo en la educación primaria en la ciudad de Tapachula, Chiapas, México	49

Dra. Alma Leslie, León-Ayala

Mtra. Adriana Palomeque López

Dra. Susana Patricia García Sampedro

Dr. Emilio Esquinca Argüello

APARTADO B

Seguridad alimentaria y mejora de la nutrición, promoviendo la agricultura sostenible

El proceso de transformación de granos de cacao a chocolate:
indicadores de rendimiento en MIPYMES en México 68

Dr. Orlando López-Báez

Dra. Sandra Isabel Ramírez-González

Dr. Saul Espinosa-Zaragoza

M.C. Rodrigo Romero-Tirado

Estrategias de un Grupo Económico: Industrias Bachoco 85

Dra. Beatriz Pérez Sánchez

Competir con liderazgo en las empresas agroindustriales
de Tenosique, Tabasco 103

Mtro. Jesús Chan Hernández

Dra. Lourdes Baeza Mendoza

Mtro. José Luis Hernández Juárez

Mtro. Pablo Enrique Jasso Macossay

Transferencia tecnológica para innovar en la gestión de labores
de producción de bananos, caso de estudio: Rancho la Gloria..... 125

Dr. Arón de la Cruz Vázquez

Dr. Christian Mauricio Castillo Estrada

Mtro. Luis Antonio Álvarez Oval

APARTADO C

Igualdad entre géneros y empoderamiento de mujeres y niñas, promoviendo sociedades justas, pacíficas e inclusivas

Causas que determinan el empoderamiento
de las empresarias mexicanas..... 148

Dra. Ana Bertha Vidal Fócil

Mercado laboral y competencias socioemocionales; la encrucijada de las clasificaciones teóricas.....	164

Dr. Juan Carlos Román Fuentes

Dra. Rebeca Román Julián

Dr. Rafael Timoteo Franco Gurría

Importancia e Influencia de los Derechos Humanos para la creación de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES).....	196

Leticia, Palomeque-Cruz

Comercio informal en la población de estudiantes universitarios: una consecuencia de la pandemia del Covid-19	211

Dra. Margarita, Rodríguez-Falcón

Políticas y programas públicos en las MiPymes de Villahermosa Tabasco durante la pandemia del Covid-19: una perspectiva de género	231

Dra. María Antonieta, Estañol-Vidrio

APARTADO D

Crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos

Determinantes organizacionales en la aplicación del Objetivo de Desarrollo Sostenible de innovación para la transformación digital de las PyMES	246

Dra Patricia Carmina Inzunza Mejía

Dra. Cynthia Beatriz Pérez Castro

Lic. Rodrigo Norzagaray Espinoza

Desarrollo Económico de MiPymes en América Latina ante COVID-19. Estudio de caso.....	270

Dra. Alma Leslie León Ayala

Dr. Francisco Javier Arias Vargas

Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez

Dr. Roberto de Jesús Cruz Castillo

Dra. Sara Jocelyn Bello Mendoza

Dr. Christian Mauricio Castillo Estrada

Capacitación en la planeación financiera para las microempresas del sector comercial	285
<i>MC. Dulce Valeria, Díaz Huicho</i> <i>MC. Cristal Fonseca Bojórquez</i> <i>Dra. Mónica Liliana Rivera Obregón</i> <i>Dra. Patricia Carmina Inzunza Mejía</i> <i>Dr. Esteban Otoniel Moreno López</i>	
Utilización del método BCG y análisis del valor económico agregado en la estrategia de negocios para una tienda de abarrotes.....	298
<i>Dr. Fernando Romero-Torres</i> <i>Dr. Augusto Renato Pérez-Mayo</i>	
Gestión para el mejoramiento de la imagen de los mercados públicos en Tuxtla Gutiérrez, como estrategia de desarrollo para reactivar la actividad turística.....	320
<i>Dra. Joselyne Guadalupe Pérez Hernández</i> <i>Dra. Karina Milene García Leal</i> <i>Dra. Magali Mafud Toledo</i> <i>Dr. Marco Antonio Romero Gutiérrez</i>	
El impacto de la pandemia del Covid-19 y sus efectos económicos en el sector ferretero de la ciudad de Tapachula, Chiapas	338
<i>Dr. Ramón Emilio Ramos García</i> <i>Dra. Idalia López Rivera</i> <i>Dr. Humberto Esquinca Ruiz</i> <i>Dr. Gabriel Sommers González</i>	
Semblanzas de autores.....	354

Introducción

Los cambios vertiginosos de la sociedad actual van en aumento por las condiciones sociales, políticas, económicas y principalmente por los efectos a la salud del reciente paso de la pandemia COVID-19 en el mundo, aunado a ello, el desarrollo de la Tecnología de la Información y de la Comunicación hacen más acelerados dichos cambios sociales, que modifican modos de actuar y de pensar en el campo científico, mismas que representan un reto en el papel que juegan las universidades como generadoras y reproductoras del conocimiento.

Sin duda alguna, las universidades tienen un papel trascendente en el análisis, atención y en algunos casos en la implementación previstos en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), principalmente, porque son un agente que destaca su papel principal que atiende el Objetivo Número Cuatro “Educación de Calidad” con características de una educación inclusiva, equitativa y de calidad.

Los 17 ODS son: (1) *Fin de la pobreza*, (2) *Hambre cero*, (3) *Salud y bienestar*, (4) *Educación de calidad*, (5) *Igualdad de género*, (6) *Agua limpia y saneamiento*, (7) *Energía asequible y no contaminante*, (8) *Trabajo decente y crecimiento económico*, (9) *Industria, innovación e infraestructura*, (10) *Reducción de la desigualdades*, (11) *Ciudades y comunidades sostenibles*, (12) *Producción y consumo responsables*, (13) *Acción por el clima*, (14) *Vida submarina*, (15) *Vida de ecosistemas terrestres*, (16) *Paz, justicia e instituciones sólidas*, (17) *Alianzas para los objetivos*.

El presente libro denominado “Mipyme, gran empresa e instituciones atendiendo ODS de la ONU” presenta al lector 18 capítulos que se ha dividido en cuatro grandes apartados.

El primer apartado que se denomina educación inclusiva, equitativa y de calidad con oportunidades de aprendizaje durante toda la vida de

todos; lo integran tres capítulos que describen el liderazgo escolar tanto en organizaciones públicas y privadas, además de contribuir a una educación equitativa e inclusiva que busca atender las necesidades de aprendizaje de todas las personas, con especial énfasis en aquellas que son vulnerables y vulneradas por la marginación y la discriminación por su condición de vida, como el caso que se presenta del Plan Operativo del Centro de Autismo en la educación primaria en la ciudad de Tapachula. Chiapas. México.

El segundo apartado denominado seguridad alimentaria y mejora de la nutrición promoviendo la agricultura sostenible, está integrado por cuatro capítulos en los que se reconoce la importancia de los vínculos existentes entre el apoyo a la agricultura sostenible, así como el empoderamiento de los pequeños agricultores, quienes desarrollan estrategias de super vivencia para asumir con liderazgo los retos de la sociedad actual en materia empresarial.

El tercer apartado denominado igualdad entre géneros y empoderamiento de mujeres y niñas, promoviendo sociedades justas, pacíficas e inclusivas, lo integran cinco capítulos que enfatizan la igualdad de género, como un derecho humano fundamental, además de ser imprescindible para lograr sociedades pacíficas, con pleno potencial humano y capaces de desarrollarse de forma sostenible.

Finalmente, el cuarto apartado denominado crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, está integrado por seis capítulos en donde muestran procesos de capacitación, de organización y estrategias metodológicas para el crecimiento económico a través del diseño y desarrollo de las MiPymes.

Esperamos que la contribución de los autores que participan en el presente libro atienda y despierte el interés de los lectores para abordar temas particulares para la generación del conocimiento en contextos diversos relacionadas a las micros, pequeñas y medianas empresas, por lo que nos permitimos dejar al final del libro la semblanza curricular de sus autores con sus respectivos datos de contacto.

DRA. ZOILY MERY CRUZ SÁNCHEZ
MTRO. NEHEMÍAS ROBLERO SALAS

APARTADO A

.....

**Educación inclusiva, equitativa
y de calidad con oportunidades
de aprendizaje durante
toda la vida de todos**

CAPÍTULO I

Liderazgo escolar y competencias digitales en el docente: Reflexiones en torno a la organización educativa pública y privada en el contexto actual

KARLA BEATRIZ GARCÍA-ARTEAGA¹

ARCADIO ZEBADÚA-SÁNCHEZ²

CARLOS OCTAVIO CRUZ-SÁNCHEZ³

Resumen

El liderazgo escolar es uno de los aspectos con gran auge en los últimos años, debido a la necesidad de una dirección que fortalezca a la comunidad y que provoque resultados académicos favorables. Las competencias digitales en el docente se convierten en una herramienta primordial para fortalecer las interacciones virtuales e híbridas que se generen en el proceso enseñanza aprendizaje. Es la cultura organizacional en la organización que toma protagonismo y entrelaza el liderazgo y las competencias digitales que enmarcan las interacciones entre los docentes, el personal administrativo, las coordinaciones y la alta dirección.

El liderazgo distribuido y pedagógico, así como la gestión son áreas disciplinares que inciden en la cultura organizacional. Para la organización educativa pública, el liderazgo proviene desde la rectoría y se disemina a las escuelas, centros e institutos en los que incida y favo-

¹ Universidad Autónoma de Chiapas, karla.garcia@unachmx, mexicana

² Universidad Autónoma de Chiapas, zebadua@unach.mx, mexicano

³ Universidad Autónoma de Chiapas, cacruz@unach.mx, mexicano

rezca el aprendizaje en el aula. En el caso de la organización educativa privada, el liderazgo se genera desde los socios y directivos de las secciones, quienes a través de los procedimientos y las prácticas impregnan su ideología que se traduce en los valores, ritos y ceremonias llevadas a cabo. Nuevos saberes se han impulsado a raíz de la pandemia que ha acaecido a nivel mundial. El currículo se ha matizado y nuevos desafíos se avecinan para los niveles básico, medio superior y superior. Los aspectos como la salud emocional, la diversificación del ejercicio físico (por ejemplo, yoga) y el conocimiento de los derechos humanos y cultura de paz se han impulsado en los últimos años.

Palabras clave: Liderazgo, organización escolar, currículo, competencias digitales, cultura organizacional

Introducción

La organización escolar tiene un impacto significativo en el proceso enseñanza aprendizaje. En ese espacio se expresa el currículo y los resultados académicos. La organización escolar da cuenta y se refleja en la cultura organizacional. Este concepto se reconfigura de acuerdo a ciertos factores. De acuerdo con Ahumada (2012) entre los factores externos figuran las condiciones tecnológicas, legales, económicas, políticas, demográficas y culturales. Los factores del entorno durante las últimas décadas, han respondido a cambios que han reconfigurado los diversos escenarios de las organizaciones y las relacionadas con la educación, no ha sido la excepción.

Los cambios vertiginosos que se entretienen entre las naciones en donde la economía y el nivel de preparación de los desafíos tecnológicos han representado el surgimiento de nuevas profesiones, en donde la especialización en ciertas áreas del conocimiento relacionadas con la tecnología, las certificaciones en las profesiones han demandado el surgimiento de nuevas aptitudes en el profesional, por lo que el impacto surte efecto en el ámbito educativo.

Por tanto, la capacidad de respuesta de las organizaciones educativas, ha coadyuvado a surtir la mirada y la reflexión hacia las organizaciones educativas quienes a través de su currículo y de un acertado y pertinente liderazgo, se tornan factores nucleares para la obtención de resultados académicos eficientes.

Hoy en día, las necesidades de la organización escolar demandan a un líder no como una persona hegemónica que tiene la verdad absoluta, que cuenta o presume tener el conocimiento tácito y asume una posición de tomar decisiones desde una silla presidencial, sino por el contrario, un líder involucrado, permeado, sensible de lo que acontece en su entorno (dentro y fuera de él) en donde involucre las diferentes áreas de gestión. Los grupos de interés como los padres de familia, la sociedad, la competencia (otras instituciones educativas tanto del ámbito público como privado), los empresarios de la región están atentos a cómo reacciona la organización educativa ante los cambios y exigencias del entorno en donde la capacidad de respuesta será un indicador de la efectividad de su organización escolar, del liderazgo y de lo exitoso de su competencia digital adquirida y actualizada.

El liderazgo escolar en la organización

La organización escolar es un eje primordial de estudio en este capítulo. Se le concibe como el espacio social en el que se encuentran inserto personal administrativo de las diferentes áreas de la organización, las cuales tienen diferentes roles tanto de la gerencia media como la operativa. Para efectos de este capítulo, se enunciará como el director de la escuela quien es el enlace entre la organización y los inversionistas o grupo de empresarios que representan al nivel estratégico, esto en el caso de la organización escolar privada.

Para el caso de la organización escolar pública, es la figura del rector, como la máxima autoridad universitaria en la organización, cuyas decisiones son observadas por un cuerpo de gobierno que se traduce como el papel que llevan a cabo los socios, en el caso de la organización privada; en cada unidad académica se encuentra el respectivo director o coordinador general, el cual ejerce como la máxima autoridad en la escuela, centro, facultad o instituto. Para la toma de decisiones, la

rectoría la realiza en comunión con el cuerpo de gobierno de la institución, así también guarda una relación con el gobierno estatal.

¿Qué es el liderazgo?

De acuerdo con Sierra V. (2016) subraya que un líder debe mostrar capacidades en ese ámbito el cual demuestre un manejo de la información, un empoderamiento y delegación adecuada, una claridad frente a los objetivos de la organización, cómo implementar los proyectos, un conocimiento de las dinámicas internas de la institución, a crear espacios de comunicación y una capacidad de escucha.

Liderazgo distribuido

En relación al liderazgo distribuido se puede considerar como el poder transferido a quienes presentan capacidades y propósitos coherentes con la visión y misión institucional (Holguin, *et.al.* 2020). Esta labor institucional de equipo y de fomento de una identidad organizacional da cuenta del enorme compromiso que tiene en sus manos el directivo que ejerza un liderazgo distribuido en el que también se valora las capacidades y destrezas de cada uno de los miembros de la organización.

Las condiciones laborales de los directivos suelen caracterizarse por una alta demanda en sus actividades, un incremento en sus funciones en relación a la rendición de cuentas, por lo que se tiene una serie de responsabilidades a cumplir. La práctica del liderazgo distribuido aboga a que el director cuente con una red de profesionales en colaboración con las tareas propias que interrelacionan a los profesores, coordinadores de áreas y el director, puedan de esta manera colaborar de forma ardua y en conjunto para el logro de los objetivos de aprendizaje de cada nivel y que estos favorezcan los resultados académicos.

De manera práctica, desde el punto de vista del liderazgo distribuido, todos los miembros de la comunidad escolar brindan y ponen en marcha sus destrezas y habilidades de cada integrante para el logro de los objetivos de la organización y que de acuerdo con Ahumada (2012) “el liderazgo ejercido por el director y su equipo es un factor capaz de producir cambios en la organización escolar que mejoran la

calidad de los aprendizajes de los estudiantes” (p. 243) esta idea esta reforzada por lo expuesto por Leithwood *et.al.* (2006).

Liderazgo pedagógico

El director y con sus colaboradores están encargados de la supervisión del ámbito pedagógico sin descuidar sus labores administrativas. De esta manera incentiva el vínculo entre el director y los docentes; de cierta forma se reduce el foco de atención en el ámbito de la supervisión, sino más bien sale a la luz la importancia de los métodos de enseñanza aprendizaje que se estén empleando en la organización y acerca de cómo se está implementando en el aula. El trabajo colaborativo permite que la organización escolar afiance sus lazos en donde se particularicen y atiendan las necesidades propias de la organización, priorizando sus necesidades para así formular las estrategias propias que les permitan armonizar sus necesidades pedagógicas (que son identificadas en el entorno educativo particular) y de interacción social entre profesores y estudiantes.

Para Ahumada (2012) el cambio paradigmático para ejercer un liderazgo efectivo está en:

“identificar y describir las competencias asociadas al director de la escuela, lo importante son las prácticas de liderazgo que se desarrollan en su interior...interesa identificar en qué áreas y cuándo se realizan dichas prácticas, por qué y cómo se realizan, además de identificar quién o quiénes las realizan” (p. 248)

Hay literatura científica en donde se subraya el empleo de un liderazgo transformacional en donde todos los entes se encuentren interrelacionados; en donde la capacidad de liderazgo, la ideología inserta en la cultura organizacional a través de las buenas prácticas educativas, permita incidir de manera positiva en los resultados académicos en donde “la interacción del sentido pedagógico con la innovación y la creatividad de sus líderes y su cohesión entre la visión de futuro de la organización, tiene en cuenta el desarrollo humano de las personas que la componen” (Sierra, V., 2016, p. 127).

La identificación de los talentos en el personal administrativo, coordinadores y docentes será un punto clave en el éxito del liderazgo que se ejerza en la organización. La efectiva cohesión entre las partes será parte del éxito de la organización en donde los diferentes puestos en la organización se amalgamen de forma efectiva y contribuyan al logro del propósito en común en la organización.

La gestión en la organización educativa

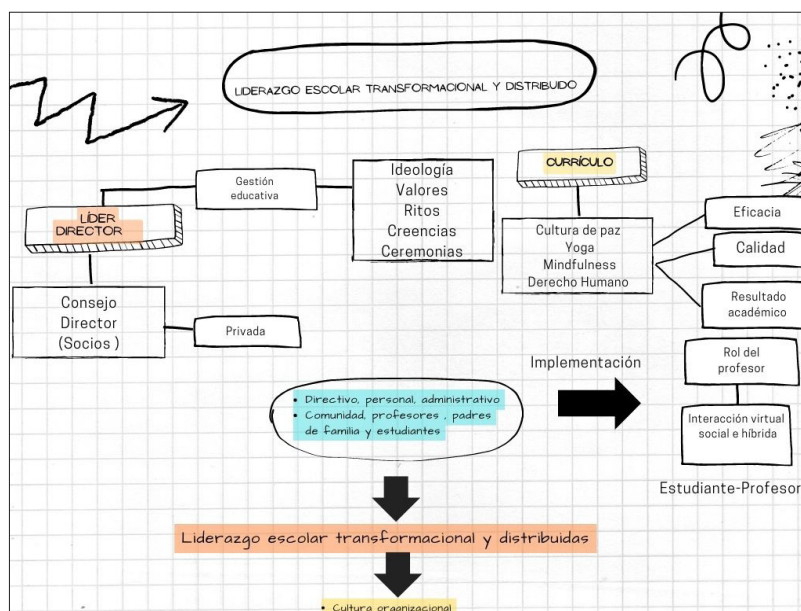
De acuerdo con Mintzberg (1988), no es precisamente los cambios del entorno en donde hay que echar la mirada, sino en la capacidad efectiva de la organización para reaccionar adecuadamente y hacer frente a los cambios, es decir, llegar a un punto en el que prácticamente puedan atreverse a predecirlo. Al observar esta reflexión, según Ahumada (2012) enuncia que “una organización acostumbrada a funcionar en un entorno complejo puede ser que desarrolle capacidades que hagan que ese entorno parezca o sea percibido como sencillo” (p. 241). Esta situación representa un gran desafío para la organización ya que se requiere una capacidad de reacción que se traduzca en una adecuada formulación de estrategias proveniente de la dirección estratégica (director, para la organización privada, rector para la organización escolar pública) para ser promovida, aprehendida por su personal de nivel medio y puesta en marcha en el nivel operativo.

Para la organización escolar privada, estudiada en esta investigación, la gerencia estratégica lo conforman los socios que en conjunto con el director comparten las decisiones directivas de la organización. Estas autoridades son los responsables de definir el rumbo de la organización; la gerencia media lo conforma el nivel de las coordinaciones, tal como se puede considerar las secciones de kínder, primaria, secundaria y bachillerato. La gerencia operativa lo conforma el área de inscripciones, de control escolar y las academias que se refieren a actividades extra curriculares. Un tratamiento particular lo recibe el área docente. En esta área los coordinadores son los responsables de llevar la ideología a los docentes y de impregnar en las prácticas tales como los ritos, las ceremonias y los valores que se comparten en la organización.

Para la organización pública, el nivel gerencial se sustenta en una máxima autoridad que recae en la figura del rector, así como el cuerpo de gobierno; el nivel medio lo conforman los directores o coordinadores generales de cada escuela, facultad o centro; en el caso del nivel operativo lo conforma el personal administrativo quienes cuentan con un organigrama que cuenta con diferentes niveles de decisión. Para el caso de este personal, se cuenta con áreas como tutorías, titulación, egresados, educación continua, extensión y vinculación, etc.

A continuación, se cita un esquema en donde se condensan los elementos discutidos en relación al liderazgo escolar y a la influencia de estos en la organización educativa:

Figura 1. Los elementos que interactúan en la organización escolar



Fuente: Elaboración propia.

La organización escolar pública cuenta con un líder que es encabezado por el director; para la organización escolar privada le confiere este liderazgo al consejo, al director y a los socios. Estos líderes

tienen la responsabilidad de realizar una gestión educativa plagada de valores, ideología, ritos, creencias y ceremonias. El currículo ha tenido el impacto de integrar nuevos saberes como nociones relacionadas con la salud emocional tal como mindfulness, la práctica del yoga, la presencia de nociones relacionadas con los derechos humanos. En todo ese proceso, tienen una gran influencia, el rol del profesor, la interacción social e híbrida, la calidad, la eficacia y el resultado académico.

La comunidad escolar

Al estudiar y observar cómo se desarrolla la cultura en la organización escolar es conveniente subrayar que la conformación obedece a una comunidad la cual está integrada por diferentes elementos que se listarán a continuación:

Los profesores. Para la organización escolar, los docentes juegan un papel fundamental quienes son los portavoces de la propia organización, ya que son la imagen de la misma ante los padres de familia y estos últimos, en ocasiones, le atribuyen los resultados académicos. Este personal constituye el agente de cambio, ya que son quienes se preparan pedagógica y técnicamente para comunicar y dirigir la construcción del conocimiento en los estudiantes. El hecho de enfrentar de manera constante el desafío relacionado con el manejo de la tecnología, de tal suerte que logren tener las destrezas necesarias para hacer uso de ella de manera efectiva, así también mantenerse en constante actualización relacionada con la pedagogía y ser un facilitador del conocimiento, en los momentos en que se necesite, ha constituido todo un reto para el rol del docente. Otros desafíos en diferentes ámbitos, tales como conflictos sociales, competencia profesional, pérdida de recursos (Holguín, et, al, 2020) producen un impacto importante en la vida personal y profesional del docente que ante dichas experiencias tiene que sacar el ánimo y dedicación necesaria para brindar un servicio de calidad en sus actividades laborales, así como sortear las actividades laborales.

El personal administrativo y operativo. El personal administrativo representa un rol de suma importancia para la operatividad de la es-

trategia de la organización. Para el caso de la organización escolar privada, implica un recurso que se valora a través de la realización constante de capacitación, así como de mantenerse receptivo por parte de la alta dirección, acerca de las necesidades y demandas que muestre el personal administrativo quien, en el caso de esta organización, ostenta un papel decisivo en la toma de decisiones y en la evaluación de los resultados esperados al implementar una determinada acción proveniente de una estrategia.

Para la organización escolar privada, la comunicación entre el nivel medio y operativo de la organización es un área de principal atención. Los canales de comunicación que se procuran buscan asegurarse una comunicación clara y una delimitación específica de las actividades, en donde el enfoque del servicio efectivo al cliente es de primordial interés.

En el caso de la organización escolar pública, se suele implementar un modelo de gestión y de estructura organizacional de manera mimética lo que, en ocasiones, suele fracasar. Esto es porque se considera que una misma estructura organizacional, encajará y amoldará adecuadamente y esto no siempre es así. Esto no puede asumirse *per se*, es decir, que un modelo de estructura “probado” proveniente de fuentes exteriores de la organización, necesariamente funcionará para toda unidad de la organización donde se implemente.

Las áreas de control escolar y las coordinaciones. Para la organización escolar, estos son áreas en donde se trata de estandarizar las funciones, tanto en el ámbito de índole privada como pública. La formulación, definición adecuada e implementación de procedimientos que se encuentren establecidos a través de manuales de organización, le proporciona certeza a este personal para así realizar sus funciones. En el caso de las coordinaciones en la organización escolar privada, son quienes interactúan en gran medida con los padres de familia, quienes representan a los “clientes” indirectos y perceptivos de la calidad del servicio educativo que reciben sus hijos (as). En el caso de la organización escolar pública, son áreas que funcionan y que se ven afectadas enormemente por la cultura organizacional que prolifere; en el caso observado, se considera que existe una alta sensibilidad ante los factores que reinan en la cultura organizacional al interior de la organización, tales como las prácticas educativas, los diversos trámites que

realizan los estudiantes a lo largo de su trayectoria escolar, los procesos de titulación, la forma en que reciben y son realizadas las tutorías a los estudiantes, la experiencia que les reporte si realizaron alguna estancia académica durante el tiempo en que transitaron la trayectoria escolar⁴.

Los padres de familia. Son un elemento fundamental en el análisis del liderazgo escolar, así como en la interrelación que este tiene con la cultura de la organización y la obtención de resultados académicos deseados. Su percepción y acciones es un elemento que moldea el entorno de la organización, siendo uno de los grupos de interés más importante dado que es el “consumidor indirecto del producto”. En él recae la responsabilidad de la opinión que se difunda en la sociedad acerca de la calidad del servicio educativo de la organización escolar, tanto en el caso de la pública y de la privada. A partir de la visión y de los elementos que considere sean percibidos de ser evaluados en la organización por parte de este grupo de interés, será un monitor constante que le reportará a la organización, como es la percepción que la sociedad tiene de ella misma. Su grado de influencia es alto en relación a que se le puede considerar como un sensible factor de evaluación. La lectura entre líneas que realice la organización acerca de las reacciones de los padres de familia y de la percepción que se formen, será un elemento importante de análisis para conocer el impacto de la puesta en marcha de sus estrategias implementadas en el ámbito educativo.

Competencias digitales en el docente

En la sociedad actual, el mundo virtual determina el uso de competencias para estar apto a enfrentar las necesidades de información, así como de desempeño en las actividades en el ámbito de la educación. La interacción virtual e híbrida ha marcado un antes y un después en el desempeño docente y en las aptitudes necesarias en el docente. Desde

⁴ La trayectoria escolar es un concepto que se interpreta como el tiempo que transcurre y que transita el estudiante durante su estancia en la institución educativa, desde que ingresa hasta que egresa, independientemente del tiempo que transcurre para la obtención del grado escolar.

habilidades necesarias para realizar las tareas en el día a día hasta el grado de adaptación y de interacción afable y cortes al momento de interactuar de manera híbrida y virtual.

En relación al ámbito de la educación, las competencias digitales son habilidades y se refieren al dominio conceptual y procedimental para adquirir información y utilizarla para fines formativos de los grupos humanos, buscando fortalecer y empoderar sus potencialidades económicas, sociales y culturales (Choudrie *et. al.* 2018; Comisión Europea, 2009; Engeness *et. al.*, 2020).

En este ámbito, se puede recalcar que los profesores necesitan adquirir o desarrollar estas competencias para empoderar su participación en el proceso de enseñanza aprendizaje. Esto juega un papel fundamental en los resultados académicos de la organización escolar. El énfasis en la actualidad está en el uso de las nuevas tecnologías, en las plataformas digitales, en los dispositivos electrónicos, en las aplicaciones educativas que pueden emplearse desde un dispositivo móvil y/o en un equipo estacionario. Además de esta destreza digital se encuentra el uso adecuado y oportuno de los mismos, así como del lenguaje, las gesticulaciones y el desenvolvimiento en tiempo real y asíncrono para reflejar esos saberes, el dominio del tema y el uso de estrategias pedagógicas adecuadas de acuerdo al grupo de estudiantes al que se dirige. Las experiencias que le reporten al estudiantado serán las huellas que el docente está depositando en el futuro de estas generaciones en donde factores como la pandemia, los cambios en la economía, la percepción del futuro, la tecnología y los cambios sociales serán factores que coadyuven a la ideología de la generación hacia la mitad y finales del presente siglo.

En ocasiones, la brecha digital de las generaciones de profesores tiene su impacto en la facilidad y disposición del profesor para que se adapte favorablemente a las necesidades de capacitación y conocimiento en áreas relacionadas con la tecnología y adaptar los saberes a las prácticas educativas que se acentuaron a raíz de la pandemia que aconteció a nivel local e internacional. Este hecho se hizo presente en todas las sociedades a nivel mundial, en donde cada gobierno implementó las medidas que consideraron de acuerdo a como se iban suscitando las nuevas circunstancias bajo la emergencia de salud mundial.

Las competencias digitales de acuerdo con Garzón *et. al.* (2020) se refieren al uso informacional, colaboración y comunicación social, seguridad en el uso de contenido digital y adaptación a los nuevos paradigmas.

Asumir y adaptarse vertiginosamente a estos cambios, ha sido todo un reto para los profesores, para la comunidad escolar y para la sociedad misma en todos los confines dada la pandemia mundial y su evolución. Cada hogar, cada organización y ser humano ha sido trastocado por la situación de incertidumbre que reino a raíz del 2020 y que ha coaccionado a enfrentar cambios en la dinámica de vida diaria y ante ello, el proceso de aprendizaje no ha parado con la incorporación de las tecnologías en cada hogar, en cada dinámica de las organizaciones educativas.

Los cambios emergentes provenientes de una educación no presencial en los diferentes grados escolares, las nuevas y demandantes exigencias en el uso de plataformas virtuales, así como de las prácticas en las actividades síncronas y asíncronas ocasionó que el trabajo se trasladara a casa y que las barreras entre la intimidad del hogar y las responsabilidades laborales del profesor y el proceso de adaptación del estudiante, constituyeron nuevos desafíos para la comunidad escolar.

Este binomio es en donde ha impactado todas las gestiones que se haga desde la organización escolar tanto pública como privada. Las competencias profesionales relacionadas con el liderazgo y las competencias digitales son aspectos que permiten a los docentes, el responder a los contextos emergentes mediante una educación virtual remota en contextos de un confinamiento social en donde la salud pública sufrió desafíos a enfrentar, entre otras situaciones.

La competencia digital de los docentes en el proceso enseñanza aprendizaje, la influencia que recibe y recrea de la cultura organizacional, así como lo que se reporta en los resultados académicos hace referencia al enfoque sistémico y constructivista que expone las capacidades del docente que señala Sierra V. (2016) en su práctica como facilitador que “promueve la formación integral, no solo de saberes disciplinares, sino de los principios y valores de las personas buscando desarrollar todas sus potencialidades como ser humano” (p. 123). Por lo que no solo se toma en cuenta el grado de destreza adquirida por el

docente sino la incorporación de valores, identidad a la organización educativa, creencias, la ideología proveniente del entorno, impregnadas por las ceremonias y los ritos que se practiquen y conciban como importantes en el entorno interno; por lo que es una diversidad de elementos que convergen y se depositan en el ámbito educativo.

Cultura de la organización educativa

En los años 80's es cuando se incrementa el número de investigaciones de esta temática, cuyas fuentes de origen son el interés a raíz del auge de la economía japonesa y la constante interacción entre culturas provocada por los flujos migratorios en el proceso de la globalidad (Reyes G., 2003, pág. 206). Desde el punto de vista de Mendoza y Luna (1998) la necesidad de estudiar la cultura... resulta del reconocimiento de esa naturaleza esencialmente simbólica-significativa de los procesos sociales en general y de los comportamientos de grupos en particular (pág. 29).

Los estudios de la cultura centrados en la visión de los escritos del antropólogo Clifford Geertz (1973) son *La descripción densa* y *La reconfiguración del pensamiento social* (1980 al 1986). Geertz define a la cultura como la transmisión de patrones de significado expresados en símbolos siendo estos un sistema de concepciones conectadas a cada una de las expresiones o manifestaciones culturales por los cuales los hombres perpetúan y desarrollan sus conocimientos y actitudes a través de su vida y además constituyen una parte de su vida espiritual. El análisis de la cultura desde la perspectiva de Geertz supone del investigador la suficiente capacidad y sensibilidad para hacer una interpretación a profundidad de patrones de significaciones en un tiempo y espacio (Mendoza & Luna, 1998).

En antropología, el término cultura es considerado como fundacional a través del cual se explica mucho de los patrones y órdenes que se encuentran presentes en nuestra experiencia de vida (Benedict, R., 1934). Una manera de expresar la relación entre cultura y organización, es lo comentado por Smircich L. (1983) en la que subraya que las organizaciones son vistas como instrumentos sociales que producen bienes y servicios y también artefactos culturalmente distintivos

como son los rituales, las leyendas y las ceremonias. Al considerar el término cultura, se puede reconocer los procesos simbólicos que ocurren (Pfeffer, J., 1981) (Meyer, A., 1981) Del mismo modo, Pfeffer, J. (1981) contempla el factor contextual afirmando que el ambiente ejerce influencia sobre el comportamiento de los individuos y que a través de él promueven significados simbólicos. En la organización educativa pública y privada se puede observar que las prácticas que se lleven a cabo en el entorno interno de la misma, ejercerán influencia en los comportamientos de los individuos de la comunidad escolar. Debido a ello, el liderazgo escolar debe estar orientado a lo que la organización pretende alcanzar en el corto y largo plazo.

De acuerdo con la visión de los antropólogos Hallowell, A. (1955) y Geertz, C., (1973), las sociedades o culturas, son sistemas de símbolos compartidos y de significados; además conciben, las formas en que los símbolos están relacionados con las actividades que la gente lleva a cabo. Esta perspectiva expone a la organización como una cultura concebida como un patrón de discurso simbólico. En este punto es conveniente comentar que, Smircich, L. (1983) señala la importancia de articular los temas recurrentes que representen los patrones en el discurso simbólico y que específicamente están ligados con los valores, las creencias y la acción que se lleva a cabo, por lo que un análisis de la cultura, se dirigiría a preguntarse acerca de las concepciones asumidas, las cuestiones contextuales destacadas y su significado y los valores promovidos. Esta es una tarea de análisis fundamental para quienes encabezan la unidad estratégica de la organización escolar privada y debería serlo también para la pública.

De acuerdo con lo expuesto por Geertz, C. (1973), al analizar la cultura “se debe abocar a la tarea de descifrar capas de significado, de describir y redescubrir acciones y expresiones que son ya significativas para los individuos mismos que las producen, percibe e interpretan en el curso de sus vidas diarias” (Thomson, 1990-1998, pág. 196) (cursivas del texto original).

Como se ha resaltado, para Geertz, C. (1973) la cultura la concibe como un sistema de símbolos y significados:

“Culture is the fabric of meaning in terms of which human beings interpret their experience and guide their action; social

structure is the form that action takes, the actually existing network of social relations” (Geertz, 1973, pág. 145).

Las organizaciones educativas entretejen en su interior una cultura organizacional, en donde las interacciones sociales ejercen su función de acuerdo a la misión, visión, ideología, valores, ritos y ceremonias que la ésta plasme a través del liderazgo ejercido, en donde el contexto que impregne la comunidad, el desempeño de los profesores, la forma en que se suscite las interacciones virtuales e híbridas, el acoplamiento de las interacciones entre los profesores y estudiantes a través de la tecnología, la manera en cómo se ponen en marcha las tecnologías a disposición de las interacciones entre profesores y estudiantes a través de las cuales se pueden conocer las adaptaciones e incorporaciones necesarias para hacer efectivo el uso de las tecnologías, por otro lado, está la capacidad de adquirir y procurar el uso prolongado y actualizado de los dispositivos, el equipamiento (hardware) y los recursos en software que demande las necesidades educativas.

Para la organización escolar privada, la comunicación entre el directivo y los socios es de vital importancia y las prácticas administrativas se enfocan en sensibilizar al personal administrativo acerca de lo que se desea alcanzar en la organización. Dicha ideología se hace llegar a los coordinadores y profesores a través de las formas de comunicación y de organización al interior. La importancia del liderazgo ejercido es fundamental para el cuerpo directivo. La alta dirección pone atención en las capacidades mostradas por su personal docente, ya que concibe que el servicio al cliente, en este caso el educativo, es fundamental para el posicionamiento competitivo de la organización frente a sus competidores.

En el caso de la organización escolar pública, la concepción del liderazgo es menos concentrado y más bien cada escuela o facultad personaliza y adapta el tipo de liderazgo que conciba de acuerdo a la ideología que el directivo en turno impregne en la organización. En el inicio de la pandemia del año 2020, los profesores encaminados en su práctica docente, se adaptaron de forma estrepitosa y emergente, en donde daban solución a los retos de comunicación en el día a día, conforme a lo que se iba exigiendo y en función de lo acontecido en el entorno. La política institucional proveniente de la alta dirección se

disemina y cada director de escuela, centro o instituto reinterpreta ese liderazgo y lo pone a funcionar en su centro de trabajo.

Impacto en el currículo y los resultados académicos

Las profundas transformaciones han obedecido a diversos cambios en la línea política y social a nivel mundial, los cambios políticos que perfilan las ideologías, propician cambios en los paradigmas de actuación y en el pensamiento por lo que vivir una crisis social y cambios políticos obliga a generar una capacidad de respuesta ante cambios vertiginosos.

Los acontecimientos sociales y políticos del ámbito local y nacional ocasionaron nuevas necesidades de comunicación, cambios en el lenguaje, el surgimiento de corrientes ideológicas que ocasionaron la reconfiguración de saberes y la aparición de nuevos que la sociedad demandaba. Esto promovió cambios en las organizaciones educativas. La situación mundial de pandemia ocasionó un ambiente de aislamiento social, lo que coaccionó a adaptarse a la necesidad de nuevas interacciones sociales, esto por la necesidad de comunicación e interacción. Esta situación acentuó la necesidad del uso de la tecnología que permitiera emplear una comunicación remota.

La capacidad de respuesta y de reacción de las organizaciones educativas coaccionó a mayor especialización en los trabajos realizados por aquellos que se dedican a la educación, así como a una formación continua, que en ocasiones se puede extender para toda la vida.

Para Leithwood, *et. al.* (2006) el liderazgo ejercido por el director y el equipo directivo es un factor primordial en la definición de los resultados que la organización produzca en los resultados académicos. La certera identificación de los atributos, de sus cualidades, de dar seguimiento a las metas de la organización, de orientar los trabajos de cada nivel de decisión, que son factores que dependerán de los objetivos de la organización.

La capacidad de decisión del líder va relacionada con la capacidad de respuesta ante cambios del entorno, así como la empatía que desarrolle o implemente en la organización para que efectivamente consi-

ga que el personal medio y operativo se convierta en seguidores, cada uno de los cuales para hacer efectiva la puesta en práctica de las políticas de la organización de tal manera que responda a las necesidades de los estudiantes y de la comunidad. Se considera que los resultados académicos son una variable relevante en lo certero y efectivo que se pueda evaluar un liderazgo en la organización escolar.

Nuevos saberes en el currículo: la salud emocional y física; los derechos humanos y la cultura de paz

El currículo se ha visto afectado en relación de la incidencia que tiene el liderazgo educativo en la organización escolar, así como en las prácticas docentes en el proceso enseñanza aprendizaje, en las interacciones virtuales en plataformas acentuadas en los últimos dos años primordialmente por la situación del contexto relacionado con la pandemia.

El bienestar emocional ha tomado un lugar primordial en el entorno de la organización escolar. En el caso de la organización pública obedece por ejemplo a la creación, que, en este capítulo, decidimos enunciarlo como nuevos saberes. Es decir, en atención a la salud emocional como resultado de lo que se experimentó dada la experiencia de una pandemia aparecida en años recientes, por lo que la incursión en la actividad extracurricular como lo es la técnica de Mindfulness⁵, de ejercicio físico como el yoga, así como ciertas prácticas en algunas materias con un contenido que incluye nociones relacionadas con los derechos humanos y la cultura de paz.

En el caso de la organización escolar pública, en este aspecto, muestra acciones más orientadas hacia difundir y enriquecer el conocimiento relacionado con los derechos humanos. Más que un estudio sobre la disciplina científica, se ha tornado a una dinámica de vivirla en el espacio escolar. Además, se han creado entidades específicas, como en la Universidad Nacional Autónoma de México existe, desde hace más

⁵ Este término significa prestar atención de manera consciente a la experiencia del momento presente con interés, curiosidad y aceptación (Moñivas, A. et. al., 2012, p. 84)

de una década, una oficina de defensoría de derechos humanos. En la organización escolar pública del caso, existe una coordinación de género, así como un departamento jurídico orientado a la defensoría de derechos humanos.

Reflexiones finales

El liderazgo debe responder a las necesidades de la organización educativa y a las de la comunidad escolar. Un adecuado liderazgo implementado en la organización obedece al desarrollo de la capacidad de adaptarse a los cambios, de mejorar su capacidad de respuesta, contar con una visión estratégica del futuro, aprender de las experiencias que le exige el entorno actual. Este liderazgo debe extender su influencia en el trabajo de los profesores y de la interacción híbrida y virtual que se suscita en el proceso enseñanza aprendizaje entre estudiantes y profesores. Este proceso a lo largo del tiempo, permitirá la aplicación de estándares de calidad que impacten en el currículo y den cuenta de los resultados académicos.

La rapidez de la incorporación de nuevos saberes y de los usos de los dispositivos tecnológicos busca cubrir las necesidades creadas en una sociedad del conocimiento. La pandemia que aconteció primordialmente en los últimos dos años, incrementó la interacción social virtual e híbrida en donde la inversión en equipo, contar con las aptitudes adecuadas (conocimientos sofisticados) y el aprendizaje vertiginoso de las plataformas para dicha interacción ha propiciado que los docentes enfrenten el desafío de contar con la pedagogía adecuada (metodología), el conocimiento técnico y la práctica en ellos, así como la sagacidad para resolver los problemas cotidianos. A su vez, se ha vuelto una prioridad para la organización escolar, el hecho de que los docentes cuenten con las competencias digitales deseadas así como el uso y manejo de diversas tecnologías de la información y de los dispositivos pertinentes.

De acuerdo con Ahumada (2012), la gestión del conocimiento y el aprendizaje organizacional son dos elementos que hay que considerar como primordiales para evaluar la capacidad de respuesta de la organización. Las competencias docentes digitales y el liderazgo escolar son

dos elementos fundamentales en el análisis de las próximas incorporaciones al currículo de actividades curriculares y/o extra curriculares como resultado del entorno socio cultural, económico y político que la población estudiantil enfrenta.

En estos momentos de retos en la educación y en el liderazgo en la organización escolar habría que hacerse las siguientes preguntas: ¿Qué liderazgo necesita la organización escolar en la actualidad? ¿Qué aspectos son pertinentes comparar en relación al liderazgo en la organización escolar pública y la privada? ¿Qué desafíos continuará enfrentando la organización escolar pública y privada a medida que el periodo de pandemia se vaya reconfigurando y generando exigencias a nivel educativo y social? Entre otras.

Referencias

- Ahumada, L. (2012). Liderazgo en organizaciones educativas, *Persona*, núm. 15. Universidad de Lima. Pp. 239 – 252.
- Benedict, R. (1934). *Patterns of culture*. Boston: Houghton Mifflin.
- Choudrie, J., Pheeraphuttharangkoon, S., & Davari, S. (2018). The digital divide and older adult population adoption, use and diffusion of mobile phones. A Quantitive Study. *Information System frontiers*, 21 (98), 1-29
- Comisión Europea (2009). Marco estratégico, educación y formación 2020 (ET2020). España
- Engeness, I., North, M., Bahadur, S., & Morch, A. (2020). Use of videos on the information and communication technology massive open online course: Insights for learning and development of transformative digital agency with pre- and in-service teachers in Norway. *Policy Futures in Education*. 18 (4). Pp. 497 – 516.
- Garzón, A., Sola, M., Ortega, M., Marib, M., & Gómez, G. (2020). Teacher training lifelong learning – the importance of digital competence in the encouragement of teaching innovation. *Sustainability Journal*, 12 (7), Pp. 1 - 13
- Geertz, C. (1973). *The new interpretations of cultures*. New York: Basic Books.
- Hallowell, A. I. (1955). *Culture and Experience*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

- Holguin, Álvarez, J., Villena Guerrero, M., Soto Hidalgo, C., Panduro Ramírez, J. (2020). Competencias digitales, liderazgo distribuido y resiliencia docente en contexto de pandemia. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 25 (4), Pp. 38- 53.
- Mendoza Molina, R., & Luna, A. (1998). La cultura en las organizaciones. Acerca de la utilidad de las perspectivas de corto alcance. En *Ponencia presentada en el Comité de Investigación sobre Sociología de las Organizaciones* (Pp. 25 – 44). Montreal, Canadá: XIV Congreso Mundial de Sociología.
- Meyer, A. (1981). How ideologies supplant formal structures and shape responses to environments. *Journal of Management Studies*. No. 19, 45 - 61.
- Moñivas, A., García Díez, G., García De Silva, R. Mindfulness (atención plena): Concepto y teoría. *Portularia*. XII, 2012, Pp. 83 – 89. España.
- Pfeffer, J. (1981). Management as symbolic action: the creation and maintenance of organizational paradigms. En L. L. Cummings, & B. M. Staw, *Research in Organizational Behavior*. No.3 (págs. 1 – 52). Greenwich, CT: JAI Press.
- Reyes García, S. (2003). Teoría Cultural en las Organizaciones en . En M. A. Rodríguez Peñuelas, *Estudios Organizacionales en el umbral del Milenio* (págs. 205 – 219). México: Universidad de Occidente.
- Sierra Villamil, G.M. (2016). Liderazgo en el siglo XXI, desde la perspectiva del emprendimiento sostenible. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, Universidad EAN, No. 81, Pp. 111-128.
- Smircich, L. (1983). Concepts of Culture and Organizational Analysis. *Administrative Science Quarterly*. Vol. 28 No. 3, 339 – 358.
- Thomson, J. B. (1990-1998). *Ideología y Cultura Moderna. Teoría Crítica Social en la era de la Comunicación de Masas*. Editorial UAM-X.

CAPÍTULO II

Calidad Educativa en el Instituto Tecnológico Superior de Comalcalco a partir de la Gestión Educativa y Equidad de Género

MTRO. JULIO CÉSAR CABRALES-DE LA CRUZ¹

Resumen

La gestión educativa es un proceso continuo de toma de decisiones, donde los directivos de instituciones desde las fases de planeación hasta las de evaluación toman decisiones con el fin de coadyuvar a la calidad educativa. El objetivo de este capítulo consiste en implementar estrategias que impacten en los indicadores de calidad educativa en el Instituto Tecnológico Superior de Comalcalco (ITSC). La investigación utilizó un método descriptivo, donde se indaga en la literatura especializada sobre el mejoramiento en los indicadores de calidad educativa y se comparó con las estrategias implementadas en el ITSC en el periodo 2019-2022.

Los indicadores de calidad educativa mejorados fueron: El ITSC en 2019 recibió el certificado en el Sistema de Gestión de Igualdad y No Discriminación bajo la norma NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación, incrementó en un 412% los proyectos de investigación y en un 705% el número de estudiantes como colaboradores. Se incrementó en un 71.42% el número docentes con estudios de posgrados. Se triplicó la cantidad (36) de cursos y diplomados de formación docente y profesional con el 100% de asistencia de los do-

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. julio.cabral@ujat.mx mexicano

centes. Se alcanzó el mayor número de profesores (17) reconocidos en el programa de estímulo al desempeño docente. Las tutorías y las asesorías incrementaron en un 475% y 710% respectivamente. Se logró la acreditación de 7 carreras. Todos estos logros han coadyuvado a la formación integral de la comunidad tecnológica, reducir la deserción de estudiantes en un promedio del 61% y mantener la matrícula con un promedio de 3197 alumnos.

Antecedentes

En México el autismo en las instituciones de educación superior es intolerable en épocas que es necesaria su participación para la solución de los problemas que aquejan a la humanidad, el país y la región mediante la preparación de profesionales capaces de innovar la investigación y la prestación de servicios a la sociedad (Ramírez, 2016). Los acelerados cambios sociales, económicos, financieros y de salud provocados por pandemia provocados por el Covid-19, tanto en el ámbito nacional como internacional, han condicionado el funcionamiento de la educación superior en México que, ahora más que nunca, están obligadas a proporcionar una oferta educativa pertinente y de vanguardia, a la vez que plural e incluyente (Becerra & Andrade, 2019).

A partir del 2019 el Instituto Tecnológico Superior de Comalcalco (ITSC) empezó a realizar esfuerzos para ver la factibilidad de acreditar todos los programas educativos con los que cuenta y mejorar su calidad educativa. Todo esto se procuró con acciones prioritarias como; incrementar el número de proyectos de investigación, capacitación al personal docentes, capacitación al personal administrativo, número de docentes con posgrados de maestría y doctorado, mejoramiento de la infraestructura de laboratorios, registros de las líneas de investigación y eficiencia terminal. Para febrero del 2021 se inició el proceso de acreditación de ocho programas educativos (ingeniería mecatrónica, ingeniería ambiental, ingeniería en gestión empresarial, licenciatura en gastronomía, ingeniería electrónica, ingeniería en industrias alimentarias, ingeniería en logística y contador público) con un curso taller impartido por los Comités Interinstitucionales para la Evalua-

ción de la Educación Superior (CIEES) al personal administrativo y académico involucrado en el proceso de acreditación.

En este proceso de acreditación se contó con el apoyo de 97 docentes, 6 jefes de división de carrera, personal académico y administrativos. Quien llevaría a cabo la certificación es el Consejo de Acreditación de la enseñanza de la Ingeniería (CACEI).

Estado del Arte

La crisis que enfrenta la calidad de la Educación Superior, sus mayores retos y desafíos y las políticas y las estrategias para afrontarlos son necesarias para mejorar la calidad educativa (Rodríguez, 2011). La frecuencia con que se trata el tema de la calidad educativa es señal de la prioridad que ha adquirido esta temática en la agenda de políticos, educadores, investigadores y de la sociedad en general (Valenzuela et al. 2009). Las instituciones de educación superior y de investigación tienen la encomienda de ser actores que propicien el avance económico y Social (Zeledón & Aguilar).

La gestión educativa es un proceso continuo de toma de decisiones. Los directivos de instituciones educativas toman decisiones desde las fases de planeación hasta las de evaluación, pasando por procesos intermedios de organización, asignación de recursos, implementación de procesos, etc. (Calderon *et al.*, 2017; Alcalin & Medina, 2017). Fraile (2006), menciona que el sistema universitario europeo ha experimentado profundas transformaciones relacionadas con: la inclusión, igualdad de género, descentralización política y administrativa, creación de nuevos centros; ampliación y diversificación de la oferta educativa, tanto en titulaciones oficiales como en titulaciones propias; incremento del número de estudiantes en educación superior; potenciación y valoración de la actividad investigadora del profesorado en los centros universitarios; aumento de la movilidad internacional de profesores y estudiantes universitarios; y el desarrollo de los planes de evaluación y mejora de la calidad, en el que han participado la mayor parte de las universidades.

Ayala (2014) indica que en la universidad Simón Bolívar implementó acciones exitosas de responsabilidad social universitaria, in-

clusivas y de igualdad de género. Se estructuraron un conjunto de instrumentos dirigidos a apoyar estas acciones. Se tomaron acciones para mejorar la formación profesional del docente, gestión social del conocimiento, participación social (inclusiva e igualdad de género), incremento en el número docente con proyectos de investigación entre otras.

García y Navarrete (2021) mencionan que en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo se llevaron a cabo estrategias para mejorar la calidad educativa, con énfasis en la retención y eficiencia terminal. En una gran labor realizada por la dirección general de planeación y dirección de control escolar se logra medir la retención de estudiantes de un semestre a otro. Las estrategias implementadas consistieron en labores de inclusión, igualdad de género, diagnóstico del perfil del alumno, el perfil del docente, la revisión y actualización de los programas educativos, el ofrecimiento de una amplia gama educativa y una infraestructura acorde a las necesidades.

UJAT (2016), en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco se han implementado estrategias para garantizar la calidad educativa, los indicadores implementados han sido la formación integral del estudiante, tomando en cuenta la inclusión, igualdad de género, evaluación, acreditación y reconocimientos de los programas educativos, así como la certificación de la planta docente, estímulo y reconocimiento docente, intercambio académico, cobertura educativa y atención a la demanda, desarrollo y aplicación de los programas educativos, vida universitaria y salud estudiantil, programa institucional de emprendedores, pertinencia, eficiencia terminal y titulación, intercambio académico, participaciones, y logros estudiantiles

Problema

Uno de los principales problemas que deben superar las Instituciones Educativas Superior y en especial el Instituto Tecnológico Superior de Comalcalco, es la parálisis que generan las situaciones de conflictos que se originan en ellas. Los cambios que afrontamos en estos momentos de pandemia provocadas por el Covid-19 que impactaron socialmente y económicamente afectó en las actualizaciones docentes y

en la calidad académica, se detectó que las carreras no estaban acreditadas, los docentes en su mayoría no contaban con certificaciones, posgrados, no realizaban investigaciones, se ve que hay más riesgo de violencia en los alumnos, así como exclusión social.

Elizondo citado por Pérez-Ruiz (2014:361), plantea que, a partir de la gestión escolar, “los centros deben pensarse como ‘organizaciones flexibles’; es decir, permeables a los cambios del entorno, funcionalmente adaptables al carácter contingente de la educación y capaces de brindar resolución a cualquier problema educativo en dondequiera que este se presente”. Este capítulo comprende incorporar dentro de la gestión educativa los términos auto-organización y organizaciones flexibles como elementos fundamentales para el funcionamiento de este instituto (ITSC), los cuales pueden brindar soluciones a los problemas educativos como el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Pregunta

Como parte de todo proceso de investigación y análisis, en este capítulo establecemos una pregunta que orientarán al estudio, siendo la pregunta central del tema; ¿La gestión educativa utilizada de una manera integral y con adecuadas estrategias, impactarán en sus indicadores de la calidad educativa del Instituto Tecnológico Superior de Comalcalco?

Objetivo

El objetivo de este capítulo es; implementar estrategias que impacten en los indicadores de calidad educativa en el Instituto Tecnológico Superior de Comalcalco (ITSC).

Metodología

La metodología utilizada en esta investigación fue; descriptiva porque se indagó en la literatura especializada sobre los temas de mejoramiento de los indicadores de calidad educativa en las universidades y

se optó por los factores destacados que ayudan a mejorar dichos indicadores. En el contexto de los indicadores para mejorar la calidad educativa consultados, se discutieron con las estrategias que el ITSC ha venido realizando del 2019 a la fecha en sus indicadores. Así mismo se compararon con los indicadores que había en el año 2018 en el ITSC.

También utilizamos el método de interpretación, porque se inicia con la fundamentación teórica y metodología sobre calidad educativa, sistema de gestión y evaluación, con el fin de identificar los datos, teniendo en cuenta título, tema, metodología, campo y citas textuales a nivel categorial. Información registrada en la matriz interpretativa de construcción teórica, los cuales permiten realizar un acercamiento a la selección y valoración de contenidos con el fin de identificar y clasificar los datos para culminar con el análisis y conclusiones de la investigación.

Marco contextual

A continuación, se presentará como se fue recolectando la información de los indicadores de calidad educativa que había en el año 2018 y como se fueron modificando en el periodo 2019-2021. En algunos casos se recolectaron datos del 2022.

Se utilizaron variables (indicadores de calidad educativa) que toman valores numéricos y no numéricos de una base de datos correspondiente al periodo 2018-2022. Las variables servirán para comparar los indicadores de calidad educativa que se han venido mejorando a partir del 2019 a la fecha en el Instituto Tecnológico Superior de Comalcalco. Los indicadores de calidad educativa a evaluar son los siguientes: equidad de género, formación docente y actualización profesional, incremento de docentes en el programa de estímulo al desempeño docente, acreditación de los programas de estudio, sistemas de gestión académica y educativa, plataformas digitales, incrementos en el número de tutorías, incremento en atención psicológica, difusión de la ciencia y la tecnología, atención a la demanda educativa 2019-2022, formación integral del estudiante, incremento en el número de proyectos de in-

vestigación con participación de estudiantes y registros de las líneas de investigación ante Tecnológico Nacional de México.

Esta investigación es de tipo documental y abarca tres aspectos fundamentales: fase preparatoria, fase descriptiva y la fase interpretativa. Preparativa: se consultaron los indicadores de calidad educativa del ITSC en el año 2018 y se anexaron a una base de datos para poderlos comparar con los años 2019, 2020, 2021 y 2022. Del año 2019 a la fecha el ITSC ha llevado a cabo estrategias para mejorar los indicadores de calidad educativa.

Durante el periodo 2019-2021 se llevaron a cabo una serie de eventos con énfasis en la equidad de género y no discriminación. Se llevaron a cabo prácticas en el ITSC basadas en las directrices de la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación para garantizar la perspectiva de género y no discriminación en los procesos de reclutamiento, selección, movilidad y capacitación; garantizar la igualdad salarial.

En el proceso de selección para contratar docentes en el ITSC del 2019 a la fecha, se contó con un cuidadoso proceso de selección, donde se evalúa mediante un examen de oposición, un examen psicométrico, perfil y su trayectoria académica del aspirante. Así mismo los docentes que ya se encontraban laborando, se les brindaron las facilidades mediante la no descarga de horas con goce de sueldo para estudiar sus maestrías o doctorado (posgrados PNPC). Para estudiantes de posgrados no PNPC (no escolarizados) se les brindaron las facilidades los días que cursaban sus materias.

A partir del 2019 el ITSC incrementó en gran medida los diplomados de formación docente y actualización profesional. Así mismo se incrementó el número de maestros que llevaron dichos diplomados ya que se les dio la oportunidad a los maestros de contrato de participar.

El ITSC a partir del 2019 capacitó a su personal administrativo en cuanto a la documentación obligatoria que los docentes requieren en tiempo y forma para participar en el programa de estímulo al desempeño docente. Así mismo por el incremento de los cursos de formación docente, profesional, tutorías, asesorías, gestión académica, proyectos de investigación, eficiencia terminal, difusión de la ciencia y la tecnología mediante conferencias y presentación de proyectos de in-

vestigación a la comunidad estudiantil permitió un aumento favorable en el número de maestros que fueron reconocidos con esta distinción.

En 2021 se realizaron una serie de acciones que consistieron en la reunión de las diferentes académicas en coordinación con una empresa especializada en investigación académica y científica para revisar y analizar las asignaturas de cada una de las especialidades de las diez carreras.

Se multiplicó el número de asesorías y tutorías a los estudiantes. Así mismo las tutorías y asesorías eran coordinadas por departamentos diferentes que llevaban un seguimiento coordinado y eficaz. Los procesos de tutorías y asesorías fueron automatizados a través de una plataforma de sistema de gestión académica y educativa Gnosis (software), en donde los maestros responsables de las tutorías canalizaban a los estudiantes con dificultades académicas y personales. Dicha plataforma tenía algoritmos donde se podía colocar los problemas detectados en los estudiantes de tipo académico y personal. La información cargada en la plataforma es visualizada por los departamentos correspondientes y estos inmediatamente tomaban acciones con respecto a la problemática que detecto (problemas personales o académicos principalmente) el tutor y canalizan a las áreas correspondientes.

Resultados

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos de los indicadores de calidad educativa que había en el año 2018 y como se fueron modificando en el periodo 2019-2021. En algunos casos se presentarán datos del 2022.

Equidad de género

En el periodo 2019-2021, los días 25 de cada mes laborable se llevaban a cabo eventos tales como: el día naranja el cual tiene como lema “Únete para poner fin a la violencia contra las mujeres”. De igual forma se impartieron conferencias de igualdad de género en la agenda 2030 para el desarrollo sostenible y de no discriminación. El ITSC en 2019

recibió el certificado en el Sistema de Gestión de Igualdad y No Discriminación bajo la norma NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación.

Plantilla docente

En el año 2018 solo se contaba con el 52.04% de docentes con estudios de posgrados de un total de 98. De 2019 a 2022 se incrementó al 71.42%. 27 maestros son de tiempo completo y 3 de ellos se encuentran en el Sistema Nacional de Investigadores (SNI), 2 con nivel 1 y uno como candidato (Tabla 1). En el 2018 no había ningún investigador perteneciente al SNI.

Tabla 1. Numero de plantilla docente con licenciatura, maestría, doctorado y pertenecientes al SNI

Personal docente	2018	2019	2020	2021	2022
Licenciatura	47	47	47	33	30
Especialidad	2	2	0	3	3
Maestría	44	44	44	55	59
Doctorado	3	3	5	7	8
Pertenecientes al SNI	0	0	0	0	3

Formación docente y actualización de profesional

De 2019 a 2021 se triplicó la cantidad de cursos y diplomados de formación docente y actualización profesional impartidos a los docentes. En el 2022 se puede ver una reducción en el número de cursos y diplomados y esto es debido a que un no termina el periodo de cursos en el 2022. Así mismo se incrementó del 98 al 100% el número de maestros que llevaron los cursos (Tabla 2). En el 2018 solo el 55% de los docentes recibía los cursos y diplomados y en menor cantidad.

Tabla 2. Número de cursos, diplomados y % de docentes que los llevaron en diferentes años

	2018	2019	2020	2021	2022
Cursos impartidos y diplomados	8	12	31	36	23
% de docentes capacitados	55%	98%	100%	100%	100%

Programa de estímulo al desempeño docente

El programa de estímulo al desempeño docente se vio beneficiado significativamente del 2019 al 2021, ya que en el 2018 ningún profesor recibió este estímulo económico que reconoce su productividad científica y académica.

En el 2021 se alcanzó el mayor número de profesores que obtuvieron este beneficio económico, reconociendo así su trayectoria científica y académica. En el 2018 no existieron docente con este beneficio (Tabla 3).

Tabla 3. Número de docentes beneficiados con el estímulo docente en el periodo 2018-2021

	2018	2019	2020	2021
Docentes beneficiados con el estímulo docente	0	13	9	17

Tutorías y asesorías

En atención a las diversas problemáticas académicas y personales que enfrentan día a día los estudiantes, del 2019 a la fecha se incrementó el número de maestros tutores y asesores significativamente, lo cual permitió que se atendiera a un mayor número de estudiantes con problemas académicos y psicológicos. En 2021 se alcanzó el máximo número de maestros tutores (81) y asesores (71). Así mismo en ese mismo año se alcanzó el mayor número de estudiantes tutorados (2305) y asesorados (1011).

En el 2018 estas cifras estaban muy por debajo con respecto a los periodos 2019-2021 (Tabla 4). En la tabla 5 se puede apreciar que los años 2022, 2019 y 2020 aumentó el número de alumnos con atención psicológica con valores de 335, 218 y 227 respectivamente, seguidas por los años 2018 y 2021. Se observó un decremento en el año 2021 por las condiciones de pandemia.

El ITSC implementó estrategias para ampliar la cobertura, a través de psicoterapias: individual, social o grupal y como actividades complementarias a través de habilidades socioemocionales y esto originó ese incremento en el 2022.

Tabla 4. Número de maestros tutores y asesores. Número de estudiantes que recibieron tutorías y asesorías

Tutorías	2018A	2018B	2019 ^a	2019B	2020A	2020B	2021A	2021B
Docentes tutores	17	17	26	25	36	24	71	81
Alumnos tutorados	431	398	831	904	874	878	2169	2305
Asesorías	2018A	2018B	2019 ^a	2019B	2020A	2020B	2021A	2021B
Docentes asesores	10	10	11	38	61	62	84	71
Alumnos asesora-dos	76	68	105	315	1282	1375	1436	1011

Tabla 5. Número de estudiantes atendidos en diferentes años

Año	2018	2019	2020	2021	2022
Alumnos con atención psicológica	185	268	227	84	335

Conferencias impartidas de forma presencial

Con el objetivo de que los estudiantes profundicen sus conocimientos en el área de su interés, el ITSC incrementó el número de conferencias y el número de estudiantes que asistieron a dichas conferencias en los años 2019 y 2021. El mayor número de conferencias y alumnos participantes en las conferencias se alcanzó en el 2021 con 42 y 2621 respectivamente. En el 2018 se alcanzaron las cifras más bajas. En 2020 no se dieron las actividades de conferencias por la contingencia de pandemia (Tabla 6).

Tabla 6. Numero de conferencias realizadas y asistencia por parte de los estudiantes

	2018	2019	20202	2021
<i>Conferencias realizadas</i>	12	33	0	42
<i>Alumnos participantes</i>	1112	2401	0	2621

Deserción de estudiantes

Comprando el año 2018 con el periodo 2019-2022 se pudo observar que la deserción de estudiantes fue a la baja. En el 2018 se alcanzaron valores máximos de deserción (2018A = 162 estudiantes, 2018B estudiantes = 154). En el periodo 2019 a 2022 se alcanzaron los valores más bajos de deserción. En el 2020A se alcanzó el menor número de deserción (49 estudiantes).

Se pudo notar también que entre el 2021 y 2022 se incrementó el número de deserciones, pero no más que el 2018. Lo observado se pudo deber a las condiciones de pandemia (Tabla 7).

Tabla 7. Número de alumnos que se dieron de baja de 2018 a la fecha

	2018 A	2018B	2019A	2019B	2020A	2020B	2021A	2021B	2022A
Bajas definitivas	161	154	153	95	90	49	77	137	91

Acreditación de las carreras y número de alumnos en programas acreditados

En los meses de octubre y noviembre del 2021, las carreras de Ingeniería Mecatrónica, Licenciatura en Gastronomía, Ing. Mecatrónica, Ing. Ambiental, Lic. en Contador Público lograron acreditarse por cinco años. Las carreras de Gestión Empresarial lograron la acreditación por tres años. La carrera de Ing. Industrial espera se acredite en el presente año. La carrera de Ingeniería en Sistemas era la única carrera que se encontraba acreditada en el año 2018. En el caso de las demás carreras (ingeniería electrónica, logística, industrias alimentarias) ya fueron evaluadas y se esperan el dictamen por parte de los pares evaluadores. Debido a las carreras a acreditadas en el 2021, se incrementó el número de alumnos en programas a acreditados a 1932 con respecto al 2018 de tan solo 299 (Tabla 8).

Tabla 8. Número de alumnos en Programas Acreditados de 2019 a la fecha.

	2018 A	2018B	2019A	2019B	2020A	2020B	2021A	2021B	2022A
Alumnos en programas alimentarias	299	336	277	331	266	310	264	2405	1932

Docentes y alumnos participando en proyectos de investigación

Los proyectos de investigación aumentaron significativamente del 2019 al 2021. En el año 2021 se alcanzó la cifra más alta de docentes y estudiantes participando en proyectos de investigación con 50 y 120 respectivamente. Así mismo se alcanzó la mayor cantidad de proyectos de investigación con 120, seguido por los años 219 y 2020.

El año que mostro las menores cifras fue el año 2018 (Tabla 9).

Tabla 9. Número de estudiantes y docentes participando en proyectos de investigación. Numero de proyectos de investigación.

Año	Cantidad de proyectos	Docentes participantes	Estudiantes participantes
2018	10	8	17
2019	28	39	53
2020	19	41	91
2021	33	50	120

Conclusión

Las estrategias implementadas en el Instituto Tecnológico Superior de Comalcalco ITSC para mejorar los indicadores de calidad educativa fueron significativamente positivas. Se lograron implementar y mejorar 8 indicadores de calidad educativa (equidad de género, plantilla docente, formación docente y actualización de profesional, programa de estímulo al desempeño docente, tutorías y asesorías, conferencias impartidas de forma presencial, acreditación de las carreras y número de alumnos en programas acreditados y docentes y alumnos participando en proyectos de investigación).

El ITSC en 2019 recibió el certificado en el Sistema de Gestión de Igualdad y No Discriminación bajo la norma NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación, incremento en un 412% los proyectos de investigación y en un 705% el número de estudiantes como colaboradores. Se incrementó en un 71.42% el número docentes con estudios de posgrados. Se triplico la cantidad (36) de cursos y diplomados de formación docente y profesional con el 100% de asistencia de los docentes. Se alcanzó el mayor número de profesores (17) reconocidos en el programa de estímulo al desempeño docente. Las tutorías y las asesorías incrementaron en un 475% y 710% respectivamente. Se logró la acreditación de 7 carreras.

Todos estos logros han coadyuvado a la formación integral de la comunidad tecnológica, reducir la deserción de estudiantes en un promedio del 61% y mantener la matrícula con un promedio de 3197

alumnos. Las estrategias implementadas en ITSC para mejorar la calidad educativa si bien coadyuvan al mejoramiento, se deben seguir mejorando e implementando más indicadores que puedan ir acorde a la educación disruptiva.

Referencias

- García, G. (2021). Estrategias para mejorar la calidad educativa, con énfasis en la retención y Eficiencia terminal. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Ramírez, J. (2016). La Enseñanza Universitaria y los Retos hacia el Futuro. *Revista Torreón Universitario*. Año 5 / No. 13. DOI: <https://doi.org/10.5377/torreon.v5i13.3882>.
- Zeledón, M., Aguilar, O. (2020). Ética y docencia universitaria. Percepciones y nuevos Desafíos, *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria* Vol.14 no.1. <https://doi.org/10.19083/ridu.2020.1201>.
- Ardila, Rodríguez., M. (2011). Calidad de la educación superior en Colombia, ¿Problema de compromiso colectivo? *Educación y desarrollo social*, 5(2), 44-55.
- Becerra, F., Andrade, A., Díaz, L. (2019). Sistema de gestión de la calidad para el proceso de Investigación. *Revista Actualidades*, Vol.19, Núm. 1. ISSN: 1409-4703.
- Ayala, C. (2014). Desarrollo de estrategias de responsabilidad social universitaria. *Módulo Arquitectura CUC*, (13), 67-86.
- Calderón, G., Zamora, R., Medina, G. (2017). La educación superior en el contexto de la Globalización. *Universidad y Sociedad*, Vol. 9(2), 300-305. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n3/rus48317.pdf>.
- Fraile Aranda, Antonio. (2006). El sistema universitario europeo como modelo posible para la Educación superior latinoamericana. *Revista electrónica de investigación educativa*, UJAT (2016). Calidad educativa. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Valenzuela, J. R., Ramírez, M. S., & Alfaro, J. A. (2009). Construcción de indicadores Institucionales para la mejora de la gestión y la calidad educativa. RIEE. *Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa*.
- Alcaín, E., Medina, M. (2017). Hacia una educación universitaria inclusiva: realidad y retos. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, Vol. 11(1), 4-19. <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.11.530>.

Plan operativo del Centro de Autismo en la educación primaria en la ciudad de Tapachula, Chiapas, México

DRA. ALMA LESLIE, LEÓN-AYALA¹

MTRA. ADRIANA PALOMEQUE LÓPEZ²

DRA. SUSANA PATRICIA GARCÍA SAMPEDRO³

DR. EMILIO ESQUINCA ARGÜELLO⁴

Resumen

En este capítulo se presenta uno de los retos de la educación, lograr la cobertura y la calidad; que responda a las exigencias educativas de todos los estudiantes, adaptándose el currículo de los programas de la educación a las necesidades de todos los educandos, es por ello que se tiene como objetivo realizar un estudio de la viabilidad financiera para analizar la eficiente entrada en operación de un centro de apoyo dedicado a la inclusión de niños con autismo en educación primaria, en la Ciudad de Tapachula, Chiapas.

Con la finalidad de obtener el análisis de la viabilidad financiera que permita la operatividad de un centro dedicado a la inclusión de ni-

¹ Facultad de Negocios C-IV UNACH, alma.leon@unach.mx, Mexicana,

² Facultad de Negocios C-IV UNACH, devcontab@gmail.com, Mexicana

³ Facultad de Negocios C-IV UNACH, Susana.garcia@unach.mx, Mexicana

⁴ Facultad de Negocios C-IV UNACH, Emilio.arguello@unach.mx, Mexicana

ños con autismo en la educación primaria, en la Ciudad de Tapachula, Chiapas, México.

Se utilizó la metodología cualitativa y cuantitativa, empleando como instrumento de medición la encuesta aplicada a 100 padres de familia de niños que cursan del 1º al 5º grado de educación primaria regular y que presentan posible trastorno autista en 10 escuelas de educación primarias pertenecientes al sector privado y en 15 escuelas primarias del sector público en la ciudad de Tapachula, Chiapas.

Logando conocer si el centro de autismo cuenta con la viabilidad financiera necesaria para la apertura el centro de apoyo para la inclusión de niños con autismo, en la Ciudad de Tapachula, Chiapas.

Antecedentes

El término de autismo fue utilizado por primera vez por Leo Kanner en 1943, quien describió teniendo en cuenta tres importantes núcleos de trastorno; el primero trastorno cualitativo de la relación, la segunda alteración cualitativas en la comunicación y en el lenguaje y la tercera falta de flexibilidad mental y comportamental (Borregón y Giménez, 2015).

El autismo aparece por primera vez como entidad diagnóstica para la Asociación de Psiquiatría Americana (APA) en los años 80, de la mano de la publicación del Manual Diagnóstico y Estadístico de Trastornos Mentales en su tercera edición (DSM III por sus siglas en inglés), bajo el nombre de autismo infantil (González D. , 2019).

El autismo es considerado un síndrome psicopatológico, que posee un conjunto de manifestaciones comunes, más o menos presentes en los diferentes casos individuales, pero con una frecuencia que permite distinguir “subtipos” autistas. El tipo de manifestaciones comportamentales concretas del síndrome dependería del grado de pérdida intelectual, de la edad y de factores psicosociales entre otros (García Coto, 1995).

Para (Arrebillaga, 2012) el autismo es un trastorno generalizado del desarrollo que se caracteriza por la presencia de alteraciones en tres áreas:

1. En la interacción social
2. En la comunicación y
3. En la flexibilidad de la conducta, e intereses.

Se puede detectar este problema en diversas etapas, sin embargo, cada etapa muestra diferentes características como se menciona a continuación:

En el nacimiento a partir de los doce meses de vida: En cuanto a la interacción social, se observa una falta de respuesta y/o rechazo al contacto con las personas. En esta etapa pueden ser frecuentes los problemas de alimentación y sueño.

De los doce a veinticuatro meses; En un nivel social se presenta aislamiento y ausencia de juego interpersonal o presencia, pero con patrones muy desviados con respecto al desarrollo normal. En cuanto al lenguaje, quizá algunos tienen un comienzo adecuado, pero no progresan. En todo caso, el 50% de las personas con autismo no desarrollarán en ningún momento de su vida habla funcional. Los problemas mayores en el área de la comunicación los tienen en cuanto al uso social y a la adecuación al contexto.

De los tres a los seis años: junto con la anterior, es la que los padres han catalogado como más difícil, la alteración social y comunicativa es claramente manifiesta. Se pueden observar posturas corporales anormales. Durante esta etapa pueden ser frecuentes los berrinches inmotivados, al menos aparentemente, junto a cambios bruscos de humor. A los seis años y en la adolescencia se pueden producir en el autismo crisis epilépticas.

De los seis años a los doce: En esta etapa, si los niños son atendidos de manera oportuna en muchos de los casos tienden a disminuir alguno de los problemas de conducta, con educación adecuada, logrando normalmente aliviar la sintomatología

Autismo en México

México las escuelas primarias tanto públicas como privadas establecen como clave para la educación integral la estrategia de equidad e

inclusión; en otras palabras; los jóvenes con y sin NEE permanecen juntos en las mismas aulas, realizando actividades comunes y bajo los mismos programas educativos. Sin embargo, para los niños con autismo; la integración, el aprendizaje y el desempeño académico en las escuelas primarias presentan en la mayoría de los casos; dificultades que se manifiestan en el bajo desempeño académico o bien en la deserción y abandono completo de las primarias, causando en estos niños frustración, depresión y sentimientos de exclusión. Quedando de esta manera privados de la educación básica establecido en el artículo 3º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos vigente para el año 2021, según (Suarez, Ruiz, y Serrano, 2017).

Es bien conocido por muchos que siempre que existen grupos de personas que poseen algún tipo de condición diferente, éstos se organizan para la asistencia, rehabilitación, orientación social, integración, concientización, inclusión, apoyo, entre otros muchos objetivos que se puedan plantear, sin embargo aun cuando éstas asociaciones, sociedades o fundaciones tengan el anhelo de éxito en su funcionamiento necesariamente deberán formalizarse y no únicamente deberán concretarse legalmente sino también administrativamente y financieramente.

Tal como se ha visto en el mundo, las Organizaciones no Gubernamentales (ONGs), Fundaciones y Asociaciones han tenido problemas, en palabras del Doctor (Churruca, 2019) asesor a nivel internacional de organizaciones vinculadas al sector social, estos problemas se dimensionan en el enfoque, en la marca y en el talento. Partiendo del problema de enfoque, muchas de las instituciones se centran en culpar al público y trabajan desde la culpabilidad a los terceros, se culpa a los gobiernos y en ocasiones a personas que viven sin una condición diferente y no tratan los proyectos desde la resolución propia del problema sino que éstos se quieren resolver desde la caridad, cuando éstas instituciones deberían ser tratadas como empresas que solucionen problemas sociales y que éstos den resultados y con ello propiciar una verdadera solidaridad del público donante.

Hay muchas instituciones sociales que no se preocupan por trabajar en la consolidación de una marca y la comunicación con el público inversor y donante, por último, las fundaciones, asociaciones, sociedades u ONG'S deben ser gestionadas como empresas, en su estructura, sus procesos, su comunicación, su gestión de recursos, la única dife-

rencia debería ser la finalidad del beneficio al cierre del ejercicio, todo lo demás debería ser igual (Churruca, 2019).

En México existen miles de organizaciones “informales” que llevan a cabo acciones de inclusión educativa, sin embargo la mayoría de ellas no es conocida a nivel nacional, regional o municipal por sus niveles bajos de eficiencia en su funcionamiento, por lo que se hace evidente que hace falta un estudio legal, administrativo y financiero para formalizar de manera adecuada estas instituciones y lograr con ello una operatividad eficiente que apoye a la inclusión adecuada de niños autistas (Churruca, 2019).

En el caso de proyectos privados es frecuente la subestimación de viabilidad, particularmente en inversiones de mediano y pequeño porte, a simple vista pueden observarse numerosos emprendimientos fallidos a causa de imprevisiones sobre el financiamiento e imposibilidad de sostener los resultados previstos inicialmente, por los costos incrementados de hecho para resolver la contingencia financiera (Santiago, 2019).

En México por ejemplo existe CLIMA, que es una asociación civil mexicana con más de 30 años de trayectoria en el desarrollo y educación de niños adolescentes y adultos con el trastorno espectro autista, la cual no se maneja como fundación con fines altruistas, sino que al contrario se vende como empresa de servicios.

Sin embargo, esta empresa únicamente su campo de acción es la Ciudad de México, con asociados en la República Mexicana, en nuestro Estado se encuentra en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, es por eso que se puede afirmar que, en Tapachula, Chiapas, no contamos con una institución destinada a la inclusión de niños autistas o con trastornos generalizados del desarrollo.

Ahora bien, ya se dejó establecida la necesidad de contar con un centro de apoyo en la inclusión educativa de los niños en educación primaria. De la misma forma ha quedado claro que el análisis financiero; es un componente indispensable para el inicio de cualquier emprendimiento, no importando si se trata de una idea de negocio o de cualquier organización sin fines de lucro, ya que cuando no se realiza el análisis financiero de una inversión, se corre el riesgo de tomar de-

cisiones erróneas que pueden ser trascendentales en la vida de cualquier organización.

Razón por la cual existe la necesidad de realizar el análisis financiero a fin de evaluar la operatividad de un centro de apoyo para la inclusión educativa en educación primaria de niños con autismo, a fin de que dicha institución o centro pueda realmente cumplir con la tarea de inclusión educativa necesaria en las escuelas primarias regulares.

Autismo en Tapachula

En las escuelas de educación primaria de nuestro municipio; Tapachula, los niños con NEE por autismo no tiene apoyos de intervención educativa individualizados o agrupados de acuerdo con las necesidades de cada niño; tal como debería suceder para la correcta inclusión de los jóvenes en las aulas.

En Tapachula, Chiapas no existe ninguna institución de apoyo para el diagnóstico, tratamiento e Inclusión de los niños con autismo, aunado a esto no existen en Chiapas especialistas apropiados para el tratamiento de este trastorno en los niños. Sin embargo, existen en el ámbito Nacional e Internacional Especialistas, Instituciones y Asociaciones con programas efectivos para el tratamiento de estos problemas y éstos al estar bien organizados han tenido éxito empresarial y cumplen los objetivos para los cuales fueron creados.

Es por ello por lo que con esta investigación se pretende comprobar la viabilidad financiera necesaria para el establecimiento y operatividad de un centro de apoyo para la inclusión de niños con autismo, en la Ciudad de Tapachula, Chiapas ya que, sin este estudio, cualquier empresa está destinada al fracaso, y es menester apoyar a niños con autismo en su inclusión educativa ya que es una necesidad latente para muchas familias que tienen niños con esta condición.

Por ello se pretende realizar un estudio de la viabilidad financiera para la analizar la eficiente entrada en operación de un centro de apoyo dedicado a la inclusión de niños con autismo en educación primaria, en la ciudad de Tapachula, Chiapas.

Empezando con un Estudio y determinación del tamaño óptimo del centro de apoyo, seguido de analizar la demanda de los servicios de inclusión educativa en niños de educación primaria., para cuantificar el costo de los servicios, estableciendo las características que guarda el sistema de negociación y organización y realizar es estudio de la viabilidad financiera necesaria para la operatividad del centro de apoyo en la inclusión educativa para niños con autismo y así mismo poder determinar la viabilidad financiera del centro de apoyo dedicado a la inclusión de niños con TEA y TGD.

Logrando con ello la inclusión es un proceso de desarrollo integral, en el que tienen que participar todos los agentes de la comunidad educativa. El enfoque inclusivo se desarrolla a través de un proceso que emerge desde el reconocimiento de los Derechos Humanos hasta la participación de los agentes educativos en el mismo. En el informe de la Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) se describe la base de la inclusión desde la asunción de los derechos humanos, hasta en el respeto, en los derechos en las aspiraciones y en el potencial de todos (UNICEF, 2015).

El proceso de escolarización e inclusión de los niños autistas no comienza cuando se les recibe o acepta en una institución educativa, sino desde el momento en que se les acepta y se le reconocen los mismos derechos humanos que al resto de todos los niños.

Estado del Arte

La viabilidad financiera es un análisis financiero para saber si existe dinero suficiente para cubrir los gastos y las inversiones que implica la puesta en marcha y el mantenimiento de un proyecto (Pérez Brito y Pacheco Coello, 2015). Entonces en base a eso podemos decir que la viabilidad financiera de un proyecto es la disponibilidad de dinero líquido con la que se cuenta para hacer frente a los pagos y las inversiones que requiere el proyecto. Un proyecto tiene viabilidad financiera si el estudio muestra que con las fuentes de recursos a las que se tiene acceso es posible solventar todas las etapas de tal proyecto, tales fuentes son el capital aportado por los socios, los créditos y el dinero que genera el propio negocio (Negocios y empresa, 2020).

Un proyecto de inversión es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. El proyecto surge como respuesta a una “idea” que busca la solución de un problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio que, por lo general, corresponde a la solución de un problema de terceros. Un proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio útil al ser humano o a la sociedad en general (Pacheco Coello y Pérez Brito, 2015).

La investigación de mercados es la reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con la transferencia y venta de bienes y servicios del productor al consumidor.

Los objetivos de la investigación de mercado son el objetivo social, económico y administrativo (Pacheco Coello y Pérez Brito, 2015).

La investigación de mercados suministra la información exacta para disminuir la incertidumbre en la toma de decisiones de mercadotecnia, porque se pasa de un enfoque intuitivo y subjetivo un enfoque sistemático y objetivo.

Objetivo social: Dirigir las tareas de producción y comercialización de bienes o servicios hacia las verdaderas necesidades de los consumidores detectadas mediante estudios profesionales de investigación (Pacheco Coello y Pérez Brito, 2015).

Objetivo económico: Determinar la posibilidad de éxito o fracaso de producir un bien o servicio dentro de un contexto de mercado real o potencial, evitando a las empresas fracasos comerciales o esquemas productivos de alto costo y escaso beneficio (Pacheco Coello y Pérez Brito, 2015).

Objetivo administrativo: Contribuir con información confiable al proceso administrativo, que permita a las empresas competir y crecer en sus mercados (Pacheco Coello y Pérez Brito, 2015).

El objetivo del estudio de mercado es suministrar la información necesaria para la decisión final de invertir en un proyecto determinado. La importancia del estudio de mercado radica en que se eviten gastos, las decisiones se toman basadas en un mercado real se conoce el ambiente donde la empresa realizará sus actividades económicas,

permite trazar varios rumbos y se sabe si el proyecto va a satisfacer una necesidad real e ilustra sobre las fortalezas y debilidades de las empresas competidoras y se conoce la parte sobre la que tiene control la competencia (Alonso Dos Santos, 2017)

Objetivo

Elaborar estudio de la viabilidad financiera para analizar la eficiente entrada en operación de un Centro de Apoyo dedicado a la inclusión de niños con Autismo en Educación Primaria, en la Ciudad de Tapachula, Chiapas.

Métodos

La investigación cualitativa es el conjunto de todas las cosas que se desarrollan para seguir la lista de los investigados y encontrar los rasgos que distinguen las personas y a las cosas, sus propiedades y atributos, sean éstas y estos naturales o adquiridos, el objetivo del método cualitativo es el conocimiento de la realidad para convertir los datos en información (León, 2019).

La investigación cuantitativa permite acceder a la información a través de la recolección de datos sobre variables o dimensiones, llegando a determinadas conclusiones al comparar estadísticas (León, 2019).

La metodología utilizada en la investigación será cualitativa y cuantitativa, se iniciará obteniendo información sobre el mercado a fin de indagar a detalle y profundidad a los posibles consumidores del servicio que se ofertará, así como se cuantificará los recursos necesarios tales como los gastos fijos y variables dentro de los cuales se encuentran el arrendamiento del local, las adecuaciones de las instalaciones, los insumos, honorarios, salarios e impuestos necesarios para la operatividad y puesta en marcha del centro de apoyo para la inclusión de niños en la educación de nivel primaria.

La técnica es un conjunto de reglas y operaciones formuladas expresamente para el manejo correcto de los instrumentos, lo cual permite, a su vez la aplicación adecuada del método o de los métodos

correspondientes. Entre las técnicas más importantes se encuentran; los cuestionarios, entrevistas, encuestas, observaciones, revisión documental e historias de vida (León, 2019).

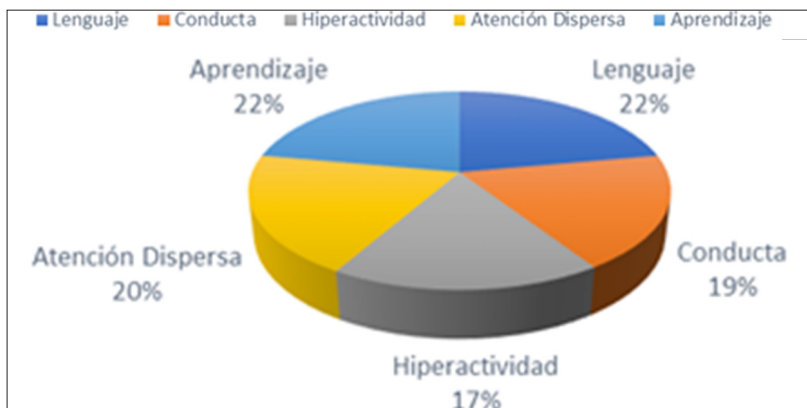
La encuesta consiste en entrevistas a un gran número de sujetos mediante un cuestionario prediseñado. En este tipo de investigación suele ser necesario obtener una muestra suficientemente grande (encuestados) para asegurar que el estudio representa con precisión alguna población más grande (Alonso Dos Santos, 2017).

La medición mediante encuesta puede ser efectuada, y de hecho es el procedimiento más frecuente, de modo esporádico y coyuntural con el fin de tantear la opinión pública en relación con algún tema de interés. La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas (León, 2019).

Resultados

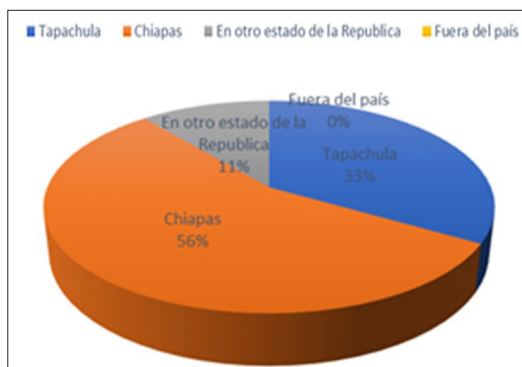
Posterior a la aplicación de las encuestas los resultados obtenidos se graficaron para su mayor comprensión.

Figura 1. ¿Cuáles son los Problemas más frecuentes en los menores con posible TEA y TGD?

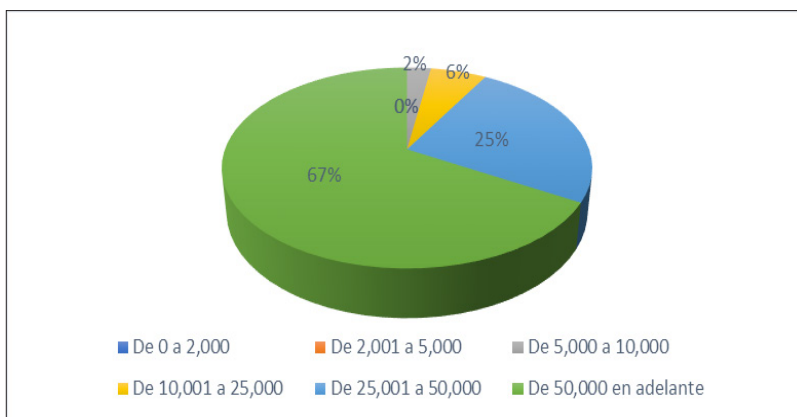


Nota: Los resultados obtenidos indican que el problema más frecuente es el lenguaje y aprendizaje ya que ambas representan el 22% de las personas encuestadas, seguido de atención dispersa con un 20% y conducta con un 19%, lo cual demuestra un porcentaje muy cerca de los primeros problemas, como último resultado la hiperactividad representa un 17%.

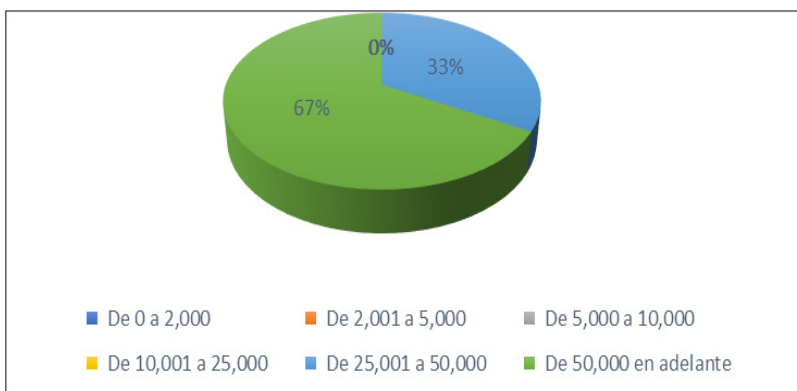
Figura 2. ¿Cuál es el porcentaje de niños diagnosticados con TEA y TGD?



Nota: Esta grafica señala que de los niños que cuentan con diagnóstico el 56% ha obtenido el diagnóstico en el estado de Chiapas, el 33% obtuvo su diagnóstico en la ciudad de Tapachula, y el 11% tuvieron que recurrir a otro estado de la república.

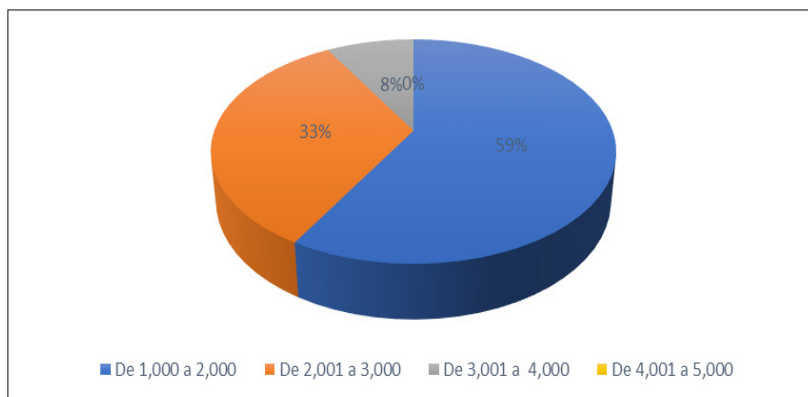
Figura 3. ¿Cuánto se gasta en realizar el diagnóstico de un menor?

Nota: Se puede apreciar que el 67% de las personas encuestadas, ha realizado inversiones costosas en el diagnóstico del menor ya que va de los \$50,000.00 a más seguido de; el 25% ha invertido de 25,000.00 a 50,000.00, 7 personas que representa el 6% han invertido de \$10,000.00 a 25,000.00 y finalmente 3 personas que representan el 2% de los encuestados ha invertido como máximo \$10,000.00.

Figura 4. ¿Qué precio tiene el tratamiento de TEA y TGD?

Nota: En esta grafica nos da la información que el 67% ha invertido más de 50,000 y el 33% ha invertido entre los 25,000 y 50,000.

Figura 5. *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el tratamiento de su hijo mensualmente?*



Nota: De las 120 personas encuestadas, el 59% está dispuesto a pagar de 1,000 a 2,000, el 33% está dispuesto a pagar 2,001 a 3,000 y el 8% está dispuesto a pagar 3,001 a 4,000.

Conclusiones

Para alcanzar el objetivo de esta investigación se tomó en cuenta el tamaño y distribución del centro de apoyo dedicado a la inclusión de niños con TEA y TGD en educación primaria. Queda claro que toda la actividad realizada en la inclusión de niños en edad de 6 a 12 años con TGD y TEA necesitan un espacio físico para la realización de las actividades previas necesarias; como el diagnóstico, desarrollo de programa de actividades, y realización de terapias externas; las cuales deben de desarrollarse en un espacio adecuado; tanto para determinar la situación médica del menor, como para las terapias, así como una oficina administrativa necesaria para la coordinación de las actividades dedicadas a la inclusión de los niños en cada escuela con la que se tenga convenio para realizar las actividades de inclusión.

Atendiendo a los requerimientos estatales, federales y municipales así como los lineamientos de Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), se debe de cumplir con la norma NOM-004-SSA3-2012, esto para efectos de los expedientes y respecto

a la distribución se piden espacios para sala de espera para mínimo de seis personas, así como lavamanos en el consultorio y en los sanitarios que se establezcan tanto para el médico como para los pacientes, sin olvidar la rotulación solicitada por las diversas instancias que regulan al respecto, tales como lo señalado en COFEPRIS así como en materia mercantil. Para lo que se requiere de personal especializado con experiencia en diseño y distribución para las áreas a fin de adecuar las instalaciones y con ello dar cumplimiento a las normatividades en materia de salud.

Comportamiento de la demanda efectiva de los servicios. En esta investigación queda de manifiesto que, en la ciudad de Tapachula, Chiapas; existe la necesidad de contar con un centro de apoyo dedicado a la inclusión educativa integral que vaya desde el diagnóstico, desarrollo de un programa de actividades, terapias, inclusión, seguimiento y control del avance en la inclusión educativa y social del menor.

Existen bases fehacientes que la tendencia de crecimiento de este padecimiento incluso se ha llegado a considerar como una pandemia en algunos países debido a que esta condición de vida aumenta estadísticamente a pasos agigantados. Por lo que la demanda de los servicios de inclusión educativa va al alza afectando porque dicha condición afecta a miles de familias.

Características y costo de los servicios. Es claro que los servicios para la inclusión educativa de menores en educación primaria con TEA y TGD debe tener en primer lugar un diagnóstico para el desarrollo de un programa de actividades encaminadas a la inclusión educativa, todo este trabajo no sería posible si el menor no puede comunicarse o socializar en diferentes entornos por lo que los servicios deben partir desde el diagnóstico, posteriormente el desarrollo de un programa de actividades y terapias y posterior o conjuntamente con esas terapias llevar a cabo la inclusión dentro de las instituciones educativas, por lo que para brindar un servicio integral que coadyuve a la inclusión eficiente de niños con TGD y TEA, es conveniente que el centro de apoyo a desarrollar cuente con servicios de diagnóstico el cual se ha fijado atendiendo al estudio de mercado realizado, ya que los costos por diagnóstico rondan entre los \$ 35,000.00 y \$50,000.00 y en la mayoría de las veces las personas diagnosticadas tienen que viajar a la ciudad de Tuxtla Gutiérrez por un diagnóstico o a cualquier otra parte

de la República, situación que incrementa los costos para un adecuado diagnóstico del menor. Respecto al costo de las terapias para esta investigación y realización de las proyecciones se utilizaron los valores más bajos del mercado para poder planear ingresos desde un punto de vista pesimista.

Viabilidad financiera para la operatividad de manera eficiente de un centro de apoyo de inclusión educativa a niños con autismo en nivel primaria, en la ciudad de Tapachula, Chiapas; México. De acuerdo con las proyecciones financieras, el proyecto planteado muestra un claro desenvolvimiento positivo, y por todas las proyecciones realizadas se considera que el proyecto es viable, ya que se muestra la recuperación en el mediano plazo tanto de la inversión como de la capacidad de reinversión de las utilidades generadas en la misma.

De acuerdo con el estudio de mercado realizado se torna viable porque es verdaderamente palpable que existe una necesidad la inclusión educativa integral como se plantea en esta presente investigación y de la misma forma se nota la carencia de servicios eficientes y completos respecto a la inclusión de los menores a las instituciones educativas. En el estudio técnico, la implementación de un centro de apoyo para los servicios multicitados ya que se tiene una facilidad en la proveduría de todos los insumos necesarios para las actividades a realizar, se cuenta con las relaciones e interés de las personas participantes en la asociación, por lo que a continuación se presentan las tablas 1, 2 y 3 que presentan: El Estado de Situación Financiera, El Estado de Resultados por el primer año, así como el Resumen de Proyecciones Financieras a 5 años.

Tabla 1. Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA			
Concepto	AÑO 1		
ACTIVO			
Circulante			
Efectivo en Caja y Bancos		2,925,947.96	
No circulante			
Gastos de Instalación		104,500.00	
Depreciación acumulada	-	10,450.00	
Equipos de Cómputo		52,000.00	
Depreciación acumulada	-	15,600.00	
Equipos de Oficina		17,700.00	
Depreciación acumulada	-	1,770.00	
Muebles y enseres		48,300.00	
Depreciación acumulada	-	4,830.00	
Equipo Médico		19,900.00	
Depreciación acumulada	-	4,975.00	
Total Activo No Circulante		<u>204,775.00</u>	
TOTAL ACTIVO			3,130,722.96
PASIVO			
Impuestos por pagar		759,216.89	
PTU por pagar		<u>253,072.30</u>	
TOTAL PASIVO			1,012,289.18
CAPITAL CONTABLE			
Capital Social		600,000.00	
Utilidad del Ejercicio		<u>1,518,433.78</u>	
TOTAL CAPITAL CONTABLE			2,118,433.78

Nota: El Estado de Situación Financiera refleja una utilidad en el primer ejercicio de \$ 1,518,433.78 pesos.

Tabla 2. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS	
Concepto	AÑO 1
Ventas netas	4,959,800.00
Costo de los Diagnósticos	690,000.00
Utilidad Bruta	4,269,800.00
Gastos de Operación	1,739,077.04
Gastos de Administración	463,701.30
Gastos de Venta	1,237,750.74
Depreciación del Ejercicio	37,625.00
Utilidad antes de ISR y PTU	2,530,722.96
ISR	759,216.89
PTU	253,072.30
Utilidad del Ejercicio	1,518,433.78

Nota: El Estado de Resultados por el primer ejercicio nos presenta la utilidad neta del ejercicio por \$ 1,518,433.78 pesos.

Tabla 3. Resumen de Proyecciones Financieras

RESUMEN DE PROYECCIONES FINANCIERAS					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inflación	6%	4.70%	4.70%	4.70%	4.70%
Impuestos	30%	30%	30%	30%	30%
PTU	10%	10%	10%	10%	10%
ANÁLISIS VERTICAL: ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Costo de los Diagnósticos	13.91%	13.91%	13.91%	13.91%	13.91%
Utilidad Bruta	86.09%	86.09%	86.09%	86.09%	86.09%
Gastos de Operación	35.06%	33.60%	33.56%	33.35%	33.16%
Gastos de Administración	9.35%	8.64%	8.64%	8.64%	8.64%
Gastos de Verifa	24.96%	24.24%	24.24%	24.24%	24.24%
Depreciación del Ejercicio	0.76%	0.72%	0.68%	0.47%	0.28%
Utilidad antes de ISR y PTU	51.02%	52.49%	52.52%	52.74%	52.93%
ISR	15.31%	15.75%	15.76%	15.82%	15.88%
PTU	5.10%	5.25%	5.25%	5.27%	5.29%
Utilidad del Ejercicio	30.61%	31.50%	31.51%	31.64%	31.76%
Determinación de Factor	0.0000002016	0.0000001902	0.0000001817	0.0000001735	0.0000001657
RAZONES FINANCIERAS					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razón corriente	2.89	4.27	5.65	6.95	8.17
Razón rápida o prueba del ácido	2.89	4.27	5.65	6.95	8.17
Capital de Trabajo	1,913,658.78	3,607,121.02	5,379,468.64	7,230,249.24	9,163,434.71
Margen de utilidad bruta	86.09%	86.09%	86.09%	86.09%	86.09%
Margen de utilidad operativa	51.02%	52.49%	52.52%	52.74%	52.93%
Margen de utilidad neta	30.61%	31.50%	31.51%	31.64%	31.76%
Rendimiento del activo total	0.49	0.34	0.26	0.21	0.18
Rendimiento del Patrimonio	0.72	0.44	0.31	0.25	0.21

Nota: El Resumen de las Proyecciones Financieras nos presentan en porcentajes: las ventas, costo, gastos, impuestos, participación de las utilidades a los trabajadores, así como la inflación proyectada en cinco ejercicios.

Referencias

- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme.
- Arrebillaga, M. E. (2012). *Neuropsicología Clínica Infantil*. Editorial Brujas.
- Borregón, S., & Giménez, S. (2015). *Inclusión y Sistema Educativo*. Editorial CEPE, S.A.
- Churruca, D. M. (2019). *El Blog Agency Thinking*. Obtenido de <https://www.lukcomunicacion.com/blog/los-tres-grandes-problemas-de-las-ongs-fundaciones-y-asociaciones/>
- Cordera, R., & Lomelí, C. (2017). *De crisis a crisis: del cambio de régimen económico a la transición inconclusa*. Ediciones UNAM.

- DAFP. (1993). *Memorias del Simposio de Bienestar Social Laboral.Talento Humano y Gestión pública*. Ediciones DAFP.
- García Coto, M. (1995). *Autismo Infantil como trastorno generalizado del desarrollo; Autismo nuclear y co-morbilidad diagnóstica*. Palermo: Bs.As.
- Gitman, L. (1997). *Fundamentos de administración financiera*. Editorial: OUP Harla México.
- Gonzalez, D. H. (25 de enero de 2019). *PSYCIENCIA*. Obtenido de <https://www.psyciencia.com/tea-autismo-tgd-asperger-diagnostico/>
- León, A. A. (2019). *Guía Metodológica para la presentación de Protocolos de Investigación en las Ciencias sociales y administrativas*. Edicitorial HESS, S.A. DE C.V.
- Negocios y empresa. (Diciembre de 2020). *Negocios y empresa*. Obtenido de <https://negociosyempresa.com/?fbclid=IwAR0CiEoO2QjQ6VQOv-Nfh9ZG8dGEYNOiz8Ay6x2sabPsKVF-U7SNheiu7RY>
- Pacheco Coello , C. E., & Pérez Brito, G. J. (2015). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Ediciones: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Pérez Brito, G. J., & Pacheco Coello, C. (2015). *El proyecto de inversión como estrategia empresarial*. Editorial: Instituto Mexicano de Contador Públicos.
- León, A. A. Et al. (2022). *Análisis de la viabilidad financiera para la operatividad de un centro dedicado a la inclusión de niños con autismo en la educación primaria, en la ciudad de Tapachula, Chiapas, México*. [Ponencia]. Memoria del 13º. Congreso Internacional de Investigación en MiPymes y Empresas Familiares “Estrategias de reactivación de las MiPymes para el Desarrollo Regional”. Mesa 2. Universidad Autónoma de Chiapas. <https://www.congresointernacional.ceune.unach.mx/>
- Santiago Sobrero, F. (abril de 2009). *Analisis de Viabilidad: La cenicienta en los proyectos de inversión*. Obtenido de <http://www.asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco%20-%20ESTUDIOS%20DE%20VIABILIDAD%20LA%20CENICIENTA%20DE%20LOS%20PROYECTOS%20DE%20INVERSION.pdf>
- Suarez, S., Ruiz, A., & Serrano, M. (2017). *Autismo y Actividad física implementaciones educativas*. Editorial: WANCEULEN.
- UNICEF. (2015). *Los derechos de la infancia y ña adolescencia en México*. Editorial: UNICEF.
- Vargas, H. J. (2008). *Análisis crítico de las teorías del desarrollo economico*. Editorial: Centro Universitario de Ciencias.
- Vazquez Ramírez, M. A. (2005). *La atención educativa de los alumnos con Trastorno del Espectro Autista*. Editorial: SEP.

APARTADO B

.....

**Seguridad alimentaria y mejora
de la nutrición, promoviendo
la agricultura sostenible**

El proceso de transformación de granos de cacao a chocolate: indicadores de rendimiento en MIPYMES en México

DR. ORLANDO LÓPEZ-BÁEZ¹

DRA. SANDRA ISABEL RAMÍREZ-GONZÁLEZ²

DR. SAUL ESPINOSA-ZARAGOZA³

M.C. RODRIGO ROMERO-TIRADO⁴

Resumen

Introducción. La pasta o licor de cacao se obtiene al moler los granos, ya tostados; constituye la base para elaborar chocolates y otros derivados como la cocoa.

Objetivos. En esta investigación se planteó determinar indicadores del rendimiento en las etapas del procesamiento de granos de cacao para producir licor en muestras procedentes de comunidades de productores de México.

Métodos. Se estudiaron 14 muestras; el tostado de los granos se realizó en horno a 80-100 0C durante 22 min; luego fueron quebrados en un molino de disco y descascarillados en un equipo a base de ventilación; la molienda se realizó en un molino de aspas y enseguida en un refinador melanger de piedras.

¹ Universidad Autónoma de Chiapas, olopez@unach.mx, mexicano

² Universidad Autónoma de Chiapas, sandra.ramirez@unach.mx, mexicana

³ Universidad Autónoma de Chiapas, saul.espinosa@unach.mx, mexicano

⁴ Universidad Autónoma de Chiapas, rodrigo.romero@unach.mx, mexicano

Resultados. Durante el tostado se cuantifico una reducción promedio del peso de 12.7%; el valor más bajo fue 8.5% y el más alto 23%. En el quebrado y descascarillado de los granos se cuantificó una pérdida de 14.6%; con una variación de 6.5% a 21.3%. En la molienda-refinado se cuantifico 26.4% de perdida. De un kg de granos de cacao se tiene un rendimiento medio de 550.7 g de licor, estimándose una merma de 44.93%.

Conclusiones. El proceso de elaboración de pasta de granos de cacao, presentó un rendimiento medio del 55%, en el tostado se estimó una merma del 12.7%, en el quebrado de granos y descascarillado del 14.6% y en la molienda y refinado del 26.4%. La molienda y el descascarillado fueron las etapas del proceso en donde se generaron mayores mermas en el rendimiento. No se observaron diferencias en el rendimiento del proceso entre granos fermentados y lavados.

Palabras clave: Chocolate, pasta, procesamiento.

Introducción

El cacao *Theobroma cacao* L. es un cultivo tropical, originario de América, domesticado en las selvas de Mesoamérica hace aproximadamente 3,000 años por las culturas Olmeca, Zoque, Maya y Mocaya, entre otras; se considera a Mesoamérica como la cuna del chocolate, bebida elaborada a base de los granos de cacao. (theobromacr. blogspot.com/2013/04/origen-del-cacao). El chocolate fue una bebida popularizada en Mesoamérica principalmente por las culturas Olmeca y Maya (Vela, 2012). Para los Aztecas que dominaron Mesoamérica del siglo XIV hasta la conquista de México por los españoles, el cacao alcanzó un sentido sagrado (Vela, 2012; Ogata, 2007) y el chocolate solía ser bebida preferida de las realezas. Igualmente se consideraba un alimento tonificante o energizante, que se podía consumir mezclado con una masa de harina de maíz, chiles y miel.

En la actualidad, el cacao es de gran importancia cultural, ambiental, social y económica (Ogata, 2012); los granos de esta planta constitu-

yen la materia prima para la industria del chocolate. Según reporte del SIAP (SIAP, SADER, 2020) en México existe una superficie cultivada de 59,655 ha, los estados con mayor superficie son Tabasco y Chiapas, y en menor relevancia se cultiva en Oaxaca y Guerrero. La producción nacional promedio es de 26,076 t de grano seco. Se estima que de este cultivo dependen 40,000 familias que viven en 368 comunidades rurales en Tabasco, y 11,000 familias en 118 comunidades de Chiapas (SAGARPA, 2017; CEDRSSA, 2020).

La cadena de valor del cacao en México, distingue dos tipos de calidad del grano según el proceso postcosecha aplicado: el cacao lavado y el fermentado. El grano lavado es al que se le retira la pulpa o mucílago que envuelve al grano fresco por acción del agua y que es secado de manera natural, sin aplicar ningún proceso de fermentación.

En el caso del cacao fermentado, los granos frescos son sometidos a un proceso de fermentación, que se efectúa en cajones de madera, costales, o en montones, este proceso dura entre 6 a 8 días, y el secado puede ser natural o artificial. El proceso de fermentación elimina el mucilago que envuelve de manera natural a los granos de cacao, genera calor y se producen cambios bioquímicos al interior de los granos generando sustancias que acentúan los aromas y sabores típicos del chocolate (Lares et al., 2013).

De acuerdo con la PROFECO (2018) en México existen 28 empresas transformadoras de cacao catalogadas como grandes industrias, a las que se adicionan 349 micro y pequeñas empresas que también procesan granos de cacao y elaboran diversos productos, aunque a menor escala. La industria del chocolate alcanza un valor de 51,000 millones de pesos y genera alrededor de 55,000 empleos directos. El consumo nacional de chocolate en México es de 750 g al año por persona, mientras que por ejemplo en Brasil es de 1.6 kg y en Suiza alcanza 11.9 kg por persona (Sección amarilla, 2020; Revista Expansión, 2016).

El consumo de chocolate en forma de bebida llamado comúnmente “chocolate de mesa o de taza” persiste, y aunque es elaborado por las grandes empresas mediante procesos industrializados, se mantiene en México la elaboración de manera artesanal con base en recetas tradicionales en pequeñas y micro empresas, por lo general familiares, de las que en Chiapas se reportan 19.

En las micro y pequeñas empresas que procesan cacao y elaboran chocolates, el proceso es netamente artesanal (Camacho-Gómez, 2019; Milla et al., 2016; Córdova et al., 2018) con muy pocas innovaciones tecnológicas, y existe muy poca información de las características de las etapas de este proceso, como el rendimiento y la calidad organoléptica del chocolate obtenido, que puedan dar cuenta de la eficiencia y rentabilidad de esta actividad. Es importante destacar que la incorporación de innovaciones o mejoras en la calidad a los productos artesanales pueden generar redes de comercio y dar un valor agregado al producto, conservando y reactivando la riqueza gastronómica y cultural que acompaña el desarrollo de este cultivo en México (Córdova et al., 2018; El Financiero, 2016). Considerando los antecedentes, el objetivo de esta investigación fue generar información de indicadores del rendimiento en la elaboración de licor o pasta a partir de granos de cacao procedentes de comunidades de productores de México.

Métodos

La investigación se realizó en el Laboratorio de Cacao y Chocolate de la Universidad Autónoma de Chiapas ubicado en el Campus de Ciudad Universitaria, en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Se estudiaron 14 muestras de granos secos las cuales se describen en el Cuadro 1; las muestras fueron obtenidas directamente de productores de diferentes comunidades en donde se cultiva cacao, resultando 11 de Chiapas, 3 de Tabasco y una de Oaxaca; según el tratamiento postcosecha aplicado por los productores, 10 de las muestras corresponden a granos fermentados y 4 a granos lavados sin fermentar.

Tamaño de muestras. De cada uno de los sitios de origen de los granos de cacao se recolectó una muestra de un kg de granos secos.

Determinación de la humedad de los granos. El contenido de humedad de los granos se obtuvo con un determinador para granos marca Agtronix modelo MFG 0419 según el protocolo indicado por Aguilar (2016).

Proceso de obtención del licor o pasta. El proceso para la obtención del licor según puede observarse en la Figura 1 comprende: el tostado, la molienda, el refinado y el moldeado (Liendo, 2005).

Cuadro 1. Origen y tratamiento postcosecha de las muestras de granos de cacao.

Número	Origen	Tratamiento postcosecha	Número	Origen	Tratamiento postcosecha
1	Pichucalco, Chiapas	Fermentado	8	Comalcalco, Tabasco	Fermentado
2	Pichucalco, Chiapas	Fermentado	9	Comalcalco, Tabasco	Fermentado
3	Pichucalco, Chiapas	Fermentado	10	Juárez, Chiapas	Fermentado
4	Pichucalco, Chiapas	Fermentado	11	Huehuetán, Chiapas	Lavado
5	Comalcalco, Tabasco	Fermentado	12	Tila, Chiapas	Lavado
6	Huehuetán, Chiapas	Fermentado	13	La Chinantla, Oaxaca	Lavado
7	Huehuetán, Chiapas	Fermentado	14	Juárez, Chiapas	Lavado

El tostado de los granos, previamente limpiados, se realizó en un tostador de granos a base de gas, de cilindro giratorio, marca Promor de capacidad 1 a 5 kg, a una temperatura de 80-100 OC durante 22 min. La molienda o triturado de los granos se realizó en un molino de disco marca Del Rey con motor de 0.5 HP de capacidad, la separación de la cascarilla para obtener los “nibs”, nombre que reciben los fragmentos de granos del cacao triturados, se realizó en un descascarillador con un sistema de propulsión por ventilación y aspirado de aire diseñado por la AUDES Cacao-chocolate de la UNACH. La molienda de los nibs se realizó en dos etapas, primero estos se procesaron en un molino eléctrico triturador para laboratorio marca Hamilton Beach, enseguida el refinado de la masa se realizó en un molino refinador de piedras para chocolate tipo “melanger” marca Premier, modelo PG508 de 4.5 kg de capacidad. El proceso de refinado tuvo una duración de 6 horas; al final de esta etapa el licor fue depositado en moldes de policarbonato de 250 g y conservado en refrigeración.

Variables cuantificadas. Para cada una de las muestras y en cada etapa del proceso desde el tostado de los granos hasta la obtención del licor, se cuantifico el peso inicial y final de la masa. Con los datos generados se calcularon las pérdidas o mermas en el peso y su equivalente en porcentaje para cada etapa del proceso; finalmente se estimó

el porcentaje de pérdida o merma para todo el proceso es decir la obtención de licor a partir de los granos secos de cacao. El análisis de los datos obtenidos se realizó mediante estadística básica, se calcularon valores promedios, la desviación estándar y el coeficiente de variación para cada etapa del proceso.

Figura 1. Etapas del proceso para la obtención del licor o pasta a partir de los granos de cacao.



a) Granos de cacao



b) Granos tostados



c) Nibs de cacao



d) Triturado



e) Refinado



f) Licor

Resultados

Los resultados obtenidos durante el tostado de los granos de las 14 muestras estudiadas se presentan en el Cuadro 2, en el cual se observa que el contenido de humedad inicial más bajo fue de 7.1%, en los granos de las muestras 10 y 11, y el más alto de 9.1% en la muestra 8.

En 13 de las 14 muestras estudiadas se cuantificó que el contenido de humedad se encuentra dentro de los límites establecidos tanto en las normas internacionales como en la nacional, en las que se establece que el contenido de humedad permitido en granos comerciales de cacao debe estar dentro del rango de 7 a 8% (México NMX-FF-103-SCFI-2003; Sukha y Seguíne, 2015; Aguilar, 2016; FAO, 2016).

Cuadro 2. Contenido de humedad en granos, peso inicial y final y merma cuantificada durante la etapa del tostado de granos de 14 muestras de cacao.

Muestra	Calidad	Contenido de humedad %	Peso inicial g	Peso final g	Merma g	Merma %
1	Fermentado	7.3	890	730	160	18.0
2	Fermentado	7.4	877	750	127	14.5
3	Fermentado	7.4	899	760	139	15.5
4	Fermentado	7.4	886	788	98	11.1
5	Fermentado	7.5	562	514	48	8.5
6	Fermentado	7.5	1363	1233	130	9.5
7	Fermentado	7.5	1248	1127	121	9.7
8	Fermentado	9.1	830	708	122	14.7
9	Fermentado	7.3	850	741	109	12.8
10	Fermentado	7.1	300	231	69	23.0
11	Lavado	7.1	1400	1260	140	10.0
12	Lavado	7.2	950	861	89	9.4
13	Lavado	7.4	910	766	144	15.8

Muestra	Calidad	Contenido de humedad %	Peso inicial g	Peso final g	Merma g	Merma %
14	Lavado	7.4	641	541	100	15.6
Promedio			900.43	786.43	114.00	
Desviación estándar			295.82	277.63	30.81	
Coeficiente de variación %			33	35	27	

Dado que el tostado extrae buena parte de la humedad presente en el grano, al finalizar este, se cuantificó una reducción en el peso de las muestras, el valor de pérdida de peso más bajo cuantificado fue de 8.5% en la muestra 5 mientras que el más alto fue de 23% y se observó en la muestra 10. El valor promedio de la merma en peso estimado para las 14 muestras en esta etapa resultó en 15%.

En el Cuadro 3 se presentan los resultados obtenidos del peso de los nibs después del quebrado y separación de la cascarilla. La menor pérdida de peso cuantificada fue de 6.5% y se obtuvo en la muestra 14 mientras que la mayor diferencia de peso cuantificada resultó en 20.0% en la muestra 5. El valor promedio de la merma en esta etapa fue de 14.6% del peso del grano.

Cuadro 3. Peso inicial y final y merma cuantificada durante el quebrado de granos y descascarillado de 14 muestras de cacao.

Muestra	Calidad	Peso inicial g	Peso final g	Merma g	Merma %
1	Fermentado	730	651	79	10.8
2	Fermentado	750	627	123	16.4
3	Fermentado	760	672	88	11.6
4	Fermentado	788	664	124	15.7
5	Fermentado	514	411	103	20.0
6	Fermentado	1233	970	263	21.3
7	Fermentado	1127	942	185	16.4

Muestra	Calidad	Peso inicial g	Peso final g	Merma g	Merma %
8	Fermentado	708	615	93	13.1
9	Fermentado	741	656	85	11.5
10	Fermentado	231	213	18	7.8
11	Lavado	1260	1042	218	17.3
12	Lavado	861	745	116	13.5
13	Lavado	766	688	78	10.2
14	Lavado	541	506	35	6.5
Promedio		786.43	671.57	114.86	
Desviación estándar		277.63	217.782	66.961	
Coeficiente de variación %		35	32	58	

En el Cuadro 4 se muestran los datos obtenidos en el peso inicial y final y la merma estimada durante la etapa de molienda y refinado de la pasta para obtención de licor de cacao. La menor diferencia de peso inicial y final se cuantifico en la muestra 7 de cacao fermentado con valor de 11.6 %, por el contrario, la diferencia más alta fue de 54.20 en la muestra 6 que se trata de cacao fermentado.

Cuadro 4. Peso inicial y final y merma cuantificada durante la molienda y refinado de pasta para obtención de licor de cacao.

Muestra	Calidad	Peso inicial g	Peso final g	Merma g	Merma %
1	Fermentado	650	498	152	23.38
2	Fermentado	627	476	151	24.08
3	Fermentado	672	534	138	20.54
4	Fermentado	664	524	140	21.08
5	Fermentado	411	280	131	31.87

Muestra	Calidad	Peso inicial g	Peso final g	Merma g	Merma %
6	Fermentado	500	229	271	54.20
7	Fermentado	500	442	58	11.60
8	Fermentado	500	382	118	23.60
9	Fermentado	500	362	138	27.60
10	Fermentado	214	149	65	30.37
11	Lavado	500	360	140	28.00
12	Lavado	493	375	118	23.94
13	Lavado	500	375	125	25.00
14	Lavado	399	280	119	29.82
Promedio		509.29	376.14	133.14	
Desviación estándar		122.12	113.74	48.71	
Coeficiente de variación %		24	30	37	

Según los datos presentados en los Cuadros 5 y 6, el proceso presentó un rendimiento global de licor del 55%, las pérdidas durante el tostado (12.7%), el quebrado de granos y descascarillado (14.6 %) y la molienda y refinado (26.1 %). Los valores estimados resultan similares tanto para los granos de cacao lavado como fermentado.

Según se aprecia, la molienda de los nibs y el refinado, y el descascarillado fueron las etapas del proceso en donde se generó la mayor merma.

Cuadro 5. Estimación de mermas en el rendimiento según la etapa del proceso de elaboración de licor a partir de granos de cacao fermentados y lavados.

Manejo postcosecha de los granos de cacao	Etapa del proceso		
	Tostado %	Quebrado de granos y descascarillado %	Molienda y refinado %
Grano Fermentado	12.9	15.3	26.0
Grano Lavado	12.1	15.0	26.53

Cuadro 6. Estimación de mermas y rendimiento en cada etapa del proceso de elaboración de licor a partir de granos de cacao.

	Tostado	Quebrado de granos y descascarillado	Molienda y refinado
Peso al inicio g	1000.0	873.0	745.5
Rendimiento Peso final g	873.0	745.5	550.7
Merma %	12.7	14.6	26.1

Discusión

El licor o pasta de cacao constituye la materia prima para la industria chocolatera la cual además de elaborar diversos tipos y presentaciones de chocolates, obtiene otros productos como la manteca y la torta de cacao, la cual al ser pulverizada se convierte en cocoa (Beckett, 2009). De acuerdo con Liendo (2005) no existen procedimientos uniformes para la elaboración de chocolate; muchas tecnologías de elaboración son procesos desarrollados por las propias empresas, algunas a partir de recetas empíricas. Sin embargo, existen rangos operativos comunes y básicos que son compartidos por las empresas transformadoras de cacao y chocolate; entre los criterios de calidad más importantes exigidos por las procesadoras de cacao destacan el tamaño promedio del grano, el porcentaje de cascarilla o testa, el contenido de humedad en el grano y la pureza y la dureza de la manteca de cacao. En el caso de las MIPYMES o pequeños procesadores artesanales, la calidad del grano, en particular el tamaño del grano es importante porque afecta los porcentajes de pérdidas por la testa o cascarilla, y por ende el contenido de manteca o grasa de los granos, determinando además variaciones en el tiempo de tostado.

En el caso del tostado de los granos, no se conocen estándares de rendimiento y merma provenientes de la industria que pudieran adaptarse a MIPYMES que procesan cacao, por lo general cada chocolatero desarrolla sus propios protocolos de tostado. Según Beckett (2009), existen varios puntos en los que se debe centrar la atención en el tos-

tado, como son el tamaño del grano, el volumen de carga, el contenido de humedad, el desarrollo del aroma, el equipo de tostado, la temperatura y el tiempo que dura el proceso. Un tostado delicado o suave a temperaturas de 110 a 116 °C por 15 a 20 minutos permite mejorar las notas afrutadas; sin embargo, temperaturas de 130-135 °C durante 20-22 minutos, permite extraer notas a caramelo.

Afoakwa (2010) señala que para el tostado de los granos de cacao la temperatura varía entre 90 y 170 °C dependiendo del tipo de tostador y de la humedad del cacao. Calderon *et al.* (2016) utilizando un horno tostador vertical, con una carga de 40 a 60 kg, reportan que los mejores resultados se obtuvieron tostando a una temperatura de 110.0 $\pm$ 0.5 °C a un tiempo de 90.0 $\pm$ 0.5 min; estos autores sugieren comprobar que el proceso de tostado ha sido realizado correctamente mediante pruebas organolépticas o sensoriales, una de ellas consiste en probar el desprendimiento de la cascarilla, la cual debe desprenderse fácilmente de los cotiledones al manipular el grano con el tacto; también es recomendable sentir el olor y el sabor a cacao en el grano tostado.

Después de que el grano es tostado, el proceso continúa con el triturado o fraccionamiento del grano y la separación de la cascarilla con ayuda de aire; a los fragmentos de cacao de diferentes calibres se les conoce como *nibs*. La cascarilla es una capa también llamada testa que envuelve al grano y no es aprovechada para la elaboración de chocolate, por lo que es un indicador importante del rendimiento y debe separarse del resto de los granos (Zambrano *et al.*, 2010; Sukha y Seguíne, 2015); en granos con un mayor peso de cascarilla, se reduce la materia prima aprovechable y el rendimiento en licor o pasta es menor; en un estudio de cinco variedades de cacao, Zambrano *et al.* (2010) reportan contenidos de cascarilla que varían de 12.25 a 17.81% del peso de los granos. Lares *et al.* (2013) en un estudio de muestras de cacao venezolano, reportan contenidos de cascarilla o testa en un rango entre 14.29 a 15.50%; de acuerdo con los resultados cuantificados en esta investigación, 12 de las muestras estudiadas presentan valores similares a los reportados por los autores citados; sin embargo, dos de las muestras presentaron contenidos superiores de cascarilla.

En cuanto al rendimiento en el licor obtenido de los granos, indudablemente que el paso de la pasta por cada una de las etapas del

proceso implica mermas en el rendimiento final ya que buena parte queda impregnada en las partes que entran en contacto con la pasta; según Busch (2011) y reporte del Banco Mundial (1985), ocurre una merma en el proceso de alrededor del 20%, es decir de 100 kg de granos de cacao se producen entre 84 a 89 kg de nibs y alrededor de 80 kg de licor. El porcentaje de rendimiento de 55%, estimado en esta investigación se encuentran por debajo del rendimiento señalado por los citados autores; es probable que esta diferencia en rendimiento se deba al hecho de que, al tratarse de muestras pequeñas, las mermas particularmente en la etapa de molienda y refinado resultan altas en proporción al volumen y peso inicial de la muestra de granos, es de esperar que al aumentar el tamaño del lote ocurra una disminución de las mermas, en especial en la molienda y el refinado.

El refinado es una etapa muy importante del proceso ya que se relaciona con el tamaño de las partículas y la calidad del licor, Kampuis (2009), indica que el tamaño de las partículas del licor de cacao, debe ser igual o menor a 75 micras, por su parte Afoakwa (2010) señala que el tamaño de las partículas en el licor se encuentra alrededor de las 30 micras. Para conseguir este tamaño de partículas en el chocolate, es necesario que la pasta sea procesada combinando moliendas gruesas o previas, luego aplicar una molienda intermedia donde el licor grueso es aún más refinado y finalmente un proceso de refinado; Beckett (2009) sugiere que el tamaño de la partícula del licor también tiene relación directa con la viscosidad del chocolate.

La elaboración de chocolate, de mesa y en barras o tabletas, puede ser una idea de emprendimiento con efectos positivos tanto en zonas urbanas como rurales y constituye una forma para agregar valor al cacao mexicano, catalogado por la Organización Internacional de Países Productores de Cacao (IICO, 2018) dentro de los cacaos finos de aroma, el cual puede alcanzar precios superiores al del cacao convencional o también llamado de commodity (Expansión, 2016); según este organismo las variedades nativas de cacao presentes en México, poseen caracteres de aroma y sabores como el olor a flores, sabor a frutas, nueces y texturas agradables al paladar producto de la interacción del territorio, el ambiente y las especies vegetales que conforman el sistema agroforestal del cacao. En concordancia con Mackay et al., (2019), los resultados obtenidos en esta investigación pueden ser de

ayuda para definir estrategias de mejora en los procesos implicados en la transformación artesanal de granos de cacao a chocolates a nivel de pequeños procesadores o MIPYMES, innovaciones que permitirían incrementar los rendimientos y las ganancias en este negocio.

Conclusión

El proceso de elaboración de licor a partir de granos de cacao, presentó un rendimiento medio global del 55%, se identificaron pérdidas durante el tostado del grano del 12.7%, en el quebrado y descascariñado de los granos tostados del 14.6% y en la molienda y refinado el 26.4%. La molienda de los nibs y el descascarillado fueron las etapas del proceso en donde se generaron mayores pérdidas. No se observaron diferencias en el rendimiento del proceso entre granos fermentados y lavados.

Referencias

- Afoakwa E. O. (2010). *Chocolate Science and Technology*. Wiley-Blackwell, York, U.K. 536p.
- Aguilar, H. (2016). *Manual para la evaluación de la calidad del grano de cacao*. La Lima, Cortés, Honduras, FHIA. 22p.
- Beckett S. T. ed. (2009). *Industrial chocolate manufacture and use*. Fourth edition, Chapman and Hall. Blackwell Publishing Ltd. The Atrium, Southern Gate, Chichester, West Sussex, United Kingdom. 669p.
- Busch J. (2011). *Understanding the Chocolate Market*. Spend Matters. [https://spendmatters.com/2011/09/06/understanding-the-chocolatemarket/#:~: text=These%20roasted%20nibs%20are%20ground,every%20100kg%20of%20cocoa%20beans](https://spendmatters.com/2011/09/06/understanding-the-chocolatemarket/#:~:text=These%20roasted%20nibs%20are%20ground,every%20100kg%20of%20cocoa%20beans).
- Calderón, R., Chaurán, Y., Mendoza, N., Vega, C., Rojas, J. y Manganiello, L. (2016). Parámetros de operación más adecuados para el proceso de tostado de almendras de Cacao. *Revista INGENIERÍA UC*, 23(1): 67-80. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70745478009>.

- Camacho - Gómez, M. (2019). Marketing del chocolate en pymes de México. *Revista Perspectiva Empresarial*, 6(1), 93–110. <https://doi.org/10.16967/23898186.225>
- Centro de Estudios Para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria (CEDRSSA). (2020). Industria del cacao en México. Cámara de Diputados LXIV legislatura, Palacio Legislativo de San Lázaro, Cd. de México. 7p. <http://www.cedrssa.gob.mx/files/b/9/71Industria%20del%20cacao%20en%20M%C3%A9xico.pdf>
- Córdova Lázaro, C. E., Jaramillo Villanueva, J. L., Córdova Ávalos, V., Carranza Cerda, I., Morales Jiménez, J. (2018). Chocolate casero tradicional en la región de la Chontalpa Tabasco, México: actores y saberes locales. *Revista de Estudios Sociales* 28(52): 1-27. <https://www.ciad.mx/estudiosociales/index.php/es/article/view/577/350#authors-notes>.
- El Financiero. (2018). Chocolate, el ‘gusto’ que deja 26 mil mdp anuales en México. <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/chocolate-el-gusto-que-deja-26-mil-mdp-anuales-en-mexico>.
- FAO, Codex alimentarius. (2016). Norma para el chocolate y los productos del chocolate codex stan 87-1981 adoptada en 1981. Revisión: 2003. Enmienda: 2016. http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/sh-roxy/en/?lnk=1&url=https%253A%252F%252Fworkspace.fao.org%252Fsites%252FCodex%252Fstandards%252FCXS%2B87-1981%252FCXS_087s.pdf
- Gómez-Molina R., Villanueva S. y Henríquez M. 2019. Tendencia mundial en la elaboración de productos derivados del cacao. *Revista Ingeniería Universidad de Carabobo*, 26(2): 213 – 222.
- International Cocoa Organization. 2018. Fine or Flavour Cocoa. A Working Definition of Fine or Flavour Cocoa. ICCO Building–II Plateaux–Vallon, ENA-Avenue, Boga, Doudou. 06BP1166. Abidjan 06, Côte d’Ivoire. <https://www.icco.org/statistics/>
- Kamphuis H. J. (2009). Production and Quality Standards of Cocoa Mass, Cocoa Butter and Cocoa Powder. In: Beckett S. T. ed. (2009). *Industrial chocolate manufacture and use*. Fourth edition, Chapman and Hall. John Wiley & Sons Ltd., pp: 121-141.
- Lares Amaiz, M., Pérez Sira, E., Álvarez Fernández, C., Perozo González, J. & El Khor, S. (2013). Cambios de las propiedades físico-químicas y perfil de ácidos grasos en cacao de Chuao, durante el beneficio. *Agronomía Tropical*, 63(1-2): 37-47. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0002-192X2013000100004&lng=es&tlng=es.

- Liendo R. J. (2005). Procesamiento del cacao para la fabricación de chocolate y sus subproductos. *Tecnología postcosecha*, 6: 1-4.
- Mackay Castro, R., Pino Moran, F. N., & Silva Idrovo, R. R. (2019). Cadena productiva: productividad e innovación en Pymes, de la ciudad de Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 11(2): 148-152. <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>.
- México. (2004). NMX-FF-103-SCFI-2003. Productos agrícolas no industrializados – cacao en grano (*Theobroma cacao* L.) – especificaciones y Métodos de prueba. Secretaria de Gobernación, Diario Oficial de la Federación. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=676693&fecha=16/01/2004
- Milla Sánchez, A. I.; Ristori C. D.; Mazariegos S. A.; Martínez C. J.; León A. A. L. (2016). La pequeña organización artesanal: transformación del cacao. El caso de los productores de chocolate en Tuxtla Chico, Chiapas. *Revista Mexicana de Agronegocios*, vol. 39, pp. 477-488.
- Ogata, N. (2007). El cacao. *CONABIO. Biodiversitas* 72: 1 – 15.
- PROFECO, México. (2018). El chocolate. Alimento de los dioses. Procuraduría Federal del Consumidor. México, D.F. <https://www.gob.mx/profeco/documentos/el-chocolate-alimento-de-los-dioses?State=published>.
- Revista Expansión. (2016). El chocolate en México, un gusto de ocasión. <https://expansion.mx/estilo/2016/07/08/el-chocolate-en-mexico-un-gusto-de-ocasion>.
- SAGARPA. MEXICO. (2017). Planeación agrícola nacional 2017-2030. Cacao mexicano. México, D.F., Gobierno de la Republica. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/256425/B_sico-Cacao.pdf.
- Sección amarilla. (2020). La deliciosa industria del cacao y el chocolate en México. <https://blog.seccionamarilla.com.mx/la-deliciosa-industria-del-cacao-y-el-chocolate-en-mexico/>.
- SIAP. SADER. México. (2020). Anuario Estadístico de la Producción Agrícola. Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). <https://nube.siap.gob.mx/cierreagricola/>
- Sukha, D, y Seguíne, E. (2015). Cacao en grano: Requisitos de calidad de la industria del chocolate y del cacao. Bruselas, Bélgica. 110p. http://www.cocoaquality.eu/data/Cacao%20en%20Grano%20Requisitos%20de%20Calidad%20de%20la%20Industria%20Apr%202016_es.pdf

- The World Bank. (1985). Agro-Industry Profiles: cocoa. 44p. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/742811468180567834/pdf/FAU16.pdf>
- Zambrano, A., Gómez, Á., Ramos, G., Romero, C., Lacruz, C. & Rivas, E. (2010). Caracterización de parámetros físicos de calidad en almenbras de cacao criollo, trinitario y forastero durante el proceso de secado. *Agronomía Tropical*, 60(4), 389-396. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext &pid =S0002-192X2010000400009&lng=es&tlng=es.
- Vela, E. (2012). El cacao... un fruto asombroso... y el chocolate, el sabor mexicano del mundo. *Arqueología Mexicana*, Número Especial 45. <https://arqueologiamexicana.mx/mexico-antiguo/origen-domesticacion-y-uso-del-cacao>.

CAPITULO V

Estrategias de un Grupo Económico: Industrias Bachoco

DRA. BEATRIZ PÉREZ SÁNCHEZ¹

Resumen

En la industria de alimentos se identifica la presencia de grupos económicos familiares, en la presente investigación se particulariza el origen, y crecimiento del Grupo Familiar Bachoco, una empresa que pasó de la lógica familiar y regional a la nacional. **Objetivo:** analizar el desarrollo y las estrategias corporativas y competitivas del Grupo Bachoco que le permitieron organizarse como un grupo económico exitoso y consolidarse en el mercado nacional y participar en el internacional. **Métodos:** se utilizaron los métodos histórico-analítico y descriptivo; fuentes secundarias, revisión de la literatura, informes y reportes anuales enviados a la Bolsa Mexicana de Valores. **Resultados:** en el crecimiento de Bachoco destacan sus estrategias: de financiamiento, adquisiciones, fusiones y cobertura geográfica que le permitieron diversificar y ampliar su portafolio de productos con nuevas marcas y consolidarse en el mercado mexicano, así como su ingreso y participación en el mercado norteamericano. **Conclusiones:** Grupo Bachoco al consolidar su presencia en el mercado ha concentrado y centralizado su capital en el sector de alimentos y constituye un grupo económico exitoso con liderazgo en el mercado nacional.

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, beatrizperez10@hotmail.com, mexicana

Antecedentes

La teoría de la empresa está dedicada casi por completo a la empresa capitalista, que vende en el mercado con la intención de maximizar la ganancia de los empresarios. El grupo económico como categoría superadora de la gran empresa en el proceso de acumulación capitalista presenta un desigual desarrollo en México que se evidencia en su estructura corporativa, organización y estrategias de crecimiento.

El Grupo Bachoco es un claro ejemplo del uso de estrategias competitivas definidas en el conocimiento económico para el crecimiento interno y externo. Las distintas combinaciones empresariales y los motivos para combinarse y sus procedimientos empleados son una guía de la teoría para la práctica, aunque nadie posee la receta secreta para saber cuándo se deben utilizar las estrategias, por ello es pertinente estudiar la competencia en el mercado y saber cuándo aprovechar los estímulos que ofrece el Estado y sobre todo poseer el capital o el financiamiento necesario que puede llevar a la empresa al éxito esperado.

Las formas más comunes de combinación comercial son las consolidaciones, las fusiones, adquisiciones y las compañías tenedoras, la aplicación de estas estrategias establecen como propósito el crecimiento, la localización, los efectos sinérgicos, la obtención de fondos, mayores habilidades administrativas, consideraciones fiscales y mayor liquidez de propiedad (Gitman, 1982).

Por otra parte, las empresas familiares detentan un papel preponderante en la estructura económica mexicana. Una empresa se considera familiar cuando sus miembros intervienen de forma decisiva en la administración y dirección del negocio. En México aproximadamente el 90% de las empresas que están en la Bolsa Mexicana de Valores es de carácter familiar ya sea por capital o por control.

Metodología

El presente trabajo es descriptivo, no experimental y analítico, se utiliza una técnica cualitativa de revisión documental de fuentes secundarias: páginas de internet oficiales, revistas e informes enviados a la

Bolsa Mexicana de Valores para obtener la información de Bachoco. Una vez obtenida la información se procedió al análisis e interpretación de la información de acuerdo con los métodos histórico analítico para describir el fenómeno y derivar las conclusiones.

Resultados

De acuerdo a la información obtenida referente a la historia, estrategias de comercialización, de crecimiento y expansión, así como el marco económico nacional se identificaron y desarrollaron los siguientes puntos: 1) empresa familiar; 2) historia del grupo; 3) inversión extranjera directa; 4) financiamiento; 5) estructura corporativa; 6) personal y ventas.

Bachoco: una empresa familiar

El Grupo Bachoco constituye una empresa de capital nacional y familiar, que se desarrolla en el sector de alimentos y asume una antigüedad de 70 años en el mercado (Cerón, 2015).

Bachoco se encuentra en el ranking de las 120 empresas familiares de México de la Revista Mundo Ejecutivo, ocupa el lugar 48, cumple con los tres aspectos de la construcción del ranking: 1) su año de fundación que data de más de medio siglo; 2) una familia identificada que posee el control de la mayoría accionaria, es decir más del 50%, que cotice en la bolsa; 3) y que se enlista entre las 1000 empresas más importantes de México en la base de datos de la propia revista (Olmedo, 2015).

Empresa y empresario, son dos caras de la misma moneda, si se asume de acuerdo con Tirado: “que empresario es el responsable de la marcha de una empresa y empresa una organización de factores para la producción y/o distribución de bienes y servicios” entonces el universo de los empresarios es por demás heterogéneo y asimétrico (Tirado, 1994).

La revista Expansión considera entre los 100 empresarios más importantes de México, a Francisco Robinson Bours Castelo, Presidente

de Bachoco y Megacable, el cual pasó del lugar 22 al 19 en el ranking 2021, representando por supuesto a la familia Bours. Los empresarios de este ranking deben ser mexicanos y presidentes del consejo de administración de sus empresas y cumplir con los siguientes requisitos: 1) fortuna (40%), estimación con base en la participación accionaria; 2) ventas (35%); 3) utilidades (10%); 4) empleados (10%); 5) participar en la bolsa de valores (5 %) y 6) la suma ponderada de 10% en ventas, utilidades y empleados (Lucena, 2021).

En 2022 Bachoco cuenta con más de mil granjas, nueve plantas procesadoras, nueve plantas empacadoras, dos plantas procesadoras de cerdo, 23 plantas de alimento balanceado, 22 incubadoras, y más de 80 centros de distribución y emplea a más de 31,000 personas. ¿Cómo logró ser un grupo económico exitoso? ¿Cuáles fueron sus estrategias? Como todo fenómeno es necesario conocer su devenir histórico.

Historia del Grupo

La avicultura en el país siguió en su desarrollo el modelo que surgió en el sur de Estados Unidos en los años cincuenta y que a través del tiempo fue configurando un prototipo competitivo, así se establece un vínculo entre Estados Unidos de Norteamérica y México, como guía analítica para el estudio de esta industria, formas de organización flexible que reemplazaron los modelos fordistas ante la globalización de los mercados, la transición del modelo fordista hacia otro surge con las políticas de apertura de las fronteras y el neoliberalismo que permiten entender los cambios institucionales y las políticas públicas nacionales que otrora se orientaron al desarrollo endógeno y después hacia otro que a partir de los ochenta que se configura para articularse al nuevo orden global (Martínez, Constance, & Aboites, 2012).

El mercado avícola mexicano se concentra en tres empresas: Bachoco, Pilgrim's Pride y Tyson. El análisis de la competencia que realizó Bachoco le permitió cubrir las zonas del país a través de las adquisiciones, y su diversificación en la oferta, además de atraer la atención del consumidor por medio de sus anuncios publicitarios de gran impacto que le ha permitido crear una imagen de marca permanente (López-Morales & Huerta-Estévez, 2016).

El término Bachoco proviene del dialecto yaqui y significa: “por donde pasa el agua”. La familia Robinson Bours llevó a cabo su acumulación originaria de capital gracias a varios negocios en Sonora. De acuerdo con Hernández y Vázquez (2010): “sus orígenes se ubican en la tercera en la tercera década del siglo XX con la llegada del cónsul Juan Alfredo Robinson al Puerto de Guaymas y el asentamiento posterior de su sobrino, Thomas Robinson (bisabuelo de don Enrique), en la ciudad minera de Álamos”. No obstante, las ganancias devienen de la banca y el comercio, en particular la distribución de automóviles, hasta interesarse en el sector agropecuario, mediante el establecimiento de una distribuidora de productos agroquímicos (fertilizantes), maquinaria agrícola y la producción de trigo, linaza y algodón en el predio “El Tepeyac”.

La familia Robinson Bours incursionó en la avicultura con una granja para producción de huevo de plato en el estado de Sonora en 1952. Posteriormente en 1963, la Compañía comenzó operaciones en las ciudades de Navojoa, Los Mochis, y Culiacán, aún con productos de huevo, pero es oficialmente constituida como Industrias Bachoco, S.A.B. de C.V., el 17 de abril de 1980, con una duración indefinida. La Compañía es comercialmente conocida como BACHOCO.

En Culiacán Sinaloa, en 1971 inició su participación en el negocio de pollo de engorda. De ahí en adelante no dejaron de crecer. En 1974 inauguraron un complejo productivo, la primera planta procesadora de pollo ubicado en Celaya Guanajuato, una de las regiones agrícolas más importantes del país, además de un punto muy cercano al área metropolitana de la Ciudad de México, una zona comercial atractiva para la Compañía, la cual recibió con gran aceptación los productos Bachoco, y a consecuencia se abrió un centro de ventas.

A partir de 1980 se atendía la demanda del mercado capitalino en instalaciones con estrictas medidas de higiene y de control de calidad que en esa época se realizaba en rastros de la ciudad de México y del área metropolitana.

La administración de la Compañía reconoció el potencial de crecimiento del consumo de pollo en México, así como las ventajas de contar con una integración vertical por ello en 1993 incursionaron en nuevos mercados en el sureste del país, Bachoco adquirió un complejo

en Tecamachalco en el estado de Puebla. Desarrolló la capacidad productiva para incrementar su presencia en la región del Occidente, e inició operaciones con un complejo productivo en Lagos de Morelos, Jalisco en 1994, sumando hasta ese momento cuatro operaciones productivas integradas (Bachoco, 2012)

En 1999 contaban con una red de distribución de 32 centros de venta (Mundo Ejecutivo, 1999). Ese mismo año la Compañía adquirió CAMPI; con esta adquisición la compañía no sólo entró en el mercado de pollo en el sur de México, sino que también inició una nueva línea de negocio, la venta de alimento balanceado, por lo cual Bachoco obtiene y produce sus propios alimentos en plantas especializadas en donde balancea los nutrientes para desarrollar en las aves el máximo de su potencial genético. De tal forma que las principales líneas que la empresa comercializa son: pollo, huevo y alimento balanceado además de otras líneas entre las que destacan, las ventas de cerdo, y ventas de valor agregado de pavo y res (Bachoco, 2012).

Posteriormente en 2001, la empresa adquirió su sexto complejo productivo en la ciudad de Gómez Palacio. En diciembre de 2006, Bachoco adquirió la mayoría de los activos e inventarios de Del Mezquital para iniciar un nuevo complejo en la ciudad de Hermosillo, ubicada en el norte de México (Bachoco, 2013).

Posteriormente, en 2007, llegó a un acuerdo de negocios con Grupo Libra, y Grupo Agra, ambos ubicados en el noreste de México. Con Grupo Libra, incursionó en un nuevo negocio, las ventas de productos de valor agregado de res, y con el Grupo Agra, se incrementó la capacidad productiva de huevo comercial.

De acuerdo con Hernández y Vázquez (2009) (2009) Bachoco reforzó su presencia en Yucatán mediante la adquisición del Grupo Sanjor, y gracias a ello, logró exportar a China diez contenedores de garras de pollo, desde las plantas de procesamiento en Sinaloa y Yucatán, como parte de un programa piloto pues contaban con el reconocimiento del United States Department of agricultura (USDA) como zonas libres de epizootias y con potencial para convertirse en regiones exportadoras.

En julio de 2009, Bachoco compró diversos activos y realizó acuerdos de negocios para mejorar y hacer más eficiente sus procesos pro-

ductivos en la operación Noreste: (1) adquirió los activos fijos de una planta para producir alimento balanceado, propiedad de la compañía Productora de Alimentos Pecuarios de Nuevo León, S.A. de C.V., (2i) adquirió los activos fijos de una procesadora de aves, así como inventario, propiedad de la compañía Avicarnes Monterrey, S.A. de C.V. (3) Llevo a cabo un acuerdo para rentar granjas productoras de huevo fértil, incubadoras de reproductoras y producción de pollita reproductora a las Empresas Asociadas, S.A. de C.V. y Producción Avícola Especializada, S.A. de C.V. (4) Celebró acuerdos con productores locales para adquirir su inventario.

En 2009, Acuícola Bachoco, S.A. de C.V. se fusionó con Campi Alimentos, S.A. de C.V. Bachoco, S.A. de C.V. es la principal subsidiaria de Industrias Bachoco, S.A.B. de C.V., su actividad principal incluye la producción y comercialización de toda la producción pecuaria, principalmente; pollo, huevo y cerdo.

De acuerdo con Hernández y Vázquez (2009) destacan las estrategias de desplazamiento por la república mexicana que le han permitido sumar ventajas regionales con una oferta no igualada por sus competidoras. El mercado avícola mexicano se encontraba poco desarrollado en esos años, puesto que el 53% pertenecía al segmento de productos frescos sin ningún procesamiento.

En 2010 la empresa desarrolló la primera etapa de un proyecto avícola integral en el municipio de Ocozocoautla Chiapas que consistió en la construcción de dos de cinco granjas para la producción de pollo en pie con una inversión privada de más de 250 millones de pesos (Mundo Ejecutivo, 2010).

En el 2011, Bachoco asumió un crecimiento importante, principalmente mediante dos adquisiciones: el 20 de agosto se llevó a cabo la adquisición de negocio de Trosi de Carnes, S.A. de C.V., propiedad de Grupo OSI. Los activos consistían en una planta empacadora de productos de valor agregado principalmente de res, localizada en la ciudad de Monterrey, N.L. Con esta adquisición se buscó una mayor penetración y diversificación de productos de valor agregado. La Compañía pagó en efectivo \$57.7 millones de pesos por esta adquisición.

En México, en 2011 la Compañía expandió su cobertura nacional mediante la compra de tres centros de distribución localizados en

el estado de Baja California Sur, Mercantil Agropecuaria Coromuel, S.A.de C.V. (“MACSA”). El pago de estos activos fue de \$55.5 millones de pesos, los cuales se pagaron en efectivo.

En la última década, Bachoco ha incrementado sustancialmente la producción y comercialización de productos de pollo, estableciéndose en todas las zonas geográficas de México, en todas las categorías de producto y en todos los canales de distribución de estos productos, de esta manera ha asegurado su liderazgo en la avicultura mexicana.

En 2017 se concretó la adquisición de Proveedora La Perla S.A. de C.V, una planta de alimento para mascota ubicada en el estado de Querétaro (Bachoco, 2019). En 2020 Bachoco adquirió del 54.80% de las acciones con derecho a voto de Sonora Agropecuaria, S.A. de C.V. la cual se dedica al procesamiento y distribución de cerdos y tiene operaciones en los estados de Sonora, Jalisco, Guanajuato, Sinaloa, Ciudad de México y Yucatán. El precio de compra pagado como aportación de capital fue de \$215, 000 (Bachoco, 2020). En 2022 se concretó la adquisición de la empresa RYC Alimentos (100%) un procesador y distribuidor multiproteína con operaciones productivas en Puebla, México.

Inversión extranjera directa

De acuerdo con Basave (2016) al final de los años 30 inició un largo periodo de crecimiento económico y la creación de infraestructura industrial bajo el modelo proteccionista sustitutivo de importaciones. Un grupo de empresarios mexicanos formaron o constituyeron parte de ese grupo o momento que realizó inversión extranjera directa de países en desarrollo durante los años setenta. Gracias a la inercia del crecimiento sostenido de 6.4% en promedio, y la abundancia de recursos internacionales para financiar operaciones y su relativo éxito exportador de manufacturas fueron alicientes para invertir en el exterior.

La apertura económica fue un factor de detonador de la inversión extranjera directa mexicana. Un segundo momento de empresas multinacionales mexicanas se presentó como un fenómeno limitado a las empresas más grandes del país, entre 1988 y 1994. La estrategia defensiva ante la competencia era la salida al exterior e incluyó la modernización (Basave, 2016).

Entre las fortalezas empresariales de algunas empresas estriban su carácter monopólico u oligopólico y a las ventajas de propiedad, capacidades que fueron encubiertas a lo largo de muchas décadas y que se consolidaron en la coyuntura de las crisis-reformas. De acuerdo con Dunning citado por Basave, existen tres ventajas de propiedad: 1) el poder monopólico; 2) posesión de recursos y capacidades escasas y 3) la competencia de su administración (Basave, 2016).

Entre ellas Bachoco como empresa multinacional, líder en el mercado de alimentos, sumamente concentrado, gracias al auge del periodo protegido de sustitución de importaciones, en un periodo de incremento sostenido del consumo y ampliación del mercado interno de alimentos y bebidas.

Históricamente las exportaciones han sido un pilar de la economía mexicana, sobre todo cuando se satura el mercado interno, en la expansión de las empresas por medio de la inversión extranjera directa por destino geográfico y rutas de inversión se identifica a Bachoco en Norteamérica.

El primero de noviembre de 2011, la Compañía concretó la adquisición en el mercado de la empresa O.K. Industries, Inc. (“O.K. Industries”), una importante empresa avícola, con oficinas principales en Fort Smith, Arkansas y Oklahoma, sus principales clientes son: las ventas a cadenas de autoservicios y las ventas institucionales, así como el mercado “commodity” y de exportación. Se estima que Bachoco incrementó sus ventas en un 30.0% derivado de esa adquisición (Bachoco, 2012). En ese mismo año adquirió la empresa OK Foods y fue incorporado a Industrias Bachoco, posteriormente en 2012 se constituyó Delaware la empresa Bachoco USA, llc, como subsidiaria de Industrias Bachoco, con la finalidad de fungir como compañía tenedora de OK Foods y sus subsidiarias (Bachoco, 2019).

En julio de 2015 Bachoco adquirió los activos de Morris Hatchery Inc. En Gillsville, Georgia, con esta compra aumentó el inventario de aves y equipo, con una capacidad de aproximadamente un millón de aves reproductoras, productoras de huevo incubable. En febrero de 2016 realizó un acuerdo para adquirir una planta en Oklahoma City, Ok., de proceso posterior Fully Cooked (productos totalmente cocinados) pertenecientes a American Foods Group, la adquisición com-

prende todos los activos localizados en esta planta de Oklahoma, con una capacidad de producción de más de 300 toneladas por semana, de productos totalmente cocinados de pollo (Bachoco, 2016).

En 2015, Industrias Bachoco participó en el ranking de las 100 exportadoras más grandes de México, y se ubicó en la posición número 60 por sus exportaciones a Estados Unidos de Norteamérica, adonde exporta Pollo (piernas, muslos, pechugas, etcétera) guisados, huevos (enriquecido y de gallina), Pavo, consomé de pollo, hamburguesas de res, antojitos, prácticos Bachoco (Olmedo, 2015).

En el año 2017 se adquirió la empresa Albertville Quality Foods Inc (AQF) Compañía ubicada en el estado de Alabama, EUA que produce y vende productos cárnicos de proceso posterior. La compra incluye dos plantas de proceso posterior y se fusionó con OK Foods, Inc. (Bachoco, 2019).

Las empresas ante la competencia en los mercados requieren niveles de creación de nuevos productos y servicios, de ahí la importancia de la innovación, en ese sentido, Bachoco registra 583 activos intangibles de propiedad industrial e intelectual; así como las marcas Bachoco, Campis, OK Foods, Pecarius y Libra. Se coloca en el ranking número ocho de las empresas más innovadoras de México (Olmedo, 2020).

La entrada a mercados extranjeros vía la compra de empresas o adquisiciones es una estrategia muy utilizada porque ofrece ventajas si se lleva a cabo en un país desarrollado, ya que implica la adquisición de activos específicos que constituye una inversión extranjera directa que permite o da lugar a procesos de aprendizaje directo de conocimientos codificados que pronto incrementan las capacidades competitivas de la empresa adquiriente. Logrando así que a la concentración de capital se sume la concentración de conocimiento, valioso sobre todo ante la insuficiente inversión en ciencia y tecnología en México (Basave, 2016).

Financiamiento

En 1997, Bachoco se convierte en empresa pública y lista sus acciones en las Bolsas de Valores de México y en el NYSE de New York. Colocó

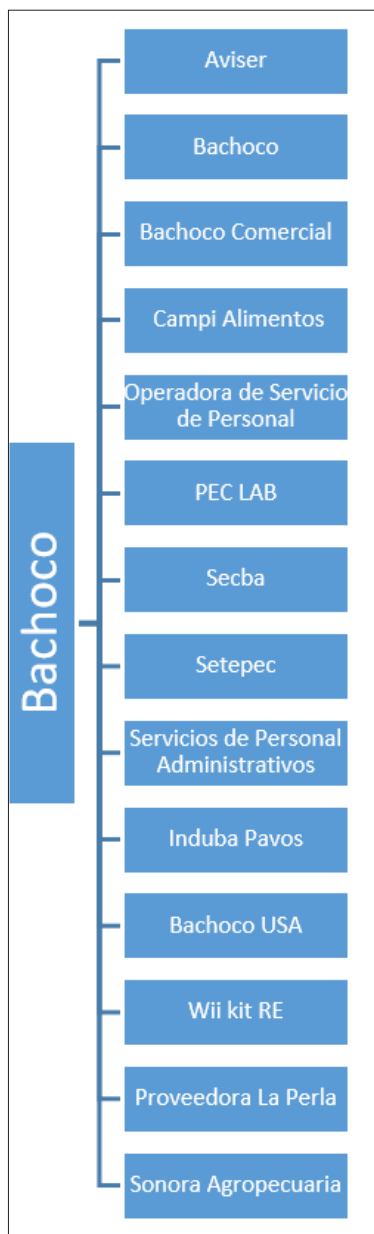
600 millones de acciones de las cuales el 82.75% permaneció en manos de la familia fundadora y 17.25% de la posición quedó libre en el mercado (Bachoco, 2012).

En 2021, la familia Robinson Bours posee el 73.25% del total de las acciones de la Compañía, con las que ha establecido dos fideicomisos de control en México: 1) Fideicomiso de control con el 52.00% y 2) fideicomiso de colocación con el 21.25% (Bachoco, 2022). Con dicho porcentaje, los miembros de la familia Robinson Bours, tienen el poder de determinar el resultado de ciertas acciones que requieran la aprobación de sus accionistas, incluyendo o no el pago y monto de dividendos.

Estructura Corporativa

Las principales subsidiarias del grupo y sus actividades son las siguientes:

- Bachoco, S.A. de C.V. (“BSACV”) (incluye cuatro subsidiarias en las cuales BSACV mantiene una participación del 51% y ejerce control). Se dedica a la crianza, procesamiento y comercialización de productos avícolas (pollo y huevo).
- Bachoco USA, LLC. es la tenedora de las acciones de OK Foods, Inc. y por tanto, de las operaciones de la Compañía en Estados Unidos de América. Su actividad principal consiste en la producción de productos de pollo y huevo incubable, en su mayoría comercializados en Estados Unidos de América y una pequeña parte en mercados extranjeros.
- Campi Alimentos, S.A. de C.V. se dedica a la elaboración y comercialización de alimento balanceado para consumo animal y premios para mascota, principalmente para venta a terceros.
- La actividad principal de Bachoco Comercial, S.A. de C.V. es la comercialización de productos de valor agregado de pavo, res y cerdo.
- La actividad principal de Induba Pavos, S.A. de C.V. y Proveedora La Perla, S.A. de C.V. es el arrendamiento de propiedad, planta y equipo a sus partes relacionadas.

Figura 1: Estructura Corporativa Grupo Bachoco

Fuente: elaboración propia con base con el reporte anual 2020 enviado a la BMV.

- PEC LAB, S.A. de C.V. es la tenedora de las acciones de Pecuaris Laboratorios, S.A. de C.V. Su actividad principal consiste en la fabricación y venta de medicinas y vacunas para el consumo animal.
- Aviser, S.A. de C.V., Operadora de Servicios de Personal, S.A. de C.V., Secba, S.A. de C.V., Servicios de Personal Administrativo, S.A. de C.V. y Sepetec, S.A. de C.V. hasta julio de 2021 se dedicaban a la prestación de servicios administrativos y de operación, los cuales eran proporcionados a sus partes relacionadas.
- Derivado de las disposiciones de la Reforma Laboral en México, en el mes de julio de 2021 dichas empresas se fusionaron con Bachoco, S.A. de C.V., subsistiendo ésta como empresa fusionante, la cual adquiere todas las deudas y responsabilidades de las fusionadas, subrogando a la empresa fusionada en todos sus derechos y obligaciones comerciales, civiles, laborales, fiscales y de cualquier otra naturaleza sin excepción.
- Wii kit RE LTD. en Bermuda, es una empresa reaseguradora Clase I que suscribe riesgos de compañías del mismo grupo empresarial.
- Sonora Agropecuaria, S.A. de C.V. en México, se dedica al procesamiento y distribución de cerdos. Durante 2021 la empresa fusionó Interswine S. de R.L. de C.V., Agropecuaria Sasapork S.P.R. de R.L. de C.V., Cerdo Industrializado S.A. de C.V., Productora Industrializada S.A. de C.V. y Withecaps S.A. de C.V., subsistiendo Sonora Agropecuaria, S.A. de C.V. como fusionante.

La revista Expansión realizó un ranking en 2021 de 500 empresas contra la corrupción. El índice de integridad corporativa (IC500) es el primer diagnóstico y evaluación de la existencia, contenido y publicidad de las políticas de integridad de las 500 empresas más importantes de México.

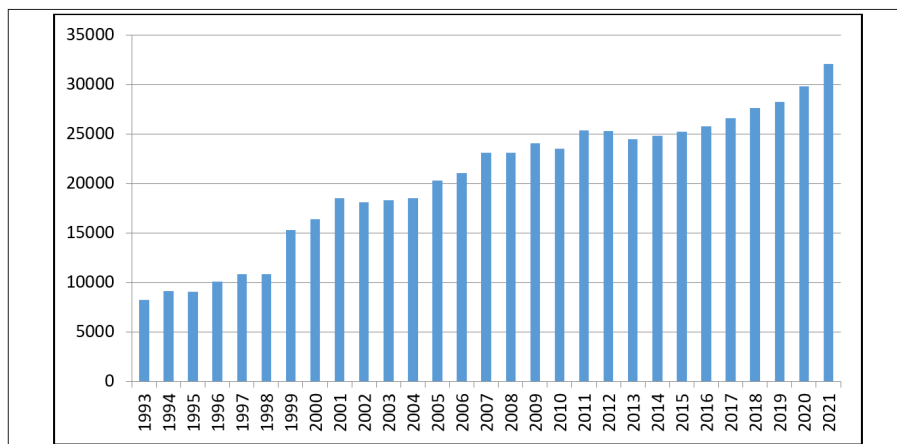
Califica la existencia de códigos de ética y manifestaciones de los compromisos de anticorrupción de las empresas; el puntaje se presenta conforme en la transparencia, publicidad, precisión y alcance de las mismas, califica si esas políticas son adecuadas a partir de criterios utilizados por transparencia Internacional. Industrias Bachoco logró

la posición 425 de las 500, y obtuvo un puntaje de 13.7 en una escala de 0 a 25.5, es decir se ubica por arriba de la media de los indicadores evaluados (Expansión, 2021).

Personal y Ventas

La elite del empresariado mexicano o los empresarios más destacados de acuerdo con Tirado (1994): “es el conjunto que integran los dirigentes de los grupos económicos o grandes empresas y grupos financieros, industriales, comerciales y de servicios en el país”, y “la estimación del tamaño del conjunto de los dirigentes empresariales de los grupos y las empresas integrantes de esa élite varía relativamente en función de los criterios de inclusión de empleados” en su clasificación de los grandes empresarios de México, Bachoco no escapa de esta realidad.

Grafica 1: Empleados de Industrias Bachoco 2000-2021



Fuente: elaboración propia con base en los Informes, Reportes Anuales de Bachoco enviado a la Bolsa Mexicana de Valores y al listado anual de las 500 Empresas más Importantes de México publicado por la Revista Expansión.

Un estudio de las súper empresas 2020 de la revista Expansión y Top Companies, la firma especializada en medición y consultoría de cultura y

clima organizacional, clasifica a las empresas por su número de empleados, y entre las empresas con más de 3 mil colaboradores, se encuentra Bachoco con 23,758 empleados, en el ranking número 29 de 33.

Considera los siguientes elementos de la cultura organizacional: 1) liderazgo; 2) dinámica organizacional; 3) resiliencia; 4) identificación con la empresa; 5) crecimiento laboral; 6) formación rol-model; 7) motivación organizacional; 8) actitud laboral; 9) honestidad; 10) diversidad e inclusión; 11) políticas de la empresa; y 12) responsabilidad social. Aspectos que se deben cubrir en el clima organizacional: 1) jornada laboral; 2) seguridad laboral; 3) estrés laboral, 4) psicología positiva y 5) compensación.

El ranking señala que Bachoco es una de las empresas donde muchos quieren trabajar, dada la vivencia cultural de los colaboradores al interior de la organización que equivale al 80% de la calificación final y el restante 20% se califica con base en un instrumento que implica la revisión y evaluación de las políticas, prácticas y programas que la compañía ofrece a sus colaboradores (Expansión, 2020).

Tabla 1: Ventas de Industrias Bachoco 1993-2021 (millones de pesos)

Año	Ventas	Año	Ventas	Año	Ventas
1993	1,223.65	2003	10,699.20	2013	39,710.72
1994	1,420.31	2004	13,252.00	2014	41,779.10
1995	3,602.25	2005	14,437.40	2015	46,229.05
1996	4,405.04	2006	14,974.60	2016	52,020.30
1997	5,322.62	2007	18,208.80	2017	58,050.03
1998	5,322.62	2008	20,125.30	2018	61,052.10
1999	5,642.89	2009	23,263.00	2019	61,658.62
2000	9,188.80	2010	24,715.46	2020	68,791.26
2001	9,652.00	2011	27,734.99	2021	81,699.10
2002	10,357.40	2012	39,367.43		

Fuente: elaboración propia con base en los Informes, Reportes Anuales de Bachoco enviados a la Bolsa Mexicana de Valores y al listado anual de las 500 Empresas más Importantes de México publicado por la Revista Expansión.

En la tabla 2, se presentan las ventas obtenidas por Grupo Bachoco de 1993 a 2021 con una tendencia significativamente positiva, destaca que, derivado de las estrategias de inversión, adquisición e integración vertical, presenta un crecimiento total en el periodo del 6 576.66 % al transitar de 1 mil 223.65 millones de pesos en 1993 a 81 mil 699.10 millones de pesos en 2021, también se identifica un crecimiento anual promedio de 18.55 % de las ventas respecto al año anterior, en tanto que durante la contingencia sanitaria por COVID-19 el crecimiento anual en 2020 y 2021 fue de 11.57 % y 18.76 %, respectivamente.

La estrategia de localización de plantas y puntos de venta de acuerdo con Hernández y Vázquez (2010) fue la constante durante las primeras cinco décadas de la compañía; a) en los años sesenta, el objetivo era contar con una alternativa de crecimiento en mercados locales muy competidos; b) en los setenta, era lograr una base competitiva más firme para posicionarse en el mercado más importante de México; c) en los noventa, protegerse frente a la expectativa de una división del mercado nacional, a raíz de la apertura comercial y d) en los albores del siglo XXI, el propósito fue prepararse para exportar y diversificar la producción; e) hoy a 70 años de su creación es un grupo económico líder en la industria avícola nacional y exportador reconocido (Hernández & Vázquez, 2010).

Conclusiones

- La Compañía logró aplicar estrategias comparativas y competitivas a través de capital accionario y adquisiciones. En su integración vertical, desde producir sus propios insumos o materias primas hasta el consumidor final, garantiza la producción y el consumo; al integrar un nuevo negocio al grupo económico asumió: 1) mayor penetración del mercado a través de una amplia distribución; 2) contar con una extensa red de distribución para los productos; 3) contar con instalaciones productivas estratégicamente ubicadas; (4) mejorar el servicio y respuesta al mercado.
- El Grupo Económico Bachoco, desde sus orígenes bajo el modelo de mercado protegido como en mercados abiertos continuo

con su propósito de posicionamiento competitivo en el mercado, aprovechando sus ventajas comparativas regionales, finanzas sanas, y adquisiciones que conllevan la innovación tecnológica y modernización y da como resultado participar en las exportaciones en la era global de los mercados.

Referencias

- Bachoco. (2012). *Informe Anual 2011*. México: Bachoco.
- Bachoco. (2013). *Informa Anual 2012*. México: Bachoco.
- Bachoco. (2016). *Informe Anual 2015*. México: Bachoco.
- Bachoco. (2019). *Informe Anual 2018*. México: Bachoco.
- Bachoco. (2020). *Informe Anual 2019*. México: Bachoco.
- Bachoco. (2022). *Informe Anual 2021: 70 Años Contigo*. México: Bachoco.
- Basave, J. (2016). *Multinacionales Mexicanas: Surgimiento y Evolución*. México: Siglo XXI/IIEc UNAM.
- Cerón, S. (2015). El valor de ser empres familiar. *Mundo Ejecutivo*, 16-17.
- Expansión. (2020). Súper Empresas con más de tres mil colaboradores. *Expansión*, 96.
- Expansión. (2021). 500 Empresas Contra la Corrupción. *Expansión*, 97-102.
- Gitman, J. (1982). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Ed. Harla.
- Hernández, M., & Vázquez, M. (2009). Industrias Bachoco: estrategias de localización y competitividad ante el nuevo escenario avícola. *Región y Sociedad*, 27-51.
- Hernández, M., & Vázquez, M. (2010). Industrias Bachoco, principal firma avícola mexicana. Sus estrategias de localización. En M. Cerruti, *Grandes Empresas y Grupos Empresariales en México en el Siglo XX* (págs. 31-67). México: Plaza y Valdés Editores.
- López-Morales, J., & Huerta-Estévez, A. (2016). Estrategias comerciales en el sector avícola mexicano: el caso de Bachoco. *Revista Científica Eco-ciencias*.

- Lucena, P. (2021). Los 100 empresarios más importantes de México. *Expansión*, 89-98.
- Martínez, F., Constance, D., & Aboites, G. (2012). Concentración y transnacionalización de la producción y distribución de pollo en México. En B. Cavallotti, A. Cesín, B. Ramírez, & C. Marco, *Ganadería y Alimentación: Alternativas frente a la Crisis Ambiental y el Cambio Social* (págs. 19-36). México: Universidad Autónoma de Chapingo.
- Mundo Ejecutivo. (1999). La mamá de los pollitos. *Mundo Ejecutivo*, 38-40.
- Mundo Ejecutivo. (2010). *Chiapas, lugar seguro para invertir*. México: Mundo Ejecutivo.
- Olmedo, R. (2015). 120 empresas familiares que transforman a México. *Mundo Ejecutivo*, 34-43.
- Olmedo, R. (2015). Las 100 exportadoras más grandes de México. *Mundo Ejecutivo*, 34-53.
- Olmedo, R. (2020). Las empresas más innovadoras de México. *Mundo Ejecutivo*, 66-75.
- Tirado, R. (1994). La visión del Cambio de los Grandes Empresarios. En R. Tirado, *Los Empresarios ante la Globalización*. México: H. Cámara de Diputados/Instituto de investigaciones Legislativas/Instituto de Investigaciones Sociales/Universidad Nacional Autónoma de México.

CAPÍTULO VI

Competir con liderazgo en las empresas agroindustriales de Tenosique, Tabasco

MTRO. JESÚS CHAN HERNÁNDEZ¹

DRA. LOURDES BAEZA MENDOZA²

MTRO. JOSÉ LUIS HERNÁNDEZ JUÁREZ³

MTRO. PABLO ENRIQUE JASSO MACOSSAY⁴

Resumen:

Este capítulo explica los resultados de una investigación realizada en el municipio de Tenosique que analiza como el liderazgo juega un papel determinante en la competitividad de las empresas. De esta manera, la evolución ha permitido que las organizaciones se centren en aplicar la teoría a la práctica. Por esto, el objetivo de la investigación fue analizar el estilo del liderazgo que se ejerce en las empresas agroindustriales del municipio de Tenosique. Fue de tipo cuantitativo con un alcance correlacional, teniendo como muestra a un total de 25 PyMes del giro agroindustrial. Los resultados muestran una realidad del liderazgo, siendo el transformacional el que más persiste y que a la vez influye en la competitividad donde incluso la innovación puede jugar un papel determinante en el éxito de estas y que depende mucho del gerente/ propietario definir las estrategias para lograrlo.

Palabras clave: Gerencia, Desempeño, Productividad, Control.

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, jesuschanhernandez@hotmail.com, mexicano.

² Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, lulubaez75@hotmail.com, mexicana.

³ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, jjuarezrios@hotmail.com, mexicano.

⁴ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, pajama1910@gmail.com, mexicano.

Antecedentes:

Es de interés comprender la importancia que tiene el liderazgo y la ventaja competitiva en las PyMES agroindustriales ubicadas en algunos estados de la región sur- sureste de México. Ya que este sector empresarial se ha encontrado con situaciones complejas que han limitado su crecimiento y eficiencia. El desarrollo del trabajo se aborda desde una indagación teórica-conceptual para luego analizar los casos, sujetos/objetos de estudio, en el entorno de interés. De esta manera, se analiza la problemática que estas empresas han sorteado, encontrándose que se encuentran sometidas a situaciones tanto externas como internas, donde los costos, control de calidad, distribución y competitividad desleal, son algunos factores que influyen para desarrollar un tipo de liderazgo y tener ventaja competitiva. Por ello, es que la administración estratégica da la pauta necesaria para lograr los objetivos organizacionales dado que a nivel local el impacto de los conceptos de liderazgo y competitividad aún continúa siendo escaso debido a que las constantes investigaciones se centran en dar una solución del momento y no una explicación a fondo del mismo fenómeno de estudio. En función de todo lo anterior, se espera enriquecer el conocimiento empresarial sobre el tipo de liderazgo ejercido por gerentes/proprietarios y el grado de relación que se tiene con la competitividad de las PyME industriales de manufactura de alimentos en el municipio de Tenosique, Tabasco, generando un cambio más consciente y formal en el modo de ejercer el liderazgo para un crecimiento sostenido y competitivo dentro de este sector

Estado del arte:

Contexto de liderazgo empresarial de Tabasco

De acuerdo con el censo económico realizado en el año 2014 por el INEGI (2018) en la ciudad de Tenosique, Tabasco, existen registradas 1786 unidades económicas lo cual representa tan solo el 0.04% del total de empresas en Tabasco, empleando a un total de 5062 personas. De las empresas registradas, un 47% se dedica al comercio al por

menor, un 13.8% al sector de servicio de alojamiento temporal y de preparación de alimentos o bebidas y un 10.3 % al sector manufactura (184); del cual, el 40% pertenecen al sector de industria alimentaria en donde se ocupa a un total de 431 personas.

La caracterización que llevaron a cabo Jiménez, et al. (2015) con 34 PyMES del sector alimentario de los municipios de Balcan, Emiliano Zapata y Tenosique los cuales integran a la región ríos estado de Tabasco por medio de encuestas aplicadas a los gerentes de empresas, se obtuvo como resultado que la administración se realiza de forma empírica e igualmente existe poca atención a la innovación. Repercutiendo en aspectos técnicos de la producción y los costos de producción; además, de no desarrollar estrategias que generen una competitividad que les permita sobrevivir a largo plazo.

En una investigación realizada en el municipio de Tenosique, Tabasco por Chan, et al., (2019) sobre los factores que integran los recursos y capacidades de las PyMES, se encontró de forma empírica que en los negocios generalmente existe la ausencia del líder, por lo que las decisiones se toman por personal diferente a la gerencia, resultando importante estudiar la conducta de los gerentes/propietarios y su influencia en la competitividad de sus organizaciones.

Pérez (2018), por su parte, llevó a cabo una investigación sobre franquicia en las PyMES de Tenosique Tabasco, teniendo como base la teoría de las estrategias de adaptación de Miles & Snow (1978). El objetivo fue analizar la manera en que se implementa la estrategia de comercialización por parte de los administradores tabasqueños. Las franquicias analizadas coinciden en que el liderazgo gerencial es importante para el desarrollo de la empresa y que un 35% de las empresas emplean estrategias defensivas, un 24% la analítica, un 23% la defensiva y solo un 18% la reactiva.

Acorde a la literatura anteriormente descrita, el estilo de liderazgo tiene una relación muy cercana con la competitividad de las empresas que afecta el crecimiento y penetración en el mercado. Según Hernández, et al. (2014), el comportamiento del líder es uno de los principales factores culpables de las bajas tasas de éxito de las PyMES; a su vez, Zapata (2004) atribuye al estilo de vida del líder de la empresa,

afectaciones directas a la gerencia y, por lo tanto, a la estrategia que decida implementar.

En resumen, algunas investigaciones llevadas a cabo sobre liderazgo con microempresarios tabasqueños (Aragón et al., 2010; Jiménez, et al., 2015; Osorio, 2018; Maya, et al., 2019; Riquelme-Castañeda, Pedraja-Rejas, & Vega-Massó, 2020), coinciden en que el tipo de liderazgo identificado en el estado se caracteriza por:

1. Una administración empírica con mínima visión estratégica e innovadora.
2. Actitudes tendientes a ser más pasivas que activas, determinando el crecimiento de la organización.

De acuerdo con Osorio (2018), en Tabasco el problema de las PyME apunta a la falta de preparación por parte de los propietarios que realizan sus actividades por imitación y experiencia sin establecer procedimientos administrativos; también se agrega el problema de la inseguridad, los negocios informales y supermercados ante los cuales se les dificulta competir. Esto se ve reafirmado por Jiménez, et al. (2015) y Chan, et al., (2019) quienes mencionan que la administración empírica en las empresas de la región de los ríos ha traído como resultado poca atención a la innovación y una estrategia inexistente, lo que repercute en aspectos de conocimiento y aplicación técnica y tecnológica en el día a día de los negocios.

Lo anterior también es reafirmado por Aragón, et al. (2010) y Rodríguez (2007), ya que ambos coinciden en que la estrategia implementada por el líder es un factor fundamental para el éxito competitivo en las PyMES. El hecho de tomar una actitud pasiva o activa o un estilo de liderazgo apropiado para aventurarse a nuevas fronteras, determina el crecimiento de la organización.

Objetivo:

El objetivo de este capítulo es presentar los resultados de analizar el estilo de liderazgo que se ejerce en las empresas agroindustriales del municipio de Tenosique.

Teoría base:

Liderazgo

Para abordar las concepciones del liderazgo se puede comenzar por conocer lo que dice el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, el cual define al líder como: la persona que conduce un partido político, un grupo social u otro colectivo (Rodríguez, Pedraja y Areanada, 2013; Cho, et al., 2019).

Por otra parte, la cultura china realizó aportes importantes al estudio de liderazgo, un ejemplo de esto fue Sun Tsu (Siglo V a.C), el cual presentó un modelo para la organización militar que se basa en cuatro puntos: (1) organización con un propósito en común, (2) utilizar la información del entorno para actuar, (3) adaptación constante al cambio y (4) un líder que con sus acciones y ejemplos consiga armonía entre los miembros. Para esto es necesario que el líder cultive 5 virtudes por medio del esfuerzo: integridad, benevolencia, coraje, disciplina y sabiduría. Tsun Su, a diferencia de la cultura occidental, no ve al líder como la cúspide si no como el centro, el cual sirve a la organización (Fernández, 2008; Cho, Shin, Billing, & Bhaga, 2019).

En Atenas, en el siglo V a.c, con la implementación del sistema político llamado *democracia*, se experimentó un cambio, ya que lo que era un liderazgo que solo beneficiaba a clases altas se convirtió en una relación de cooperación en la que los labradores tenían participación en las decisiones de las aldeas, originando con esto la institucionalización de los lazos obrero-patronal. Igualmente, Platón y Aristóteles formularon modelos de organización manejada por eruditos a los que se le prohibiría la acumulación de riquezas por considerarlo impuro. También, Aristóteles escribió “la Política” en la cual sugería la división del estado en tres poderes: el legislativo, el ejecutivo y el judicial, modelo que se practica en algunas naciones hasta el día de hoy (Estrada, 2007; Gallego, 2009; Zhang, et al, 2020; Poturak, et al., 2020).

Aunque nunca se mencionó la palabra líder, los filósofos romanos y ate-nienses tenían muy claro cuáles deberían ser las cualidades de la persona que dirija una nación, siendo clave la nobleza y el servicio a su pueblo. Lo

cual los convertía en personas virtuosas destinadas a llevar a sus gobernados a ser personas buenas y felices (Tintoré, 2003; Cho, et al, 2019).

Un enfoque similar llevado a practica sucedió en el imperio Romano durante el siglo III, cuando el emperador Diocleciano propuso la división de su territorio en provincias, proclamando en cada una un líder no militar a modo de gobernador, con fines de mejorar el proceso fiscal y crear una zona defensiva neutra. Esta acción fue un partearguas para que otras provincias hicieran lo mismo, descentralizando el poder y creando competencias, grados y estatutos para los encargados de administrar cada circunscripción. En la tradición hebrea los representantes de autoridad son aquellos que tienen el poder gracias a su capacidad de transformar al pueblo; en la judía, el gobernante asume la responsabilidad y debe sacrificarse por el bien de su pueblo. Uno de sus representantes más conocidos es Moisés, reconocido por la tradición hebrea, judía y cristiana como un intercesor entre dios y el hombre. A él se le entregó la Torá, la cual, de acuerdo con las tradiciones antes mencionadas, se considera la voluntad de Dios como normas para llevar la fe y la vida (Ferrada, 2013; Gaxiola y Pilatowsky, 2008; Khalifa, 2018).

Aunque desde tiempos antiguos existe mucho interés por entender el significado del liderazgo, no se ha llegado a una categorización exacta de lo que es ser un líder por lo que es un importante motivo de investigación determinar la esencia del liderazgo tanto en la culturas europeas, americanas, asiáticas y africanas (Tintoré, 2003).

Con la llegada de la revolución industrial en los años 30, se dio importancia a los estudios científicos para conocer la naturaleza del líder, sin embargo, en el principio fue más enfocado a el rendimiento de los trabajadores y la reducción de costos, era un pensamiento más racional-económico y deshumanizado. Fue con el surgimiento de corrientes basadas en el análisis de las relaciones humanas que surgen conceptos como liderazgo, motivación y trabajo en equipo. Teorías que influyeron en las empresas para buscar liberar todo el potencial de sus trabajadores (Castro, Miquilena, y Peley, 2002).

Se reconoce a Frederick W. Taylor (1900) como el iniciador de la administración científica, en sus principal obra “Principios de la Administración científica”, él plantea a la estandarización del trabajo por

medio de normativas las cuales el trabajador debe de seguir, igualmente habla de llevar al trabajador hasta su máximo rendimiento con la capacitación constante, esto se deriva de sus estudios de tiempos y movimientos, en los que concibe que la implementación de una metodología administrativa beneficia a la empresa; además, de observar que brindar remuneración y buen trato lo cual facilita la cooperación por parte de los trabajadores en los tiempos de ascenso. El trabajo de Taylor es criticado por considerarse que ve al trabajador como un elemento más que debe de ser acoplado a la maquinaria de la empresa (Carro y Caló, 2013).

Fayol (1916) se caracteriza por ser pionero en lo que respecta a la administración ya que dio una visión estructurada y más técnica de los componentes de una organización para lograr que trabajaran de forma eficiente, ante lo cual propuso la definición de las funciones administrativas, autoridades y jerarquías (Estrada, 2007).

En la publicación “Administración industrial y general”, Fayol (1987) plantea principios administrativos en los que define a la autoridad como el derecho de mandar y de hacerse obedecer; así mismo, menciona la importancia de la autoridad personal que es la que concede aspectos como la experiencia y la aptitud de mando. También define como trascendental a la unidad de mando y las consecuencias de una dualidad en la autoridad, considerando importante la sanción como un medio para reafirmar la autoridad y la remuneración equitativa, como retribución al esfuerzo de los obreros.

Mientras tanto, las diversas teorías administrativas permitieron dar una influencia a lo que actualmente conocemos como liderazgo en la competitividad de las empresas, llegando a la conclusión de que es vital que las decisiones estratégicas sean tomadas por dirigentes que favorezcan el análisis de la información para generar alternativas (Rodríguez, Pedraja, y Araneada, 2013; Alvear Montoya, et al., 2019; Khalifa, 2018; Capa Benítez, et al., 2018).

Competitividad

El concepto de competitividad tiene como bases la teoría de recursos y capacidades. Esta teoría fue elaborada para intentar explicar la for-

ma en que las empresas podían utilizar sus recursos disponibles para obtener una ventaja que sea perdurable. Porter (2008) brindó un enfoque estructural, en donde los beneficios de las entidades económicas están determinados por la competencia que existía en el mercado en el que se encuentra, principalmente por factores como: el poder que poseen los proveedores, el de los clientes, la rivalidad existente con los competidores, los riesgos de productos sustitutos y de nuevos ingresos en la industria (Porter y Kramer, 2007; Martínez Garcés & Padilla Delgado, 2020; Plata & Acosta-Medina, 2018)

Es posible entonces considerar la teoría de recursos y capacidades como resultante de la ventaja competitiva y las condiciones en que esta se puede preservar con el tiempo. Se puede decir que ante la existencia de unidades económicas que elaboren productos similares las empresas pueden salir beneficiadas ya que la competencia obligara a utilizar recursos de la manera más eficiente para obtener una diferenciación basada en el precio o lo novedoso del producto para salir con el mayor beneficio posible, a esto también se le suma la estrategia que utilizara basada en los recursos que tiene para poder enfrentar los cambios que viva su entorno. (Fong, 2011; Alvear Montoya, et al., 2019)).

Michael Porter (1998) fue un impulsor del concepto de competitividad. Este empezó analizando los factores que provocan la prosperidad de una nación, la cual no se puede heredar. Identificó que la competitividad de una nación depende de la capacidad que tiene su industria para innovar y crear ventajas que sean duraderas. Existen patrones diferentes en la competitividad de cada país, por lo que ninguna nación será exitosa en todas, las naciones que tienen éxito en industrias específicas es porque su entorno es el más desafiante.

Para Porter & Kramer (2006), una exigencia en la competitividad actual conlleva a la existencia de un liderazgo que crea en el cambio constante, que innove y tenga conciencia sobre la importancia. Más importante aún, los líderes reconocen la necesidad de que exista la presión y el desafío. Que estén dispuestos a tomar estrategias que se alejen de lo fácil y que admita correr riesgos para alcanzar una ventaja competitiva. Esto se puede proyectar tanto para las naciones en las empresas: no se trata de apenas sobrevivir sino de lograr la competi-

tividad internacional que sea permanente (Capa Benítez, et al., 2018; Bernal-Jiménez & Rodríguez-Ibarra, 2019).

Las empresas no se encuentran aisladas, ellas se desarrollan en un sistema abierto que interactúa de forma constante con el medio, y sus resultados depende de la capacidad que tiene de asimilar los cambios del entorno y de poder administrarlo de forma eficiente. Es por este motivo que se hace necesario comprender las fuerzas del entorno que determinan la competitividad de la organización, las cuales Porter (1985) describió como: Competidores directos, clientes, proveedores, productos sustitutos y clientes potenciales (Baena, Sanchez, y Montoya, 2003; Plata & Acosta-Medina, 2018; Cho, et al., 2019).

Porter en 1985 introduce el concepto de cadena de valor y lo ofrece como medio para mantener una ventaja competitiva sostenida, en el siguiente cuadro se describe los elementos que conforman a esa cadena y en que consiste cada uno (Sáez de Viteri, 2000):

Esser, Hillebrand, Messner, y Meyer-Stamer (1996), plantean que la competitividad industrial es sistémica y el resultado de la interacción de cuatro niveles económicos y sociales de una nación: (1) el nivel micro que corresponde a las características internas de la empresa; (2) el nivel meso que corresponde al estado y sus políticas; (3) el nivel macro que es el que exige mejoras continuas al desempeño y (4) el nivel meta que corresponde al nivel de organización económica, política, jurídica y social y como se integran de forma estratégica, es una interacción eficiente entre cada nivel el que es definitivo para la generación de ventajas competitivas.

Aragón, et al., (2010) llegaron a la conclusión que la PyME de éxito se caracteriza por gestionar de forma eficaz sus recursos tecnológicos, la innovación, la calidad de sus productos, los recursos humanos y las capacidades directivas. Sin embargo, no ha sido posible corroborar que las citadas variables tengan una influencia positiva y significativa al interactuar con la estrategia empresarial. Por otra parte, existe suficiente evidencia empírica para afirmar que aquellas empresas que siguen una orientación exploradora son más competitivas y obtienen mejores resultados que las que optan por una defensiva o analizadora.

Morales y Pech (2000), integran dos enfoques: (1) el de los recursos y (2) las competencias. Estas se conjuntan ubicando en primera

instancia a los recursos internos de las empresa, en el segundo está el aprovechamiento correcto de los recursos por medio de las competencias indicadas, esto se convierte en la creación de productos que signifiquen una ventaja competitiva y a su vez den competitividad, ya sea por factores costos y precio o atributos distintos al precio que le dan un valor agregado. Esto da importancia a que los directores de empresas conozcan los recursos con los que cuentan y que sepan cómo poder dar un uso adecuado que genere ventajas sostenibles y por ende incremente su competitividad (Bernal-Jiménez & Rodríguez-Ibarra, 2019; Costa-Marcé, et al., 2020).

Resultados

Se aplicó un cuestionario a gerentes/propietarios de las empresas agroindustriales de Tenosique el cual midió el liderazgo; los resultados fueron sometidos a análisis estadísticos no paramétricos a consecuencia de la cantidad de datos, los cuales no sobrepasaban de los 100 sujetos de estudio. Es así que los sujetos de estudio fueron un total de 25 gerentes/propietarios que desde sus perspectivas determinaron el nivel de liderazgo actual y como esto influyen en otras variables como la competitividad y la supervivencia. Para el análisis del liderazgo, se aplicó el instrumento MLQ-5X de Bass y Avolio (2007) adaptado por Martínez, (2018). Este se integró por tres dimensiones y 36 ítems. El cuestionario está compuesto, a su vez, por ítems que se miden en una escala de Likert del 1 a 5, en donde 1 es nunca, 2 es rara vez, 3 algunas veces, 4 frecuentemente y 5 siempre.

Posteriormente, estos fueron vaciados en una hoja de Excel para su posterior análisis en el software SPSS en su versión 23, por lo cual se utilizó el método de alfa de cronbach para su validación. En la tabla 1 se muestran los índices obtenidos.

Tabla 1. Índices de alfas de cronbach

Variable	Índices de alfa de cronbach
Planeacion estratégica	.896

Variable	Índices de alfa de cronbach
Producción y operaciones	.901
Aseguramiento de la calidad	.850
Comercialización	.927
Contabilidad y finanzas	.947
Recursos humanos	.933
Gestión ambiental	.952
Sistema de información corregido	.951
Autopercepción en la relación laboral	.840
Liderazgo transformacional	.837
Liderazgo transaccional	.826
No liderazgo	.912

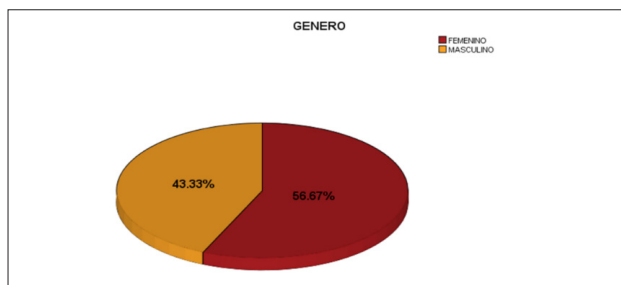
Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

Gran parte de estos valores se encuentran por arriba de .800, lo cual muestra certeza de las respuestas y que de acuerdo con lo mencionado por Celina y Campo (2005) los índices son aceptables estadísticamente hablando y muy similares a lo reportado por los autores Saavedra (2017) y Bass y Avolio (2003) adaptado por Martínez (2018).

A continuación, se presentan estos resultados de acuerdo con el orden presentado en el cuestionario: Datos generales, régimen fiscal, número de empleados. Posteriormente, se muestran los análisis de inferencias del Liderazgo.

Datos generales

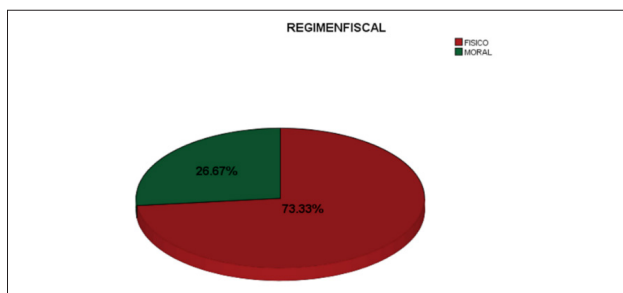
Figura 1. Genero



Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

La figura 1 muestra que la distribución de los datos se orienta hacia un 56.67% el cual corresponde al género femenino, seguidamente con un 43.33% al género masculino. Lo anterior, denota que las mujeres son quienes predominan en lo que se refiere a la administración de las empresas que se encuestaron.

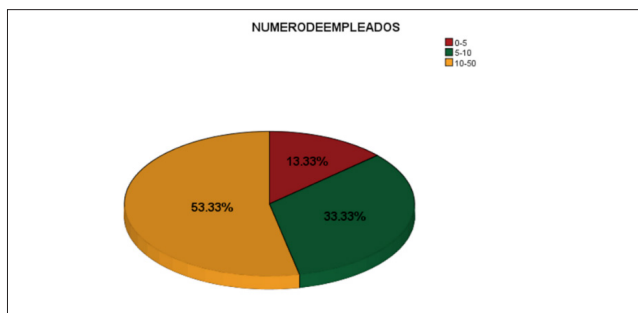
Figura 2. Régimen fiscal



Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

En lo referente a los regímenes fiscales se tiene que el 73.33% de las empresas encuestadas son físicas, mientras que el 26.67% pertenecen al régimen moral. Lo que resalta que gran parte de las empresas pertenecen a un solo dueño.

Figura 3. Número de empleados



Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

Sobre la cantidad de empleados que ocupan las empresas, se tienen con un 53.33% aquellos que cuentan de 10 a 50 empleados; seguidamente de 33.33% los de 5-10 y con un 13.33% los que ocupan 0-5 trabajadores. Gran parte de las empresas ocupan personal por arriba de 10 trabajadores lo que indica la gran fuerza laboral del municipio.

Liderazgo

Sobre la variable de liderazgo es necesario tomar en cuenta la cantidad de ítems de esta variable para lograr su determinación. De esta manera, en base a puntajes obtenidos en la base de datos de liderazgo se estableció un barómetro de liderazgo, presentándose, a continuación, los resultados:

Sobre la variable de liderazgo es necesario tomar en cuenta la cantidad de ítems de esta variable para lograr su determinación. De esta manera, en base a puntajes obtenidos en la base de datos de liderazgo

se estableció un barómetro de liderazgo, presentándose, a continuación, los resultados:

Tabla 2. Nivel de liderazgo

Puntaje	Liderazgo transformacional	Liderazgo transaccional	No liderazgo
Puntaje obtenido	1874	848	777
Puntaje instrumento	4500	4500	4500
Porcentaje	41.64%	18.84%	17.26%

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

Los resultados obtenidos en el procesamiento de los datos indican que el liderazgo transformacional ocupa la preferencia en las empresas agroindustriales evaluadas. Es interesante como los gerentes/proprietarios han logrado desarrollado esta capacidad de liderar sus organizaciones lo que resalta la importancia que tienen estas empresas en el sector. El porcentaje obtenido de 41.64% permite comprobar el objetivo de la investigación al lograrse determinar que el liderazgo transformacional persiste, no obstante, el liderazgo transaccional y no liderazgo obtuvieron un 18.84% y 17.26%. En cuanto al nivel de liderazgo, la Tabla 3 indica los valores en la escala de Likert:

Tabla 3. Rango de aceptación de Likert

Nivel de Likert	Significado	Rango
1	Muy en desacuerdo	0-20
2	En desacuerdo	21-40
3	Indiferente	41-60
4	De acuerdo	61-80
5	Muy de acuerdo	81-100

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

En función de lo anterior y, de manera general, se determinó el nivel de liderazgo de todas las empresas evaluadas, como puede observarse en la Tabla 4. Obteniéndose un valor del 77.75% en el significado “De acuerdo”, conforme a la escala de Likert presentada. Este porcentaje es el más alto, lo que indica que para los gerentes/propietarios fomentar el liderazgo en sus organizaciones, lleva a que su empresa pueda crear oportunidades de mejora para la región.

Tabla 4. Nivel de liderazgo de las empresas

Valor instrumento	Valor obtenido	Porcentaje
4500	3499	77.75%

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

Es así, que los resultados obtenidos demuestran que el liderazgo que más persiste es el transformacional mantiene un nivel del 77%. De esta manera, se llega a decir que las empresas agroindustriales de Tenosique tienen las capacidades adecuadas para llegar a ser competitivas en un sector tan complejo como el actual donde se refuerza con los niveles de competitividad que actualmente, el factor de aseguramiento de la calidad es quien impulsa este elemento y que si se logra aprovechar adecuadamente por parte de los gerentes/propietarios estos pueden llegar a desarrollar grandes estrategias empresariales para el futuro.

A continuación, se presentan los cuadros de correlación correspondiente para determinar la influencia que tienen cada uno de los factores estudiados y comprender con ello un poco más el fenómeno de estudio.

Tabla 5. Correlación entre dimensiones.

Correlaciones												
		Planeación estratégica	Producción y operaciones	Aseguramiento de la calidad	Comercialización	Contabilidad finanzas	Recursos humanos	Gestion ambiental	Sistemas de información	Liderazgo transformacional	Liderazgo transaccional	No liderazgo
PLANEACION ESTRATEGICA	Correlación de Pearson	1										
PRODUCCION Y OPERACIONES	Correlación de Pearson	.767**	1									
ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	Correlación de Pearson	.598**	.783**	1								
COMERCIALIZACION	Correlación de Pearson	.745**	.825**	.766**	1							
CONTABILIDAD Y FINANZAS	Correlación de Pearson	.726**	.714**	.574**	.749**	1						
RECURSOS HUMANOS	Correlación de Pearson	.636**	.624**	.773**	.779**	.800**	1					
GESTION AMBIENTAL	Correlación de Pearson	.637**	.412*	.468**	.517**	.688**	.782**	1				
SISTEMAS DE INFORMACION	Correlación de Pearson	.756**	.674**	.525**	.674**	.894**	.715**	.804**	1			
LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL	Correlación de Pearson	.500**	.628**	.582**	.597**	.570**	.543**	.360	.525**	1		
LIDERAZGO TRANSACCIONAL	Correlación de Pearson	.443*	.644**	.638**	.689**	.521**	.646**	.306	.505**	.806**	1	
NO LIDERAZGO	Correlación de Pearson	-.090	-.163	-.187	-.287	-.109	-.178	.140	-.025	-.121	-.309	1
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).												
*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).												

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

De acuerdo con datos del cuadro de correlación, se observa que la dimensión de recursos humanos muestra una relación de .779 con la dimensión de comercialización, dando a entender que es necesario contar con el personal adecuado para el desarrollo de las ventas pero que igual deben de estar debidamente capacitado para ello. Por otra parte, con un puntaje de .800 se observó que los mismos recursos humanos influyen ahora en la contabilidad financiera, y en cierto modo

lo antes mencionado determina que mantener una alta plantilla laboral suele tener altos impactos en las finanzas de todo tipo de empresa pero, que a su vez, es congruente debido a que se requiere de cierto nivel de personal para operar adecuadamente además de que no se debe de pasar desapercibido que los recursos humanos son importantes para los objetivos de las empresas.

Por otra parte, con un índice de .894** y siendo el más sobresaliente, se observa que los sistemas de información muestran una alta influencia con la contabilidad y finanzas y este caso es similar al de los recursos humanos debido a que no se puede pasar desapercibido la importancia que tiene la tecnología hoy en día en el cumplimiento de cada una de las actividades y que hoy día debe de ser primordial para este sector empresarial de las agroindustrias. En el ámbito del liderazgo, se observa que el liderazgo transformacional mostró una relación de .806** con el liderazgo transaccional y es interesante debido a que como estos tipos de liderazgos logran influir en el papel de la alta dirección de estas empresas y de sus dirigentes los cuales tienden a tomar sus decisiones en base a experiencias o constantes cambios que giran a su entorno.

Como complemento a los resultados anterior, se presenta a continuación la correlación entre las variables es estudios: Competitividad y Liderazgo.

Tabla 6. Cuadro de correlación entre variables

		COMPETITIVIDAD	LIDERAZGO
COMPETITIVIDAD	Correlación de Pearson	1	.602**
LIDERAZGO	Correlación de Pearson	.602**	1
**, La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).			

Fuente: Elaboración propia en base a resultados obtenidos.

Como se puede observar, la correlación entre las variables fue de .602** donde la competitividad influye en el liderazgo. De lo anterior, se comprueba la hipótesis de que existe un nivel de relación entre la competitividad y el liderazgo, por lo cual es importante que las empresas agroindustriales mantengan este factor como parte esencial incluso de su planeación estratégica y con ello lograr un posicionamiento adecuado en el sector para los posibles efectos o problemas extraordinarios que puedan enfrentarse. Así mismo, que los gerentes/ propietarios logren desarrollar los mecanismos necesarios para la eficiencia administrativa y la comercialización de sus productos a todo el estado y país.

El objetivo de la presente investigación fue analizar el estilo de liderazgo que se ejerce en las empresas agroindustriales del municipio de Tenosique. Se determinó que el liderazgo transformacional es el que más persiste en las empresas evaluadas. Lo anterior, resalta mucho en el sentido en que están siendo administradas y de cómo las personas a cargo pueden enfrentar con liderazgo cada uno de los inconvenientes que puedan surgir en el devenir, como pueden ser desastres naturales, cambios políticos y sociales o en su caso una pandemia como la actual.

De esta manera, con un 54% de los resultados, se comprobó que el liderazgo transformacional se mantiene como forma de administración y de dirección. Bass y Avolio (2003) mencionan que las empresas que son lideradas de forma transformacional son las que más se adaptan y sobreviven ante inconvenientes administrativos. En este mismo tenor, se determinó un nivel de liderazgo para las empresas agroindustriales, obteniéndose un porcentaje en una escala del Likert de 77.75% lo que representa un nivel De acuerdo. Es así, que el liderazgo en estas empresas juega un papel importante en el desarrollo estratégico de las empresas del municipio de Tenosique.

Por otra parte, se realizaron algunas pruebas de correlación entre dimensiones y a la vez entre las variables; se obtuvieron índices por arriba de .700** lo que indica una buena relación entre las dimensiones. Tal es el caso de las dimensiones de recursos humanos y la comercialización en lo que respecta a la competitividad. Así mismo, se encontró que el liderazgo transaccional y el transformacional se dio una correlación de entre .806** lo que indica que en las empresas agroindustriales los mecanismos de gerencia han requerido de ciertas

características de negociación para lograr los objetivos organizacionales. Así mismo, la relación entre la competitividad y el liderazgo fue de .602**, es decir que se requiere de carácter y de buena gestión para que las empresas agroindustriales puedan mantener su competitividad en el sector, además de que los gerentes/propietarios deben de tomar en cuenta ciertos elementos para la mejora continua.

Se resalta la influencia del liderazgo en la competitividad lo que al final determina el éxito o no de la propia empresa. Sobre ello, es importante que los encargados de los establecimientos busquen estrategia continua de mejora y mantengan la calidad de los productos y de los servicios para el cliente siendo esto el elemento esencial de la competitividad en una industria que aún se encuentra en desarrollo.

Referencias:

- Aragón, A., Rubio, A., Serna, A. M., & Chablé, J. J. (2010). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMES de Tabasco. *Investigación y Ciencia*, 18(47), 4–12.
- Baena, E., Sanchez, J. J., & Montoya, O. (2003). El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. *Scientia et Technica*, (23), 61–66. <https://doi.org/10.22517/23447214.7385>
- Bass, B., y Avolio, B. (2007). *Multifactor Leadership Questionnaire*. Menlo Park, USA: Mind Garden Inc. Recuperado el 20 de 02 de 2017, de <http://www.mindgarden.com>
- Bernal-Jiménez, M. C., & Rodríguez-Ibarra, D. L. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia Et Technica*, 24(1), 85-96
- Capa Benítez, L. B., Benítez, R. M., & Capa Benítez, X. D. (2018). El liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 273-284.
- Carro, F. D., & Caló, A. (2013). La administración científica de Frederick W. Taylor: una lectura contextualizada. VII *Jornadas de Sociología de La Universidad Nacional de La Plata "Argentina En El Escenario Latinoamericano Actual: Debates Desde Las Ciencias Sociales,"* (ISSN 2250-8465), 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2014.02.001>

- Castro, E., Miquilena, E., & Peley, R. (2002). Liderazgo y éxito de la gestión administrativa. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas Gerenciales*, 2(1), 43–58.
- Chan, J., Aguilar, S., Flores, F. I., & Hernandez, J. L. (2019). Una Aproximación a los recursos que influyen en la ventaja competitiva en PyMES de Tenosique, Tabasco, México. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)*, 8(01), 62–68
- Cho, Y., Shin, M., Billing, T. K., & Bhaga, R. S. (2019). Transformational leadership, transactional leadership, and afective organizational commitment: a closer look at their relationships in two distinct national contexts. *Asian Business & Management*, 1-24.
- Cho, Y., Shin, M., Billing, T. K., & Bhaga, R. S. (2019). Transformational leadership, transactional leadership, and afective organizational commitment: a closer look at their relationships in two distinct national contexts. *Asian Business & Management*, 1-24
- Costa-Marcé, A., Echazarreta-Soler, C., & Montenegro-Gálvez, D. I. (2020). La cultura organizacional: el gran impulsor de la estrategia futura. Una visión de la competitividad en Ecuador. *Revista empresa y humanismo*, 23(2), 9-32. doi:10.15581/015.XXIII.2.9-32
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. *Revista de La CEPAL*.
- Estrada, S. (2007a). Liderazgo a través de la historia. *Scientia Et Technica*, (34), 343–348.
- Estrada, S. (2007b). Predominio del estilo de liderazgo en la evolución de la administración. *Scientia et Technica*, (35), 287–292.
- Fayol, H. (1987). Administración Industrial y General. (L. “El Ateneo”, Ed.) (Decimocuar).
- Fernandez, J. A. (2008). Liderazgo empresarial en tiempos de cambio, según Sun Tsu. 64 *Harvard deusto business review*, (Liderazgo, Tsun Su), 64–71.
- Ferrada, A. (2013). La mediación de Moisés: autoridad e historia, *LIV*, 575–596. <https://doi.org/10.4067/S0049-34492013000300011>
- Gallego, J. (2009). Rural patronage in classical Athens. *Political Science*, 163–175.

- Hernandez, J., Espinoza, J. de J., & Aguilar, M. (2014). Influencia del comportamiento del líder en el desarrollo de los recursos humanos. *Revista Internacional Administración y Finanzas*, 7(6), 75–90.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*, McGraw-Hill, México
- INEGI. (2018). *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE)* . Retrieved from 29/6/2018 *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE)*%0ATérminos de uso del Sitio (http://www.inegi.org.mx/terminos/terminos_sitio.aspx) %7C Términos de libre uso de la información del INEGI.
- Jiménez, Y., Luna, A. L., & Jiménez, R. (2015). Perfiles de las empresas alimentarias de la región de los ríos. *Emprendimiento e innovación En La Mipyme Familiar*, p. 57.
- Khalifa, M. (2018). Toward an Indigenous, Decolonizing School Leadership: A Literature Review. *Educational Administration Quarterly*, 1-44.
- Martínez Garcés, J., & Padilla Delgado, L. (2020). Innovación organizacional y competitividad empresarial: Centros estéticos de turismo de salud en Cali-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 26(2), 120-132.
- Martínez, R. M. (2018). *Liderazgo e inteligencia emocional en egresados de la IES en las organizaciones de Tabasco*. Universidad Autónoma de Guadalajara
- Maya, E., Aldana Zavala, J. J., & Isea, J. (2019). Liderazgo Directivo y Educación de Calidad. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 5(9), 114-129.
- Miles, R. E., Snow, C. C. (1978). *Organizational strategy, structure and process*. New York, U.S.A: McGraw-Hill
- Morales, M., & Pech, J. L. (2000). Competitividad y estrategia: El enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Contaduría y Administración*, (197), 47–63. Retrieved from http://www.talentohumano.co/inicio/images/libros/Morales_Gonzalez_Competitividad_y_Estrategia.pdf
- Osorio, (2018). Deprimida la industria panadera por la inseguridad y la competencia. Retrieved from <http://xevt.com/verpagina.php?id=36007&t=Deprimida la industria panadera por la inseguridad y la%0Acompetencia : XEVT.COM>

- Pérez Pascual, A. F. (2018). *Análisis de los tipos de estrategia que persisten en las franquicias de Tenosique, Tabasco*. Tenosique: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Plata, R., & Acosta-Medina, J. (2018). Influencia de los recursos y capacidades en los resultados financieros y en la competitividad empresarial: una revisión de la literatura. *Revista de investigaciones*, 125-134.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Estrategia y sociedad. *Harvard Business School*, 3-15.
- Poturak, M., Mekić, E., Hadžiahmetović, N., & Budur, T. (2020). Effectiveness of Transformational Leadership among Different Cultures. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 7(3), 119-129.
- Riquelme-Castañeda, J. A., Pedraja-Rejas, L. M., & Vega-Massó, R. A. (2020). El liderazgo y la gestión en la solución de problemas perversos. Una revisión de la literatura. *Formación Universitaria*, 13(1), 135-144.
- Rodriguez, E., Pedraja, L., & Araneada, C. (2013). El proceso de toma de decisiones y la eficacia organizativa en empresas privadas del norte de Chile. Decision-making process and organizational performance. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 21, 328-336.
- Sáez de Viteri Arranz, D. (2000). El Potencial Competitivo De La Empresa: Recursos, Capacidades, Rutinas Y Procesos De Valor Añadido. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 6(3), 71-86. Retrieved from <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v06/063071.pdf>
- Tintoré, M. (2003). El liderazgo político en la antigüedad clásica. *Revista de Estudios Politicas (Nueva Epoca)*, (121), 209-222.
- Zapata, E. (2004). Las Pymes y su problemática empresarial. Estudio de casos. *Revista Escuela de Administración de Negocios* (52), 119-135.
- Zhang, J., Xie, C., Wang, J., Morrison, A. M., & Coca-Stefaniak, J. A. (2020). Responding to a major global crisis: The effects of hotel safety leadership on employee safety behavior during COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 1-37.

CAPÍTULO VII

Transferencia tecnológica para innovar en la gestión de labores de producción de bananos, caso de estudio: Rancho la Gloria

DR. ARÓN DE LA CRUZ VÁZQUEZ¹

DR. CHRISTIAN MAURICIO CASTILLO ESTRADA²

MTRO. LUIS ANTONIO ÁLVAREZ OVAL³

Resumen:

En este capítulo se presentan los resultados de una transferencia tecnológica relacionada con innovar el proceso de gestión de las labores de producción del rancho bananero denominado Rancho La Gloria, el cual pertenece a la Asociación de Productores de Plátano del Soco-nusco (APPS), esta transferencia se realizó a través de la colaboración de los integrantes del grupo de investigación Tecnologías en Sistemas Computacionales de la Facultad de Negocios Campus IV de la UNACH, con la finalidad de coadyuvar en la innovación y mejora de los proceso de negocio relativos a producción de banano. Los beneficios de esta aplicación son: Evitar la manipulación de los datos para generar los reportes de labores, adaptar las necesidades de los productores locales, permitir el registro de avance de trabajos al detalle en cada lote del rancho, control de pago de labores a empleados que no asistan a tra-

¹ Universidad Autónoma de Chiapas, aron.cruz@unach.mx, mexicano

² Universidad Autónoma de Chiapas, cmce@unach.mx, mexicano

³ Universidad Autónoma de Chiapas, loval@unach.mx, mexicano

bajar, eficiencia en la captura de datos, flexibilidad en la distribución de empleados.

Finalmente el sistema coadyuvó en sistematizar el proceso, además de organizar al personal, capturar solicitudes y entrega de resultados semanales, catorcenales, mensuales y anuales, debido a la problemática que existe en el registro, entrega e histórico de los resultados de labores realizadas, el sistema ha sido diseñado a la medida según las necesidades de dicha empresa, se enfoca en converger la información de los trabajadores al momento de asignar una nueva labor, con el propósito de acceder a la información procesada de los resultados, llevado a cabo en tiempo real. Es por ello que la transferencia tecnológica juega un papel importante ante las organizaciones sobre todo en el crecimiento profesional del estudiante, en el desarrollo de aplicaciones, por esta razón el transferir conocimiento a las empresas es fundamental.

Antecedentes del Rancho La Gloria

La Gloria: Es un rancho bananero ubicado en el municipio de Mazatan, Chiapas; siendo propietario el Sr. Eduardo Altuzar. De acuerdo con el portal (BananoTecnía, 2017), la producción de banano en Chiapas es de 70 mil toneladas, representando el primer lugar, seguido de Tabasco, esta producción logra cubrir la demanda nacional y se exporta a 34 países entre ellos Estados Unidos y Países Bajos, esto por mencionar algunos (Tecnía, 2017). Este proyecto de transferencia tecnológica nace por la necesidad de vincular la parte teórica con la práctica, es decir que para ello a través de pláticas con el señor Eduardo Altuzar, se logró establecer acuerdos para realizar esta aplicación.

Según (Pérez Cruz, 2020), la relación Universidad Empresa es una forma de generar innovación, necesaria por fortalecer la competitividad y globalización económica en que rodea a las empresas la innovación es la madre del conocimiento, para este autor la transferencia tecnológica debe ser promovida en el ámbito público, esta genera competitividad en la producción, teniendo un impacto en el crecimiento en la masa salarial de los empleados y calidad de vida de los trabajadores en la organización (Cruz, 2020).

En el diagnóstico realizado se encontró que una de las actividades más importantes del estado es necesario mejorar constantemente su competitividad incorporando las tecnologías de computación que actualmente están disponibles en el mercado, así como las mejores prácticas de administración. Se ha detectado que muchas empresas hacen uso indiscriminado de hojas de cálculo electrónicas (Excel) para generar los reportes que necesitan directivos y administradores en la industria bananera. El problema del uso del Excel es que la información puede ser modificada por el simple pulsado de la tecla incorrecta en el mejor de los casos o de forma intencional cuando se trata de esconder o alterar resultados a la dirección.

Los productores de plátano se encuentran cada vez más presionados con la disminución de los costos de producción ya que el precio de venta de la fruta está determinado por las empresas que controlan la distribución. Por ello, los productores han volteado la vista al desarrollo de software con la intención de mantener lo más bajo posible los costos asociados a la producción de plátano.

El proyecto Sistema de Control de Labores para un rancho de Producción de Bananos, al que llamaremos módulo central, recibe desde el sistema “Control de asistencia a labores usando dispositivos biométricos” el identificador de cada empleado que llega a laborar al rancho, a partir de ahí el módulo central permite asignar los empleados a las labores, es decir, armar las cuadrillas de trabajo. Esas cuadrillas se envían al sistema de “captura de avances de labores usando dispositivos móviles”, al que llamaremos sistema móvil, con la labor asignada. Al final del día, este módulo central recibe de manera automatizada desde el sistema móvil la captura diaria de avances en el trabajo. En este módulo central, tampoco es posible modificar el avance de la labor de los empleados. También es posible reasignar a un empleado de labor, es decir, pasarlo de una tarea dentro de la plantación a una tarea del área de empaque. Al final de la semana se obtiene la sumatoria de labores para cada empleado. Eliminando así el uso de la hoja de cálculo para obtener el pago semanal de los empleados del rancho, asimismo se elimina la posibilidad de alteración de datos en las labores efectuadas. En este módulo central se generan todos los reportes necesarios para generar el pago semanal a los empleados del rancho.

El proyecto se ha desarrollado en conjunto con la Asociación Agrícola de Productores de Plátano del Soconusco, A.C. Misma que agrupa a 500 socios en una superficie cultivada de 15,000 hectáreas en 13 municipios de la región del Soconusco en el estado de Chiapas. El conjunto de productores exporta 250 mil toneladas anuales de fruta, lo que corresponde a un 30% de la producción nacional de banano. Cada uno de los socios posee al menos una finca dedicada al cultivo de bananos, por lo que este sistema tiene el potencial de ser instalado en al menos 500 ranchos bananeros.

Para este escenario utilizaremos un prototipo tecnológico según (Torroja, 2021), es una implementación parcial o total de un sistema que analiza los aspectos de una problemática a solucionar, teniendo como características principales la comunicación y participación, para ello se diseña una interfaz gráfica amigable (Torroja, 2021). Como el diseño de un sistema es una aplicación que va permitir solucionar un problema, en este escenario no se puede medir con preguntas de investigación, o empleando algún instrumento de medición, es por ello la aclaración en el desarrollo de este artículo.

Delimitación disciplinar

Tecnológico: Este proyecto está enfocado al desarrollo de una solución tecnológica basada en un software de control de labores de producción de banano para atender las necesidades de la organización.

Estado del Arte

Son evidentes los efectos positivos y negativos de la pandemia COVID-19 en las diferentes organizaciones; en virtud de ello, las prioridades y la forma de operar de las compañías han sufrido transformaciones con la finalidad de adaptarse a los cambios de comportamiento y preferencias de los consumidores, y a los originados por las nuevas modalidades de trabajar; en otras palabras, los empleados requieren tener acceso a los sistemas de información y datos desde cualquier lugar; esto provoca la demanda de soluciones digitales que permitan

aumentar la productividad; todo ello acelera el proceso de digitalización de las organizaciones (Pinillos, 2022).

Los procesos de transformación digital están tan presentes en las actividades diarias que en este momento ya no es importante convencer a las personas sobre la importancia de adaptar a sus organizaciones a la era digital, de hecho, la gran mayoría de las personas están conscientes de esta necesidad (Ruiz-Falcó Rojas, 2019), sin embargo estar consciente de la necesidad de una evolución digital no significa que se cuente con el grado de madurez suficiente para asumir una implantación inmediata de este tipo de transformación.

El primer paso para implantar un proceso de transformación dentro de cualquier área, empresarial o personal, es comenzar a hablar sobre la posibilidad de trascender algunas operaciones al mundo digital y plantear los beneficios de este traslado, sin efectuar alguna acción concreta, para luego ir incluyendo acciones que procedan a la digitalización de las áreas de apoyo, sin tocar el proceso medular de la empresa, con el objetivo de ir gestionando los cambios en las personas y en los procesos, para finalmente, comenzar con la fase de implementación de transformación digital en los procesos de negocio fundamentales de toda organización (Ruiz-Falcó Rojas, 2019).

Con base a lo manifestado por Raquel Pinillos, Directora Business Solutions Kyocera, es importante una tendencia en las organizaciones por impulsar la generación de estrategias de transformación digital para conseguir mayor flexibilidad, agilidad y generar eficiencias e ingresos. Cuando los directivos deciden asumir este compromiso estratégico de digitalización, se facilita la creación de nuevos modelos de negocio y de entornos colaborativos que mejoran la eficiencia y productividad (Pinillos, 2022).

De acuerdo con lo expresado por Isabel Arango, en el artículo Oportunidades para la transformación digital de la cadena de suministro del sector bananero basado en software con inteligencia artificial; es posible señalar que la Gestión de la cadena de suministro es un factor clave para el éxito de las organizaciones; contar con certeza en el proceso de toma de decisiones aporta una ventaja competitiva relevante, sin embargo, existen otros factores internos y externos que afectarán al desempeño de la cadena de suministro (Arango, 2021).

El sector bananero no está exento de esos factores que limitan el desempeño de la cadena de suministro es por ello que resulta importante apostar por una innovación tecnológica constante. Por otra parte, la Inteligencia Artificial (IA) ha demostrado en los últimos años un valor significativo por brindar apoyo a la capacidad humana, es decir, se enfoca a potencializar las estrategias y creatividad en las organizaciones para lograr un crecimiento económico significativo donde es aplicada como innovación tecnológica (Arango, 2021).

Sector bananero en México

Con base a lo manifestado por la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER), es posible afirmar que la fruta tropical con mayor cultivo o producción en México el plátano; asimismo, es considerado como una de las cuatro frutas de mayor relevancia a nivel mundial, sólo por detrás de la manzana, uva y cítricos. México posee una producción anual aproximada de 2 millones de toneladas, lo que permite disfrutar de esta fruta tropical sin tener problemas de escasez (SADER, 2020). En virtud de lo anterior, la transformación digital en el sector bananero resulta un tema de gran relevancia.

De acuerdo con los reportes estadísticos emitido por el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), en el año 2020 se generó una producción dos millones 468 mil toneladas sembradas en una superficie de 81 mil 081 hectáreas, en 16 entidades de México. La SIAP manifestó que la producción de bananos mexicanos es de alta calidad y apreciada en el mundo, prueba de ello se comercializan cerca de 600 mil toneladas anualmente en mercados como España, China, Reino Unido, Italia, Países Bajos, Ucrania, Rumania, entre otros (PortalFruticola, 2021).

La producción bananera total se concentra en 16 entidades de nuestro país: Chiapas, Tabasco, Colima, Oaxaca, Michoacán, Nayarit, Veracruz, Jalisco, Guerrero, Puebla, Campeche, Hidalgo, Estado de México, Morelos y Yucatán. En el estado de Chiapas se genera el 19.7 % de la producción nacional. Por lo anterior, es posible afirmar que el sector bananero es un elemento significativo para la economía nacional (PortalFruticola, 2021).

Objetivo

El objetivo del capítulo es presentar los resultados obtenidos del proyecto de transferencia de tecnología relacionado con el desarrollo e implementación de un software personalizado para el control de labores de producción del Rancho bananero La Gloria.

Teorías base

Transformación Digital

La transformación digital es un proceso progresivo en el que se modifica la estructura de una organización, haciendo uso de la tecnología para mejorar la productividad de forma que alcance resultados significativos en sus diferentes áreas (Da Silvia, 2021). En ese sentido las empresas del sector bananero del estado de Chiapas representan una oportunidad para adoptar tecnología que les permita mejorar sus procesos y control de sus actividades. En otras palabras, el concepto de transformación digital consiste en utilizar la tecnología como elemento principal para operar un negocio. La primera etapa inicia con el desarrollo e implementación de sistemas de información (software) para optimizar procesos; sin embargo, es importante mencionar que la transformación digital requiere cambios en la estructura y cultura empresarial, razón por la cual la innovación tecnológica es la herramienta fundamental para mejorar su desempeño en diferentes frentes.

El principio del proceso de transformación se basa en evaluar qué software o herramienta tecnológica fue diseñada para atender un problema en particular, ya que cada software fue diseñado para ofrecer una solución puntual, y determinar si es posible incluir esa solución dentro del proceso productivo que se lleve a cabo. Un proceso de transformación no se refiere sólo a la aplicación de un software dentro de la empresa, sino que se trata de la combinación óptima de software que permita trasladar lo complejo a lo simple, desarrollar ideas y formas de trabajo que antes eran limitadas por lo analógico del proceso y

finalmente, entregar un mejor servicio a los clientes y a los empleados (Alunni & Llambías, 2018).

En el caso del mercado actual, se utiliza transformación digital para aquellos negocios o empresas que pasan de una forma de trabajo tradicional a incorporarse en la era digital apuntando a convertirse en industrias 4.0, mientras que aquellos negocios o empresas que han nacido gracias al proceso de digitalización actual se les conoce como disruptores digitales (Alunni & Llambías, 2018).

En relación a la mejora de procesos productivos, el concepto de digitalización permite a las organizaciones reconfigurar sus recursos para responder rápidamente a las crisis. Un claro ejemplo es la reducción del costo de gestión al interior de la organización y la promoción de asignación de recursos de manera flexibles a través de las TIC. (Kane, 2015).

Según Dini y Gligo un efecto parecido se puede lograr en la gestión de relaciones con proveedores. En esta situación, la reconfiguración de los servicios, productos y procesos productivos reduce la dificultad y costos del cambio de recursos, variaciones de diseños o modelos o ajustes en el tamaño de los lotes productivos (Dini y Gligo, 2021).

Desarrollo de Software

De acuerdo a lo manifestado en el sitio web de la empresa de tecnología IBM, el desarrollo de software es concebido como un conjunto de actividades informáticas orientadas al proceso de creación, diseño, despliegue y compatibilidad de software. Por otra parte, el concepto de software se refiere al conjunto de instrucciones o programas que le indican a una computadora qué acciones debe realizar, este resulta ser independiente del hardware y hace que las computadoras sean programables (IBM, 2019).

Un software se clasifica en una de las siguientes categorías: 1. Software del sistema orientado a proporcionar funciones básicas como sistemas operativos, administración de discos, memoria, servicios, y hardware; 2. Software de programación proporciona a los programadores herramientas especializadas como editores de texto, compiladores, y otras aplicaciones para codificar; 3. Software de aplicaciones

ayuda a los usuarios a realizar tareas específicas, por ejemplo software de paquetería y gestión de gestión de datos, los reproductores multimedia y programas de seguridad; y 4. Software integrado se utiliza para controlar máquinas y dispositivos, estos no son considerados computadoras, como redes de telecomunicaciones, automóviles y robots industriales.

Contrario al desarrollo de software comercial, existe el desarrollo de software personalizado considerado como un proceso de diseño, creación, despliegue y mantenimiento de software que atiende a un conjunto de requerimientos funcionales específicos de una organización. Por otra parte, el software comercial listo para usar (COTS) está diseñado para atender a una amplia lista de requisitos comunes, facilitando el proceso de empaquetado, comercializarlo y distribuirlo (IBM, 2019). En este proyecto se desarrolló un software personalizado que cumple con los requisitos funcionales del Rancho bananero La Gloria.

Ingeniería Web y la Calidad de aplicaciones web

Hoy en día, la web es esencialmente una plataforma para todo tipo de aplicaciones, con todo tipo de propósitos: desde tiendas virtuales hasta redes sociales. El libro denominado *Software Engineering: A Practitioner's Approach* del autor Doctor Roger S. Pressman, se menciona lo siguiente:

“Cualquier producto o sistema importante es merecedor de recibir una ingeniería. Esto significa que hay que entender el problema, diseñar una solución viable, implementarla de una manera sólida y comprobarla en profundidad. Probablemente también se deberían controlar los cambios a medida que el trabajo vaya avanzando, y disponer de mecanismos para asegurar la calidad del resultado final. Muchos de los que desarrollan en web no opinan lo mismo; ellos piensan que su mundo es realmente diferente, y que los enfoques de ingeniería de software convencionales no aplican para ellos” (Pressman, 2014).

Con base a lo manifestado por el autor Pressman, es relevante señalar la necesidad de una estrategia sistemática que considere las ca-

racterísticas especiales de los sistemas web, en virtud de ello surge la denominada: Ingeniería Web. El autor San Murugesan la define como la aplicación de un enfoque cuantificable, sistemático, y disciplinado para el desarrollo de aplicaciones web de alta calidad (Pressman, 2014).

Metodología

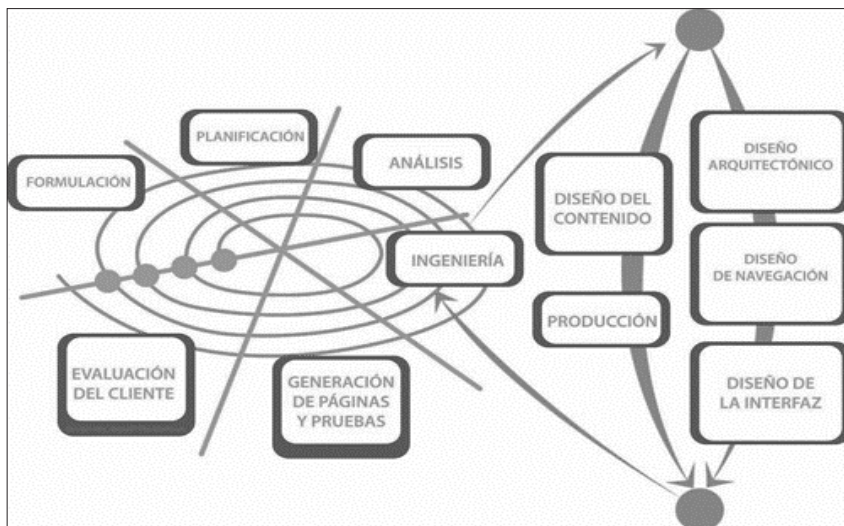
La ingeniería Web (WE) es una rama de la ingeniería de software (SE) que define técnicas, procesos y modelos para el ambiente Web. Como sub-disciplina se refiere a la etapa en el desarrollo de la aplicación en la cual los requisitos de los stakeholders son recolectados y procesados.

El autor Doctor Roger S. Pressman sugiere el uso e implementación de un proceso de Ingeniería Web para el desarrollo de aplicaciones web; integrado por las siguientes fases:

- Planteamiento y formulación. Identificamos los objetivos de nuestra aplicación, y delimitamos el alcance de la primera iteración.
- Planificación. Una vez planteado el problema, es posible estimar costos, riesgos y esfuerzo durante el desarrollo.
- Análisis. Durante esta etapa establecemos los requerimientos técnicos, gráficos, y de contenido, que incorporaremos en la iteración.
- Ingeniería. La actividad de ingeniería incorpora dos grupos de tareas que se realizan en paralelo: el diseño del contenido y la producción, se enfocan en el diseño, producción y adquisición del contenido de texto, gráfico y video; diseño arquitectónico, de navegación e interfaz, el cual lidia con los aspectos técnicos.
- Generación de páginas y pruebas. Se prueba que el contenido dinámico se genere correctamente, utilizando las plantillas, interfaces y contenidos diseñados en la fase de ingeniería. Posteriormente se realizan las pruebas pertinentes, que dependerán del tipo de aplicación y requerimientos no funcionales.
- Evaluación del cliente. Al final de cada iteración se debe realizar una evaluación con el cliente, para validar el avance y determinar

los cambios o mejoras en caso de ser necesarios, que se aplicarán en las siguientes iteraciones.

Figura 1. Modelo del Proceso de la Ingeniería Web



Fuente: Esquema tomado del libro Software Engineering de Rogger S. Pressman.

La ingeniería web (IWeb) se ha convertido en una herramienta fundamental para el correcto desarrollo de aplicaciones web de alta calidad (Nolasco, 2021). En virtud que el objetivo de este proyecto se relaciona con desarrollar un sistema web con características específicas para el control de labores de producción bajo un entorno remoto y de fácil acceso, se tomó la decisión de implementar esta metodología en el proyecto.

Patrón de diseño SPA (Single Page Application)

Las aplicaciones de una sola página (SPA) son aplicaciones web que cargan una sola página HTML y actualizan dinámicamente esa página a medida que el usuario interactúa con la aplicación. Los SPA utilizan

AJAX y HTML5 para crear aplicaciones web fluidas y con capacidad de respuesta, sin recargas de página constantes. Sin embargo, esto significa que gran parte del trabajo ocurre en el lado del cliente, en JavaScript. Para el desarrollador tradicional de ASP.NET, puede ser difícil dar el salto. Afortunadamente, existen muchos marcos JavaScript de código abierto que facilitan la creación de SPA (Wasson, 2013).

Con este diseño, cada solicitud de una nueva vista (página HTML) da como resultado un viaje de ida y vuelta al servidor. Cuando se necesitan datos nuevos en el lado del cliente, la solicitud se envía al lado del servidor.

En el lado del servidor, la solicitud es interceptada por un objeto controlador dentro de la capa de presentación. Luego, el controlador interactúa con la capa del modelo a través de la capa de servicio, que determina los componentes necesarios para completar la tarea de la capa del modelo. Una vez que se recuperan los datos, ya sea por un objeto de acceso a datos (DAO) o por un agente de servicio, la lógica comercial en la capa comercial realiza los cambios necesarios en los datos (Emmit, 2015).

En un SPA, las vistas no son páginas HTML completas. Son simplemente porciones del DOM que componen las áreas visibles de la pantalla. Después de cargar la página inicial, todas las herramientas necesarias para crear y mostrar vistas se descargan y están listas para usar. Si se necesita una nueva vista, se genera localmente en el navegador y se adjunta dinámicamente al DOM a través de JavaScript. Nunca se necesitan actualizaciones del navegador.

Resultados

La creación del sistema permite al personal realizar más rápido su trabajo, agilizando la captura y la entrega de resultados, así también, puede conocer distribuciones previas, para evitar el desabasto. En efecto, debe garantizarse de un modo global la calidad del servicio brindado al personal.

Los beneficios de éste sistema de Control de Labores de un rancho de producción de bananos son:

- Evita la manipulación de los datos para generar los reportes de labores.
- Adaptado a las necesidades de los productores locales
- Permite el registro del avance de trabajos al detalle de cada lote del rancho.
- Evita el pago de labores a empleados que no asisten a trabajar.
- Maximiza la eficiencia en la captura de datos.
- Es flexible en la distribución de empleados

Lo que se logró con la aplicación es: Sistematizar el proceso además de organizar al personal, capturar solicitudes y entrega de resultados semanales, catorcenales, mensuales y anuales, debido a la problemática que existe en el registro, entrega e histórico de los resultados de labores realizadas, el sistema ha sido diseñado a la medida según las necesidades de dicha empresa, se enfoca en converger la información de los trabajadores al momento de asignar una nueva labor, con el propósito de acceder a la información procesada de los resultados, llevado a cabo en tiempo real.

La existencia del sistema de administración de labores minimiza el tiempo en que el personal registra los datos del trabajador y entrega los resultados de los avances individuales realizados durante el día. También otorga al encargado de cada área la posibilidad de identificar a cada trabajador con un folio único, esto con el propósito de identificar los avances y procesar los acumuladores diarios que permiten efectuar los pagos respectivos; también llevar un control en el inventario, determinando la cantidad de artículos disponibles.

Se analizó toda la información respectiva de cada una de las etapas, cada avance programado era presentado en sus respectivas áreas, esto con el fin de no omitir algún detalle que a futuro pudiera afectar algún reporte.

La tecnología utilizada para el desarrollo de este software empresarial se agrupan en cuatro grupos como son: Desarrollo FrontEnd, Desarrollo BackEnd, Aplicación Móvil y Reconocimiento Facial.

1. **Desarrollo FronEnd:** Tecnologías enfocadas a la creación de la interfaz de usuario basado en un entorno web, siendo estas: Plan-

tilla Bootstrap AdminLTE, Lenguaje de programación JavaScript (AJAX) y la biblioteca de manipulación de eventos jQuery.

2. **Desarrollo BackEnd:** Implementación de la lógica de negocio (procesos de negocio) representa por un conjunto de tareas que permiten dar funcionalidad a la aplicación web, la tecnología utilizada fue el framework CodeIgniter basado en el lenguaje PHP. Así también, el Sistema Gestor de Base de Datos Relacional utilizado es PostgreSQL.
3. **Desarrollo de la aplicación móvil:** Las tecnologías usadas para el desarrollo móvil de este proyecto, resultan ser el Lenguaje de programación C-Sharp C# y el gestor de base de datos para móviles denominado SQLite.
- 4.- **Reconocimiento facial:** Para desarrollar e implementar el módulo de reconocimiento facial, se utilizó el lenguaje de programación Java y la biblioteca Digital Person para la manipulación del dispositivo biométrico.

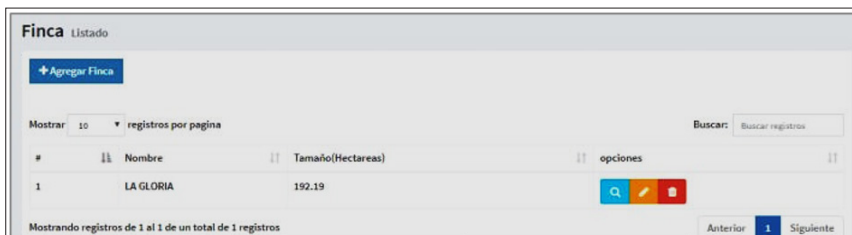
Resultados (Vistas principales del Software)

En este apartado se presentan las interfaces de usuario de mayor relevancia que posee el software empresarial desarrollado para el Rancho La Gloria. Cabe señalar que la solución tecnológica descrita en este capítulo, se basa en la incorporación de plantillas de interfaz de usuario responsivas que se adaptan a la resolución de diversos dispositivos móviles y equipos de cómputo. Así también, se observara que las interfaces resultan ser amigables e intuitivas mejorando la experiencia de usuario UX.

Figura 2: Presentación del software empresarial de gestión

Fuente: Elaboración propia basada en el software desarrollado.

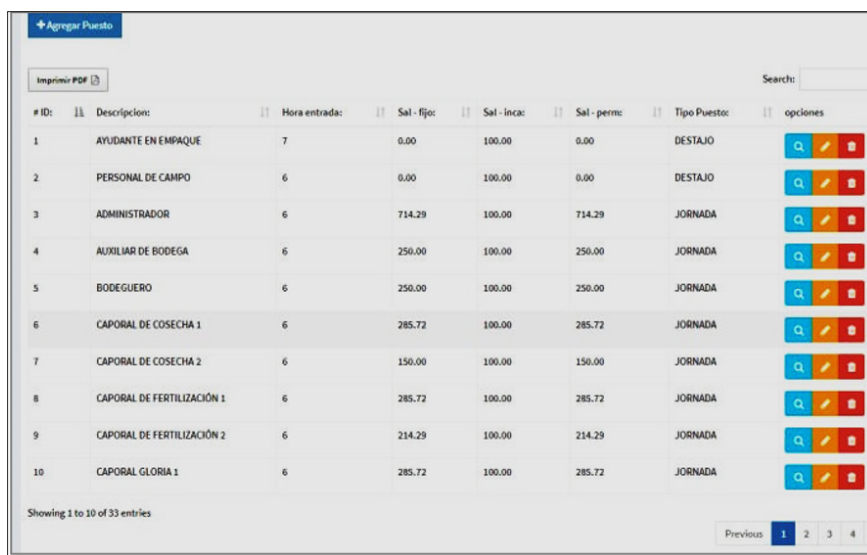
En la figura 2 se visualiza la interfaz de usuario principal del software empresarial, mismo que integra un menú principal ubicado al margen izquierdo que despliega la lista de módulos para que el usuario final pueda interactuar y hacer uso del software. Es importante señalar que para acceder a este menú se requiere que el usuario inicie sesión proporcionando las credenciales correspondientes. Cabe señalar que el software permite la administración de varios tipos de usuario, cada uno de ellos con permisos de acceso personalizados.

Figura 3: Módulo de administración de Fincas.

Fuente: Elaboración propia basada en el software desarrollado.

Para la correcta administración de las Fincas, se desarrolló un módulo que permite desplegar la lista de fincas registras; con las respectivas opciones de editar, buscar y eliminar una finca tal como se puede observar en la figura 3. Para registrar una nueva Finca, se despliega una ventana secundaria que posee un formulario que debe ser llenado con datos relevantes de la finca, tales como: nombre, tamaño en hectáreas, propietario, etc.

Figura 4: Módulo de administración de Puestos



# ID:	Descripción:	Hora entrada:	Sal - fijo:	Sal - incas:	Sal - perm:	Tipo Puesto:	opciones
1	AYUDANTE EN EMPAQUE	7	0.00	100.00	0.00	DESTAJO	  
2	PERSONAL DE CAMPO	6	0.00	100.00	0.00	DESTAJO	  
3	ADMINISTRADOR	6	714.29	100.00	714.29	JORNADA	  
4	AUXILIAR DE BODEGA	6	250.00	100.00	250.00	JORNADA	  
5	BODEGUERO	6	250.00	100.00	250.00	JORNADA	  
6	CAPORAL DE COSECHA 1	6	285.72	100.00	285.72	JORNADA	  
7	CAPORAL DE COSECHA 2	6	150.00	100.00	150.00	JORNADA	  
8	CAPORAL DE FERTILIZACIÓN 1	6	285.72	100.00	285.72	JORNADA	  
9	CAPORAL DE FERTILIZACIÓN 2	6	214.29	100.00	214.29	JORNADA	  
10	CAPORAL GLORIA 1	6	285.72	100.00	285.72	JORNADA	  

Showing 1 to 10 of 33 entries

Previous 1 2 3 4

Fuente: Elaboración propia basada en el software desarrollado.

Este formulario muestra los datos requeridos para dar de alta al empleado. También en el catálogo Puestos también permite hacer una búsqueda específica, escribir en el cuadro Buscar el nombre o palabra clave que desea encontrar.

Figura 6: Módulo de administración de Caporales

Caporales Listado

[+ Agregar Caporal](#)

[Imprimir PDF](#)

Search:

ID:	Nombre (s):	Apellido Paterno	Apellido Materno	Area:	Fecha De inicio:	opciones
5	MATEO	MIGUEL	TOMAS	SAN JOSÉ	2019-03-04	🔍 ✏️ 🗑️
37	VICTOR	CAN	TRUL	GLORIA 2	2019-01-01	🔍 ✏️ 🗑️
214	MARIO IVAN	FELIX	BAMACA	GLORIA 3	2019-01-01	🔍 ✏️ 🗑️
290	RONALD AMILCAR	CRISPIN	MENDOZA	GLORIA 1	2019-03-04	🔍 ✏️ 🗑️

Showing 1 to 4 of 4 entries

Previous [1](#)

Fuente: Elaboración propia basada en el software desarrollado.

En esta imagen se muestra los datos de los caporales como lo es nombre, apellidos, área de ocupación y fecha de inicio. También al dar clic en el botón Agregar Caporal y continuar el procedimiento, además, tiene la posibilidad de imprimir dicho catálogo correspondiente en el botón imprimir PDF.

Figura 7. Módulo de administración de Labores activas

Catalogos De Labores Activas Listado

[+ Agregar Labor](#)

[Imprimir PDF](#)

[Descargar Excel](#)

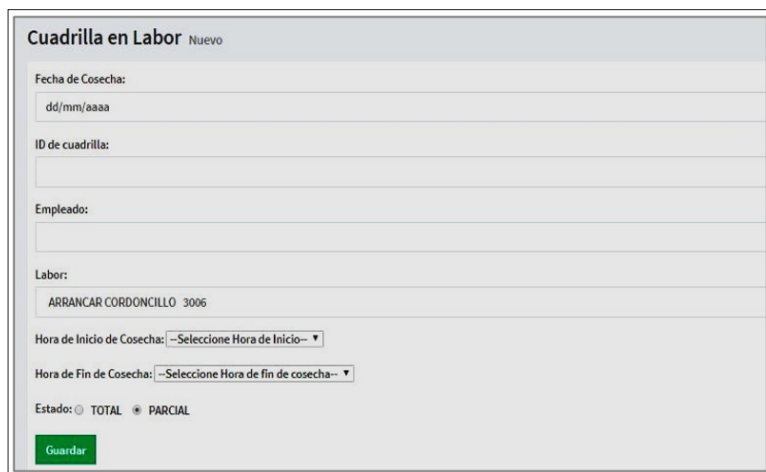
Buscar:

#Labor	Descripcion:	# Grupo de labor:	UM para pago:	Importe a pagar por UM:	Eficiencia Minima Diaria:	Eficiencia Maxima Diaria:	Tipo de costo:	Estado (1.- INVERSION 2.- PRODUCCION)	opciones
1001	DESPEJE DE CABLE	PROTECCION DE FRUTA	HECTAREA	5.00	2.00	3.00	DIRECTO	2	✏️ 🗑️
1002	DESPEJE DE RACIMO	PROTECCION DE FRUTA	HECTAREA	12.00	2.00	2.00	DIRECTO	2	✏️ 🗑️
1004	EMBOLSE Y FALDIA	PROTECCION DE FRUTA	PIEZA	1.50	2.00	2.00	DIRECTO	2	✏️ 🗑️
1006	REAMARRE Y DESVIO	PROTECCION DE FRUTA	HECTAREA	25.00	2.00		DIRECTO		✏️ 🗑️
1007	DESFLORE	PROTECCION DE FRUTA	HECTAREA	25.00	2.00		DIRECTO		✏️ 🗑️
1008	FUMIGAR BELLOTA	PROTECCION DE FRUTA	HECTAREA	8.00	2.00		DIRECTO		✏️ 🗑️

Fuente: Elaboración propia basada en el software desarrollado.

En la figura 7 se muestra la descripción del catálogo de labores activas destacando las características principales como: actividad, grupo que ejecuta la labor, unidad de medida, eficiencia mínima, eficiencia máxima y costo. Además la interfaz ofrece la posibilidad de imprimir dicho catálogo correspondiente mediante el botón imprimir PDF o bien exportarlo a un archivo de Excel con el botón Descargar EXCEL.

Figura 8: Módulo de administración de Cuadrilla en labor



El formulario, titulado "Cuadrilla en Labor" con un subtexto "Nuevo", contiene los siguientes campos:

- Fecha de Cosecha:** Un campo de texto con el formato "dd/mm/aaaa".
- ID de cuadrilla:** Un campo de texto vacío.
- Empleado:** Un campo de texto vacío.
- Labor:** Un campo de texto que muestra "ARRANCAR CORDONCILLO 3006".
- Hora de Inicio de Cosecha:** Un menú desplegable con la opción "--Seleccione Hora de Inicio--".
- Hora de Fin de Cosecha:** Un menú desplegable con la opción "--Seleccione Hora de fin de cosecha--".
- Estado:** Dos botones de radio: "TOTAL" (seleccionado) y "PARCIAL".
- Guardar:** Un botón verde rectangular.

Fuente: Elaboración propia basada en el software desarrollado.

En la figura 8 se muestra la interfaz de usuario para registrar una cuadrilla de labor solicitando los atributos: fecha de la cosecha, el identificador de cuadrilla, empleado, el tipo de labor, hora de inicio y de término de la cosecha.

La generación de reportes resultan ser un aspecto clave en los sistemas de información de tipo empresarial; los cuales facilitan la toma de decisiones directivas, en ese sentido, se desarrollaron diversos reportes que se encuentran disponibles en el menú principal; uno de ellos se observa en la figura 9, el cual permite generar un informe o reporte de las labores asignadas a un empleado filtradas por un rango de fechas.

Figura 9: Módulo de reporte de labores por empleado

Reporte de Labores por empleado Nueva Consulta

Fecha de Inicio:
dd/mm/aaaa

Fecha de Fin:
dd/mm/aaaa

Empleado:
ABEL TADEO LOPEZ

Consultar

Reporte de Labores por empleado Listado

Excel **Imprimir PDF** **Buscar:**

Fecha:	ID (Labor)	Labor:	Area:	Medida:	Cantidad efectuada:	Total:	Precio:	Observaci:
2019-03-11	0	ND	ND	ND	0.00	0.00	0.00	No hay datos disp
2019-03-12	0	ND	ND	ND	0.00	0.00	0.00	No hay datos disp
2019-03-13	2001	SANEO Y DESPEJE	GLORIA 1	HECTAREA	4.00	160.00	40.00	
2019-03-13	1002	DESPEJE DE RACIMO	GLORIA 1	HECTAREA	4.00	48.00	12.00	

Fuente: Elaboración propia basada en el software desarrollado.

Conclusiones

Con el presente capítulo se pretende dejar bases para fomentar la transformación digital en las organizaciones mediante el desarrollo y adaptación de sistemas de información o software personalizado que permita mejorar el desempeño de los procesos, y con ello aumentar la eficiencia y productividad en las mismas.

Estamos convencidos que la incorporación de las tecnologías digitales a los procesos productivos de las organizaciones refleja un acelerado cambio en la forma de percibir las cosas y de desarrollar el trabajo; lo cual genera la necesidad establecer nuevas estrategias para convertirse en organizaciones competitivas ante un mercado globalizado y cambiante.

Finalmente deseamos manifestar que las transferencias tecnológicas derivado de un acuerdo de colaboración empresa-universidad juegan un papel importante en el crecimiento profesional de los estudiantes, quienes adquieren y desarrollan nuevas competencias y habilidades al enfrentarse a problemas reales y buscar soluciones precisas; por esta razón el transferir conocimiento a las empresas es fundamental para las universidades. El software desarrollado e implementado en el Rancho bananero La Gloria, ha logrado que la finca cuente con los controles respectivos de sus actividades, esto mejora la parte administrativa y la parte de los controles en relación a los empleados que trabajan en cada área, esto evita duplicidad de nombre en las actividades. Esta aportación del conocimiento a esta finca nos ha dejado una importante experiencia en que la transferencia de tecnología mediante el uso de metodologías adecuadas coadyuva a mejorar los procesos de las organizaciones.

Referencias

- Alunni, L., & Llambías, N. (Julio de 2018). Explorando la Transformación Digital Desde Adentro. *Palermo Business Review* (Número 17), pp. 11-30.
- Arango-Palacio, I. C. (2021). Oportunidades para la transformación digital de la cadena de suministro del sector bananero basado en software con inteligencia artificial. *Revista Politécnica*, 17(33).
- Cruz, O. A. (2020). Innovación y transferencia de tecnología en México. Un análisis empírico de datos panel. *SciELO*, S/N.
- Da Silva, D. (2021). ¿Qué es la transformación digital en las empresas?. Disponible en el sitio web: <https://www.zendesk.com.mx/blog/transformacion-digital-que-es/>
- Dini, M., Gligo, N., Patiño, A. (2021). Transformación digital de las mipymes: elementos para el diseño de políticas. Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/99), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021.
- De la Cruz, A., Castillo, C., Álvarez, L. (2022). Transferencia tecnológica en la implementación del sistema de control de labores para un rancho de producción de bananos, caso de estudio: Finca la Gloria [Ponencia]. Memoria del 13º. Congreso Internacional de Investigación en MIPyMES y Empresas Familiares “Estrategias de Reactivación de las MIPYMES para el Desarrollo Regional”. Mesa 2. Innovación, Gestión e Internacionali-

- zación de la MIPyME y la Empresa Familiar en el Marco de la Agenda 2030. <https://www.congresointernacional.ceune.unach.mx/>
- Emmit A., Scott, Jr. (2015). *SPA Design and Architecture*. Manning. Edición 1st.
- Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Pilar Baptista, L. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mexio: Mc Graw Hill Education.
- Bastidas, L., Mazacón, C., Ruiz, E. (2022). Transformación digital y emprendimiento. *Revista Oratores*. vol.1, núm. 16, 2022.
- Bermeo Giraldo M. (2020). Producción científica sobre el proceso de transferencia de conocimiento y tecnología en universidades: un análisis bibliométrico. *Catolica del Norte*, 277 _ 311.
- IBM (2019). ¿Qué es el desarrollo de software?. Disponible en el sitio web: <https://www.ibm.com/mx-es/topics/software-development>
- Marilice A., Aguilon, F. O. (2020). Evolucion de la Transferencia tecnologica a traves del modelo Spin-Off. *Espacios*, 119-138.
- Nolasco, L. y Huerta, N. (2021). Ingeniería Web Las Aplicaciones Web También Requieren Ingeniería. Disponible en el sitio web: <https://sg.com.mx/revista/14/ingenieria-web-las-aplicaciones-web-tambien-requieren-ingenieria>
- PortalFruticola (2021). México: País que se autobastece de banano. Disponible en el sitio web: <https://www.portalfruticola.com/noticias/2021/11/18/mexico-pais-que-se-autobastece-de-platano/>
- Pinillos, R. (2022). La empresa digital: claves para activar la transformación. Disponible en el sitio web: <https://revistabyte.es/noticias/la-empresa-digital-transformacion/>
- Pressman, R. (2014). *Software Engineering: A Practitioner's Approach*. McGraw Hill. 8a. Edición.
- Ruiz-Falcó Rojas, F. (Junio de 2019). Análisis Empírico de la Tranformación Digital en las Organizaciones. *International Journal of Information Systems and Software Engineering for Big Companies (IJISEBC)*, Volumen 6(Número 1), pp 35-52.
- SADER (2020). Plátano: la fruta tropical más cultivada en México. Disponible en el sitio web: <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/hoy-dia-del-platano>
- Tecnia, B. (2017). *Chiapas, primer lugar en producción de plátano*. Obtenido de Chiapas, primer lugar en producción de plátano. Disponible en:

<http://www.bananotecnia.com/noticias/chiapas-primer-lugar-en-produccion-de-platano/#::~text=Con%20708%20mil%20toneladas%20%E2%80%943,del%20pa%C3%ADs%20seguido%20por%20Tabasco>.

Torroja, A. M. (2021). *Prototipo*. Obtenido de Prototipo: <https://es.scribd.com/document/501600726/PROTOTIPO>

Wasson, M. (2013). Single-Page Applications: Build Modern, Responsive Web Apps with ASP.NET. Disponible en el sitio web: <https://learn.microsoft.com/en-us/archive/msdn-magazine/2013/november/asp-net-single-page-applications-build-modern-responsive-web-apps-with-asp-net>

APARTADO C

.....

**Igualdad entre géneros y
empoderamiento de mujeres y
niñas, promoviendo sociedades
justas, pacíficas e inclusivas**

CAPÍTULO VIII

Causas que determinan el empoderamiento de las empresarias mexicanas

DRA. ANA BERTHA VIDAL FÓCIL¹

Resumen:

En este capítulo se presentan los resultados de una investigación realizada a las empresarias en México; para ir escalando en un mundo tan competitivo. Teniendo como objetivo general conocer el desarrollo empresarial que han tenido en las últimas décadas, las mujeres de nuestro país; así como los retos a lo que se han enfrentado para salir adelante y el impacto que han tenido en la economía, gracias a sus actividades empresariales. Con las apreciaciones en la desigualdad de género, se requiere de políticas públicas nuevas, que apoyen a que las empresarias reciban todas las garantías posibles para su crecimiento en inversiones, y mayor acceso a las tecnologías de la información. De esta manera se podrá apreciar como la mujer ha avanzado en esta área con mucho esfuerzo, y cómo incluso han logrado consolidar empresas en donde los hombres han teniendo mayores éxitos. Con la finalidad de ir logrando hacer conciencia a la sociedad de los pensamientos culturales, y cambiando la perspectiva de la mujer en México; un impulso para realizar una micro o empresa más grande, que beneficiara tanto a la economía del país como de ellas mismas.

Entre las causas estudiadas, se encuentran los programas de apoyo para el sector empresarial encausado a las mujeres, que le permita

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, *berthafocil@tmail.com*, mexicana.

el empoderamiento y dependencia económica. Se utilizó el enfoque metodológico descriptivo y explicativo de las causas; obteniéndose resultados relevantes, de que las mujeres han decidido empoderarse, y dispuestas a retos para obtener su autonomía financiera y de toma de decisiones.

Antecedentes:

A lo largo de los años las mujeres han luchado por tener una posición empresarial en el país debido a la desigualdad que existe, recientemente en el año 2019, se ha dejado notar aún más ese gran esfuerzo de trabajo, mayor nivel de educación escolar y su influencia en los diferentes sectores productivos y políticos. El emprendimiento, es una constante en las mujeres que desean figurar y lo han ido logrando, a pesar de obstáculos que han tenido que sortear en el mercado laboral; también han encontrado que, en entidades federativas menos desarrolladas, pueden tener mayor participación en empresas, y se dificulta más en aquellos estados con mayor economía. Pero falta mucho por hacer, ya que sólo el 23.5% salen a emprender. Según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (INEGI, 2018).

Las empresarias han cautivado zonas importantes, aunque son cifras pequeñas, su participación esta latente, es el caso del área Metropolitana poseen 15% y representa el 37% del Producto Interno Bruto de México. Según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, (OCDE, 2012). En México, las mujeres emprendedoras, toman la iniciativa principalmente por la necesidad de mejorar su calidad de vida y obtener ingresos propios. Según el Instituto Nación de las Mujeres, (Inmujeres, 2005), mediante un sondeo realizado en México, se obtuvieron como principales hallazgos que la mayoría de las empresas dirigidas por mujeres alcanzaron en el sector servicios un 41%; en el sector comercio fue de 27%, mientras que el sector industrial, correspondió a un 16%, siendo esto coincidente con la información del Comisión Económica para América Latina, (CEPAL, 2019), a cerca de la incipiente participación de las mujeres en la industria; el 55 por ciento corresponde a microempresas, mientras que el 39% son empresas pequeñas y con el 6%, pertenecen a empresas medianas.

En México, la tasa de participación laboral de las mujeres es demasiado baja, en comparación con los hombres que es de aproximadamente el 85%; las mujeres solteras, representan mayor posicionamiento laboral que las mujeres casadas. Según el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (BIRF, 2010). Esto indica que las mujeres solteras, son el sostén de su familia, mientras que las mujeres casadas, están más inclinadas al complemento del ingreso familiar. (Vidal, A., Rueda, D. y Rodríguez, M. (2021). En 2021 el Doing Business, posicionó a México, en el número quince, como una de las economías más grandes del mundo debido a que en los últimos veinte años ha tenido auge económico en diversas áreas, (Shutterstock, 2021). Las mujeres se convierten en el centro de la discusión social y gubernamental a partir de que toman decisiones en torno a sus deseos de hacer más, que estar criando y cuidando hijos. Ese deseo de ser observadas, vistas por una sociedad machista; las obligó a dar un paso hacia adelante mediante la formación de pequeños grupos que les permitiera tener voz; durante la década de los 70's y 80's, se encontraba la Asociación, "Mujeres en Acción Solidaria" creada el 9 de mayo de 1971, en la Ciudad de México, (Lay, 2002).

Era un espacio para redimir sus penas, y organizarse en la realización de otros tipos de actividades. Las mujeres han tenido un espacio preponderante en México; son riesgosas a lo incierto, poseen tenacidad y les gustan los retos, todas estas cualidades permitió que el incremento de las emprendedoras obedece a varios factores, entre ellos, el derecho a votar, fue una forma de dignificar a las mujeres como pensante; permitirles ir a las escuelas, las asociaciones que fueron formándose entre ellas, y otra de las causas fue el nivel de pobreza que hizo participe a las mujeres en la economía familiar.

El propósito de reunirse en aquella época, era para que las mujeres comenzaran a encontrar algún sentido a su vida; dejar la cotidianidad de una absorbente familia y que la equidad hiciera de lo suyo en los hombres y mujeres; ambos deberían de producir para la familia, ambos deberían de cuidar de la casa, etc.

En el 2003, se llevó a cabo el Primer Encuentro Nacional de Mujeres Empresarias; (INMUJERES, 2003), fue la organizadora y coordinado por la secretaria del Trabajo y Previsión Social (STPS), y la secretaria

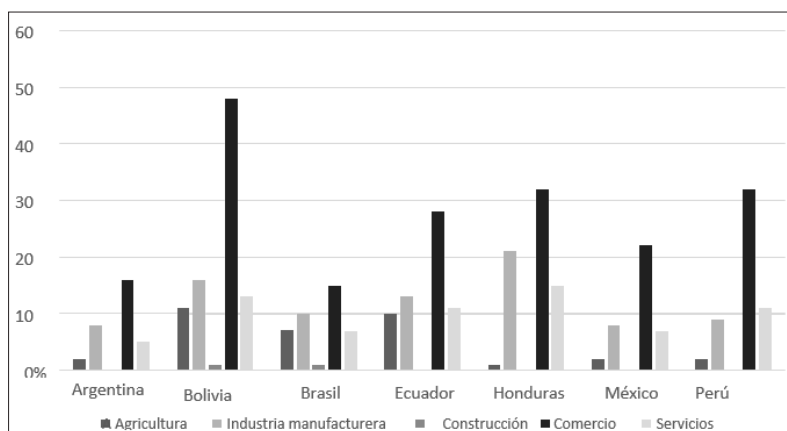
de Economía; el propósito era el de construir una red de información que permitiera tener contacto con las mujeres del país.

La evolución racional de las mujeres ha cambiado con el paso de los años, con el estereotipo de que son el sexo débil, de que el amor las hacen cometer errores, que piensan con el corazón y no con la cabeza; son particularidades con las que han tenido que luchar para ir abriéndose camino en las arenas empresarial; hoy en día, las mujeres y sobre todo las que se dedican a empresas familiares han ido abriendo la brecha de forma contundente y han logrado colocarse en los primeros lugares, de algunos sectores productivos.

Revisión literaria:

Según datos del BIRF (2010), señala que el género masculino está enfocado mayormente en las diferentes variedades de industrias, mientras que las mujeres en México e inclusive en otros países de Latinoamérica tienen sus índices más altos en el comercio. En la figura 1, se puede observar cómo indicador predominante al comercio, así como, los servicios de bienes raíces, seguros, consumos, entre otros.

Figura 1. Porcentaje de mujeres dueñas de empresas en los diferentes sectores productivos de algunos países



Fuente: Banco Internacional para la Reconstrucción y fomento (2010).

La competitividad es un rasgo fundamental para que una empresa salga a flote, se mantenga o tenga mejores resultados en el mercado. Las líderes empresarias claramente saben de esto, por lo cual siempre están alertas de su crecimiento y lo que puedan ofrecer. La idea de las empresarias es tener un crecimiento lento, pero que les brinde la seguridad de que será estable. Estas mismas tienen un menor número de contactos proveedores. Aunque las mujeres trabajen menos, son más productivas por hora trabajada. Por otro lado, una cualidad de los hombres es poder transformar el capital financiero en ingresos a corto plazo. (Camarena y Saavedra, 2016).

El conflicto surge cuando las empresas dirigidas por mujeres inician con un capital muy bajo, por lo tanto, sus rendimientos serán bajos, es decir entre menos capital tenga la empresaria menor serán los ingresos de rentabilidad, se tendrán menores activos y esto generara dudas en la sobrevivencia de la empresa. (Ernst y Young, 2009).

Conocer los diversos principios de las mujeres en las empresas. Es importante saber de un trato justo hacia las mujeres, ya que en la actualidad las mujeres han desarrollado su contribución en el sector económico y empresarial. De igual manera, se ha visto que, en medio de cualquier adversidad, las mujeres logran empoderarse, no sólo suelen adaptarse, sino que también crecen en el área laboral en el que se encuentran. Asimismo, poseen una visión estratégica del manejo de recursos, teniendo en cuenta una perspectiva amplia y aprovechar al máximo sus capacidades internas y externas, así como los bienes materiales e intangibles que se les presenta. De esta manera, las mujeres tienen la capacidad de conocerse a sí mismas, descubrir sus fortalezas, aceptar sus errores y aprender de ellos.

Sin embargo, desempeñar un rol de liderazgo en las organizaciones es un interés que comparten mujeres y hombres por igual; por lo que, la intervención de ambos géneros en el mercado laboral muestra claras evidencias de que el camino es más complicado para la mujer. (Deloitte México, 2020). Existe un estimado del 37.2% de las mujeres con educación media superior y superior que no ha tenido la oportunidad de acceder a empleos formales, y el 33% ha sufrido en su trabajo un trato inequitativo por cuestiones de género. (INEGI, 2020).

Además, conforme el análisis de Mujeres en los Consejos de Administración (2020), publicado por Deloitte, solo 6.5% de los puestos en dichas secciones administrativas en México son ocupados por mujeres. A nivel mundial, ellas ocupan, en promedio, 16% de estas posiciones. Por lo tanto, para que las mujeres puedan aprovechar al máximo los servicios de desarrollo empresarial es necesaria una equidad de género. Asimismo, es importante contar con aplicaciones de distintas maneras de liderazgo y tácticas de gestión, ya que son los medios que posibilitan que las mujeres dejen de estar situadas en la desigualdad y el sistema patriarcal.

Los siete principios para el empoderamiento de las mujeres muestran un conjunto de buenas prácticas en las empresarias que promueven la igualdad entre mujeres y hombres en todas las áreas de gestión. Asimismo, ofrecen un conjunto de reflexiones destinadas a ayudar al sector privado y a las empresas a centrarse en los elementos clave para la promoción de la igualdad de género en el lugar de trabajo, en el mercado y en la comunidad, a su vez, logran ser una herramienta efectiva para apoyar la implementación que tiene propuesta la Agenda 2030 a través de una contribución más clara para el empoderamiento de las mujeres. (ONU, 2011).

Esta iniciativa, promovida por la ONU. Mujeres en alianza con el Pacto Mundial, presenta la creación de oportunidades de desarrollo para las mujeres dentro de las empresas públicas y privadas, su participación en el liderazgo y en la toma de decisiones, y generación de ofertas de formación, capacitación y desarrollo profesional continuos. Los 7 principios que forman parte de dicho empoderamiento empresarial, son los siguientes.

- a. **Una dirección que promueva la igualdad de género:** comprometer el apoyo de la dirección y políticas por la igualdad de género y de los derechos humanos, logrando fijar los objetivos y resultados a un nivel empresarial que culmine la equidad de hombres y mujeres.
- b. **Igualdad de oportunidades, integración y no discriminación:** ofrecer los mismos beneficios por trabajo de manera equitativa, procurando pagar un salario igual a todos los hombres y mujeres.

- c. **Salud, seguridad y una vida libre de violencia:** impactos diferenciales sobre mujeres y hombres, ofreciendo condiciones de trabajo seguras y protección frente a los materiales peligrosos, así como informar de todos los riesgos potenciales en cuanto a la salud.
- d. **Educación y formación:** invertir en políticas y programas de actuación en el lugar de trabajo que favorezca el avance de las mujeres a todos los niveles y en todos los sectores económicos, para lograr promover el acceso de las mujeres en todas las profesiones no tradicionales, de esta forma, garantizan el acceso equitativo a todos los programas de formación y educación patrocinados por las empresas, incluyendo clases de alfabetización y las formaciones vocacionales y en tecnología de la información.
- e. **Desarrollo empresarial, cadena de suministros y prácticas de marketing:** alargar las interacciones empresariales a las organizaciones dirigidas por el sexo femenino, incluyendo a las mujeres empresarias y a las empresas pequeñas. Adquiere impulsar resoluciones que integren la magnitud de género a los obstáculos que suponen los créditos y los préstamos, manejando con respeto al compromiso de una organización al promover el equilibrio y la incorporación en aliados y entidades.
- f. **Liderazgo comunitario y compromiso:** compromiso de empresas de prestigio, para una promoción de equidad de género y el empoderamiento de las mujeres, ejerciendo a cabo una presión de manera individual o conjunta para defender la igualdad de género y colaborar con socios, proveedores y líderes comunitarios en la integración, por lo que será fundamental trabajar con los representantes de la comunidad con el fin de erradicar la discriminación y la explotación, para así generar nuevas oportunidades para las mujeres y niñas. Y, por último,
- g. **Transparencia, evaluación e información:** transmitir políticas empresariales y planes de implementación a favor de la equidad de género, asimismo, implementa puntos de referencia que permitan evaluar la integración de las mujeres en todos los niveles.

Estos principios se encuentran en México, en 55 instituciones públicas y privadas. Es una iniciativa que busca comenzar una mejora e implementación de prácticas, con enfoque de equidad de género en la

gestión de las empresas; el implementar los principios para el empoderamiento de mujeres, el sector empresarial se compromete a fortalecer las políticas corporativas de igualdad de género.

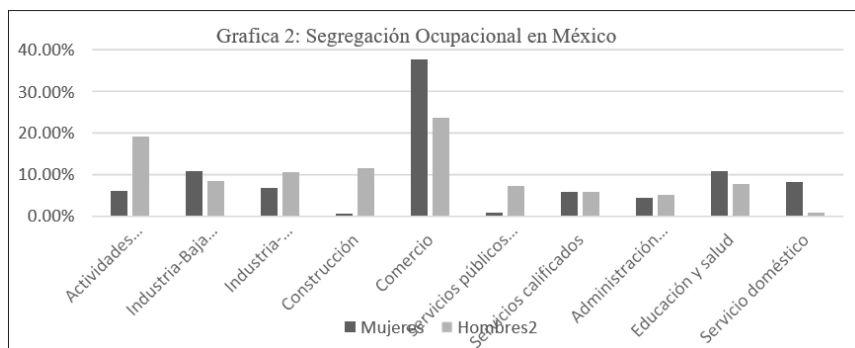
Hoy en día, la diferencia existente en los salarios es la discriminación e inclusión de la mujer empresarial, al respecto la secretaria del Trabajo y Previsión Social Luisa María Alcalde, expreso:

“Las mujeres se encuentran en una situación de desventaja en el mercado laboral debido, entre otras causas, a la discriminación por género, por lo que hay que dignificar su trabajo y lograr su inserción en el empleo formal, con un enfoque de derechos y perspectiva de género”, expresó Luisa María Alcalde Luján, titular de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS).

Asimismo, el estudio de la Asociación de Emprendedores de México, expuso que solo el 39% de las empresas fundadas en el país son de mujeres, quienes enfocan sus negocios al consumo, la Asociación Mexicana de Mujeres jefas de Empresas (AMMJE) expuso que estos suelen ser más innovadores que los de los hombres.

En la figura 2, se repite la demostración sobre las mujeres que inciden más en el comercio, mientras que en la mayoría de las áreas los hombres tienen una participación predominante, por lo cual las oportunidades de crecer, se ven claramente limitadas, generando un crecimiento laboral más lento.

Figura 2. Segregación ocupacional en México.



Fuente: Fuente. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (2010).

La idea empresarial para las mujeres que tengan un crecimiento lento pero que les brinde seguridad de que será estable. (Mucharraz y Cano, Y. 2019). El punto de inflexión se da, cuando se presentan datos donde los hombres tienen mayor dedicación en sus empresas, lo que hace que le inviertan mayor número de horas laborales para poder seguir creciendo, cosas que las mujeres no pueden o no quieren hacer. Hay aspectos, tales como el capital financiero, el número de empleados y horas dedicadas que influyen de manera considerable en el desarrollo de la empresa. Aunque las mujeres trabajen menos, son más productivas por horas trabajadas. (Solis, A, 2020).

Retos que afrontan las mujeres en la actualidad en la desigualdad laboral y barrera de género. En la actualidad, las mujeres representan el 49,6% de la población mundial. Sin embargo, a pesar de ser prácticamente la mitad de la ciudadanía, solo son el 38,7% de la fuerza laboral. Según el Banco Mundial (BIRF, 2020). Cuando la mujer logra subir en la jerarquía empresarial, surge el denominado techo de cristal, una barrera invisible y sutil que dificulta que las mujeres lleguen a cargos de responsabilidad, pese a tener la misma cualificación y méritos que sus compañeros varones. Existe datos de cada cien puestos directivos del mundo, 71 están ocupados por hombres, frente a los 29 que ocupan mujeres, según el informe Women in Business (Grant Thornton, 2020). La brecha de género, manifiesta que las mujeres son quienes optan por un trabajo parcial, en actividades como el cuidar niños o personas adultas. Son ellas quienes interrumpen su carrera laboral por el embarazo y la lactación y quienes dedican más horas al día a las labores domésticas.

El capital y los flujos de efectivo son los que le dan valor a la empresa. Es indiscutible que entre más capital le inviertas correctamente a tu empresa el desempeño será significativamente mejor. El conflicto surge cuando las empresas dirigidas por mujeres inician con un capital muy bajo, lo que hace que estas tengan rendimiento no tan favorable como el que se esperaría de una empresa con inversión, es decir entre menos capital tenga la empresaria menor serán los ingresos de rentabilidad, se tendrán menores activos y esto generara dudas en la sobrevivencia de la empresa.

Empresarias tabasqueñas. Tabasco ha crecido poblacionalmente de forma mensurada; hace una década existían 2 millones 238 mil 603

habitantes; 1 millón 100 mil 758 eran hombres y 1 millón 137 mil 845 eran mujeres, según el Censo de Población y vivienda, (INEGI, 2010). Es un estado caracterizado por una población mayor en mujeres. El año pasado 2020, alcanzo una población de 2.402,598 habitantes; un millón 228 mil 927 corresponde a mujeres y un millón 173 mil 671 son hombres. A comparación del 2010 (INEGI, 2020); las mujeres hoy en día son 91 mil 082 más y continúan estando arriba de la cifra poblacional de los hombres.

Las asociaciones civiles en Tabasco dirigidas por mujeres; resultan ser escasas y la mayoría están dirigidas a temas motivacionales, pero en la realidad hay que abordar temas como el aborto, el feminicidio, la participación política, ente otros; existen en algunos municipios formación de grupos de mujeres que tienen como finalidad el otorgamiento de algún crédito por medio de empresas privadas financieras que les cobran altas tasas de interés; y que son utilizados para la creación de microempresas, sin resultados ejemplar.

El gobierno del Estado, que en su momento encabezó como gobernador Constitucional, el Lic. Adán Augusto López Hernández; hoy secretario de Gobernación; llevo a cabo la inauguración el programa Beneficio y Acción a tu Negocio Mujer (BANMUJER, 2021). Que tiene como objetivo apoyar a las mujeres empresarias, que estén legalmente constituidas, para ser acreedoras a créditos que permita impulsar sus empresas familiares y de cualquier índole.

Este financiamiento fue otorgado a 400 mujeres con la cantidad de 50 mil pesos a cada una, con una cobertura de pago a 3 años y con una tasa del 6% anual; los fondos son provenientes de una bolsa de 20 millones de pesos por parte de la secretaria de Desarrollo Económico y la Competitividad (SEDET).

En Tabasco, mil 148 mujeres jefa de familia, cuentan con un seguro de vida, equivalente a más de 6 millones 300 mil pesos (secretaria del Bienestar, 2016). Los programas sociales dirigidos a las mujeres fueron fructíferos, ya que también obtuvieron becas para continuar estudiando, dentro de los requisitos que dieron es que no tuviera pareja, marido, ser madre soltera, divorciada, viuda o separada; los montos mensuales a los que tenían derecho eran de cuatro mil pesos mensua-

les para gastos más una cantidad de dos mil pesos por única vez, para gastos materiales escolar.

La seriedad de este programa que aún sigue vivo es que el Consejo Nacional de Ciencias y Tecnologías (CONACyT) es la instancia rectora de ejecutar dicho programa de apoyo a las mujeres para que estudien una licenciatura, o una profesión técnica. El 20 de marzo del 2020 mediante convocatoria, se dio recepción a las solicitudes en el portal de (Becas México, 2020).

La Pandemia versus Empresas Familiares. La economía nacional se encuentra frágil, sobre todo el poder adquisitivo de las familias que han perdido su empleo, y que se encuentran en litigio por despido o que no recibieron una liquidación justa, o les quedaron a deber varias quincenas y aunado a esto, se han visto en la necesidad de generar gastos por algún familiar que se haya contagiado del Covid-19.

Esta situación se ha multiplicado, lo que ha dado como resultado que tanto la familia nuclear como los parientes, estén más relacionados para apoyarse moral y económicamente. Es allí, la probabilidad de que las empresas familiares se disparen, (Vocetys, 2020), generando mayor informalidad económica. A pesar del incremento de las empresas familiares, también se vieron afectadas por la pandemia; de acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y empleo. En el mes de abril fueron dado de baja más de 12 millones de mexicanos, actualmente se tiene contabilizado la entrada al mercado laboral de 8.4 millones.

La secretaria de Economía, está impulsando programas de apoyo financiero, llamado crédito a la palabra, tiene como finalidad, ayudar a las microempresas familiares; es un proyecto nuevo que nació en este 2021; consiste en proporcionar 60 mil créditos, equivalente a la cantidad de mil 500 millones de pesos, para acceder a este crédito, las empresas deberán estar al día con sus obligaciones fiscales y las mujeres deberán ser solidarias en regímenes fiscales del SAT.

El Servicio de Administración Tributaria (SAT); tiene nuevas reglas que cumplir con contra del comercio informal; en Tabasco existen cinco centros relativos a la Canaco, que dan información, asesoría y orientan a las mujeres para integrarse al mundo del comercio. Estas son: Canaco Cárdenas; Canaco Teapa; Canaco Villahermosa; Canaco Frontera; Canacope Villahermosa y Fecanaco Estado de Tabasco.

Es por ello que el SAT, firmó convenio con estos organismos empresariales y suscribieron un decálogo para considerarse un buen mexicano responsable en materia fiscal. Las acciones que se concretizaron en el convenio fue identificar los elementos esenciales de riesgo que por el COVID-19, fomenten la economía informal; analizar la posibilidad de denuncias ante el SAT, así como como la fiscalización y vigilancia.

Metodología:

Este capítulo esta realizado bajo la metodología descriptiva, ya que el estudio está basado en analizar, el empoderamiento de la mujer en el área empresarial además de que buscada conocer y buscar especificar las competencias que las mujeres empresarias han desarrollado en este ámbito. Se dice que también es explicativa porque se trata de explicar cómo han influido el empoderamiento de la mujer en el área empresarial; cuáles son las causas físicos o sociales que han intervenido para lograrlo.

Resultados:

Se obtuvo que gracias al constante debate que han tenido las mujeres a través de los años se ha logrado conseguir colocarse en el área empresarial dando oportunidades de trabajo, mostrando sus capacidades en el sector de servicios e influyendo a la economía. Por ello, la investigación del capítulo, demuestra que las mujeres son capaces de obtener una meta, pero aún existen muchos retos que superar. Actualmente, las mujeres que se dedican a las empresas familiares en el ramo del comercio; son detectadas por las empresarias de la Canaco, quienes tienen una relación sobre la ubicación y giro comercial; estas señoras han accedido a escuchar las opciones que tienen para dejar de delinquir, aunado a estas estrategias; el gobierno del estado, está llevando a cabo programas importantes para que las empresarias se desarrollen más, como es el programa de Banmujer, de la secretaria del Bienestar, en pro del desarrollo de las mujeres de empresas familiares; estos programas han estimulado a las que no se atrevían a dar el paso a la for-

malidad; por miedo a que las declaraciones del SAT, fuera engorrosas pero han ido descubriendo que se tiene más beneficio que perjuicios.

Conclusiones:

Las empresas dirigidas por mujeres se enfocan mayormente al sector de los servicios y debido a las desigualdades de género enfrentan muchos retos en su crecimiento, ya que cuentan con menor capital y acceso a las tecnologías de la información. Las empresas y gobierno deben implementar políticas para que todas las personas de la empresa reciban el mismo trato o tengan las mismas oportunidades.

La economía informal, es una preocupación en el sector empresarial; desde la estructura de los agentes económicos, se puede dar una solución efectiva a que más mujeres que se encuentran en actividades amorales, puedan entrar con facilidad a formar parte de la economía formal, mediante las asesorías y apoyos de facilitadoras que tienen experiencias como son las empresarias de la Canaco y Servytur.

La pandemia del SARS-COV-2, afectó el crecimiento económico de nuestro país; los programas sociales federales, ayudaron a la población de escasos recursos, sobre todo los que no tienen ingreso alguno. Es por ello, que la política de estabilidad, fue en gran parte un gran apoyo para los tabasqueños. Se propone la integración de un banco de datos de mujeres que se encuentran en situación amoral, en detectar y oficializar los datos generales de cada una de ellas, con el propósito de solucionar el problema de evasión fiscal y de productos de baja calidad. Abrir más el abanico de oportunidades en la capacitación sobre temas de finanzas, derecho fiscal, economía, administración, contabilidad y comercialización y política social.

Las mujeres deben de integrarse poco a poco al sector empresarial, que le permita contar con el respaldo de créditos para el crecimiento de sus actividades y estar incorporadas al SAT, como pequeños contribuyentes, para que los impuestos que paguen sean de acuerdo a las actividades que realizan.

Referencias

- Banmujer. (2021). En apoyo a tabasqueñas emprendedoras. <https://tabasco.gob.mx/noticias/en-apoyo-tabasquenas-emprendedoras-adan-augusto-pone-en-marcha-banmujer>. Villahermosa, Tabasco
- Becas México. (2020). Becas de apoyo a madres jefas de familia. México: Secretaría de Educación Pública. Recuperado el 20 de marzo de 2020 de <https://becas-mexico.mx/2020/beca-de-apoyo-a-madres-jefas-de-familia-2020/#respond>
- BIRF, (2010). Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento. *Mujeres empresarias barreras y oportunidades en el Sector Privado formal en América Latina y el Caribe*. Washington, D.C.: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, Banco Mundial.
- BIRF, (2020). Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento. *Labor orientada a alcanzar los objetivos de desarrollo en un escenario de crisis*. Washington, D.C.: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, Banco Mundial. <https://www.bancomundial.org/es/about/annual-report/development-goals-amid-crisis>
- Camarena, M. y Saavedra M. (2018). *El techo de Cristal*. La Ventana, Vol. 5. Núm 47. Guadalajara, Jal.
- CEPAL, (2019). Comisión Económica para América Latina y el Caribe. *Autonomía de las mujeres e igualdad en la agenda de desarrollo sostenible* (LC/G.2686/ Rev.1 LC/G.2686(CRM.13/3 Santiago, Chile.<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40633>
- Deloitte México, (2020). *Tendencia en Capital Humano 2020*. <https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/human-capital/articles/tendencias-capital-humano-2020-edicion-mexico.html>
- Ernst y Young, (2009). *La Rotación del Personal*. los riesgos más importantes para los negocios en el 2009. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/tres-mayores-riesgos-tendran-negocios-2009-identificados-firma-ernst-young-487924>.
- Grant Thornton. (2022). *Mujeres Directivas. La investigación de women in Businnes, ha rastreado una vez mas la posición de las mujeres en la alta dirección*. <https://www.grantthornton.mx/novedades/articulos-y-publicaciones/mujeres-directivas-2022/>

- INEGI (2003). Instituto Nacional de Geografía, Estadísticas e Informática. *Mujeres y hombres en México*, 2018. (México). Retrieved from http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/MHM_2003.pdf
- INEGI (2018). Instituto Nacional de Geografía, Estadísticas e Informática. *Mujeres y hombres en México*, 2018. (México). Retrieved from http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/MHM_2018.pdf
- INEGI, (2010 - 2020). Censo de Población y Vivienda. Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía del Estado de Tabasco. México. INEGI.
- INEGI (2020). Instituto Nacional de Geografía, Estadísticas e Informática. *Mujeres y hombres en México*, 2018. (México). Retrieved from http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/MHM_2020.pdf
- INMUJERES, (2003). Instituto Nacional de las Mujeres. *Las mujeres empresarias en México*. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100573.pdf. Cd. De México.
- INMUJERES, (2005). Instituto Nacional de las Mujeres. *Las mujeres empresarias en México*. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100583.pdf. Cd. De México.
- Lau, A. (2002). Feminismo en México. *El nuevo movimiento feminista mexicano a fines del milenio*. México: UAM.p.p. 11.
- Mucharraz y Cano, Y. (2019, agosto 19). *Los beneficios de tener mujeres líderes en las empresas*. IPADE Business School.
- OCED, (2012). Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico Employment. *Producto Interno Bruto, en el área metropolitana*. consultado en <http://www.oecd.org/gender/data/labourforceparticipationby-sex15and15-24yearsold.htm>
- ONU, (2011). Organización de las Naciones Unidad. *Los 7 Principios para el Empoderamiento de las Mujeres*. La Igualdad es un buen negocio. <https://mexico.unwomen.org/es/digiteca/publicaciones/2011/7/principios-para-empoderamiento>. Pág. 16.
- Secretaria del Bienestar. (2016). *Guía para Programas Sociales*. <https://www.gob.mx/bienestar/documentos/guia-de-programas-sociales-2016?idiom=es>
- Solís, A. (2020, marzo 6). *Las grandes empresas en México, aún sin equilibrio entre hombres y mujeres*. Forbes México. <https://www.forbes.com.mx/cual-es-el-papel-de-las-mujeres-en-las-mayores-empresas-del-país/>

- Shutterstock, (2021). Mujeres en puestos directivos, factor clave para la rentabilidad empresarial. *Mujeres*. <https://mujeres.expansion.mx/liderazgo/2021/08/19/mujeres-en-puestos-directivos-mexico>
- Vidal, A., Rueda, D. y Rodríguez, M. (2021). Mujeres empresarias tabasqueñas aplican estrategias en fomento a la economía informal de su género (Ponencia). Memoria del 12 Congreso Internacional de Investigación en MIPyMES y Empresas Familiares “Retos de y Perspectivas en Tiempos de COVID-19” Mesa 1. México: Universidad Autónoma de Chiapas, Centro Universidad Empresa. <https://www.congresointernacional.ceune.unach.mx/>
- Vocetys. (2020). Importancia de la empresa familiar en la economía post-covid-19. Boletín informativo. Recuperado el 22 de junio de 2020.

Mercado laboral y competencias socioemocionales; la encrucijada de las clasificaciones teóricas

DR. JUAN CARLOS ROMÁN FUENTES¹

DRA. REBECA ROMÁN JULIÁN²

DR. RAFAEL TIMOTEO FRANCO GURRÍA³

Resumen:

Las universidades como instituciones encargadas de formar a los nuevos profesionales que demanda el mercado laboral, deben atender los retos que plantea el equilibrio en los modelos curriculares sobre el dominio de competencias cognitivas y no cognitivas a desarrollar por quienes egresan de sus aulas y que eventualmente constituyen la oferta de mano de obra calificada que esperan los empleadores, quienes en diversos foros y formas expresan como demandas no satisfechas cuando refieren las dificultades para contratar a profesionales con las competencias necesarias, máxime cuando se trate de las que trascienden a los conocimientos técnicos, es decir, a las denominadas “blandas” o *“soft-skills”*.

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

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

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

En este contexto, reconociendo la dificultad que involucra el discernir dentro de la variada literatura que sobre el constructo de competencias existe, este capítulo es resultado de una investigación documental que recopila diversas aportaciones sobre las competencias socioemocionales, partiendo del reconocimiento de los problemas que desde la diversidad de categorizaciones existentes se enfrentan los interesados en el tema, pues a las discrepancias en las conceptualizaciones, propósitos y estrategias para el desarrollo de las competencias mencionadas se agregan las relacionadas con las diversas opciones vigentes respecto a cuáles deben ser las principales competencias no cognitivas que se deben impulsar desde los espacios educativos.

El objetivo del trabajo es contribuir a la clarificación del tema y apoyar en los procesos de reestructuración curricular trascendiendo las prácticas declaradas, de manera que se incida en la formación de los estudiantes considerando las competencias demandadas por los empleadores.

Antecedentes:

Aun cuando en el discurso de las instituciones educativas los modelos curriculares basados en competencias parecen una realidad, esto no necesariamente se traduce a que en la práctica académica y en la labor desarrollada por los docentes se haya establecido un modo de trabajo basado en “competencias” o incluso en ocasiones se observa que continúa el impulso de aprendizajes basados en modelos tradicionales cuyos objetivos no siempre atienden a las demandas que desde la sociedad, la economía o el mercado laboral se plantean a quienes egresan de las universidades.

En este contexto y siguiendo la línea desarrollada en investigaciones previas relacionada con el constructo general de las competencias y de manera específica de las competencias socioemocionales (Román et al., 2020; Román y Román, 2021; Román et al., 2022), en este capítulo se parte del reconocimiento de las áreas de oportunidad que plantea el reto de clarificar y discernir sobre aquellas competencias que desde la óptica de los empleadores resultan necesarias para que

los jóvenes universitarios que recién ingresan al mercado laboral se incorporen al mercado con relativas posibilidades de éxito.

La importancia radica en que la socialización, conocimiento e impulso de las competencias socioemocionales, no solo permite incidir en la formación integral de las personas, sino que contribuye a la empleabilidad de los egresados, ya que existen evidencias suficientes que sugieren que los empleadores cada vez más demandan en los recién graduados este tipo de competencias y no siempre satisfacen esa necesidad, contribuyendo así a la percepción de que la formación recibida en las aulas no responde a cabalidad con las exigencias del mercado laboral.

Esta situación obliga en primera instancia a que en los procesos de rediseño, actualización y desarrollo de nuevos planes y programas de estudio se establezcan condiciones mínimas que equilibren el desarrollo de competencias cognitivas y no cognitivas y enseguida, que éstas últimas reciban un impulso en su fomento, incorporando estrategias integrales y transversales, lo cual plantea desafíos importantes, pues de acuerdo con Singer et al., (2009) debe trascenderse la capacitación en competencias técnicas, que si bien necesaria, no resulta suficiente para enrolarse a la fuerza de trabajo en forma exitosa en donde habilidades como trabajo en equipo y liderazgo, por citar algunas, resultan indispensables.

Lo anterior implica esfuerzos por modificar procesos de enseñanza y modelos curriculares basados en concepciones tradicionales y reorientarlos a la armonización a través de procesos formalizados y de largo aliento en donde al desarrollo de las competencias duras o técnicas y las blandas o socioemocionales, se les otorguen pesos específicos equivalentes (Maya y Serrano, 2016).

Aquí es conveniente precisar que, sin dejar de reconocer que el concepto “competencia” entraña dificultades para alcanzar una sola definición uniforme y generalmente aceptada, pues como lo señala Vigo (2013) “es una palabra polémica y apunta a un campo semántico denso, con múltiples significados, debido a la pluralidad del contenido e interpretación, lo cual determina que sea un término polisémico” (p. 122), en este capítulo, el concepto de competencia con el que se

trabaja es el que plantea Tobón (2008), cuando desde la lógica del pensamiento complejo las define como:

Procesos complejos de desempeño con idoneidad en determinados contextos, integrando diferentes saberes (saber ser, saber hacer, saber conocer y saber convivir), para realizar actividades y/o resolver problemas con sentido de reto, motivación, flexibilidad, creatividad, comprensión y emprendimiento, dentro de una perspectiva de procesamiento metacognitivo, mejoramiento continuo y compromiso ético, con la meta de contribuir al desarrollo personal, la construcción y afianzamiento del tejido social, la búsqueda continua del desarrollo económico-empresarial sostenible, y el cuidado y protección del ambiente y de las especies vivas. (p. 5)

De lo expuesto hasta aquí, queda claro que dentro de la literatura especializada se distinguen dos tipos de habilidades aprendidas: las cognitivas y las no cognitivas (Ortega, 2016). Acudiendo nuevamente a Singer et al., (2017), las primeras representan el conocimiento técnico necesario para ejecutar una labor, en cambio las segundas aluden a cualidades intrapersonales y de relacionamiento; en esta misma línea, Ortega (2017) afirma que, las habilidades blandas involucran destrezas que permiten a quien las posee desempeñarse con mayor éxito en sus relaciones personales y profesionales.

Además de la no existencia de un concepto único de competencias, habrán de agregarse las dificultades que, desde la diversidad de alternativas existentes en la literatura, se enfrentan los interesados en el tema, pues a las discrepancias en las conceptualizaciones, propósitos y estrategias para el desarrollo de las competencias socio-cognitivas se agregan las relacionadas con las diversas propuestas existentes respecto a cuáles deben ser las principales competencias no cognitivas que se deben desarrollar desde las universidades.

Debe tenerse en cuenta que el estudio de las competencias en el área educativa se inscribe dentro de las tendencias que prevalecen en los procesos de educación superior, en donde de acuerdo con diversas investigaciones a nivel global (EUROFOUND, 2018; EUROFOUND e ILO, 2017) se destaca la demanda de idear perfiles profesionales di-

ferentes a los actuales ante la desaparición de puestos de trabajo tradicionales, que de acuerdo con Bakshi et al., (2017), las habilidades y conocimientos requeridos en la década actual están relacionados de manera preponderante con el desarrollo de la inteligencia emocional y la flexibilidad cognitiva.

Al respecto, un estudio presentado por Cunningham y Villaseñor (2016) que recopila las demandas de los empleadores de países representativos del mundo arroja que los empleadores valoran las competencias de los trabajadores de acuerdo con su orden de importancia, en las siguientes proporciones: las competencias socio-cognitivas en un 50.8%; las cognitivas de orden superior con un 29.7%; las cognitivas básicas en un 6.8% y las técnicas en 12.7% y que dentro de las principales cinco habilidades apreciadas por éstos figuran: la ética en el trabajo, el trabajo en equipo, dominio de lengua extranjera, habilidades de comunicación y experiencia y en el caso específico de los empleadores mexicanos, de acuerdo con el CIDAC (2014), citado por estos mismos autores, las cinco habilidades más apreciadas en sus trabajadores son: trabajo en equipo, comunicación, solución de problemas, innovación y resolución de conflictos, de tal forma que muy por encima de los conocimientos técnicos y profesionalizantes, destacan las competencias socioemocionales.

Por su parte, Ospino (2019) señala que, en Estados Unidos de América, el nivel de ocupación en puestos en donde se priorizan las habilidades sociales durante el periodo comprendido entre 1980 y 2012, aumentó 12%, en contraste, los puestos que demandan habilidades intensivas en matemáticas se contrajeron.

En este tenor, de acuerdo con el Reporte sobre el futuro del empleo derivado del Foro Económico Mundial (2020), dentro de las principales diez habilidades que los empleadores demandarán de manera preponderante en los trabajos existentes en 2025, ocho se relacionan con habilidades no cognitivas o socioemocionales, agrupadas en tres grupos: solución de problemas, autogestión y trabajo con personas, al respecto la Tabla 1 muestra a qué habilidades se refieren cada uno de estos grupos.

Tabla 1. Principales habilidades demandadas por empleadores

Tipo de habilidades	Habilidades específicas
Solución de problemas (problem-solving)	Pensamiento analítico e innovación
	Solución de problemas complejos
	Pensamiento crítico y analítico
	Creatividad, originalidad e iniciativa
	Razonamiento, solución de problemas y generación de ideas
Autogestión (self-management)	Aprendizaje activo y estrategias de aprendizaje
	Resiliencia, tolerancia al estrés y flexibilidad
Trabajo con personas (working with people)	Liderazgo e influencia social

Fuente: construida con base en el Reporte sobre el Futuro del Empleo del Foro Económico Mundial (2020).

Las otras dos competencias que complementan las diez más demandadas por los empleadores se refieren a: Uso, seguimiento y control de la tecnología y Diseño y programación de tecnología, incluidas dentro del grupo de: Uso y desarrollo de tecnología.

En ese mismo foro, los principales representantes empresariales señalaron que, alrededor del 40% de los empleados requerirán de volver a capacitarse adquiriendo las habilidades que el nuevo entorno laboral exigirá y en un escenario en donde la automatización y el uso de tecnologías cada vez es más creciente, el desarrollo de habilidades socioemocionales jugará un papel preponderante, es decir “para triunfar en la era de los robots, habrá que invertir en personas” (Pagés, 2018, p. 19).

Objetivo:

Producto de una investigación documental, este capítulo se plantea como objetivo general: “Describir algunas de las diferentes propuestas que sobre las competencias socioemocionales deben desarrollarse en los espacios académicos, identificando las que, por un lado, la literatu-

ra señala como indispensables o deseables y por otro, las que demandan los empleadores”.

Pregunta de investigación:

¿Cuáles son las competencias socioemocionales que desde los espacios académicos deben impulsarse como parte de los procesos de formación profesional a partir de las demandas expresadas por empleadores?

Estado del arte:

A partir de lo que señalan Cunningham y Villaseñor (2016) existen discrepancias entre lo que las instituciones educativas suponen sobre formar adecuadamente a los estudiantes para el mundo del trabajo y lo expresado por los empresarios que, en forma recurrente se lamentan por las debilidades que los egresados presentan respecto a ciertas habilidades al desempeñarse en el mercado laboral, señalando al respecto que probablemente obedezcan a la visión distinta sobre la que se aborda el tema desde estas dos instancias, pues de acuerdo con Rial y Fernández (2009), el enfoque en competencias puede abordarse como modelos y a su vez éstos pueden estar basados en el conductismo, en las cualidades personales o desde una perspectiva integradora y en ese sentido Cantero (2009), agrega que se pueden estudiar desde las aportaciones de la Psicología del Trabajo, de la teoría de las Organizaciones o bien desde la perspectiva de la Administración de Recursos Humanos, e incluso se pueden construir interpretaciones desde la visión europea o desde la literatura americana, que presentan matices importantes en el ámbito jerárquico de aplicación, en el tipo de tareas y en los comportamientos observables.

En ese contexto, definir el término “competencia” tampoco resulta sencillo pues como se ha descrito, se involucran diversos factores y múltiples interpretaciones y enfoques; en un afán de abstracción la perspectiva sobre la que se aborda este constructo parte de la propuesta de Chavarría et al., (2016), que sugieren que podría entenderse como “saber-hacer” lo cual atañe conocimientos, rasgos afectivos,

emociones, compromiso, que se ponen en práctica al desarrollar o ejecutar una acción, misma que enriquece lo propuesto por Tobón (2008), enunciado en los antecedentes de este capítulo.

Por otro lado, cuando se intenta abordar la clasificación de las competencias deseables que deben desarrollar los futuros egresados de las instituciones de educación superior, esta resulta multifacética y polifuncional, toda vez que existen voces que las clasifican como técnicas, profesionales, transversales, básicas, genéricas, específicas y socio-emocionales (Rial y Fernández (2009) o agrupadas en cognitivas, socioemocionales y físicas (Berniell y De la Mata, 2016) o desde alguna de las variadas perspectivas existentes en los empleadores que genéricamente las agrupan en competencias base, técnicas y transversales (Sánchez, 2020).

Entretanto, cuando se alude al término de competencias socioemocionales, no cognitivas, sociales, socio-cognitivas, blandas, solo por citar algunas denominaciones, se percibe, tal y como lo señalan Barbosa et al., (2017) discrepancias desde la denominación con las que se les debe identificar y como señalan Duckworth y Yeager (2015) aún se debate cuál debe ser la denominación correcta; con todo, existe un aparente consenso respecto a que, comparadas con las competencias cognitivas, las socioemocionales son diferentes, permanecen durante largo tiempo y además pueden desarrollarse intencionalmente, adquirirse o mejorarse y de acuerdo con Mejía et al., (2017), este tipo de competencias o habilidades además de desarrollar procesos cognitivos involucran aspectos afectivos como la conciencia y la gestión emocional y permiten relacionarse con otros y proyectarlas socialmente.

Por ello la importancia de su impulso y desarrollo durante el proceso de formación de profesionales radica en que, en las empresas emergentes se valora el desarrollo del talento que se refleja en iniciativa, creatividad, pasión y que, así como el aprendizaje se mueve hacia lo informal, el conocimiento evoluciona hacia lo implícito y el valor cambia hacia lo intangible (Jarche, 2013).

De acuerdo con Morgan (2022), en una revisión efectuada por la Organización América Succeeds durante el año 2021, a más de 80 millones de ofertas de trabajo que comprendían a 22 sectores de la industria, se descubrió que “casi dos tercios de los puestos incluían habilida-

des blandas entre sus calificaciones. Y en todas las ofertas de trabajo, de las 10 habilidades más demandadas, siete eran ‘blandas’, incluidas la comunicación, la resolución de problemas y la planificación” (párr. 13) y que esa proporción se incrementaba sustancialmente en algunos puestos específicos, por ejemplo tratándose de puestos de gestión la ponderación era del 91% o en el caso de puestos relacionados con operaciones comerciales se alcanzaba el 86% e incluso en los puestos de ingeniería obtuvieron el 81%, esto último no deja de llamar la atención, pues tradicionalmente se identifica como área técnica.

Congruente con lo anterior, autores como Deming (2015) y Heckman y Kautz, (2013), afirman que las competencias relacionadas con responsabilidad, perseverancia, llevarse bien con otros, autocontrol y motivación presentan altas correlaciones con los niveles educativos y con desempeños exitosos en la vida.

Así las cosas, no parece existir discusión respecto a la importancia de este tipo de competencias y a la par existen evidencias de que los empleadores suelen expresar carencias existentes en los jóvenes que contratan (Ortega, 2016), de ahí que en países como en Chile (Vera, 2016), a través de los procesos de acreditación se enfatice la importancia de que en planes y programas de estudio se integre la práctica y desarrollo de competencias transversales, fundamentalmente las relacionadas con: comunicación oral y escrita, pensamiento crítico, solución de problemas, desarrollo de relaciones interpersonales, autoaprendizaje e iniciativa personal, trabajo en equipo y el empleo de tecnologías de la información.

Para abundar en lo anterior, debe considerarse que, existen estudios que abordan la importancia de desarrollar distintas competencias destacando las habilidades blandas, pues de acuerdo con Flores (2014), cerca del 39% de las empresas en Latinoamérica (México incluido), enfrentaron dificultades para cubrir sus vacantes laborales fundamentalmente por escasez de talento, y lo que es peor, mientras que 72% de las instituciones educativas declaran que sus egresados están listos para incorporarse al mercado laboral, 42% de los graduados y 45% de los empleadores afirman que no tienen las competencias necesarias; en este sentido la empresa buscadora de talento, Manpower Group (2019) encontró en un estudio específico de México, que el 60% de los empleadores encuestados considera difícil encontrar y más complica-

do enseñar habilidades profesionales necesarias, como el pensamiento analítico y la comunicación.

Otro dato no menor a considerar es el que afirma que las habilidades blandas inciden en la mejora de la productividad de las personas sin distinción de profesiones o disciplinas (Gómez-Gamero, 2019), de ahí que sean demandadas por los empleadores en mayor medida a las que suelen poseer quienes recién egresan de las universidades (Neri y Hernández, 2019), ya que siempre están en busca de que sus empleados posean atributos relacionados con habilidades entre las que destacan las que involucran rasgos de sociabilidad, personalidad, fluidez en el lenguaje y adecuados hábitos personales (Bunga y Abdul, 2020); lo que da lugar a la importancia de trabajar en su desarrollo con los estudiantes, durante su paso por la universidad.

Al respecto, Davies et al., (2011) señalan que para que los trabajadores del futuro obtengan éxito, deberán poseer una gran capacidad de adaptación y disposición para ser aprendices de por vida, mostrando facilidad para adaptarse a nuevas formas organizativas y a diferentes requerimientos de habilidades, con una gran capacidad de autoevaluación de sus competencias.

Quizás esto explique que, en contraste con lo que ocurría en el pasado en donde las organizaciones elegían gestionar y reclutar su propio capital humano basándose en aspectos de inteligencia personal, rapidez en el desarrollo de tareas y obediencia, en la actualidad se pondere factores como iniciativa, creatividad y pasión, lo que implica no solo el dominio de competencias técnicas y metodológicas, sino sobre todo personales y participativas (Echeverría y Martínez, 2018).

Finalmente, Talavera et al., (2014), además de definir a las competencias socioemocionales como el “conjunto de conductas de contenido emocional y social transferibles a diferentes contextos y situaciones laborales, que proporcionan calidad y eficacia en el desarrollo profesional del individuo que las posee” (pp. 214-215), sistematizaron diferentes taxonomías y encontraron que las siguientes cinco se consideran competencias clave para el éxito profesional: autoconciencia emocional, autorregulación, empatía, motivación y competencias sociales.

Método:

Diseño: enfoque cualitativo consistente en análisis documental basado en la propuesta metodológica de la cartografía conceptual (Tobón, 2015).

Técnicas e instrumentos: Investigación documental, basada en la cartografía conceptual empleando como instrumento de recolección de datos una lista de cotejo que permitió autoevaluar el análisis realizado.

Materiales: Material de consulta bibliográfica, computadoras, impresora, papel, tinta, bibliografía.

Procedimiento para la recolección de datos:

1. Planeación del registro de documentos de consulta, considerando como ejes rectores las palabras clave de la investigación sobre competencias socioemocionales, definidas en forma preliminar y definiendo las bases de datos a consultar.
2. Desarrollo del proceso de consulta documental, identificando artículos y libros relacionados al tema a través de las bases de datos seleccionados previamente.
3. Registro documental mediante la elaboración de citas textuales y no textuales considerando las referencias correspondientes.
4. Revisión de la suficiencia del proceso de consulta bibliográfico y hemerográfico considerando los ocho ejes que contempla el análisis propuesto.
5. Retroalimentación del proceso de búsqueda, considerando información adicional y complementaria.

Procedimiento para el análisis:

1. Revisión de la congruencia entre documentos consultados y ejes a desarrollar para elaborar la cartografía conceptual, considerando: noción, categorización, caracterización, diferenciación, clasificación, vinculación, metodología y ejemplificación del tema objeto de estudio.

2. Construcción de la cartografía conceptual, revisando congruencia entre información recopilada, ejes definidos y productos generados.
3. Retroalimentación del proceso, en su caso, complementando la información faltante o insuficiente detectada.

Principales hallazgos:

Conviene recordar que desde la aparición del proyecto Tuning para América Latina impulsado en el marco de los trabajos desarrollados en el Espacio Común Europeo, las competencias se agrupaban en cuatro grandes competencias y se desagregaban 21 competencias genéricas, mismas que se muestran en la Tabla 2, de tal forma que aún sin clasificarlas expresamente como competencias duras y blandas, desde la presentación de este proyecto para el continente americano, las competencias socioemocionales han estado implícitas, destacando: habilidades de autocritica, resolución de problemas, comunicación, aprendizaje autónomo, valores, respeto, responsabilidad social, capacidad de motivación, trabajo en equipo, por citar algunas, mismas que se ubican perfectamente dentro del grupo de competencias socio-emocionales.

Tabla 2. Competencias genéricas para América Latina de acuerdo con el Proyecto Tuning

Macrocompetencias	Competencias Genéricas
Proceso de aprendizaje	Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
	Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión
	Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas
	Capacidad crítica y autocrítica
	Capacidad de investigación
	Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas
	Capacidad de comunicación oral y escrita
	Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente

Macrocompetencias	Competencias Genéricas
Valores sociales	Compromiso con su medio sociocultural
	Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad
	Responsabilidad social y compromiso ciudadano
	Compromiso con la preservación del medio ambiente
Contexto tecnológico e internacional	Habilidad para trabajar en contextos internacionales
	Habilidades en el uso de las tecnologías de información y la comunicación
	Capacidad de comunicación en un segundo idioma
Habilidades interpersonales	Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes
	Capacidad para tomar decisiones
	Capacidad para organizar y planificar el tiempo
	Capacidad de trabajo en equipo
	Capacidad de actuar en nuevas situaciones

Fuente: elaboración propia, basada en proyecto Tuning para América Latina (2007), citado por Qualificar (2017).

En México, quizás como respuesta al planteamiento realizado en el proyecto citado, la Secretaría de Educación Pública (SEP) en colaboración con el Programa de Naciones Unidas (PNUD) se planteó el Proyecto “Construye-T”, cuyo propósito se orientó al fortalecimiento de las competencias socioemocionales de los jóvenes para contribuir al mejoramiento del ambiente escolar, el cual en su momento clasificó a las competencias en tres grandes dimensiones, de las que a su vez se desprendían 18 habilidades específicas, mismas que se muestran en la Tabla 3, las que, sin dudarlas hacían referencia de manera explícita a las competencias socioemocionales en su mayoría.

Tabla 3. Competencias socioemocionales planteadas por el programa Construye-T

Dimensión:	Conoce-T	Relaciona-T	Elige-T
Habilidades generales:	1.Autoconciencia	1.Conciencia Social	1.Toma responsable de decisiones
	2.Autorregulación	2.Relación con los demás	
	3.Determinación		
Habilidades específicas:	1.1. Autopercepción	1.1. Empatía	1.1. Generación de opciones y consideración de consecuencias
	1.2. Autoeficacia	1.2. Escucha activa	1.2. Pensamiento crítico
	1.3. Reconocimiento de emociones	1.3. Toma de perspectiva	1.3. Análisis de consecuencias
	2.1. Manejo de emociones	2.1. Asertividad	
	2.2. Postergar gratificación	2.2. Manejo de conflictos interpersonales	
	2.3. Tolerancia a la frustración	2.3. Comportamiento prosocial	
	3.1. Motivación de logro		
	3.2. Perseverancia		
	3.3. Manejo del estrés		

Fuente: elaboración propia, basada en proyecto Construye T (SEP, 2008), citado por Qualificar (2017).

Para ilustrar el problema recurrente que se enfrenta cuando se estudian las competencias socioemocionales con base en la literatura existente con mayor detalle, pues se presenta la dificultad para definir cuáles serían las generalmente aceptadas o las que conformarían el marco general de las mismas, en la Tabla 4 se muestran algunas de las clasificaciones sugeridas por diversos autores analizados en un primer acercamiento.

Tabla 4. Competencias socioemocionales y propuestas de clasificación

Referente	Competencias propuestas
Tsaoussi (2020)	Pensamiento crítico, aprendizaje permanente, planificación y logro de metas, comunicación, escucha, negociación, trabajo en redes, resolución de problemas y toma de decisiones.
Bunga y Abdul (2020)	Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación, emprendimiento, habilidades de pensamiento, habilidades interpersonales.
Fahimirad, et al., (2019)	Comunicación, creatividad, habilidades de pensamiento, administración y liderazgo, resolución de problemas, responsabilidad social, aprendizaje permanente, trabajo en equipo.
Succi y Canovi (2019)	Comunicación, compromiso con el trabajo, trabajo en equipo, pensamiento innovador.
Neri y Hernández (2019)	Interpretación del entorno social, comunicación, relaciones humanas, toma de decisiones, liderazgo, trabajo en equipo, adaptación al cambio y auto aprendizaje, iniciativa para resolver problemas, resolución de los conflictos, creatividad para generar nuevas ideas.
Gómez-Gamero (2019)	Trabajo en equipo, resolución de problemas, gestión efectiva del tiempo, manejo del stress, liderazgo, comunicación efectiva, escucha activa y empatía.
Meissner y Shmatko (2018); Vogler et al., (2018); Adnan et al., (2017)	Profesionalismo, iniciativa, negociación, liderazgo, autoestima, confiabilidad, resolución de problemas, empatía, capacidad de trabajar bajo presión, planificación y pensamiento estratégico, trabajo en equipo, ética laboral, flexibilidad, buena comunicación oral y escrita, manejo de tecnologías de información, creatividad y confianza en sí mismo, buenas habilidades de autoadministración y gestión del tiempo, voluntad de aprender y aceptar la responsabilidad, pensamiento crítico, toma de decisiones, respeto.
Vera (2016)	Autorregulación, meta-cognición, autoeficacia, costumbres sociales, inteligencia emocional, adaptabilidad, pensamiento sistémico, habilidad para comunicarse asertivamente, capacidad para resolver problemas creatividad.
CNA-Chile (2015)	Comunicación oral y escrita, pensamiento crítico, solución de problemas, desarrollo de relaciones interpersonales, autoaprendizaje e iniciativa personal y trabajo en equipo.

Fuente: elaboración propia con base en los autores citados.

A esta diversidad de propuestas de clasificación podrán agregarse las vertidas a través de proyectos financiados por organizaciones gubernamentales y de la sociedad civil, las que, en un esfuerzo de simplificación, pueden agruparse por categorías o en su caso identificar las que se repiten, por ejemplo en estas nueve propuestas -las analizadas en la Tabla 4- la relacionada con comunicación, se considera por todos los autores revisados o la de trabajo en equipo y solución de problemas se presentan en siete de los nueve planteamientos o la de liderazgo que se repite en cinco de los nueve casos.

En ese sentido, también destaca la propuesta del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF, 2021), que busca mejorar la educación, el desarrollo personal, la estabilidad social y el desarrollo económico, la cual define doce habilidades transferibles categorizadas como se aprecia en la Tabla 5.

Tabla 5. Habilidades transferibles propuestas por UNICEF

Dimensión	Competencias específicas
Cognitiva	Creatividad Pensamiento crítico Resolución de problemas
Instrumental	Cooperación Negociación Toma de decisiones
Individual	Manejo de sí mismo Resiliencia Comunicación
Social	Respeto por la diversidad Empatía Participación

Fuente: elaboración propia basada en UNICEF (2021).

En esta propuesta, la dimensión cognitiva hace alusión al aprender a saber, la instrumental al aprender a hacer, la individual al aprender a ser y la social al aprender a vivir juntos.

Por su parte, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM, 2020) cuenta también con un marco de referencia presentado en la Tabla 6, que agrupa en siete competencias a las subcompetencias que identifica como medulares para formar a sus estudiantes.

Tabla 6. Competencias transversales Tec 21

Competencia	Subcompetencias
Autoconocimiento y gestión	Autoconocimiento y gestión Bienestar y autorregulación
Emprendimiento innovador	Innovación Emprendimiento consciente
Inteligencia social	Diversidad Colaboración Efectividad en la negociación
Compromiso ético y ciudadano	Reconocimiento y empatía Argumentación ética Integridad Compromiso ciudadano para la transformación social
Razonamiento para la complejidad	Pensamiento sistémico Pensamiento científico Pensamiento crítico
Comunicación	Lenguaje oral Lenguaje escrito Comprensión de otros códigos Comunicación dialógica
Transformación digital	Cultura digital Tecnologías de vanguardia

Fuente: elaboración propia basada en ITESM (2020).

La selección de las prioritarias también varía como se observa en la Tabla 7 desde la visión de países como Rusia y Ucrania, que complementa el estudio del constructo ya abordado en investigaciones previas, respecto a la perspectiva de otras latitudes, en donde se aprecia que las competencias predominantes se relacionan con: comunicación, trabajo en equipo, creatividad y flexibilidad.

Tabla 7. Habilidades blandas prioritarias

Referente	Competencias
Morozova et al., (2022)	Comunicación, trabajo en equipo, creatividad, flexibilidad, habilidades interpersonales, adaptabilidad.
Pluzhnirova et al., (2021)	Comunicación, trabajo en equipo, creatividad, flexibilidad cognitiva, gestión del tiempo, argumentación, inteligencia emocional, pensamiento crítico.
Muraviova et al., (2021)	Comunicación empresarial, trabajo en equipo, desarrollo personal, establecimiento de metas, autopresentación, liderazgo, habilidades para hablar en público, inteligencia emocional.
Mazanyuk et al., (2020)	Capacidad de cooperar, ser creativo, emprendedor, hacer frente a situaciones estresantes, ser consciente del futuro y hacer predicciones adecuadas.
Kipina (2019)	Creatividad, flexibilidad en la toma de decisiones, alta motivación, participación en la resolución de problemas y esfuerzo por la superación personal.

Fuente: elaboración propia basada en los autores citados.

Siendo que en la mayoría de las investigaciones aparecen la comunicación y el trabajo en equipo como competencias clave, Muraviova et al., (2021) precisan como indicadores la capacidad de escuchar, persuadir, formular necesidades y expresarlas, comprender el punto de vista de los interlocutores y responder adecuadamente a los mismos, argumentar y negociar, construir redes de comunicación (*networking*) y apoyar su desarrollo, todo ello para que, centrándose en las personas se favorezca el trabajo en equipo, la resolución de problemas y la toma de decisiones.

Con todo, sin dejar de reconocer la complejidad que reta a la sistematización de las múltiples propuestas, puede afirmarse que más allá de las denominaciones, este tipo de competencias involucran “habilidades sociales e interpersonales o meta-competencias, es decir, capacidades para trabajar en ambientes diversos y transferir los aprendizajes de un campo a otro” (Marrero et al., 2018, p. 11), de ahí su importancia y la necesidad de acercarse a la construcción de propuestas que permitan facilitar la comprensión de este constructo, que resulta vital en la formación profesional de los universitarios.

Por si lo anterior no fuera suficiente, Colombo (2022) propone una clasificación adicional de competencias en tres grandes rubros: competencias duras (*hard skills*) las que resultan de la formación profesional y la actualización constante; las competencias blandas (*soft skills*), definidas como las que permiten desempeñarse con otras personas y que mediante la interacción permiten obtener los resultados propuestos y agrega el concepto de competencias de empoderamiento (*power skills*) que conjugan las habilidades blandas integrándolas con “el ser, el hacer y el sentir, en congruencia y al servicio del rol que ocupa cada uno” (párr. 7).

De acuerdo con Sreehari (2021) el concepto de habilidades o competencias de empoderamiento se atribuye al presidente de la Universidad de Dartmouth (New Hampshire, USA) Felipe Hanlon e involucran un amplio concepto de características que se relacionan con la personalidad, el comportamiento social, la inteligencia emocional, el pensamiento crítico, la creatividad, el sentido de colaboración, entre otras, cuyo aprendizaje no es fácil de desarrollar e implica procesos prolongados para identificar su evolución y evaluación.

Volviendo a Colombo (2022) algunas de las diferencias importantes entre las 20 competencias o habilidades blandas más destacadas con relación a la propuesta de competencias de empoderamiento, se aprecian en la Tabla 8, en donde se observa que, aunque las diferencias en algunos casos parecieran sutiles o cuestiones de semántica, en realidad lo que este autor busca destacar es la necesidad de que las habilidades socioemocionales deben acompañarse de la iniciativa y aportación de cada sujeto, lo que permite potencializar inicialmente su entrenamiento y su aplicación en la vida profesional en un momento posterior.

Tabla No. 8. Diferencias entre habilidades blandas y habilidades de empoderamiento

Tipo de habilidad o Competencia	Definida como:	
	Habilidad blanda	Habilidad de empoderamiento
Aptitud y actitud para el rol	Basado en la preparación y en la forma de desempeñar el puesto ocupado.	Acompañado de la autoconfianza y seguridad, permiten el desarrollo del ser.
Trabajo en equipo	Se relaciona con la forma de integrarse a grupos de personas para trabajar.	Trasciende el trabajo en equipo y busca la capacidad de auto liderarse, con autonomía y con enfoque de mejora continua.
Hablar en público	Capacidad para expresar ideas, en forma coherente y ágil, despertando interés en los escuchas.	Involucra saber comunicar mensajes clave en cualquier circunstancia con claridad conceptual (ordenada, clara, concisa y atractiva).
Resolver conflictos	Habilidad para solucionar tensiones y encontrar respuestas que satisfagan a los involucrados.	Requiere de una mentalidad abierta, que permita la generación de nuevas ideas y pensamientos para resolver los conflictos.
Creatividad	Habilidad para inventar nuevas formas y aplicarlas en los diferentes escenarios laborales.	Agrega la innovación como un rasgo superior a la creatividad, generando alternativas diferentes o mejorando las actuales.
Motivación	Partiendo de las dos formas conocidas: extrínseca (de fuera) e intrínseca (interior).	Adiciona la automotivación que implica mantener una energía positiva para incidir en el equipo de trabajo.
Colaboración	Habilidad para contribuir con los demás para alcanzar los propósitos.	Requiere el trabajo en red, que significa aportar ideas que agreguen valor al trabajo de equipo.
Inteligencia emocional	Habilidad para identificar, reconocer y gestionar las emociones.	Involucra el equilibrio en el manejo de las emociones ante cualquier reto, concentrándose en soluciones.
Ser sociable	Capacidad para socializarse con los demás para mejorar las relaciones interpersonales.	Involucra la comprensión de personas afines y diferentes, establece vínculos positivos y aprende de todos.

Tipo de habilidad o Competencia	Definida como:	
	Habilidad blanda	Habilidad de empoderamiento
Empatía	Habilidad para ubicarse en el lugar de los otros.	Adiciona el entendimiento, que busca la comprensión de los sentimientos de los demás, para trascender los esquemas propios.
Comunicación efectiva	Capacidad para interactuar con eficacia con las personas.	Involucra la comunicación verbal y no verbal a través de mensajes concretos y útiles basados en la empatía.
Gestión del tiempo	Capacidad para organizar con eficacia el tiempo laborable.	Adiciona la priorización de lo urgente y lo importante, involucrando la delegación efectiva, la autoconfianza y la confianza en los demás, eliminando lo accesorio.
Organización	Habilidad para desarrollar tareas con orden, secuencia y lógica.	Requiere la creación de procesos efectivos, que agreguen valor, ahorren recursos y sean fácilmente aplicables.
Tomar decisiones	Capacidad para discernir la mejor alternativa dentro de un marco de actuación predefinido.	Agrega la capacidad de decisión buscando siempre el bien mayor, trascendiendo a los buenos resultados y buscando la satisfacción de todos los involucrados.
Habilidad para responder	Capacidad para resolver los temas que se presenten, basados en el sentido común, el pensamiento crítico y analítico.	Adiciona la asertividad para ganar claridad y concentrarse en la solución de temas con oportunidad.
Ética personal y profesional	Requiere de principios y valores como persona y su aplicación en el ámbito laboral.	Predica con el ejemplo, basa su conducta en hechos reales, más allá de planteamientos hipotéticos.
Solucionar	Habilidad para facilitar la solución de problemas laborales.	Plantea soluciones de fondo, identificando causas y efectos, previniendo recurrencias.

Tipo de habilidad o Competencia	Definida como:	
	Habilidad blanda	Habilidad de empoderamiento
Ser responsable	Requiere el cumplimiento de todos los compromisos establecidos.	Busca mejorar la capacidad de solución trascendiendo los temas básicos e involucrándose en la mejora permanente.
Tener iniciativa	Capacidad para plantear soluciones antes que esperar órdenes, asumiendo riesgos y proponiendo mejoras.	Plantea el emprendimiento interior como actitud para mejorar la efectividad del puesto que se desempeña, vinculando el hacer y el ser con los equipos de trabajo.
Marca personal	Habilidad para gestionar el perfil profesional para crear percepciones positivas ante los demás.	Adiciona a la marca personal el apoyo profesional a la empresa a través de las acciones que se desarrollan en todos los ámbitos.

Fuente: elaboración propia con base en Colombo (2022).

A partir de lo anterior, la interrogante que surge es ¿Cómo desarrollarlas? Algunos investigadores suelen identificar dos formas, ya sea en el proceso de aprendizaje mediante la introducción de cursos individuales o utilizando el potencial de las disciplinas estudiadas en conjunto con el trabajo educativo extracurricular (Pluzhnirova et al., 2021).

De acuerdo con Valentín et al., (2015) y Fernandes et al., (2021), entre las técnicas psicológicas y pedagógicas más utilizadas para el desarrollo de habilidades blandas están la técnica de creación de un entorno de desarrollo de asignaturas, la técnica de aprendizaje colaborativo y el trabajo por proyectos, en las que el entrenamiento grupal es la característica principal, porque propicia la participación activa de los estudiantes y se requiere práctica y retroalimentación continua para el refinamiento de la habilidad (Blaszczynski y Green, 2012)

En la misma línea de ideas, el *Chartered Institute of Personnel and Development* (CIPD, 2010), enfatiza que para desarrollar las competencias blandas se debe entender que se aprenden con una pequeña cantidad de *inputs* altamente enfocados y relevantes, una gran cantidad de experiencia en el mundo real, la práctica dentro y fuera de la

zona de confort y la retroalimentación oportuna, pertinente y constructiva por parte de otras personas en una comunidad de práctica, y donde las consecuencias de lo que se hace pueden ser observadas y de fácil comprensión.

Ante estos planteamientos, una aproximación a las estrategias que pueden utilizarse para desarrollarlas se sintetiza en la Tabla 9.

Tabla 9. Estrategias para desarrollar competencias sociocognitivas

Referente	Estrategia
Pluzhnirova et al., (2021)	Hackaton y Meetup
Aniskin et al., (2020)	Aprendizaje emprendedor
Maya y Serrano (2016)	Simulaciones Modelado Mentoring
De Freitas y Routledge (2013)	Juegos en línea
Silva (2013)	Proyectos comunitarios Actividades artísticas
Kolb y Kolb (2005)	Aprendizaje experiencial
Kraiger (2003)	Circulo del aprendizaje

Fuente: elaboración propia con base en los autores citados.

En resumen, los diversas propuestas de clasificación de las competencias socioemocionales y la definición de las posibles estrategias que pueden favorecer su desarrollo, obligan a los involucrados en los procesos de formación profesional de los jóvenes universitarios a repensar las prácticas de aprendizaje, renovar los procesos y plantear el desarrollo de las competencias sociocognitivas de manera transversal, lo que forzosamente transita por la actualización y rediseño de los modelos curriculares.

Conclusiones:

Siguiendo a Gargallo-López et al., (2020), no debe perderse de vista que conviene distinguir el discurso de las instituciones educativas en donde prevalecen las aseveraciones orientadas a pregonar el aprendizaje basado en competencias e incluso se modifican normas para expedir certificaciones o títulos o guías dirigidas a docentes, de auténticas prácticas que verdaderamente impulsen el aprendizaje basado en competencias, pues en ocasiones el trabajo cotidiano se desarrolla como antes y como siempre; por ello es necesario modificar contenidos y buscar equilibrios entre lo técnico y lo socioemocional, planteando estrategias transversales a lo largo de todo el proceso de formación profesional (Maya y Serrano, 2016).

De tal forma que debe existir claridad en cuanto a la importancia de las habilidades blandas o no cognitivas en los procesos de profesionalización de los estudiantes universitarios y al mismo tiempo, atender lo señalado por Ortega (2016) en el sentido de que existen evidencias de que los empleadores manifiestan la carencia de éstas en los jóvenes que contratan, (Bassi et al., 2012; Banco Mundial, 2014; Hart Research Associates, 2015), así como de los retos que implica para las universidades la puesta en práctica de una auténtica formación en competencias para una verdadera formación integral.

Por otro lado, si los dos tipos, cognitivas y no cognitivas, se construyen y se refuerzan mutuamente, Ortega (2016) invita a preguntarse ¿cómo incorporar ambas en los procesos educativos de manera apropiada y razonable? ¿Cómo se puede proporcionar el tipo de apoyo y capacitación que pueda ayudar a los profesores y facilitadores a promover su desarrollo? y ¿cómo comprender sus relaciones para ser transferidas a escenarios diferentes? Estas interrogantes abren la oportunidad para generar propuestas de acción que tomen en cuenta que las competencias están ligadas a contextos de aprendizaje en el mundo real, incluyendo las escuelas, el trabajo y la comunidad extendida, donde se forman, se utilizan y pueden ser desarrolladas intencionalmente.

Considerando los hallazgos descritos y dada la complejidad del tema que demanda mayor profundidad a las diversas propuestas encontradas en este estudio preliminar, así como las múltiples opinio-

nes de empleadores respecto a cuáles deben ser las competencias que deben dominar quienes recién se incorporan al mercado laboral, se considera importante desarrollar una futura línea de investigación documental, basándose en la propuesta de Tobón (2015) sobre la construcción de una cartografía conceptual completa.

Esta cartografía deberá basarse en los ocho ejes de análisis propuestos por este autor, buscando respuestas a las siguientes interrogantes: ¿Cuál es el origen etimológico del concepto de competencias socioemocionales, evolución y definición vigente? (Noción); ¿A qué concepto o teoría mayor pertenece el concepto de competencias socioemocionales desde las diversas visiones predominantes? (Categorización); ¿Qué elementos permiten caracterizar el concepto de competencias socioemocionales? (Caracterización); ¿De qué otras definiciones o conceptos ubicados en el mismo nivel de análisis se diferencia el concepto de competencias socioemocionales? (Diferenciación); ¿Cómo se clasifica el concepto de competencias socioemocionales? (Clasificación o subdivisión); ¿Cómo pueden relacionarse las competencias socioemocionales con otras teorías o referentes que permitan generar un mayor conocimiento de éstas? (Vinculación); ¿Qué elementos metodológicos básicos se requieren para abordar el concepto de competencias socioemocionales? (Metodología) y ¿Cómo puede ejemplificarse la aplicación del concepto de competencias socioemocionales en los procesos de formación profesional de los jóvenes universitarios) (Ejemplificación)?

A partir de los resultados de esta cartografía se podrán reconocer elementos e indicadores que contribuyan al logro de la formación integral de los estudiantes, como premisa declarada en la misión universitaria y podrá obtenerse claridad conceptual sobre el tema analizado, partiendo de la idea que, el estudio de las competencias socioemocionales resulta vital para quienes se involucran en los procesos de gestión curricular en las instituciones de educación superior y demandan el conocimiento profundo de la propuesta del aprendizaje basado en competencias, desde la literatura especializada y desde las demandas de los empleadores, de tal forma que puedan definirse con claridad y fundamento las que deberán impulsarse en las aulas, tanto de manera directa e intencionada en cada asignatura de los planes de estudio, como las que se desarrollarán en forma transversal.

Referencias:

- Adnan, Y., M., Daud, M., Alias, A. y Razali, M. (2017). *Importance of Soft Skills for Graduates in the Real Estate Programmes in Malaysia*. Journal of Surveying, Construction and Property, 3(2). <https://ejournal.um.edu.my/index.php/ISCP/article/view/5806>.
- Aniskin, V. N., Korostelev, A. A., Lvovna, B. A., Kurochkin, A. V., & Sobakina, T. G. (2020). *Teaching potential of integrated learning technologies Smart, Stem and Steam*. Revista de La Universidad Del Zulia, 11(29), 328-336
- Banco Mundial (2014). *STEP Skills Measurement. Overview & Initial Results*. PPT presentation.
- Bakhshi, H., Downing, J., Osborne, M., y Schneider, P. (2017). *The future of skills: Employment in 2030*. Pearson and Nesta.
- Barbosa, M., L., Correa, P., E. y Ramírez, S., D. (2017). *Importancia de las competencias emocionales requeridas por el mercado laboral*. Revista Perfiles gerenciales, 6(2), pp. 88-97. https://doi.org/10.18041/2389-9530/per_ger_humano.2.2017.4531
- Bassi, M., Busso, M., Urzúa, S., and Vargas, J. (2012a). *Desconectados: Habilidades, educación y empleo en América Latina*. Washington, DC: Inter-American Development Bank.
- Berniell, L. y De la Mata, D. (2016). *Habilidades: medición, situación actual y perspectivas en América Latina*, en: Más habilidades para el trabajo y la vida: los aportes de la familia, la escuela, el entorno y el mundo laboral. CAF, Bogotá. <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/936/RED2016-16sep.pdf>
- Blaszczynski, C., & Green, D. (2012). *Effective Strategies and Activities for developing soft skills Part 1*. Journal of applied research for Business Instruction, 10(1).
- Bunga, N., J., y Abdul, A., A. (2020). "A Case Study on the Development of Soft Skills among TESL Graduates in a University," Universal Journal of Educational Research, Vol. 8, No. 10, pp. 4610-4617, 2020. doi:10.13189/ujer.2020.081029.
- Cantero, V., M. (2009). *Competencias socioemocionales en la inserción laboral del egresado universitario*. Tesis doctoral. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/25132/1/Tesis_Cantero_Vicente.pdf

- Chartered Institute of Personnel and Development [CIPD]. (2010). *Using the head and heart at work. A business case for soft skills*. Chartered Institute of Personnel and Development.
- Chavarría, G. M., Vivas, M. M. & Gaibor, L. V. (2016). *Formación y desarrollo de la competencia aprender a aprender desde el proceso docente educativo de las ciencias básicas*. Dominio de las Ciencias, 2(4), 255-273. <https://doi.org/10.22430/21457778.1614>
- Comisión Nacional de Acreditación de Chile (CNA). (2015). *Criterios de Evaluación para la Acreditación de Carreras Profesionales, Carreras Profesionales con Licenciatura y Programas de Licenciatura*. <https://www.cna-chile.cl/Criterios%20y%20Procedimientos/DJ%20009-4%20Criterios.pdf>
- Colombo, D. (2022). *Nuevo Liderazgo. Las power skills reemplazan a las habilidades blandas: son 20 y así se entrenan* en Diario El Cronista. <https://www.cronista.com/columnistas/las-power-skills-reemplazan-a-las-habilidades-blandas-en-los-lideres-cuales-son-y-como-se-entrenan/>
- Davies, A., Fidler, D., y Gorbis, M. (2011). *Future Work Skills 2020*. http://www.iftf.org/uploads/media/SR-382A_UPRI_future_work_skills_sm.pdf
- De Freitas, S., & Routledge, H. (2013). *Designing leadership and soft skills in educational games: The e-leadership and soft skills educational games design model (ELESS)*. British Journal of Educational Technology, 44(6), 951 - 968
- Deming, D. (2015). *The growing importance of social skills in the labor market*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, NBER Working Paper No. 21473.
- Duckworth, A. y Yeager, D. (2015). *Measurement matters: assessing personal qualities other than cognitive ability for educational purposes*. Educational Researcher, 44(4), 237-251. doi: 10.3102/0013189X15584327.
- Echeverría, S., B. y Martínez, C., P. (2018). *Revolución 4.0, competencias, educación y orientación*. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria, 12(2), 4-34. doi: <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.2018.831>.
- EUROFOUND & ILO (2017). *Working anytime, anywhere: The effects on the world of work*. <https://goo.gl/aounZ>
- EUROFOUND (2018). *Game changing technologies: Exploring the impact on production processes and work*. Recuperado de <https://goo.gl/4o3xJ4>

- Fahimirad, M., Nair, P. K., Kotamjani, S. S., Mahdinezhad, M., & Feng, J. B. (2019). *Integration and Development of Employability Skills into Malaysian Higher Education Context: Review of the Literature*. *International Journal of Higher Education*, 8(6).
- Fernandes, P., Jardim J., & Lopes, M. (2021). *The Soft Skills of Special Education Teachers: Evidence from the Literature*. *Education Sciences*, 11(3). <https://doi.org/10.3390/educsci11030125>
- Flores, M. (2014). *Liberar el Potencial Humano. Lo que debe hacer América Latina para encarar los retos de desarrollar su talento en la "Human Age"*. Pp.36-37. LatinTrade. Marzo-Abril 2014. <https://issuu.com/latintrade/docs/lt22.2-marapr2014-spamag-rgb>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [UNICEF] (2021). *Las doce habilidades transferibles. Del marco Conceptual y Programático de UNICEF*. <https://www.unicef.org/lac/informes/las-12-habilidades-transferibles>
- Foro Económico Mundial (2020). *The Future of Jobs Report 2020*. <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2020/in-full/infographics-e4e69e4de7>
- Gargallo-López, B.; Perez, P., C.; Garcia, G., F.J.; Gimenez, B., J.A., y Portillo, P., N. (2020). La competencia aprender a aprender en la universidad: propuesta de modelo teorico. *Educación XX1*, 23(1), 19-44, doi: 10.5944/educXX1.2
- Gómez-Gamero, M. (2019). *Las habilidades blandas competencias para el nuevo milenio*. DIVULGARE Boletín Científico de la Escuela Superior de Actopan. Boletín semestral No. 11. En: Archivos | DIVULGARE Boletín Científico de la Escuela Superior de Actopan (uaeh.edu.mx).
- Hart Research Associates. (2015). *Falling short? College learning and career success. Selected findings from online surveys of employers and college students conducted on behalf of the Association of American Colleges and Universities*. Washington, DC: Hart Research Associates.
- Heckman, J. & Kautz, T. (2013). *Fostering and measuring skills: interventions that improve character and cognition*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research (Working Paper No. 19656).
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey [ITESM]. (2020). Competencias transversales. Una visión desde el modelo educativo Tec21. ITESM.
- Jarche, H. (2013). *Preparing for the network era workplace*. Website: <https://goo.gl/x2kJeS>

- Kipina, O.A. (2019). *Forming soft skills at bachelor degree students in a teachers training higher education institution. XXIX Ershov Readings. Ishim. Pedagogical education: challenges of the time. Collection of scientific articles.* Pp. 41
- Kraiger, K. (2003). *Perspective on training and development.* NJ: In W.C. Borman, D. R. Ilgen & R. J. Klimoski (Eds.).
- Kolb, A. & Kolb, D. (2005). *Learning Styles and Learning Spaces: Enhancing Experiential Learning in Higher Education.* Academy of Management Learning & Education, (4)2, 193-212. [https://people.ok.ubc.ca/cs-tother/Learning%20 Styles%20&%20Learning%20Spaces.pdf](https://people.ok.ubc.ca/cs-tother/Learning%20Styles%20&%20Learning%20Spaces.pdf)
- Manpower Group. (2019). *Se buscan personas, los robots los necesitan.* https://www.manpowergroup.com.mx/wps/wcm/connect/manpowergroup/4b4e85e9-e77d-4226-8b1e-dc8eb968b5c5/MPG_WEF_SkillsRevolution_4.0_MX-
- Maya, T., M. y Serrano, O., B. (2016). *Desarrollo de soft skills una alternativa a la escasez de talento humano.* INNOVA Research Journal, 1(12), 59-76. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5920579>
- Mazanyuk, E.F., Tretyakov, A.L., & Amichba, L.R. (2020). *Game technologies as a tool of motivation and improvement the quality of university students' training.* SHS Web of Conferences: International Scientific and Practical Conference «Teacher Professionalism: Psychological and Pedagogical Support of a Successful Career», Vol. 87.
- Meissner, D. y Shmatko, N. (2018). *Integrating professional and academic knowledge: the link between researcher's skills and innovation culture.* The Journal of Technology Transfer, 1-17., 11-36.
- Marrero, O., Mohamed, R. y Xifra, J. (2018). *Habilidades blandas: necesarias para la formación integral del estudiante universitario.* Revista científica ECOCIENCIA, 5, 1-18. doi: 10.21855/ecociencia.50.144
- Mejía, J., Rodríguez, G., Guerra, N., Bustamante, A., Chaparro, M., Castellanos, M. (2017). *Paso a paso. Estrategia de formación de competencias socioemocionales en la educación secundaria y media.* Banco Mundial. 3ª Edición. Bogotá.
- Morgan, K. (2022). *Habilidades blancas: las cualidades intangibles que anhelan las empresas.* <https://www.bbc.com/worklife/article/20220727-soft-skills-the-intangible-qualities-companies-crave?ocid=ww.social.link.email>

- Morozova, M., Fasolko, T., Poliuha, V., Veselska, L. y Prinsess, K. (2022). *Training communication and conflict resolution soft skills in students*. Apuntes Universitarios 12(3). <https://doi.org/10.17162/au.v12i3.1113>
- Muraviova, I. O., Marianko, Ya. H., & Osadcha, A. O. (2021). *Soft skills in the modern realities of Ukrainian education*. Innovative Pedagogy, 32(1), 108-112. <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2021/32-1.23>
- Neri, J.C. y Hernández, C.A. (2019). *Los jóvenes universitarios de ingeniería y su percepción sobre las competencias blandas*. Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo. Vol. 9 (8). doi: 10.23913/ride.v9i18.445
- Ortega, F., T. (2016). *Desenredando la conversación sobre habilidades blandas*. El diálogo. Informe de Educación. Mayo. <http://repositorio.minedu.gob.pe/handle/123456789/4844>
- Ortega, S., C. (2017). *Desarrollo de habilidades blandas desde edades tempranas*. Centro de Publicaciones-Universidad ECOTEC. Guayaquil. <https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/desarrollo-habilidades.pdf>
- Ospino, H., C. (2019). *El rol de las habilidades socioemocionales para la productividad en los mercados laborales del siglo XXI*. Banco Interamericano de Desarrollo. <http://dx.doi.org/10.18235/0001753>
- Pagés, C. (2018). *Invertir en las personas para triunfar en la era de los robots* [Entrada en Blog]. Recuperado de <https://goo.gl/BwyU4Z>
- Pluzhnirova, E., Zhivoglyad, M., Kulagina, J., Morozova, I. & Titova, N. (2021). *Formation of soft skills among students of higher educational institutions*. Eduweb, 15(1), 112-122. <https://doi.org/10.46502/issn.1856-7576/2021.15.01.10>
- Qualificar (2017). *Propuesta metodológica y operativa la estrategia de implementación de competencias socioemocionales en la educación media*. Bogotá. <https://observatorioeducacion.org/sites/default/files/minedu-colombia-socioemocionales.pdf>
- Rial, S., A., y Fernández, I., C. (2009). *Competencias socio-emocionales y educación: implicaciones para la inserción laboral de mujeres desempleadas*. Enseñanza & Teaching, 27, 1-2009, 23-39. Universidad de Salamanca. <https://revistas.usal.es/index.php/0212-5374/article/view/6581>
- Román, J.C. y Román, R. (2021). *Las competencias socioemocionales desde la percepción de los estudiantes universitarios*. En E. Vázquez, A.P. Aduna y

- M.A. Barrios (Coords.). *Experiencias y retos en la docencia e investigación en tiempos de pandemia*. Editorial Hess.
- Román, F., J., Román, J., R., Franco, G., R. (2020). *Relevancia de las competencias sociocognitivas en la educación superior* en Docencia e Investigación: dos actividades vinculadas en la educación. Editorial CENID Pp. 30-55. <https://www.cenid.org.mx/libros/libros20/libro005/#p=56>
- Román, F., J., Román, J., R., Franco, G., R. (2022). *Competencias Socioemocionales demandadas por empleadores, el dilema de su selección* [Ponencia]. Memoria del 13º Congreso Internacional de Investigación en MIPYMES y Empresas Familiares “Estrategias de Reactivación de las MIPYMES para el Desarrollo Regional. Mesa 1. Universidad Autónoma de Chiapas.
- Sánchez, Y. (2020). *Competencias profesionales ¿cómo son y para qué sirven?* <https://www.occ.com.mx/blog/competencias-profesionales/>
- Sreehari, P. (2021). *Essential Soft Skills for Workplace Success*. Revista Gintec. ISSN: 2237-0722 Vol. 11 No. 4 (2021). <https://revistageintec.net/wp-content/uploads/2022/03/2306.pdf>
- Silva, M. (2013). *Habilidades Blandas fundamentales para el desarrollo personal*. Revista Educar, 22-23. www.cide.cl/.../Revista_educar_Habilidades_blandas_MJValdebenito.pdf
- Singer M.; Guzmán, R. y Donoso, P. (2009). *Entrenando Competencias Blandas en Jóvenes*. Santiago de Chile. http://www.inacap.cl/tportal/portales/tp90b5f9d07_o144/uploadImg/File/PDF/Entrenando_Competencias_Blandas_en_Jovenes.pdf
- Succi, C., & Canovi, M. (2019). *Soft skills to enhance graduate employability: comparing students and employers' perceptions*. *Studies in Higher Education*, 45:9, 1834-1847. doi: 10.1080/03075079.2019.1585420
- Talavera, R., E., Beltrán, C., S., Garay-Gordovil, C., A., Pena, G., M. (2014). *Validación del Inventario de Competencias socioemocionales-importancia y presencia, en estudiantes de ciclos formativos y de Universidad* en Revista Española de Orientación y Psicopedagogía. [S.l.], v. 17, n. 2, p. 213-223, ene. 2014. ISSN 1989-7448. doi:<https://doi.org/10.5944/reop.vol.17.num.2.2006.113> 47.
- Tsaoussi, A. I. (2020). *Using soft skills courses to inspire law teachers: a new methodology for a more humanistic legal education*. *The Law Teacher*, 54(1)
- Tobón, S. (2008). *La formación basada en competencias en la Educación Superior: El enfoque complejo*. Universidad Autónoma de Guadalajara.

[https://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1LVT9TXFX-1VKC0TM-16YT/Formaci%C3%B3n%20basada%20en%20competencias%20\(Sergio%20Tob%C3%B3n\).pdf](https://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1LVT9TXFX-1VKC0TM-16YT/Formaci%C3%B3n%20basada%20en%20competencias%20(Sergio%20Tob%C3%B3n).pdf)

- Tobón, S. (2015). *Cartografía conceptual: estrategia para la formación evaluación de conceptos y teorías*. México: CIFE
- Valentin, E., Carvalho, J. R. H. & Barreto, R. (2015). *Rapid improvement of students' soft skills based on an Agile-process*. IEEE Frontiers in Education Conference (FIE). <https://doi.org/10.1109/FIE.2015.7344408>
- Vera, F. (2016). *Infusión de habilidades blandas en el currículo de la educación superior: clave para el desarrollo de capital humano avanzado*. Revista Akadèmeia vol. 15, Núm. 1. Website: <http://revistas.ugm.cl/index.php/rakad/article/view/137/129>
- Vigo, V., O. (2013). *Polémica alrededor del concepto competencia*. UCV-HACER. Revista de Investigación y Cultura, vol. 2, núm. 1, enero-junio, 2013, pp. 122-130. ISSN: 2305-8552. <https://www.redalyc.org/pdf/5217/521752180014.pdf>
- Vogler, J. S., Thompson, P., Davis, D. W., Mayfield, B. E., Finley, P. M. & Yaseri, D. (2018). *The hard work of soft skills: augmenting the project-based learning experience with interdisciplinary teamwork*. Instructional Science, 46(3), 457-488.

CAPITULO X

Importancia e Influencia de los Derechos Humanos para la creación de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES)

LETICIA, PALOMEQUE-CRUZ¹

Resumen

La protección y fomento a la creación de nuevas empresas debiera ser una tarea imperiosa en toda política pública, puesto que es precisamente la economía privada la que propicia el crecimiento de la economía de los países, permitiéndoles crecer en educación, salud, infraestructura y está presente en todas las áreas de la sociedad, desde los bienes hasta los servicios en general.

Se pretende dar a conocer como los derechos humanos son la base fundamental de la organización de la sociedad mexicana, misma que dota de certeza y seguridad a las personas para que la creación y desarrollo de las MIPyMES. Ello con base en una metodología cualitativa, recopilando información documental y legal.

Se tiene como principal resultado, la exposición del entorno de organización que existe en México, donde se recubre a las personas de una protección inherente al ser humano, donde tienen la facultad de poder elegir la forma en la cual desempeñaran su vida diaria y las actividades que realizaran para allegarse de los recursos necesarios para su subsistencia. Algunos deciden desempeñar trabajos dentro de

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, mexicana, leticruz_acuario@hotmail.com.

la organización pública y otros optan por crear empresas, uniéndose así a la iniciativa privada.

Esta última elección está regulada y protegida en la máxima norma de nuestro país, la Constitución, dotando a los particulares del derecho de desarrollarse de forma autodeterminada. Además, los protege de malas prácticas creando un entorno de sana competencia con otras empresas e incluso creando programas de apoyos sociales para el crecimiento de las mismas.

Palabras clave: Derechos, empresa, desarrollo, economía.

Introducción

Las empresas son base fundamental de la economía y desarrollo de un país, sin ellas, muchos de los bienes y servicios que hoy facilitan el día a día de las personas simplemente no podrían ser ofrecidos, así, introducen a los países productos colocándolos más al alcance de todas las personas para que puedan acceder y consumirlos de forma más sencilla.

México es un país consumista, según cifras recientes consume mucho más de lo que produce, traducándose esto que debe exportar más de lo que puede importar a otros países.

México es altamente dependiente del comercio exterior, que representó el 78% de su PIB en 2020 (Banco Mundial, últimos datos disponibles). El país exporta principalmente automóviles (11,1%), computadoras (6,7%), piezas de vehículos (6,5%), camiones de reparto (5,5%) y petróleo crudo (5,5%). En cuanto a las importaciones, las principales compras de México son los circuitos integrados (6,8%), el petróleo refinado (6,7%), las piezas de vehículos (6,3%), las piezas de máquinas de oficina (3,8%) y los automóviles (2,2%). Según las previsiones de comercio exterior del FMI, el volumen de las exportaciones de bienes y servicios aumentó un 7,7% en 2021 y se espera que alcance el 5,6% en 2022, mientras que el volumen de las importaciones de bienes y

servicios aumentó un 17,3% en 2021 y se espera que aumente un 7,3% en 2022. (Entreprises, 2022)

Precisamente gran parte de estos bienes son exportados por empresas privadas que los hacen llegar a lo largo y ancho del país, permitiendo el desarrollo del mercado mexicano además de propiciar la creación de empleos y fuentes de ingreso, entonces, sin la protección constitucional que recubre a las empresas. ¿Pudieran desarrollarse y funcionar de la misma manera?

Se busca establecer la importancia de los derechos humanos en la creación, crecimiento y sostenibilidad de las empresas dentro del país. Justificando así que los derechos humanos no solo abonan al desarrollo personal de las personas si no también al crecimiento de fuentes de ingreso.

Antecedentes

Significado de MIPyMES

La palabra MIPyMES es la conjugación de palabras empleadas para abarcar las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Por lo general se trata de empresas industriales, mercantiles o de algún otro rubro, contando como una de sus principales caracterizaciones que son empresas con un número pequeño de trabajadores y los recursos en cuanto a los que económicamente operan, son reducidos así como sujetos a los ingresos que genera.

Aunque dentro de esta denominación se podría entender que se refiere a las empresas con menor capital económico y humano, con actividades productivas no muy relevantes, lo cierto es que son parte esencial de la sociedad, sin las cuales las actividades desarrolladas dentro de la misma no funcionarían. Ello porque su importancia radica no en su aportación individual, si no es el conteo colectivo que nos hace ver la importancia que implican las micro, pequeñas y medianas empresas para la sostenibilidad de la sociedad. Tanto, que en América Latina:

La Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en América Latina juega un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye significativamente a la generación de empleo, de ingresos, erradicación de la pobreza y dinamiza la actividad productiva de las economías locales. Adicionalmente, representan una cuota importante en el tejido empresarial de los países; así en el istmo centroamericano se estima que la MIPYME representa más del 90% de la estructura empresarial de la región; si bien es cierto que los estudios difieren en la estimación de la contribución al Producto Interno Bruto, se estima que en promedio contribuyen con el 20% del PIB y que, en algunos casos, esta contribución llega a alcanzar el 50%. (Alvarez & Duran, 2009)

Como fuentes generadoras de ingreso, significan una base para la sostenibilidad de los países, ya que no solo implican un ingreso para los dueños o fundadores, sino también para los empleados que laboren ahí, contribuyen al desarrollo de la economía de la sociedad participando activamente en la oferta y demanda de bienes y servicios que es precisamente lo que mantiene en movimiento los activos de un país y que su economía no se estanque.

Un aspecto fundamental de las MIPyMES latinoamericanas es su heterogeneidad. En primer lugar, encontramos microempresas cuya gestación suele responder a necesidades individuales de autoempleo y que a menudo se encuentran en una situación de informalidad, que incluye bajos niveles de capital humano, dificultad para acceder a recursos financieros externos, escasa internacionalización y realización de actividades con bajos requerimientos técnicos. (Dini & Stumpo, 2020)

El desarrollo o creación de Micro, Pequeñas o Medianas empresas muchas veces no responde a una idea de enriquecimiento, sino a una necesidad de subsistencia, que orilla a muchas personas a buscar caminos alternos a empleos fijos remunerados, encontrando como opción la creación de negocios propios, en búsqueda de los recursos necesarios para subsistir. Múltiples son los casos en que la creación de una empresa es a raíz de las precariedades en que sus dueños vivían, sumada a su valentía y ganas de superación.

En el otro extremo, se encuentran las pymes de alto crecimiento, que se caracterizan por tener un comportamiento mucho más diná-

mico, tanto respecto de la facturación como de la creación de puestos de trabajo, y cuyo desempeño responde al aprovechamiento de oportunidades de mercado a través de una gestión empresarial eficiente e innovadora. (Dini & Stumpo, 2020)

También figuran aquellas empresas pensadas precisamente para la generación de recursos, se caracterizan por contar con inversiones constantemente para su desarrollo, teniendo una organización y un objetivo definido, buscando su crecimiento y extensión.

América Latina depende inmensamente de estas empresas, puesto que han sido la respuesta necesaria para cubrir las necesidades de millones de personas sin contar el hecho de que facilitan el acceso de bienes y servicios para la población en general.

Marco contextual

Importancia de las MiPyMES en México

La economía mexicana se ha mantenido en pie y desarrollándose gracias a las miles de empresas que existen dentro del territorio, son el medio de ingreso de millones de mexicanos que no cuentan con un empleo dentro de organismos gubernamentales y han encontrado dentro de las empresas, un medio de subsistencia que les permite allegarse de los recursos que les permiten subsistir. (Cruz, 2022)

Las MiPyMES constituyen la columna vertebral de la economía nacional por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción nacional. De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en México existen más de 4 millones de unidades empresariales, de las cuales 99.8% son MiPyMES y éstas generan 52% del PIB. Así, la contribución de las MiPyMES en la creación de empleos en nuestro país es significativamente mayor que en varios países alrededor del mundo. (Público, 2013)

Las MIPYMES por lo tanto son parte importante dentro de la mayoría de las economías del mundo, sin embargo, para la economía de México es indispensable su presencia y desarrollo, puesto que está se

compone en su mayoría por los movimientos económicos que estas generan además de la sostenibilidad que dan a miles de familias.

Sin embargo, aun a pesar de la notoria importancia de estas empresas dentro de la sociedad, enfrentan múltiples problemas para su creación, funcionamiento, mantenimiento y desarrollo sostenible. Debido a distintos factores, siendo uno de los más relevantes la crisis financiera presente en la mayoría de los países que provoca que la inversión necesaria para la creación de una empresa sea de mucho riesgo.

De esta forma, algunos de los retos que deben enfrentar las MIPYMES y que se presentan como debilidades en este tipo de organizaciones son: administración con visión de corto plazo, escasa atención al tema de calidad, deficiente tecnología de producción, bajo nivel de información, productividad insuficiente, escasas y costosas fuentes de financiamiento, recursos humanos poco calificados, estructuras organizativas inadecuadas y escasa atención a los mercados externos. (García, Bedoya, & Ríos, 2009)

Las empresas no implican solo el deseo de emprender, si no también requieren una planeación extensiva de su operatividad interna para poder desarrollar correctamente las actividades económicas o servicios que prestara, creando un equilibrio entre inversión y ganancia. Las MIPYMES son organizaciones que requieren de herramientas financieras integrales que las apoyen en su sostenimiento, desarrollo y crecimiento en el mercado. (García, Bedoya, & Ríos, 2009)

Análisis

Protección Constitucional de las MIPyMES en México

Actualmente, el entorno empresarial está marcado por la incertidumbre y el riesgo a causa de la competencia, la internacionalización de los mercados, la disminución de las barreras comerciales, el acceso a la información y los avances tecnológicos. Lo anterior ha provocado cambios importantes en la forma como las empresas gestionan. En estas condiciones, la gestión de las empresas se ha convertido en una

cuestión fundamental para su supervivencia, ya que las necesidades empresariales más inmediatas son adaptarse a los cambios permanentes a fin de lograr cada vez un mejor posicionamiento en los mercados y aprovechar las oportunidades para el logro del éxito. (Parra, 2014)

Para que una empresa pueda desarrollarse, necesita un entorno seguro donde las personas que depositen una inversión en un proyecto empresarial puedan tener la certeza y seguridad, que podrán establecerse y crecer sin riesgos externos como delincuencia o fraudes, donde se les dote de protección y que el crecimiento de la empresa dependa así únicamente del trabajo que se le dedique y la calidad del producto que se ofrezca.

En este sentido, México es un país de corte garantista que contiene una extensa normatividad que regula distintos aspectos de la sociedad, entre ellos el espectro de las empresas.

Por lo que, uno de los motivos principales de que existan tantas empresas dentro de territorio nacional es la protección constitucional con la que se dota a las personas desde la creación de las empresas, desarrollo e incluso en su cierre de operaciones.

Dicha protección, traducida en un derecho humano para los ciudadanos, se encuentra establecida en el artículo 5º primer párrafo de la Constitución Política de los Estados Mexicanos, que a la letra dice:

Artículo 5o. A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad sólo podrá vedarse por determinación judicial, cuando se ataquen los derechos de tercero, o por resolución gubernativa, dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial.

Se dota así a los mexicanos del derecho humano de poder dedicarse a la actividad que deseen dentro de la sociedad, en el caso específico de las empresas, se deja a elección de las personas si desean crear o no una empresa, dedicándose a ella el tiempo que desee.

Es de establecer que los derechos humanos tienen su base en 4 principios fundamentales que son tutelados también en la Constitución en su artículo 1º tercer párrafo:

Artículo 1º . Todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad. En consecuencia, el Estado deberá prevenir, investigar, sancionar y reparar las violaciones a los derechos humanos, en los términos que establezca la ley.

Con el principio de universalidad se establece y protege que los derechos humanos son aplicables para todas las personas por el hecho de ser humanos, sin excepción alguna, en el caso en particular a ninguna persona se le podrá negar el derecho a ser un empresario por ningún motivo, siempre y cuando la actividad a desarrollar sea lícita.

Los derechos serán progresivos puesto que “implica el gradual progreso para lograr su pleno cumplimiento, es decir, que para el cumplimiento de ciertos derechos se requiera la toma de medidas a corto, mediano y largo plazo, pero procediendo lo más expedita y eficazmente posible.” (Humanos, 2016)

En el caso de los principios de indivisibilidad e interdependencia van de la mano uno con otro, puesto que “son interdependientes, es decir están vinculados entre ellos y son indivisibles, que no pueden separarse o fragmentarse unos de otros”. (Humanos, 2016)

Aplicados al derecho humano a la industria, una vez que una persona hace uso de este derecho creando una empresa, otros derechos vienen vinculados, tales como libre autodeterminación, igualdad ante la ley, derecho de acceso a la justicia, libertad de asociación y reunión.

Pero a su vez adquiere obligaciones, no solo hacendarias, si no en el caso de que emplee a otras personas, tiene la obligación de proporcionarles un salario digno, un área de trabajo adecuada a la actividad a desempeñar, proporcionarles todas las herramientas necesarias para su encargo, un horario de trabajo conforme a la ley y múltiples cuestiones que figuran en otros ordenamientos tales como la Ley Federal del Trabajo.

Los derechos humanos protegen así a las personas en su animo de emprender.

Legislación como Base para la Protección de los Derechos en el Desarrollo de las MIPYMES

De la constitución emanan leyes que buscan regular aspectos necesarios para garantizar la aplicación de los derechos humanos en la sociedad, es decir, que sean una realidad y existan los medios para acceder a ellos y no solo se queden plasmados en un documento.

La ley entendida como un conjunto de normas emanadas de una autoridad legislativa expresa, en un texto escrito, una decisión política. Es por tanto el producto final de un proceso que tiene su origen en una demanda social y en el que se interrelacionan dos funciones básicas: la política y la técnica. (Grosso & Svetaz, 2001)

En base a esta necesidad, tenemos leyes que protegen el derecho a emprender, regulando diferentes aspectos de las mismas pero orientadas a determinar distintas áreas de aplicación, podemos encontrar así a la:

-Ley Federal de Competencia Económica, la cual tiene como objetivo garantizar una libre competencia de mercado en donde las empresas participen de forma libre y con verdaderas oportunidades de crecimiento y desarrollo, estableciendo en su artículo 2°

Artículo 2. Esta Ley tiene por objeto promover, proteger y garantizar la libre concurrencia y la competencia económica, así como prevenir, investigar, combatir, perseguir con eficacia, castigar severamente y eliminar los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones ilícitas, las barreras a la libre concurrencia y la competencia económica, y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados.

Establece la creación de la Comisión Federal de Competencia Económica, la cual está encargada de proteger el funcionamiento eficiente de los mercados en contra de cualquier practica que los dañe o entor-

pezca. Delimitando en su artículo 12 sus atribuciones, siendo una de las más relevantes la fracción I, estableciendo:

Artículo 12. La Comisión tendrá las siguientes atribuciones:

I. Garantizar la libre concurrencia y competencia económica; prevenir, investigar y combatir los monopolios, las prácticas monopólicas, las concentraciones y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados, e imponer las sanciones derivadas de dichas conductas, en los términos de esta Ley;

Protegiendo así el derecho al libre comercio:

Al aplicar la ley de competencia, la CFC asegura que los mercados funcionen de manera abierta y eficiente. Al promover la competencia en los mercados la CFC asegura que los consumidores puedan acceder a bienes y servicios obtenidos mediante procesos eficientes y que las empresas compitan con base en los méritos de su esfuerzo, conforme a reglas claras. La autoridad de competencia se aboca a revisar aquellas prácticas que afectan más a los consumidores. (Económica, 2018)

- *Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial*, se encarga de velar por los derechos de las empresas en el sentido de sus funciones materiales, en sus invenciones o actividades, en contra de aquellas prácticas que busquen dañarlos, como la reproducción ilegal conocida como piratería, en su artículo 2 se determina su objetivo:

Artículo 2.- Esta Ley tiene por objeto:

I.- Proteger la propiedad industrial mediante la regulación y otorgamiento de patentes de invención; registros de modelos de utilidad, diseños industriales, esquemas de trazado de circuitos integrados, marcas y avisos comerciales; publicación de nombres comerciales; declaración de protección de denominaciones de origen e indicaciones geográficas;

II.- Regular los secretos industriales;

III.- Prevenir los actos que atenten contra la propiedad industrial o que constituyan competencia desleal relacionada con la misma y establecer las sanciones y penas respecto de ellos;

IV.- Promover y fomentar la actividad inventiva de aplicación industrial, las mejoras técnicas, la creatividad para el diseño y la presentación de productos nuevos y útiles, y

V.- Promover la difusión de los conocimientos tecnológicos en el país.

-*Ley Federal del Trabajo*, que establece lineamientos para el desarrollo de la actividad obrero-patronal dentro de las empresas, en búsqueda del cumplimiento del derecho humano del trabajo digno y remunerado, en su artículo 2 nos habla de su objeto, estableciendo que:

Artículo 2o.- Las normas del trabajo tienden a conseguir el equilibrio entre los factores de la producción y la justicia social, así como propiciar el trabajo digno o decente en todas las relaciones laborales.

La producción no puede ser sinónimo de abusos o de simulación, las relaciones laborales deben ser reguladas estableciendo derechos y obligaciones para los trabajadores y patrones, estableciendo un equilibrio que permita cumplir con los mandatos constitucionales y se dote de una protección a todos los intervinientes del funcionamiento de una empresa, garantizando sus derechos, pero informándoles también de sus obligaciones.

Estas son algunas de las leyes más relevantes que garantizan lo establecido en el artículo 5° Constitucional, siempre en búsqueda se garantizar los derechos humanos para la MIPyMES como base para su creación, desarrollo y funcionamiento.

Programas de Apoyo Social

La protección no solo abarca el hecho de crear leyes orientadas a proteger la creación de las MIPyMES, sino también a generar programas llamados de apoyo social, enfocados a inyectar de recursos públicos (puesto que salen de los impuestos) a proyectos de creación de empresas o a empresas ya establecidas, para su desarrollo, ya que estas contribuyen, a como ya se estableció en líneas precedentes, a la economía del país, por la creación de empleos y su participación en el mercado.

Se creo así la Ley General de Desarrollo Social, la cual busca garantizar la aplicación de los derechos humanos para el desarrollo social:

Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés social y de observancia general en todo el territorio nacional, y tiene por objeto:

I. Garantizar el pleno ejercicio de los derechos sociales consagrados en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, asegurando el acceso de toda la población al desarrollo social;

Da la base para la creación de los distintos programas sociales para el apoyo de las MIPyMES existentes hoy en día, hablando específicamente de las empresas en sus artículos 19, fracción VIII y 35°.

Artículo 35. El Gobierno Federal y los gobiernos de las entidades federativas podrán aportar recursos como capital de riesgo para dar viabilidad a las empresas sociales y destinar recursos para apoyar a personas, familias y organizaciones sociales cuyo objeto sea el financiamiento de proyectos de desarrollo social.

Artículo 19. Son prioritarios y de interés público:

VIII. Los programas y fondos públicos destinados a la generación y conservación del empleo, a las actividades productivas sociales y a las empresas del sector social de la economía, y.

Estas son las bases legales de los apoyos sociales en México, pero enfocados a las empresas se cuenta con múltiples ejemplos de programas con este enfoque de contribución al crecimiento y fortalecimiento del sector empresarial del país, para aquellos que lo requiera, tal como el programa de Crédito a la Palabra:

que fue con el propósito de contribuir a la permanencia de las microempresas familiares ante la crisis económica derivada de la emergencia sanitaria asociada al virus COVID-19 y para salvaguardar la actividad económica de los micro y pequeños negocios el Gobierno de México otorga un Crédito a la Palabra de 25 mil pesos por negocio, a pagar en tres años, incluidos tres meses

de gracia. Es decir, en caso de obtenerlo, pagaría 824 pesos en 33 abonos. (Bienestar, 2020)

Este programa es implementado por el gobierno actual, buscando dar un impulso a las MIPYMES en base a la inyección de capital que permitiera a las empresas empezar a generar recursos y con esos mismos ir saldando el préstamo.

Es esencia, un programa con un corte humanista con mucha confianza en las personas, pero también es cierto, que es necesario un control sobre la distribución de estos recursos así como un estudio exhaustivo acerca de la efectividad en el objetivo de los mismos.

Porque un programa social que no cumple tan si quiera con una parte de su cometido, es solo un generador de gasto para los recursos públicos, puesto que no tienen efectividad y en su lugar podrían emplearse en otros programas o en otras áreas de la administración pública.

Conclusión

Las leyes siempre van enfocadas a una necesidad social, que debe ser regulada y protegida de manera que la idealización de un derecho pueda ser aplicado en la realidad.

Las MIPYMES son una necesidad social, puesto que actualmente la economía depende en gran parte de los movimientos económicos que estas generan y que, si dejaran de existir, muchas economías caerían drásticamente dañando el entorno social de la mayoría de los países, entre los cuales México no es una excepción.

Por lo tanto, la protección a los derechos inherentes a las empresas, empresarios y trabajadores debe ser una necesidad de todo derecho interno de los países, ello para garantizar así un entorno seguro donde las empresas puedan crearse.

México tiene leyes que regulan precisamente lo anterior, sin embargo, como la mayoría de las problemáticas dentro del país, no nacen de la falta de regulación legal, si no de la incapacidad para hacer cumplir la ley.

Es bien sabido que México cuenta una normatividad extensa, pero en la realidad, son múltiples las violaciones que se cometen sobre estas disposiciones y que sin embargo quedan impunes. Transgresiones cometidas por particulares e incluso por las propias autoridades.

Es necesario un estudio a fondo de las deficiencias en la aplicación de las leyes, ya que si aun a pesar de las problemáticas sociales que enfrenta México en la aplicación de las mismas, las MIPyMES se han desarrollado grandemente, pasando a formar un pilar esencial en la economía nacional, si la normatividad se observara de forma correcta, cumpliéndolas a cabalidad, se lograría mejorar la economía logrando que estas “Pequeñas” empresas pasen a ser “Grandes” que contribuyan aún más a la economía y al mercado económico de la sociedad mexicana.

Referencias

- Alvarez, M., & Duran, J. E. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*. San Salvador: Cooperación Técnica Alemana. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2022/1/Manual_Micro_Pequenha_Mediana_Empresa_es.pdf
- Bienestar, S. d. (30 de 04 de 2020). *Gobierno de México*. Obtenido de <https://www.gob.mx/bienestar/acciones-y-programas/creditos-a-la-palabra-241368>
- Cruz, L. P. (2022). *Importancia e Influencia de los Derechos Humanos para la creación de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) [Ponencia]*. Memoria del 12º. Congreso Internacional de Investigación en MIPyMES y Empresas Familiares “Retos y Perspectivas en tiempos de COVID-19”. Mesa No. 3 Políticas Públicas para el Desarrollo de MIPyMES. Universidad Autónoma de Chiapas. Obtenido de <https://www.congresointernacional.ceune.unach.mx/>
- Dini, M., & Stumpo, G. (2020). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Santiago: Documentos de Proyectos. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf

- ECONÓMICA, C. F. (2018). *La Competencia Económica*. Cofece. Obtenido de <https://www.cofece.mx/wp-content/uploads/2018/05/1lacompetenciaeconom.pdf>
- Entreprises, E. (03 de 2022). *Santander/Trade Markets*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/mexico/cifras-comercio-exterior>
- García, J. A., Bedoya, L. J., & Ríos, C. E. (2009). Modelo de gestión financiera integral para MIPYMES en Colombia. *Contaduría Universidad de Antioquia*(55), 187-201. Obtenido de https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/4917/1/CorreaJ_2009_ModeloGesti%c3%b3nFinanciera.pdf
- Grosso, B. M., & Svetaz, M. A. (2001). TECNICA LEGISLATIVA: MARCO TEORICO. En *La Técnica legislativa en Centroamérica y República Dominicana*. San Jose, Costa Rica : Corte Interamericana de Derechos Humanos. Obtenido de <https://www.corteidh.or.cr/tablas/a13086.pdf>
- Humanos, C. N. (2016). *Los principios de Universalidad, Interdependencia, Indivisibilidad y Progresividad de los Derechos Humanos*. Ciudad de México: Comisión Nacional de los Derechos Humanos. Obtenido de <https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/cartillas/2015-2016/34-Principios-universalidad.pdf>
- Parra, L. I. (2014). Los sistemas de control interno en las Mipymes y su impacto en la efectividad empresarial. *En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*(2). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5518/551856273008.pdf>
- Público, S. d. (2013). *Informe Semanal del Vocero del 13 al 17 de mayo de 2013*. Secretaria de Hacienda y Crédito Público. Obtenido de <https://www.gob.mx/shcp/documentos/informe-semanal-del-vocero-del-13-al-17-de-mayo-de-2013>

Comercio informal en la población de estudiantes universitarios: una consecuencia de la pandemia del Covid-19

DRA. MARGARITA, RODRÍGUEZ-FALCÓN¹

Resumen

Dar cuenta de la realidad social en el México pospandemia Covid_19, entraña muchos escenarios entre los que median la pobreza, el género, la desigualdad social, el mercado laboral, el gasto social, la economía y muchas circunstancias que inciden directamente en la sociedad.

Para efectos de este capítulo, nuestro objetivo es dar cuenta a nivel teórico y con base en la observación directa de cómo el comercio informal se está visibilizando en los contextos universitarios, específicamente, hablaremos de la División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades (DACSYH), de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

La situación económica que viven los estudiantes universitarios da cuenta de las condiciones monetarias y laborales de sus padres, que a consecuencia de la pandemia perdieron sus empleos o bien, se subemplearon o tienen un empleo a tiempo parcial o ejercen la economía informal. Cualquiera de las situaciones mencionadas conlleva un efecto cascada hacia el interior de las familias, específicamente en los jóvenes universitarios quienes ante la escasa solvencia de sus progenitores tienen que implementar estrategias para solventar los diver-

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. E_mail ghv1299@hotmailcom. Mexicana

esos gastos que conlleva la vida universitaria: transporte, alimentación, copias, compra de libros, alimentación, alquiler de cuartos, departamentos... De ahí la importancia de visibilizar esta situación derivada de los problemas que sigue heredando la pandemia. El resultado y/o conclusión da cuenta de que la economía mundial, nacional y local están colapsadas y sus efectos han obligado a implementar estrategias de sobrevivencia como la de este trabajo.

Palabras Clave: Economía informal, Estudiantes, Universidad

Las familias y su acceso a la liquidez

Los temas económicos son siempre delicados y difíciles de abordar, toda vez que las decisiones que se tomen ya sean en materia de empleo, deuda interna, externa, programas sociales, salario mínimo, economía formal, informal, la inflación, devaluación, comercio interno entre otros cientos de temas están directamente relacionados con la población. Se preguntarán ¿de qué manera? Pues bien, la incertidumbre económica del país afecta a cada uno de los hogares a lo largo y ancho de la República Mexicana, y su efecto se deja sentir, en el empleo, la falta de liquidez de las familias, en el alza de los precios de la canasta básica, producto de la inflación que lo que va del año ha llegado hasta el 6% o más.

Si a lo antes referido le sumamos que estamos intentando salir de la pandemia del COVID_19 que encerró a los más de 130 millones de mexicanos, paralizando la economía del país. Economía que como somos testigos no se ha podido restablecer en su totalidad y aún los estragos perviven y continúan lacerando las finanzas de las familias principalmente de la clase media y baja.

Así, la pobreza se ha ensanchado aún más desde la pandemia y las estrategias de supervivencia son cada vez más inverosímiles, sobre-humanas y hasta asombrosas. Podemos considerar a esta pandemia, además, como un área de oportunidad donde los seres humanos se han probado que con dificultades de toda índole y a que, a pesar de ser

vulnerables, pero a su vez resilientes se cuenta con un gran ejército de reserva que espera una oportunidad para sumarse a la Población Económicamente Activa del país, a través de un empleo formal. Pero, como sabemos uno de los grandes problemas del país es justamente el empleo formal, y es del conocimiento general que un sector de la población ha tenido que recurrir a la informalidad para sobrevivir.

Describir la economía informal, subterránea, mercado informal y demás nombres con los que se le conoce, equivale a decir, por un lado, que se está trabajando al margen de la ley, pero por otro y en términos de sobrevivencia, es una estrategia que desde hace más de 70 años la población pone en práctica para subsistir ante la ola de desempleos. El mercado informal representa un desafío y si se quisiera justificar a una u otra, en este artículo y bajo una perspectiva humanista, nos decantamos por aceptar dicha estrategia y se señalaría y apuntaría al gobierno ante su falta de capacidad para atraer y/o generar inversiones que resulten en empleos. Pero se exhorta a quienes trabajan en la informalidad que procuren trasladarse al mercado de la formalidad, pues se tiene una gran pérdida en la recaudación fiscal, el personal carece de las prestaciones y de todo tipo de protección que marca la ley.

Pese a las estrategias del mercado informal y /o contar con un empleo formal el rendimiento del ingreso de las familias se ha reducido ante el incremento en los precios de la canasta básica, el desabasto de algunos productos, más la inflación ha resultado en una disminución del poder adquisitivo de las familias, la cuales se encuentran integradas no solo de papá y mamá, sino de hijos, quienes tienen que organizarse alrededor del ingreso que percibe el páter familia si es que la madre no trabaja o si esta se ve compelida a trabajar, la reorganización en lo tocante a la parte económica se da en términos de cooperación, esto es compartir gastos familiares o bien, si ésta siempre ha sido parte de la esfera pública como empleada sucede el mismo arreglo familiar.

Lo antes expuesto implica además de la reducción de gastos, que el presupuesto que se les asigna a los hijos, en el caso que nos ocupa nos referimos a los universitarios, les sea disminuido, tal como iremos deshilvanando en los siguientes apartados.

Estado del Arte

La desigualdad social siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, si miramos en retrospectiva y en términos económicos, encontraremos que en casi todas las etapas del desarrollo económico han existido en términos de Marx los dueños de los medios de producción y lo que venden su fuerza de trabajo para recibir a cambio un pago. Como lectores de Marx podemos inferir que a partir de su análisis en torno a los ciclos económicos y de producción aún en este siglo XXI éstos nos van dando la pauta para descubrir, desenvolver, revelar un nuevo orden socioeconómico.

Marx es un referente obligado para entender cómo la sociedad capitalista se incubó, pero desde luego, esto acarreó grandes cambios en el orden y la estructura social de aquella época que hasta hoy continúa. Ciertamente es que Marx nos dejó una gran herencia que transformó el mundo social, y todo lo que en este existe. En términos de relaciones económicas, este economista visibilizó la relación del sistema económico con los medios de producción, la fuerza productiva y en aquella época el incipiente sistema capitalista. Recordemos que el pensamiento marxista es a fin a la teoría del estructuralismo cuya base es el materialismo dialéctico y dentro de este su interés era entender no sólo las estructuras del capitalismo sino el trabajo de las personas.

Consideramos importante traer a este espacio a Hegel y Feuerbach teóricos que ejercieron una importante influencia sobre Marx. Éste aprovechó para su teoría, del primero — Hegel — la dialéctica y el materialismo de Feuerbach, y así tener los elementos para dar cuenta del materialismo dialéctico, el cual le permitiría explicar todo el cambio que se había gestado a través de la historia y tratar de entender todas esas novedades en los procesos de producción, de los cuales emergerán nuevas relaciones sociales entre los dueños del capital y la recién nombrada clase trabajadora.

Aclaramos que no pretendemos criticar mucho, menos señalar fortalezas y debilidades de la teoría económica de Marx, porque lo que aquí intentamos es situar, utilizar todos esos insumos teóricos. Queremos entender como el dinero, el trabajo, la ganancia entre otros, son relevantes en un entorno familiar y más, en esta nueva economía mundial, escribimos nueva, toda vez que tras esta pandemia del COVID-19,

emergieron novedosas maneras de mover la economía del país, de la sociedad y desde luego de las familias.

Los medios de producción en manos principalmente de la llamada elite capitalista y arropada por el Estado son los que mueven todo el andamiaje económico mundial en esta sociedad contemporánea. Así, convertidos en grandes monopolios pueden disponer, estructurar, plantear las condiciones de trabajo marcando nuevas pautas de relaciones laborales y por ende de producción. Estos grandes consorcios mueven mercancías, dinero, inversiones, generan ganancia, se apropián del excedente y/o plusvalía del trabajador.

Este ciclo presentado nos da una idea de cómo funciona la economía en un sistema capitalista como en el que se está inmerso desde hace más de tres siglos aproximadamente; y es en este sistema dónde está inmersa la sociedad y los miembros de esta. Para comprender mejor el tema acudimos a la sociología porque en este campo del saber se enseña que la sociedad está en constante movimiento y que todo en ella lo está y además explica cómo las relaciones entre las personas son complejas, heterogéneas y están cruzadas por la raza, religión, clase social, cultura, etcétera.

Somos una sociedad dinámica como señaló Émile Durkheim, y como tal, no es posible mantenerse al margen de ningún cambio, en particular el que nos compete en este momento: el económico. Es así que empleando un concepto durkheimiano estos cambios se manifiestan y/o hacen presente como un hecho social, es decir, como algo externo al ser humano. Desde luego, y como refería Marx, estos cambios no se presentan de manera natural, sino que en estos confluye un sinfín de contextos que modifican y transforman a todas las sociedades. En consecuencia, en los umbrales de este siglo XXI la pandemia del COVID_19 ha redefinido no solo a la sociedad, sino a la estructura económica mundial.

Vivir bajo un sistema capitalista nos fácil, como la misma historia ha dado cuenta, pues este sistema socioeconómico imprime a la sociedad pautas de vida que son hoy por hoy difíciles de lograr, y en el caso de las economías familiares, acumular capital es quizás una utopía y más para la clase media baja. Creemos que poseer una propiedad para las nuevas generaciones puede más difícil y les puede tomar más tiempo.

Adquirir bienes y servicios se está convirtiendo en una odisea para las familias de la clase media, media baja o baja, y pensar en una inversión para estas clases sociales puede ser quizás posible dentro de las llamadas economías informales. La afirmación anterior respecto de la informalidad se da sobre la base de que: a) Al no contar con un excedente económico, el poco capital que poseen lo ocupan para invertir en un negocio que no requiera de mucha inversión y, b) Invertir en un negocio formal requiere de más capital y de tiempo por la tramitología que deben realizar para cumplir con todo lo que implica iniciar un negocio en la formalidad. Es por ello por lo que precisa que el estado intervenga en dos sentidos para este caso: aligerar la regulación de los comercios informales y que este sea con un costo simbólico dada la precariedad de muchos de estos negocios familiares y más urge el control de las economías de todos los países pues sus efectos se dejan sentir de todos los ámbitos de la vida de las personas.

Este siglo XXI, y pese a la intervención de estado el orden económico mundial continua inestable, resintiéndose los efectos en los distintos ámbitos de la vida de un país y de la población en general. Al desacelerarse el desarrollo económico, todo tiende a enrarecerse y quizás en esta pandemia el resultado llevó a paralizar muchas de las economías de los países del primer mundo tal como queda de manifiesto a continuación.

Durante apenas diez meses, la economía global se contrajo más de un 4%; muchos países desarrollados sufrieron su peor recesión en décadas y según datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), más de 114 millones de puestos de trabajo fueron destruidos a lo largo y ancho del mundo. Cuarentenas, toques de queda y restricciones de todo tipo llevaron al cierre indefinido de miles de empresas. Las bolsas colapsaron y registraron las caídas más estrepitosas de su historia. Parecía que el mundo se venía abajo. Un apocalipsis en toda regla. (Gómez, 08,23:2021)

Estamos frente a un cambio y ante una nueva cultura de trabajo, de comercio, de consumidores, la pandemia además de generar un caos económico y visibilizar la falta de estrategias y respuestas inmediatas ante una situación atípica como la ya referida, empuja a las llamadas econo-

mías fuertes de países como Estado Unidos, Japón, China, Alemania entre otras, a visibilizar y optimizar las medidas emergentes empleadas en pandemia y el resultado se está construyendo y empezando a consolidarse en términos de negocios, de empleo, de comercio.

Hoy estamos ante una cultura digital que ha devenido en la formación de un nuevo consumidor, de un empleado diferente que desde su hogar puede realizar su trabajo, el llamado room office. Esta herencia postpandemia también ha implicado que hoy todo ya este sistematizado, el uso del papel ya está siendo parte del pasado. Hoy lo presencial puede ser sustituido por lo no presencial.

La potenciación de la tecnología es uno de los resultados de esta pandemia que aún se vive, pero ahora bajo otros matices menos catastróficos, y consintió que estemos viviendo la transformación digital en muchos aspectos de la vida de un país, de la sociedad y por ende de las familias.

Este es sólo un ejemplo de la transformación digital que se proyecta para la próxima década. “La transformación digital está permeando no solo las estrategias de negocios, sino también la de los gobiernos, a medida que la democratización de la tecnología permite a más personas acceder a ella”, dicen en EY. Explican que la productividad impulsada por la tecnología y el foco en innovación serán las principales tendencias que marcarán las industrias en los próximos años. (LT_PULSO, 06,11:2021)

Aclaramos que estos cambios si bien ya se están gestando y conformando una cultural digital, aún conlleva su adaptación integral o llamémosle su naturalización, así, el mundo se sigue moviendo entre lo digital y lo presencial. Digitalizar a los más de ocho mil millones de personas en el mundo no es una tarea fácil, pero que ya está haciéndose.

Tampoco ha sido fácil para el mundo resistir los embates de un virus desconocido y aunque su respuesta fue un poco tardía se está logrando mitigarlo y también se está construyendo un nuevo orden social. Pero pese a estos cambios, las sociedades siguen arrastrando las consecuencias de esta pandemia, dejándose sentir en las economías mundiales y por ende familiares.

En virtud del escenario anterior la liquidez en los micronegocios, en las familias se vieron seriamente comprometidos. En el caso de muchas empresas, hubo que bajar sus cortinas y despedir a sus empleados, así, el círculo se fue cerrando a niveles alarmantes, pues el desempleo reinó y sigue reinando en esta sociedad contemporánea

A la atmósfera postcovid-19 habríamos de considerar los efectos de la guerra entre Rusia y Ucrania, que de manera indirecta afecta a las diferentes economías mundiales, pero más allá de ello, son los millones de personas afectadas por el cruce de fuego entre ambos países, escenario que, sin ser economistas o expertos en temas de política, comercio, finanzas, mercadotecnia y demás, afecta y lentifica la recuperación económica de los países. Pero además de esto, hoy en muchos países y México no es la excepción, se vive una inflación histórica, que, entre otros efectos, visibiliza aún más las desigualdades sociales y por ende la pobreza, la falta de poder adquisitivo, de empleo etcétera

Ajustes, estrategias, alternativas e informalidad y más, son palabras recurrentes hacia el interior de las familias, de los micronegocios en muchos países, puesto que ahora no sólo se lidia con la postpandemia, sino con una guerra, que, en el caso de México, pareciese estar muy lejos de alcanzarlo, pero que, sin embargo, en términos de comercio, léase importación, exportaciones si ha tenido algún efecto colateral.

Los retos que se están viviendo y los venideros, son justamente eso, desafíos que los gobiernos y las sociedades tendrán que afrontar para remontarlos, por ello hablamos de estrategias en todos los niveles. Las estructuras económicas se tendrán que repensar y potenciar lo local para mover las economías desde dentro y empezar a tejer un mundo diferente al de antes de la pandemia.

Las decisiones que se tienen que tomar no son nada fáciles, pero deben centrarse en construir un mejor mundo y por ende un futuro donde se reaccione rápidamente ante pandemias, crisis de todo tipo y desde luego, evitar en lo posible las guerreras entre países.

Se tiene por delante tres tareas difíciles de resolver: Frenar la crisis sanitaria provocada por el Covid-19, la debacle económica mundial y la guerra entre Ucrania y Rusia. Resolver estas tres tareas a nivel mundial equivale a solucionar los problemas de la población mundial y por ende de los gobiernos. La solución recae en los líderes de las potencias

mundiales y los países satélites de estas potencias. Aquí se requiere que los líderes mundiales remonten sus diferencias ideológicas, políticas y coloquen en primer término el bienestar de la humanidad la cual se encuentra inmersa en la pobreza económica, alimentaria, académica, también se citan el endeudamiento de países y familias, todos asfixiados por el rumbo o más bien el poco control que se tiene sobre los temas acuciantes y que inciden directamente en el bienestar de los países y como ya hemos reiterado en diferentes momentos del texto de las familias, tal como veremos a continuación

Las familias y su acceso a la liquidez

Si abordar los temas económicos son difíciles, porque conllevan muchas bifurcaciones y en todas ellas las decisiones que se tomen inciden en la salud de un país y de sus habitantes, entonces cuando se tienen que indagar sobre seres humanos y su relación con su entorno, la tarea se hace más difícil, compleja, pero se tiene que realizar y más importante de manera objetiva, tal como pretendemos en este apartado.

En primer lugar, habremos de dar cuenta que debemos entender por familia y posteriormente tenemos que encontrar el hilo conductor para relacionarlas con los entornos económicos y todo lo que este implica en la vida familiar. Revisemos a continuación una propuesta del concepto:

La familia como red social primaria es esencial en cualquier etapa de la vida; es el primer recurso y el último refugio en la vida del hombre. Ella como grupo de intermediación entre el individuo y la sociedad, constituye un determinante importante no solo para realizar una investigación de familia o de orientación familiar, sino para cualquier análisis de edad.

La familia como objeto de investigación, no es una categoría abstracta sino histórica, su vida y sus formas están condicionadas por el régimen económico social imperante y por el carácter de las relaciones sociales en su conjunto...

Es imprescindible, por tanto, para las organizaciones sociales en su conjunto, reconocer que todo lo que sucede en la familia

repercute a un nivel más amplio, trasciende su ambiente particular para influir en la sociedad en su conjunto (Fernández, mayo, 2012)

Es de todos repetir que la familia es la célula básica de la sociedad o bien, se subraya constantemente que la familia es la institución más importante de la sociedad; ambas connotaciones hablan de este grupo familiar integrado por lazos consanguíneos, que como refiere Fernández (2012) se inician desde el matrimonio y posteriormente con los hijos, es consagrada como una institución de y para la sociedad.

Decimos de y para la sociedad porque esta institución es quien da sentido a los gobiernos de cada territorio y ellos deben actuar en pro de la población, pues está en un acto de democracia a través del voto, elige quien tomara las mejores decisiones para el buen funcionamiento y progreso de la sociedad. El trabajo delegado al estado por el pueblo, nos traslada al libro de Federico Engels, titulado: El origen de la familia la propiedad privada y el estado, donde se da cuenta de la evolución de ésta en los diferentes períodos históricos —comunidad primitiva, esclavismo, edad media, feudalismo— hasta llegar a visualizar a la familia inmersa en una estructura social basada en un sistema capitalista, donde como ya referíamos la propiedad privada y los medios de producción son parte del engranaje que mueve a la sociedad desde el siglo XVIII y donde el estado surge como un interlocutor entre los dueños de los medios de producción y la de los trabajadores, para que estos últimos no sean explotados, pero paradójicamente siempre de parte de clase explotadora. En este libro también se hace alusión a la división social del trabajo, a la propiedad privada, las clases sociales, mercancías etcétera. Nos interesa dar cuenta de estos ejes mencionados porque, la familia es una institución como que está inmersa en un círculo económico donde cada miembro de ésta requiere vender su fuerza de trabajo para así cumplir con uno de los ciclos básicos de la vida: la alimentación, y posteriormente tendrá que cubrir el resto de sus necesidades.

Consideramos que las familias son parte innegable de los ciclos económicos, —expansión, auge, recesión, depresión— pues hoy todas las familias viven un momento de contracción económica, dada la volatilidad de las variables macroeconómicas referidas: desempleo,

inflación además del índice de precios al consumidor, el producto interno bruto. El mundo se encuentra en una burbuja de inestabilidad económica por los temas de guerra, pandemia, desencadenando una inflación histórica que como ya referíamos afecta a todas las familias en el mundo.

La contracción económica que se vive en este 2022 reduce aún más el poder adquisitivo de los que menos tienen.

La pérdida de ingresos a causa de la situación económica del país, así como la elevada inflación ha causado empobrecimiento en las familias mexicanas, pues 85 por ciento de los pequeños comerciantes del país reportan que sus clientes no cuentan con el dinero suficiente para adquirir una canasta básica.

De acuerdo con la encuesta “Hábitos de consumo”, levantada por la Asociación Mexicana de Pequeños Comerciantes (Anpec), los propietarios reportan que las familias han reducido su consumo; adquiere alimentos sin marca; compra diario, por pieza y sólo lo esencial, además de que ha aumentado el número de personas que piden fiado. (Carbajal, 2021: pags.5,11)

La precariedad económica se ensancho más derivado de esta pandemia, cuyos efectos aún se sienten y viven, y tal como lo describe Carbajal en el estudio citado. Hoy las familias han implementado estrategias como reducir su consumo, esto es comprando menos, gastar menos energía eléctrica, planificar mejor sus traslados, reutilizar los materiales escolares etcétera, esto, porque ahora vivir el día a día les resulta más difícil. Así, al consumir las familias en menos proporción, ello incide en una disminución del circulante y, por ende, las empresas, comercios, tiendas de conveniencias, mercados y demás ven reducidas sus ventas y ellos también tienen que modificar y replantear sus estrategias de ventas e incluso reducir a su personal o las horas que estos laboran.

Existen muchos más efectos derivados de lenta recuperación de las economías mundiales, pero enfatizamos a) la pobreza, b) la pobreza alimentaria la cual va ganando terreno entre la población, c) la delincuencia también va ocupando más espacio, d) el desempleo alcanza cifras impensables. Pese a la inyección de capital de los gobiernos a la

economía, la espiral inflacionaria sigue sin dar mucha tregua a las familias, y el precio de los productos y servicios están fuera del alcance de un sector importante de la población

El inyectar capital a las pequeñas y medias empresas ha sido parte de la estrategia de los gobiernos, además de las ayudas a los adultos mayores, las becas para los estudiantes estrategias que han servido para paliar la crisis e incidir de esta manera a reactivar la economía.

Por otro lado, tenemos que los sueldos y salarios de la clase trabajadora se reduce en comparación a la escalada de precios de la canasta básica y del incremento de los servicios a los cuales no se puede renunciar: agua, luz, gas. Aún y cuando durante el gobierno del Lic. Andrés Manuel López Obrador se han dado incrementos sustanciales al salario mínimo², sigue sin poder cubrir todas las necesidades de la población.

El panorama actual de la crisis económica en México ha condicionado el rol de cada uno de los miembros de las familias mexicanas. Hoy la sociedad mexicana vive una doble o triple realidad, por un lado, se sigue lidiando con el COVID-19 y sus variantes, por el otro, el desempleo y la crisis económica que permea todos los sectores de la población y de la economía del país.

Así, atendiendo a todo lo expuesto con antelación, una tarea prioritaria en este artículo es encontrar una respuesta a la pregunta ¿Cómo el comercio informal es la respuesta de los universitarios ante la crisis económica que viven en sus hogares consecuencia de la pandemia del covid-19? Para tal efecto, propusimos atender el objetivo de cómo el comercio informal se está visibilizando en los contextos universitarios, específicamente, hablaremos de la División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades (DACSYPH), de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. A continuación, iniciaremos este recorrido desde la economía informal.

² El nuevo salario mínimo diario de **\$172.87 MXP (aproximadamente \$8.06 USD)** para el país y de **\$260.34 MXN (aproximadamente \$12.14 USD)** para la ZFLN será aplicable a partir del 1 de enero de 2022. [https://ogletree.mx/publicaciones/mexico-aprueba-incremento-al-salario-minimo-para-2022/#:~:text=En%20adición%20al%20MIR%2C%20la,%2412.14%20USD\)%20para%20la%20ZFLN](https://ogletree.mx/publicaciones/mexico-aprueba-incremento-al-salario-minimo-para-2022/#:~:text=En%20adición%20al%20MIR%2C%20la,%2412.14%20USD)%20para%20la%20ZFLN).

Economía Informal en los estudiantes universitarios

Tal como apuntábamos en líneas anteriores, este análisis fue construido a partir del estructural funcionalismo y retomando algunas de las posturas de Marx. Lo anterior debido a que en los inicios del siglo XXI, la sociedad, el mundo empresarial y la población trabajadora debieran entender que debe mediar el equilibrio en todo y desde luego, en las relaciones entre el patrón y la clase trabajadora, para que no exista, ni explotados ni explotadores.

En este siglo que aún inicia, el reto es remontar esta lucha en el mundo laboral que aún pervive, y que paradójicamente está más que presente, por ende, no hay tal liberación de la clase trabajadora, toda vez que siguen siendo explotados, pese a las diversas leyes como la Ley Federal del Trabajador, la misma Declaración Universal de los Derechos Humanos y sobre éstas la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM)

Vivimos en un mundo desbocado como refiere Anthony Giddens (2002), donde la ideología que permea es ganar-ganar aún a costa del bienestar de la mayoría. Entonces, la lucha de clases de la que hablaron Marx y Engels sigue estando presente en el gremio de los trabajadores. A través de los ojos de Marx podemos visibilizar lo que viven hoy en plena crisis mundial la clase trabajadora, la cual se ha visto compelida a trabajar en condiciones de explotación y muchos al margen de la ley.

Antes estas realidades descritas, la economía informal ha ganado grandes espacios entre las familias mexicanas. El trabajador informal lo solemos localizar en cualquier punto de las ciudades, bien sea vendiendo relojes, gorras, tacos de canasta, hotdog, bolsas, cinturones, pastelitos y muchos productos más, algunos más tienen un pequeño establecimiento donde ofertan sus productos; algunos más reparten comida en motos otros se dedican a reciclar las latas, botellas de plástico... la lista sería demasiado extensa.

Quizás hasta aquí podamos tener una idea de lo que implica la economía informal, pero para una mayor claridad aquí compartimos una definición:

El concepto de economía informal nació en el tercer mundo, como resultado de una serie de estudios sobre el mercado labo-

ral urbano en África. Keith Hart (1990, pág. 158), el antropólogo económico que acuñó el término, la consideró como una forma de expresar “la brecha entre mi experiencia en esa región y todo lo que había aprendido hasta ese momento en Inglaterra”. “

... esta caracterización dinámica del sector informal terminó desdibujándose a medida que el concepto se fue institucionalizando en la burocracia de la OIT, que redefinió la informalidad y la convirtió en sinónimo de pobreza. Se consideró que la economía informal era una “modalidad urbana” caracterizada por: 1) la exigüidad de los obstáculos al ingreso, en lo que se refiere a las aptitudes, el capital y la organización; 2) la propiedad familiar de las empresas; 3) lo reducido de la escala de operaciones; 4) el empleo de métodos de producción de gran densidad de mano de obra y de tecnologías anticuadas; y 5) la existencia de mercados no regulados y competitivos (Sethuraman, 1981; Klein y Tokman, 1988). (Portes y Haller: 2004, págs. 9-10)

Estos acercamientos compartidos, nos anclan en los países del tercer mundo y nos hacen reparar en la pobreza, en las empresas familiares, en una exigua producción y casi nula tecnología y desde luego, hacen alusión a un mercado no regulado. Una definición con estos elementos nos dice que:

La economía informal constituye el conjunto diversificado de actividades económicas, empresas y trabajadores no regulados o protegidos por el estado. Originalmente, el concepto se utilizaba para hacer referencia al empleo autónomo en pequeñas empresas no registradas. El concepto se ha ampliado para incluir también al empleo asalariado en trabajos no protegidos. (WIEGO, S/f)

Una definición más nos aclara que:

En el 2002 la OIT define a la economía informal como “todas las actividades que, en la legislación o la práctica, no recaen en el ámbito de mecanismos formales o estos son insuficientes” (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2003, p. 5).

El común en estas acepciones es trabajo no protegido, actividades al margen de las legislaciones y contribuciones fiscales, no se mencionan las prestaciones por ley, ni mucho menos se habla de la seguridad laboral, lo que, si nos queda claro, es que suelen ser pequeñas empresas que surgen ante la emergencia por hacerse de un ingreso y que generalmente son negocios familiares donde los hijos y hasta las esposas trabajan sin percibir algún tipo de ingreso.

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el empleo informal representa entre 50% y 75% del empleo en sectores no agrícolas en los países en desarrollo. No obstante, el empleo informal no solo causa grandes pérdidas a la economía de un país en materia tributaria, sino que también perjudica a todas aquellas personas que se ven obligadas a aceptar empleos informales, donde sus derechos laborales no son respetados³.

Nos damos cuenta de que la economía informal representa una alternativa que contribuye a disminuir la tasa de desempleo, incentiva y mueve a la economía, pero, por otro lado, representa una competencia desleal, no pagan al fisco sus impuestos y no se contabiliza en el Producto Nacional Bruto del país etcétera.

Esta economía a la sombra, gris o informal como se desee identificar, si bien, está al margen de cualquier marco legal, contribuye a generar empleos, aunque como ya dijimos, estos no sean estables, con prestaciones y/o cualquier otro beneficio que por ley corresponda. Una ventaja de esta economía es que no se requiere en muchas de las veces ser cualificados y, sin embargo, como todo trabajo, se adquiere experiencia útil para cuando se emplee en la formalidad. Advertimos que muchos de los universitarios se emplean en estas economías informales por la flexibilidad de horarios, situación que les permite continuar con sus estudios y a su vez, como ya referíamos, adquieren habilidades y experiencia necesarias en los trabajos formales.

Muchas de las políticas en los empleos formales insisten en seguir requiriendo experiencia en los puestos que ofertan, y para un estu-

³ Empleo informal". En: *Significados.com*. Disponible en: <https://www.significados.com/empleo-informal/> Consultado: 11 de agosto de 2022, 06:59 pm.

diante que recién egresa de las aulas puede no cumplir mucha de las veces este requisito situación que los puede empujar a realizar algún trabajo en la informalidad.

Las habilidades, destrezas y preparación con las que egresan los jóvenes universitarios en México dificultan su ingreso al mundo laboral, ya que casi el 50% de ellos trabaja en un empleo que no requiere estudios universitarios, señaló el secretario general de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), José Ángel Gurría Treviño.

Además del “grado importante” de frustración que presentan tanto de los jóvenes recién graduados como los empleadores, el titular del organismo internacional indicó que más de 1 de cada 4 universitarios se emplea en la economía informal, lo cual es “paradójico”, ya que más de la mitad de las empresas refirió dificultades para cubrir sus vacantes. (Ordaz, 10/01: 2020)

Con el fin de explicar cómo los estudiantes universitarios ejercen el comercio informal en sus espacios académicos, procedimos como ya se dio cuenta el lector, a dar cuenta a nivel teórico de un breve acercamiento a la situación económica que atraviesan las economías en el mundo y donde la competencia y la tecnología se han convertido en una diada que desafía a la población económicamente activa.

El efecto que representa la crisis económica, la pandemia, la guerra, más la economía informal, más los salarios mermados, la competencia y la tecnología, el desempleo, subempleo, la inflación, entre otros indicadores, ha provocado que muchos de los pater familias vean disminuidos su poder adquisitivo y se vean compelidos a replantear sus estilos de vida, y en estos va implícito una serie de gastos: alimentación, colegiaturas, gasolina, pagos de servicios, servicio de transporte, aportaciones económicas a los hijos para sus gastos en los diferentes niveles de educación: primaria, secundaria, preparatoria y universidad.

La situación en términos económicos de los universitarios en estos tiempos de pandemia ya presenta otros matices, toda vez que ha obligado a muchos de ellos a contribuir en la economía de sus hogares. Así, cierto sector de estos estudiantes procedió a darse de baja temporal de sus semestres en curso, otros más disminuyeron su carga de horarios

para poder trabajar a tiempo parcial en tiendas de conveniencia, cines, tiendas de autoservicio, farmacias etcétera. Un grupo más decidió vender golosinas, sándwiches, gelatinas, palomitas, volovanes, pastelitos, dulces, jugos y más en los pasillos de las universidades.

De esta última acción señalada procedimos a realizar un breve trabajo de campo, siendo los estudiantes nuestra fuente de análisis, pero de esta población solo seleccionamos a cinco de ellos (un hombre y 4 mujeres) quienes comparten sus clases con la venta de sus diferentes productos. Así, en base a un pequeño cuestionario de cinco ítems, aplicado de forma verbal a 4 estudiantes mujeres de la licenciatura derecho y uno de sociología; carreras que se ofrecen en la División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, pudimos colegir lo que a continuación se enuncia.

Los estudiantes de estas licenciaturas, principalmente el de sociología, fue el más afectado en esta postpandemia. En general, manifestaron que el ingreso que sus progenitores les tenían asignado semanal o diariamente, les fueron reducidos y en algunos casos anulados, dado que sus papas fueron despedidos de sus empleos y les había sido difícil volver a colocarse en otro trabajo, situación que hizo difícil que se trasladaran a la universidad, por lo que decidieron buscar un empleo que les permitiera trabajar y estudiar. En otros casos, al limitarle su aportación diaria, sus padres les hicieron la sugerencia de completar su ingreso vendiendo algún tipo de producto. Lo anterior, los ayudo a tomar la iniciativa de hacerse de recursos propios para no ocupar el ingreso que sus padres le asignaban ya que eran testigos de la fragilidad económica en sus hogares. Unos pocos, refirieron que les gusta hacer negocio y/o tener un ingreso extra.

También relataron que al principio se sentían un poco apenados por vender en los pasillos o en sus salones y que les resultaba estresante cuando no lograban colocar toda su venta, y aunque en muchos casos no son perecederos les preocupaba perder su inversión. Aunque remarcaban que el dinero que ganaban lo empleaban para sus pasajes, comprar sus libros, sacar copias o ayudar a sus papás a pagar la renta del cuarto cuando son de municipios, o ayudar a la economía de su hogar.

Otro hallazgo más se relaciona con el tiempo que pensaban seguir vendiendo sus productos y refirieron que en tanto la situación económica familiar no se estabilizara continuarían vendiendo. Otros más, pensarían seguir con sus ventas independientemente si sus padres tuvieran o no la necesidad, y uno más porque como ya dijimos le gusta hacer negocios y tener su propio ingreso y ser independiente.

En estas breves respuestas nos permiten inferir, por un lado, la solidaridad entre los miembros de la familia, pero a su vez, el deseo de los alumnos de continuar sus estudios y no interrumpirlos. Uno más, habló de cómo la necesidad, resultado de la crisis económica y del desempleo, compele a las familias y a los integrantes de estas a plantearse estrategias para sobrevivir.

Aquí precisa referir, que estas ventas de pasillo en las universidades, la podemos considerar como informal, lo cual afecta a la cafetería de la división, ya que un sector de los estudiantes consume lo que sus compañeros venden, reduciendo el margen de ventas y ganancias de los locales de la cafetería quienes si pagan renta e impuestos.

Hasta aquí, los hallazgos encontrados de esta pequeña actividad de campo, desde luego, es una oportunidad para futuras investigaciones dar cuenta de por qué la institución educativa permite este tipo de comercio informal entre los estudiantes, escenario que no abordamos en este trabajo, ya que no formaba parte de nuestro objetivo.

Reflexiones finales

Muchas reflexiones en torno al comercio informal pueden resultar de las investigaciones que se lleven a efecto en los entornos universitarios en estos tiempos donde el COVID-19, pareciese enraizarse y no querer desaparecer, sin embargo, la sociedad no puede seguir paralizada y estática. Como tampoco podemos ignorar los efectos que en todos los aspectos de la vida de un país ha provocado esta pandemia. Pero analizar todo es casi imposible y una tarea que requiere de un equipo multi e interdisciplinario, por lo que nosotros decidimos analizar un pequeño sector que es afectado por esta vorágine de situaciones atípicas que se siguen presentando.

Así, privilegiamos al sector estudiantil en los entornos universitarios y sus estrategias para no abandonar sus estudios o completar sus mesadas y continuar sus estudios de nivel superior. Y lo que queda de manifiesto, es que encontramos estudiantes comprometidos con su formación y que, pese a una situación económica temporal en sus entornos familiares, ellos están dispuestos a compaginar el comercio informal con sus estudios para no perder la continuidad en su formación. Así, el tiempo libre que tienen entre clase y clase lo ocupan vendiendo sus productos y de esta manera hacerse de un pequeño ingreso que les es de utilidad como ya lo referíamos en su momento para a) pasajes, b) comida, c) copias y libros, d) ayudar a sus papas a pagar la renta de sus cuartos si son de municipios, e) contribuir al ingreso de su hogar y f) por el gusto de tener su propio ingreso y no depender de sus padres.

La situación economía en el sistema mundo, es difícil y es en este momento donde el diseño de las estrategias son una respuesta útil para sobrellevar cualquier evento, desde luego, no se pueden esquivar del todo los efectos, más, sin embargo, somos testigos de las diferentes medidas de sobrevivencia de las familias para poder hacer frente a estas vicisitudes producto de la inestabilidad económica. Y, como dejamos de manifiesto, todos los miembros de una familia suelen cerrar filas en torno a los padres para coadyuvar al saneamiento de la economía familiar.

La tarea que nos llevamos todos los lectores es continuar analizando, visibilizando, aportando soluciones para que los estudiantes de las universidades públicas que deciden por voluntad propia o compelidos por la situación económica familiar incursionar en el comercio informal, se puedan hacer de recursos pero de manera formal, por ejemplo cediéndoles un espacio en la institución para que vendan sus productos en una hora que no le afecte en sus horarios de clase y que sea rotativo y no exclusivo para un grupo.

Referencias

- Carbajal, Braulio. (5/11/2021) Anpec: inflación afecta alimentación y calidad de vida de las familias. La jornada. <https://www.jornada.com.mx/>

notas/2021/11/05/economia/anpec-inflacion-afecta-alimentacion-y-calidad-de-vida-de-las-familias/

Enríquez Pérez, Isaac. (2017). El análisis marxista de la economía mundial y los estudios sobre el desarrollo. *Iztapalapa. Revista de ciencias sociales y humanidades*, 38(82), 199-232. <https://doi.org/10.28928/revistaiztapalapa/822017/aot3/enriquezperez>

Gómez, Juan L (08,23:2021) El pulso de la recuperación económica post-covid- El país. https://elpais.com/economia/si-lo-hubiera-sabido/2021-08-23/el-pulso-de-la-recuperacion-economica-post-covid.html#?prm=copy_link

Martínez Prats, Germán; Silva Hernández, Francisca; Juárez Domínguez, Aldo. (2022). Economía informal: Descripción conceptual y mirada al contexto mexicano. *Telos: revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24(2), Venezuela. (Pp.256-271). DOI: www.doi.org/10.36390/telos242.04

Ordaz Díaz, Arturo (Enereo,10, 2021) 50% de los universitarios mexicanos trabaja en algo que no estudió. *Forbes* <https://www.forbes.com.mx/50-de-los-universitarios-mexicanos-trabaja-en-algo-que-no-estudio-ocde/>

Portes, Alejandro y William Haller (2004), La economía informal. División de desarrollo social. CEPAL https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6091/S0411855_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez Fernández, N.: (mayo, 2012) “*Un acercamiento a la familia desde una perspectiva sociológica*”, en *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. www.eumed.net/rev/cccs/20/

LT -pulso S/N (06,11;2021) 10 Tendencias económicas que marcaran la próxima década. PWC Chile <https://www.pwc.com/cl/es/prensa/prensa/2021/las-10-tendencias-economicas-que-marcaran-la-proxima-decada.html>

León Camargo, Astrid , & Caicedo Mora, Hugo Germán (2011). La economía informal en Villavicencio. *Revista Finanzas y Política Económica*, 3(2),83-103.[fecha de Consulta 11 de Agosto de 2022]. ISSN: 2248-6046. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323527256007>

S/A (s/f) Economía Informal. WIEGO <https://www.wiego.org/es/economia-informal>

“Empleo informal”. En: *Significados.com*. Disponible en: <https://www.significados.com/empleo-informal/> Consultado: 11 de agosto de 2022, 06:59 pm.

CAPÍTULO XII

Políticas y programas públicos en las MiPymes de Villahermosa Tabasco durante la pandemia del Covid-19: una perspectiva de género

DRA. MARÍA ANTONIETA, ESTAÑOL-VIDRIO¹

Resumen

En este capítulo se presenta un estudio y análisis a las políticas públicas implementadas durante la pandemia COVID-19 para la reactivación, desarrollo y permanencia en el sector de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPymes) particularmente de las microempresas “abarrotes al por menor” unidades de negocios que en su mayoría son manejadas por mujeres de la colonia Atasta de Serra en la ciudad de Villahermosa, se incluyen los diferentes programas públicos y cuál fue su impacto, en la reactivación y permanencia de las unidades de negocios, ya que son un factor importante en la contribución y generación de empleos, de ingresos y la actividad económica local se vuelve dinámica.

El objetivo general es dar a conocer el impacto directo de los programas públicos en las microempresas, como lograron sobrevivir y mantenerse en el sector, se describe cual fue el panorama económico en la crisis sanitaria y el comportamiento de las mismas.

Se logró confirmar con este estudio que las políticas públicas implementadas por el Gobierno Federal y Estatal fueron las adecuada

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. mestanolv@hotmail.com mexicana

para que las unidades de negocios pudieran permanecer en el mercado durante la pandemia provocada por el Covid-19.

Palabras clave: MiPymes, Microempresas, Políticas Públicas, Reactivación, Pandemia

Antecedentes

Vivimos en tiempos en donde el mundo ha cambiado, hasta el año 2019, todo parecía estable, sin embargo a inicios del año 2020 aparece y se expande la pandemia provocada por el covid-19, que ocasionó que todo fuera diferente en lo social, económico y empresarial, en este capítulo mostro la importancia de los apoyos o financiamientos públicos implementados durante los años 2020 y 2021 periodo que el mundo se vio envuelto en esta crisis y sus fuertes repercusiones en la economía local, donde las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) particularmente las tiendas de abarrotes al por menor, de la colonia Atasta de Serra de Villahermosa Tabasco, que tienen de 0 a 5 personas ocupadas la mayoría son negocios familiares, estas fueron las más perjudicadas, debido a la emergencia sanitaria y el confinamiento impuesto por el Gobierno.

Estas unidades económicas fueron muy vulnerables durante la pandemia ocasionada por el Covid-19, los microempresarios villahermosinos, vieron un nuevo entorno en el mercado y el panorama de sus negocios cambió, la gente tenía miedo ante la incertidumbre, hubo mucho desempleo, se paró la producción, los suministros de bienes y servicios para la sociedad y particularmente para las microempresas.

Las unidades económicas se pusieron en receso y se observó que muchas se vieron obligadas a pausar sus actividades o a cerrar de manera definitiva dado que sus ingresos disminuyeron drásticamente por la poca demanda de sus productos y servicios, así como por la falta de recursos y el mal posicionamiento que estas tienen en el mercado, las MiPymes son de gran importancia en la economía local, y tienen una gran participación en el número total de empresas.

Las políticas públicas del Gobierno Federal y Estatal que tuvieron como propósito destinar apoyos para la reactivación económica de las MiPymes, como fueron los programas, planes de financiamiento, estrategias, apoyos implementados para que estas sigan operando y permaneciendo en el mercado y aquellas que no aguantaron la crisis sanitaria y financiera.

Para llevar a cabo este estudio y análisis de la MiPymes en la colonia Atasta de la ciudad de Villahermosa, fue necesaria la recolección de información verídica proporcionada por el INEGI, por ello se utilizaron esta fuente de información; Censos Económicos, Censo sobre el Estudio de la Demografía de los Negocios (EDN) y del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE).

Estado del arte

México establece la Ley para el desarrollo de la competitividad de las MiPymes en México desde el año 2002. (Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2002.)

El Gobierno Federal a través de la Secretaría de Economía, que es la encargada de aplicar y coordinar que haya un entorno adecuado en el sector económico y de mercado para que las MiPymes puedan ser competitivas y lograr un posicionamiento en el sector, coadyubando con los tres niveles de Gobierno, (Federal, Estatal y Municipal) en este sentido se implementan programas públicos estratégicos, políticas de apoyos y muchas estrategias para el desarrollo empresarial. (DOF del 29 de junio de 2016).

Las estrategias implementadas por el Gobierno para impulsar, recuperar a las MiPymes en época de pandemia provocadas por el Covid-19 para que estas puedan seguir siendo competitivas y preservar los niveles de empleo, el Estado se enfocó en; facilidad de créditos a micros y pequeñas empresas, seguir la continuidad de programas del Bienestar. (<https://www.gob.mx/stps/prensa/mexico-proyecta-2-millones-93-mil-364-empleos-a-traves-de-los-programas-del-bienestar?idiom=es>).

Se encontró en este estudio que las estrategias públicas implementadas han sido prioridad para proteger a las unidades de negocios, mi-

cros, y pequeñas empresas que fueron la más vulnerable durante la pandemia provocadas por el Covid-19.

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), las MiPymes en México representan el 99.8% del total de empresas y son la principal fuente de empleos con el 70%, el INEGI estimó que durante la pandemia y durante todo el año 2020 más de 1 millos de MiPymes cerraron definitivamente.

Problema

La pandemia provocada por el COVID-19 y la crisis financiera que generó un panorama complicado para las empresas especialmente para la MiPymes (tiendas de abarrotes al por menor) que en su mayoría son manejados por mujeres o amas de casa.

Para enfrentar el problema de la pandemia, estas unidades de negocios realizaron algunos esfuerzos para seguir operando, muchas se reinventaron y lucharon para no desaparecer o irse a la quiebra, por ejemplo, reconvertir sus negocios, utilizando algún tipo de aplicaciones tecnológicas y muchas se actualizaron en las tecnologías y aprovechando los apoyos públicos.

Se sabe que estos negocios pueden subsistir 2 o tres días sin actividades, pero ¿sobrevivir una cuarentena sin operación? Es casi imposible, el confinamiento sanitario tuvo consecuencias negativas y generaron desventajas sobre otras unidades de negocios con más poder de mercado, para las unidades económicas MiPymes (tiendas de abarrotes), gran parte de ellas se vieron afectadas por los siguientes factores: sus recursos son muy limitados ya que no cuentan con un buen control financiero y contable, están mal posicionadas en el mercado por su tamaño no pueden acceder o tener la capacidad de publicidad y mercadotecnia, no tienen en orden su situación fiscal, tienen deficiencia organizacional toda la organización es manejada mayormente por mujeres de manera empírica y nunca estuvieron preparadas para afrontar amenazas y eventos como este, provocando que fueran más vulnerables.

Para noviembre del año 2019 el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI, reportó 100 tiendas de abarrotes al por menor en la colonia Atasta de Serra, de la ciudad de Villahermosa en el primer cuatrimestre de pandemia del año 2020 ya con el confinamiento establecido por el Estado, se reportó 51 unidades habiendo una disminución del 51%, (INEGI, DENUE.2022).

Es por eso que se implementaron una gran cantidad de programas emergentes, acciones y estrategias para apoyar a las empresas más vulnerables (MiPymes) y que estas pudieran aguantar la investida de la crisis y contrarrestar estos impactos negativos durante la pandemia, evitar quiebras y pérdidas masivas de empleos, así como procurar que el consumo local no disminuyera.

Por lo tanto, era importante que estas unidades de negocios llamadas tiendas de abarrotes replantearan sus procesos de oferta, de organización y de valor ya que las empresas desconocían casi todo sobre prácticas innovadoras.

Con información de la Cámara Nacional de Comercio, Servicio y Turismo, (CANACO SERVITUR VILLAHERMOSA) en 2020 existían 1,984 tiendas de abarrotes en el municipio de Centro, de las cuales cerraron 3% a consecuencia de las pérdidas generadas por el confinamiento (Uribe,2020).

Pregunta

Como parte de todo proceso de investigación y análisis establecemos una pregunta que orientarán al estudio establecido de esta investigación, siendo la pregunta central del tema; ¿Las políticas públicas implementadas fueron las adecuadas para que las MiPymes (tiendas de abarrotes) enfrentaran la crisis financiera por causa de la pandemia del Covid-19 durante 2020 y 2021?

Objetivo

Ante este planteamiento y la pregunta descrita. El objetivo de este capítulo es dar a conocer el impacto directo de los programas públicos

en las microempresas, como lograron sobrevivir y mantenerse en el sector, se describe cual fue el panorama económico en la crisis sanitaria y el comportamiento de las mismas así como de conocer los programas públicos y como estos beneficiaron a las MiPymes (tiendas de abarrotes) para su reactivación, permanencia en el mercado y cuáles fueron los resultados que se dieron durante su implementación.

Marco contextual

Las empresas analizadas corresponden a la categoría de MiPymes (micro y pequeñas empresas), en la colonia Atasta de la ciudad de Villahermosa, Tabasco, se describe el tipo de unidades de negocios, cuantas existían antes de la pandemia en el año 2019 y después de la pandemia en los años 2020 y 2021 especialmente las tiendas de abarrotes. Las unidades económicas analizadas cuentan con un número de empleados que van hasta 5 empleados, en su mayoría su mercado es local y particularmente son empresas familiares.

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) son consideradas como factores importantes en la economía ya que estas son los principales generadores de crecimiento y de empleos formales en un país.

Se presentan datos estadísticos obtenidos en el Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) 2021 del INEGI y del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE).

Metodología

Se utilizó un método estadístico encontradas en el INEGI. En México existe un criterio para clasificar a las unidades económicas: por sector económico, personal ocupado y el rango de monto ventas anuales, utilizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). 2015.

Estratificación						
Micro			Pequeña		Mediana	
Sector	Personal	Rango de Ventas (mill)	Personal	Rango de Ventas (mill)	Personal	Rango de Ventas (mill)
Industria	De 0 a 10	Hasta 4	De 11 a 50	Desde 4.01	De 51 a 250	Desde 100.1
				hasta 100		hasta 250
Comercio	De 0 a 10	Hasta 4	De 11 a 50	Desde 4.01	De 51 a 250	Desde 100.1
				hasta 100		hasta 250
Servicio	De 0 a 10	Hasta 4	De 11 a 50	Desde 4.01	De 51 a 250	Desde 100.1
				hasta 100		hasta 250

Fuente: elaboración propia con datos tomados por Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), Censos Económicos 2015. Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de los establecimientos, Aguascalientes, 2015.

El 95.0% de establecimientos en México son micro con personas ocupadas de 0 a 10, el 4.0% es pequeña de 11 a 50 personas ocupadas y el 0.8% es mediana empresa con 51 a 250 personas ocupadas, estos tres grupos representan el 99.8% del total nacional.

El 68.4% del personal ocupado total labora en las micro, pequeñas y medianas empresas y estas generan 52.2% de los ingresos. (De acuerdo con las estadísticas del INEGI del día 27 de junio de 2020).

Si se toma en cuenta el sector económico de las MiPymes, nos damos cuenta que hay una mayor proporción en comercio y servicios en términos de cantidad de empresas y mayor capacidad empleadora en el sector comercio y menor cantidad en el sector servicios.

El sector industrial se caracteriza por contar con empresas grandes porque emplean a más de la mitad de los trabajadores del sector. (Diagnóstico de micro, pequeñas y medianas empresas, políticas e instituciones de fomento en México. Federico Stezano.2020).

Las micros, pequeñas y medianas empresas son la parte medular de la economía, de acuerdo con los resultados del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) sobre la demografía de los negocios

(EDN) 2021, “durante octubre de 2020 y julio de 2021 se incrementó la proporción de nacimientos y disminuyó la proporción de muertes de las MiPymes, En promedio, en 2021 había 2.45 personas ocupadas por cada establecimiento que murió, mientras que en los establecimientos que nacieron había 2.05 personas ocupadas.

El censo económico del año 2019 muestra que 99.8% de los establecimientos del país son micro, pequeños o medianos. (<https://www.inegi.org.mx/programas/edn/2021/>). Es por eso la importancia de fortalecerlas y que tengan un buen desempeño por la incidencia que tienen en la economía local.

Entre 2019 y 2020, Tabasco tuvo una pérdida neta de 7,574 establecimientos; reducción atribuible a los efectos de la pandemia y de las medidas cuarentenarias implementadas para mitigar los contagios del COVID-19. Si bien, Tabasco se ubica en el puesto número 11 a nivel nacional en el nacimiento de nuevos establecimientos durante la pandemia, al descontar los establecimientos que desaparecieron, el crecimiento neto es negativo. (Resultados de Estudio sobre la demografía de los negocios 2020, realizada por el INEGI, 2020).

La pandemia puso a prueba al Estado y a todos los sectores de la economía, para desafiar y contrarrestar la pandemia y cuidar la salud de la población, el gobierno implementó medidas preventivas como la de cerrar todos los negocios y poner en cuarentena a toda la sociedad en su programa “quédate en casa”, el Gobierno de Tabasco emite un decreto estableciéndolo como obligatorio para contrarrestar esta crisis sanitaria que dice “la cancelación de eventos, convocatorias, citaciones e invitaciones que tengan como finalidad la reunión de personas en el Estado y la suspensión del funcionamiento de lugares y establecimientos de entretenimiento, culturales, deportivos y de servicios turísticos” (Gobierno del estado de Tabasco, P.O. 3196, 2020, p. 3), ante este panorama incierto influyó negativamente en la economía, esto llevó a que muchas unidades de negocios en la ciudad de Villahermosa, se vieran gravemente afectadas económicamente, muchas cerraron temporalmente, otras que no pudieron aguantar dicho fenómeno cerraron definitivamente.

El mundo de los negocios cambió y en Villahermosa no fue la excepción, en el Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) 2021

del INEGI, estimó que en el Estado de Tabasco el 31.77% de personal ocupado dejó de laboral, esto por el cierre de sus negocios. (comunicado de prensa no. 790/21 INEGI).

En este análisis y con datos del INEGI durante el año 2021 las microempresas durante 21 o más días, tuvieron un 46.1% promedio de paro técnico o cierre temporal, por ser prioridad económica, el 92.2% las unidades económicas no recibieron apoyos y el resto si, el 37.7% no tenía conocimiento de que existía algún tipo de apoyo, el 17.8% de las microempresas solicito apoyo, pero no lo recibió y el 11.8% no cumplió con los requisitos. (ECOVIED-IE2020-INEGI).

Se describe cuales fueron estos programas emergentes y los apoyos otorgados a las MiPymes, en este periodo de crisis por Covid-19, la Secretaria de Economía Del Gobierno Federal otorgó apoyos del programa denominado “Programa de Apoyo Financiero para Microempresas Familiares (Crédito a la Palabra)” mediante el cual se autorizaron 60 mil créditos de una bolsa de 1,500 millones de pesos para las MiPymes a nivel nacional, más 22,000 solicitantes se registraron del cual 1,540 fueron tabasqueñas que obtuvieron un crédito de 25 mil pesos y un periodo de gracia de 3 meses antes que se devolviera el dinero con una tasa de interés muy baja de 33 pagos de 823 pesos, el gobierno puso como requisito fundamental para acceder a este apoyo que las MiPymes es que tuvieran en orden en su cumplimiento de obligaciones fiscales.

El Gobierno del Estado igual implemento el programa “Impulso Tabasco” especialmente para mujeres, en la que las MiPymes obtuvieron un crédito directo de 150 mil pesos, quien fue operado por Nacional Financiera (Nafin) y la Banca Comercial quienes fueron los encargados de entregar los MiPymes beneficiarias, que estaban en corriente con su situación fiscal.

Este programa opera de manera coordinada con Nacional Financiera, y el Gobierno del Estado, con tasas de interés del 13.9 por ciento; sin embargo, para aquellas beneficiarias cumplidas, el gobierno apoyará con un 4 por ciento de los intereses pagados vía reembolso, con lo que la tasa quedará en 9.9 por ciento, solo aquellos negocios que tengan en orden su situación fiscal, situación que la mayoría de estos negocios no tienen en orden y no pueden acceder a dicho recurso.

Otro programa implementado fue “Microcréditos para el Bienestar,” también conocido como Tandas para el Bienestar; y Crédito a la Palabra, en conjunto con su otra modalidad Apoyo solidario a la palabra tienen como objetivo principal promover la permanencia de los micro y pequeños negocios dada la coyuntura por Covid-19, la Secretaría de Economía canaliza los recursos de estos programas a la Tesorería de la Federación (Tesofe), quien a su vez los hace llegar a los bancos incorporados a los programas para finalmente ser depositados a las personas beneficiarias en una cuenta bancaria. (SE, 2020).

Las tandas para el bienestar fue otro programa público que el objetivo del programa es promover el fortalecimiento de las actividades productivas de las personas que cuentan con un micro negocio a través de apoyos monetarios, asesoría y capacitación (DOF, 2020). Está a cargo de la Secretaría de Economía y cuenta con un presupuesto aprobado de 2 mil 500 millones de pesos (mdp) en el PEF 2020, menor en 17.6% que el aprobado para 2019 (SHCP 2019, 2020). La meta anual de este programa para 2020 fue atender a 508 mil personas (SE, 2020).

Otro programa implementado por el Gobierno del Estado fue; “Tabasco Digital” Es un programa creado para impulsar el uso de las tarjetas en los negocios, otorgando terminales, punto de venta y así evitar el uso de dinero en efectivo. Lo cual fue implementado por muy pocas tiendas de abarrotes, por su falta de innovación tecnológica que no tienen y eso los hace más vulnerable y no beneficiados a dicho programa.

Resultados

Al realizar esta investigación y análisis con datos proporcionados por el Instituto Nacional De Estadística y Geografía INEGI de cómo las unidades económicas MiPymes (tiendas de abarrotes) recibieron cierto tipo de apoyos públicos antes descritos lo cual contribuyo al desarrollo, reactivación y permanencia de sus unidades,

La aplicación de estos programas públicos fueron un medio para reactivar la economía, que se había contraído por la crisis económica y financiera, los programas de créditos, mencionados en este trabajo, tienen un objetivo común: apoyar la permanencia de micro y peque-

ños negocios especialmente las tiendas de abarrotes de la colonia Atasta de Serra, en su mayoría están manejados por las mujeres.

Las diferencias de estos programas radican en los montos monetarios de los apoyos que cada uno otorga y el cargo de intereses, así como el tamaño de las empresas a las cuales benefician, pueden favorecer de distinta forma a los beneficiarios, dependiendo de sus necesidades y oportunidad de acceso.

Los programas públicos mencionados anteriormente, se observa que del total de las tiendas de abarrotes que es la que estamos estudiando, el 92.2 no recibió ningún tipo de apoyo, el 7.8% restante si recibió algún tipo de beneficios como: apoyos recibidos en atención a la contingencia sanitaria, el 53.7% de las unidades económicas lo recibió por transferencia de efectivo, el 10.2% lo recibió por aplazamientos de pagos y el 9.1% tuvo acceso a créditos nuevos. (Encuesta sobre el Impacto Económico Generado por covid-19 en las Empresas. INEGI 2021)

El Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) reporto para el primer cuatrimestre del año 2022 que se encontraron 133 unidades económicas, como mencionamos anteriormente que en el primer cuatrimestre del año 2020 al inicio de la cuarentena habían 51 tiendas de abarrotes ya que 49 habían cerrados y el reporte nos muestra que nacieron o se reactivaron 82 unidades económicas, en la colonia Atasta de Serra actualmente existe en la ciudad de Villahermosa existen 1,574 tiendas de abarrotes. (INEGI, DENUE.2022). Podemos decir que si fueron factor importante los apoyos públicos.

La entrega de créditos ha sido la principal herramienta del Estado para contener la pérdida de empleo y reactivar la economía, pero se ve que existió un limitado avance en la ejecución del presupuesto aprobado, aunado a la caída del PIB de 8.2% respecto al año anterior (INEGI, 2020), y con apoyo de estos programas y otras estrategias del Gobierno para reactivar la economía el PIB creció el 10.7% en el sector comercio (INEGI, 2021) con estos datos vemos que el Gobierno implementó adecuadamente sus política económica, aunque sabemos que serán necesarias medidas adicionales para que los micro negocios puedan retener el buen funcionamiento de sus negocios.

En este análisis sobre las política publicas presentó ciertas limitaciones porque todavía no existe un resultado final por parte del Gobierno en relación con los datos encontrados por lo que recomendamos que en futuros estudios e investigaciones, se analice este problema económico de las MiPYmes provocado por el covid-19, en la que se incluya más información de manera cuantitativa y datos más exactos proporcionados por diferentes fuentes públicas, para hacer comparaciones con otras unidades de negocios en las diferentes fases de la pandemia provocadas por el Covid-19.

Conclusión

En este análisis se mostró la vulnerabilidad que suelen tener estas empresas MiPYmes, (tienda de abarrotes) y más por el impacto directo que tuvieron por la pandemia provocada por el Covid-19, por sus condiciones que los caracteriza, el mal manejo organizacional los problemas que tienen para adaptarse a los nuevos cambios del mundo comercial y económico, muchas no pudieron sobrevivir a esta crisis de salud y económica, por ello el Gobierno puso énfasis, en atender inmediatamente con mayor apoyo a este tipo de negocios. El Covid-19 seguirá entre nosotros y las MiPYmes deben de estar siempre prevenidas y atentas con nuevas estrategias de negocios por cualquier contingencia futura.

Que las políticas públicas Federales y Estatales debe de ampliarse para estimular de manera más directa a todas las unidades económicas, (las tiendas de abarrotes de la colonia Atasta de Serra de la Ciudad de Villahermosa) que puedan acceder de manera más flexibles a dichos apoyos, asesorándolas en la parte de que todas puedan tener en orden su situación fiscal, preferencias fiscales, capacitando al dueño o dueña del negocio para que su producción, circulación y venta de sus productos o servicios puedan ser de una manera más eficiente y minimice costos, para que se pueda afrontar y estar preparados para cualquier otra contingencia..

Que exista una adecuada coordinación del gobierno con las diferentes cámaras de comercio y empresariales y las MiPYmes, para que puedan atender las dimensiones de este sector económico.

Adaptar, cambiar la imagen, estructura del establecimiento con ayuda del Estado, para mejorar sus operaciones y considerar que exista una relación estrecha entre la cadena de suministro con el negocio.

Referencias

- Uribe, F. (2020). Golpea la COVID a las actividades productivas locales. Retrieved from <http://novedadesdetabasco.com.mx/2020/08/14/golpea-la-covid-a-las-actividades>
- Federico Stezano.(2020). Diagnóstico de micro, pequeñas y medianas empresas, políticas e instituciones de fomento en México.
- Gobierno del estado de Tabasco, P.O. 3196, 2020, p. 3
- Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2002.
- La última reforma vigente fue publicada en DOF.13 de agosto de 2019.
- Gobierno del estado de Tabasco. Informe Local Voluntario.2021.
- Consejo Estatal de la Agenda 2030.
- (DOF del 29 de junio de 2016).
- La perspectiva de género se incluye en las reglas de operación de programas 2016 (<https://www.gob.mx/stps/prensa/mexico-proyecta-2-millones-93-mil-364-empleos-a-traves-de-los-programas-del-bienestar?idiom=es>).
- <https://www.forbes.com.mx/economia-mas-de-1-millon-de-mipymes-cierran-definitivamente-en-mexico-por-covid-19/>.
- Gobierno del estado de Tabasco. Plan Estatal de Desarrollo. 2019-2024.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Directorio Estadístico Nacional de Unidades de Negocios. DENU. Comunicado de prensa núm. 556/19 14 de noviembre de 2019.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Directorio Estadístico Nacional de Unidades de Negocios. DENU. Comunicado de prensa núm. 556/19 14 de noviembre de 2020.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Directorio Estadístico Nacional de Unidades de Negocios. DENU. Comunicado de prensa núm. 556/19 14 de noviembre de 2021.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Directorio Estadístico Nacional de Unidades de Negocios. DENU. Comunicado de prensa núm. 556/19 14 de noviembre de 2022.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI. Indicadores de Empresas Comerciales Cifras Durante Julio de 2020.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Censos Económicos 2015.

Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de los establecimientos, Aguascalientes, Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/edn/2021/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI, 2020. Resultados de Estudio sobre la demografía de los negocios 2020.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. Comunicado de prensa no. 790/21

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. INEGI. ECOVID-IE2020.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. SHCP. PEF. 2019, 2020.

APARTADO D

.....

**Crecimiento económico sostenido,
inclusivo y sostenible, el
empleo pleno y productivo y el
trabajo decente para todos**

Determinantes organizacionales en la aplicación del Objetivo de Desarrollo Sostenible de innovación para la transformación digital de las PyMES

DRA PATRICIA CARMINA INZUNZA MEJÍA¹

DRA. CYNTHIA BEATRÍZ PÉREZ CASTRO²

LIC. RODRIGO NORZAGARAY ESPINOZA³

Resumen:

En este capítulo se presentan los resultados del análisis de literatura científica para identificar los determinantes que inducen la transformación tecnológica y la aplicación del Objetivo del Desarrollo Sostenible (ODS) de innovación en los procesos de gestión empresarial innovadora en la pequeña empresa comercial para resignificar su quehacer económico hacia la sustentabilidad y la innovación. La metodología utilizada es cualitativa, de tipo exploratoria y descriptiva. Se usó el método deductivo y de análisis sistemático que se apoyado en la técnica text mining. Los hallazgos revelan que las estrategias de marketing digital y de e-commerce podrían ser determinantes para la transformación digital en pequeñas empresas mediante la aplicación de procesos ODS de innovación enfocados a la cultura organizacional, el liderazgo de personal, negocios, gestión y procesos para la sustentabilidad a fin

¹ Universidad Autónoma de Sinaloa, inzunzap@uas.edu.mx, mexicana.

² Instituto Tecnológico de Sonora, cynthia.perez@itson.edu.mx, mexicana.

³ Universidad Autónoma de Sinaloa, innoweb2021@gmail.com mexicano.

de impulsar la madurez de la transformación digital en las PyMES desde cuatro niveles que permiten la aplicación del ODS innovación; y en consecuencia el impulso de negocios de estrategias organizacionales de transformación digital como el marketing digital y el e-commerce.

Antecedentes:

Actualmente hay pocas empresas que operan sin el uso de Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC). De alguna manera, estas herramientas están integradas a los procesos de negocios, sin embargo, de acuerdo a la OECD (2019), en México apenas una de cada diez hace ventas usando las tecnologías de la información y la comunicación. Las empresas pequeñas orientadas en mercados locales específicos, reconocen baja necesidad de vender o comerciar activamente en línea, aunque tengan presencia en Internet.

Sin embargo, la OECD (2019) subraya que las tecnologías digitales permiten que las empresas accedan a múltiples mercados territoriales, además del beneficio que les genera al promover sus productos y servicios de manera instantánea con costos operativos decrecientes, pese a que esto eleva la competencia entre quienes ya están en el mercado. Este contexto promueve el desarrollo de nuevos modelos de negocios que faciliten la entrada en otros mercados no digitales como sucedió con *Airbnb* en la industria de alojamiento o con Amazon en sector comercial minoritario.

Aun y cuando en México existe una política que fomenta la ciencia y la tecnología, un conjunto de voces se unió a nombre de la Universidad Nacional Autónoma de México (2018) para replantearle al entonces Presidente Electo de la República Mexicana, Andrés Manuel López Obrador, la imperiosa necesidad de promover entre el gobierno, el sector académico y las empresas el beneficio compartido de la vinculación.

Existe el consenso generalizado de que el sector empresarial debe elevar su vocación innovadora y en vinculación con el sector educativo materializar el conocimiento en beneficio económico y social. Al respecto, Ceja-Pizano, Santillán-Luna y Aguirre-Contreras (sin fecha), reiteran que las empresas independientemente de su tamaño, deben

adaptarse al entorno tecnológico del mercado, dado que son una necesidad para destacar en el mercado.

Existe evidencia empírica que se aprobó recientemente la Agenda Digital (eLAC2022), que pretende catalizar los esfuerzos de los países latinoamericanos en materia digital aplicada a distintos ámbitos, incluidos el empresarial (CEPAL 2020).

La adopción de tecnologías digitales en las empresas mejora su desempeño al facilitar y promover la innovación en sus modelos de negocios, mejorar la producción de sus productos y/o servicios, transformar y optimizar sus procesos y operaciones, entre otros (Reuschke *et al.* 2021).

Coincidentemente para la OCDE (2021), la OIT (2021) y la CEPAL (2020, 2021a y 2022), El proceso de crecimiento y desarrollo de los países, las organizaciones, las familias y los individuos, está en función de acciones y decisiones informadas con base en el conocimiento más sólido, aquel que se genera a través de la ciencia, la tecnología y la innovación.

En este contexto, se reconoce repetidamente por líderes políticos, sociales, académicos y empresariales en los países que más desarrollo han logrado, que el fortalecimiento de la inversión en educación, así como en ciencia, tecnología e innovación, no es un lujo, sino una verdadera necesidad. Lo que explica que invertir en estos rubros es invertir en la competitividad y en el empleo de calidad y, por tanto, en el bienestar de las personas; dado que, a mayor gasto público y privado en educación, ciencia, tecnología e innovación, se eleva la capacidad en las personas, la competitividad en las empresas y la productividad en los trabajadores; y, en consecuencia, se mejora el bienestar social y se potencializa la justicia y la equidad (CEPAL, 2021b).

Entonces, si el auténtico desarrollo se basa en estas cuatro esferas (educación, ciencia, tecnología e innovación), este desarrollo debe tener un enfoque para el desarrollo humano, sostenible y socialmente responsable, en todos sus órdenes y niveles. Esto implica, buscar respuestas que se desplieguen a la transformación de las organizaciones que se dispongan a caminar hacia la sustentabilidad, la tecnología y la innovación.

Al respecto ¿Qué pueden hacer las pequeñas y medianas empresas para realizar una transformación tecnológica y sustentable? si lo que se observa en las pequeñas regiones de México es poco estímulo hacia la aplicación de los ODS y en especial a los que tienen que ver con enfoques disruptivos, en un sentido innovador, dado que se asume un alto riesgo para su abordaje, pese a la necesidad de capital humano de alta calidad, que genere conocimiento innovador para los sujetos.

Se tiene claro que, por medio del conocimiento y la innovación, se promueve el desarrollo de las tecnologías hacia la incorporación de actitudes emprendedoras y de innovación en el sector productivo, a fin de que se influya en los niveles de prosperidad del país y el bienestar de su población. No obstante, se parte del supuesto de que la aplicación de los objetivos del desarrollo sostenible (ODS) incidirá favorablemente en el modelo de las cuatro esferas educación, ciencia, tecnología e innovación, considerando que La OECD (2019) subraya que la aplicación de los ODS y las tecnologías digitales permiten que las empresas acceden a múltiples mercados geográficos y con ello elevar la capacidad y competitividad.

Pese al restringido acceso a internet y a la insuficiente dotación de tecnología que de acuerdo con Núñez Cudriz & Miranda Corrales (2020) se determina la falta de inversión, lo que conlleva a una escasa cultura digital, escaso acceso a la información y nula asesoría por parte de los profesionistas, lo que hace que los empresarios desconozcan los beneficios de las estrategias del *marketing digital* y de *e-commerce* para escalar sus negocios a la posición de ventas en línea y fortalecer las empresas con medidas de desarrollo sustentable.

Razón por la que se plante como pregunta de investigación ¿Qué factores determinan la aplicación de los procesos de innovación en las MYPES? y ¿Qué implicaciones tendrían las estrategias de mercadotecnia digital y el *e-commerce* en las PYMES comerciales hacia el desarrollo sustentable?

Estado el Arte:

Las pequeñas y medianas empresas enfrentan retos de enorme magnitud. Entre los más importantes están la falta de crecimiento y la pérdi-

da de competitividad, como consecuencia de la escasa capacidad tecnológica empresarial; por lo que no solo es urgente, sino importante hacer frente a la transición tecnológica que modifica sustantivamente los modos de dirigir y gestionar la empresa y el prototipo de empleos que se encaminan a la robotización al ser sustituidos por procesos automatizados.

Förster, *et al.* (2022), argumentan que la transformación digital debe estar en marcha desde la agenda estratégica de toda empresa, independientemente de su tamaño e industria. Reconocen que las pequeñas y medianas empresas son las que más retos enfrentan sobre transformación digital con enfoque sostenible, considerando un reto intersectorial con tareas específicas de la industria y de la empresa en sus estrategia digital.

Entonces, para mantener la competitividad, las empresas requieren invertir en el uso y manejo de las tecnologías y la comunicación como pieza clave para elevar sus ventajas comparativas y generar capacidades empresariales destacadas. De no ser así, las empresas mantendrán al alza su rezago.

Para lograr el crecimiento sostenible de las empresas, se requiere aumentar su capacidad tecnológica a través de procesos innovadores y creativos, basados en el uso de las TIC's para garantizar el alcance de los objetivos de la empresa. La decisión de elevar las capacidades tecnológicas de las empresas, implica mayor inversión en TICS, apertura a la innovación, reorganización de procesos y servicios, capacitación para la cultura de transformación digital y tecnológica, y liderazgo transformacional.

Si se considera que la innovación da como resultado el desarrollo de nuevos servicios, procesos, productos o sistemas que generen beneficios económicos tangibles y con impactos sociales y ecológicos visibles, lo que hace que las empresas caminen hacia la sustentabilidad. Al respecto, Zaruma-Pincay, Gómez-Mite, Menoscal-Pincay & Ponce-Salazar (2022) refieren que las empresas mantienen alta demanda de áreas tecnológicas y de innovación en sus procesos, productos y servicios; por lo que consideran que el uso de las TIC's, se ha vuelto indispensable como fuente de la gestión empresarial, de planeación estratégica y del desarrollo de negocios.

Considerando que la innovación es la piedra angular de la transformación digital para incidir en la rentabilidad de la empresa, Chiriboga-Zamoray y Tapia-Hermida (2022) destacan la necesidad de un cambio tecnológico y sustentable en las empresas, dado que, al no tener un óptimo desarrollo tecnológico, no pueden hacer frente a la competencia del mercado, siguiendo la hipótesis de que el restringido acceso a internet y la escasa dotación de tecnología, determinan la falta de cultura digital, la escasa información y nula asesoría por parte de los profesionistas, lo que hace que los empresarios desconozcan los beneficios de las estrategias del marketing digital para escalar sus negocios a la posición de ventas en línea y fortalecer las empresas con medidas de desarrollo sustentable.

En este sentido, se desarrolla el análisis sistemático de literatura científico acerca de la cultura organizacional como punto de partida de la adopción tecnológica de la empresa, en lo que González y Ortún (2022) atribuyen que la transformación digital se genera en la empresa desde los procedimientos relacionados con la cultura y las tradiciones empresariales; lo que coincide con Olano-Espinosa, *et al.* (2022) y Ávila-Tomás *et al.* (2019) al referir la cultura digital de diagnóstico médico en las empresas y la adopción de los ODS; a lo que Carro-Suárez *et al.* (2017) identifica como sustentabilidad empresarial y Naranjo-Valencia y Calderón-Hernández (2015) lo consideran innovación en la empresa.

Por su parte Baier, Walsh y Mulder (2021) recalcan que la digitalización es parte de la cultura de las organizaciones y es uno de los factores que determina la forma de hacer negocios tanto en los mercados nacionales como en los internacionales. Sin embargo, aunque la pandemia del COVID-19 ha acelerado la adopción de tecnologías digitales, también ha demostrado que las pymes deben implementar una transformación digital robusta, en especial, aquellas que participan de un comercio exterior que se basa cada vez más en las tecnologías digitales y la innovación.

Asimismo, la literatura registra la importancia del liderazgo de personas para la transformación digital (TD) de la empresa. Se observa que en la categoría central para la TD relacionada con liderazgo y el manejo de personal, el estudio de ATP (2022) enuncia que la innovación se desarrolla mayormente en campos de estudio y profesionistas

de la medicina y las emergencias, mientras que el estudio de Perilla-Toro y Gómez Ortiz (2017) atribuyen que las acciones innovadoras y transformacionales tendrán sentido si persiguen el bienestar de los empleados

Esto coincide con Avendaño (2012) y Hermosilla *et al.* (2016) al referir que las innovaciones digitales en las empresas mejoran el clima organizacional y el trato con los trabajadores, considerando un entorno electrónico y virtual que de acuerdo a Esguerra y Contreras (2016) permite aprovechar la instrumentación relacionada con la sustentabilidad de la empresa y detonar las competencias digitales tanto de la empresa como del personal que en ella colabora según Montero Delgado *et al.* (2020), lo que explica que las innovaciones en la empresa se pueden representar desde la simple digitalización de productos y la automatización de actividades para optimizar procesos, generar cambios e innovación incremental a través de la experiencia del usuario, la confianza y seguridad en las TICs.

Por su parte Nieto-Parrales, Parrales-Reyes & Pibaque-Pionce (2021) y Mejía Trejo (2021) consideran que la atención al cliente en la entrega recepción del producto determina un cambio tecnológico al usar la mercadotecnia digital, posicionar la marca de los productos, y fortalecer el vínculo con los clientes que pueden garantizar compras sostenibles en el largo plazo.

También se analiza la categoría de negocios para la TD. Mientras que Förster, *et al.* (2022) presentan un modelo de procedimiento y un kit de métodos que permite a las empresas de diferentes industrias desarrollar una estrategia digital específica para cada situación o problema, basada en las potencialidades de la cadena de valor centrada en la región de influencia de la empresa y basada en procesos de innovación, educación, digitalización, construcción, vida útil de la tecnología y salud del personal; Baier, Walsh y Mulder (2021) recalcan que la transformación digital en las pymes exportadoras, se ha convertido en un factor diferenciador que contribuye a la productividad y la operación de comercio exterior de la empresa a través del e-commerce. Enfatizan que pymes de comercio exterior, aportan a la economía y a la transformación digital de otras naciones utilizando marketing digital.

En este sentido, respecto a la categoría de negocios en la transformación digital, Heredia *et al.* (2022) al igual que García Samper *et al.* (2022) vinculan el tema con temas aspectos de innovación y resiliencia. En cambio Ferreira *et al.* (2021), Sabogal-Alfaro *et al.* (2021) lo relacionan con el uso de plataformas para la ejecución de acciones relacionadas con la mercadotecnia digital, a lo que corresponden los estudios de David-West *et al.* (2020) que estiman que una alternativa mercadotecnia digital en la aplicación ODS, genera negocios sostenibles, aprovechando también la estrategia del *e-commerce*, a lo que Mendes Filho *et al.* (2022) confiere fortalezas para robustecer empresas inteligentes que instrumentan la innovación con base a los ODS.

Asimismo, Nieto-Parrales *et al.* (2021), destacan que los cambios tecnológicos irrumpen y modifican la aplicación del marketing y destacan que entre otros factores que imponen el cambio tecnológico en las empresas, prevalecen la diferenciación de los productos y las exigencias de los consumidores sobre las formas presenciales o virtuales de adquirir un bien.

De igual manera, sobre gestión y procesos de transformación digital se observan mayor análisis y estudios científicos. Costa Resnitzky *et al.* (2021) parte que la transformación digital y la innovación puede instrumentarse desde las empresas circulares, mientras que Sol Calabor, Mora y Moya (2018), Bianchi, Mingo y Fernández (2019) y Dunne *et al.* (2019) complementan la estrategia con el desarrollo de competencias ODS a través de la gestión empresarial y la instrumentación de los ODS en los procesos productivos y de servicios. Caso contrario se registra en los estudios de Gregurec *et al.* (2021) quienes consideran que la transformación digital desde la gestión de la empresa induce a procesos forzados, a lo que Zaruma-Pincay *et al.* (2022) consideran son procesos de alta demanda de transformación digital.

Por su parte, Chiriboga-Zamora y Tapia-Hermida (2022) enfatizan que es necesario cambio tecnológico en las empresas, pero para alcanzarlo se debe alcanzar la madurez digital propuesta por Baier, Walsh Mulder (2021), lo que concuerda con Peralta (2021), esta madurez digital se alcanza mediante la gestión digital de operaciones y procesos, a lo que Khuntia *et al.* (2019) y Luan and Zhang 2020 consideran podría generarse desde la gestión de sistemas de operación gerencial que permitiría a la organización de acuerdo con Saldariaga Salazar, Guz-

mán González & Concha Cerón (2019), Dini, Gligo y Patiño (2021). instrumentar una gestión empresarial con adaptación tecnológica impulsada por políticas de cambio tecnológico.

Por su parte, Saldarriaga Salazar, *et al.* (2019) acentúan que la innovación es determinada por la diferenciación de productos y la adaptación tecnológica a los procesos de compra-venta, esto las convierte en innovadoras; sin embargo, su estudio demuestra que los factores que determinan la innovación en las MIPYMES de comercio y servicio están relacionados con aspectos de la cultura de transformación digital y el liderazgo de transformación digital (transformacional).

Estos aspectos se determinan por Saldarriaga Salazar, *et al.* (2019) en relación a factores relacionados con el logro de metas, la dirección abierta al cambio, la dirección colaborativa, motivación desde el liderazgo transformacional, compromiso por la innovación, trabajo en equipo y formación continua en el uso de las TICS para estandarizar procesos, realizar tareas, controlar actividades y elevar el nivel de cumplimiento de objetivos.

Para Kunkel & Matthess (2020) sugieren que la transformación digital para la sostenibilidad ambiental cobra importancia en las empresas del sector industrial, dado que atienden una política de Estado a nivel internacional para minimizar riesgos ambientales y sociales que generan el uso de las TIC's de manera directa durante su ciclo de vida de las TIC y de manera indirecta en los procesos productivos y actividades económicas.

Objetivo:

Al respecto, se traza el objetivo de analizar la literatura científica e identificar los determinantes que inducen la transformación tecnológica y la aplicación del ODS de innovación en los procesos de gestión empresarial de la pequeña empresa comercial para resignificar su quehacer económico hacia la sustentabilidad, a fin de identificar la madurez digital en las PYMES comerciales locales.

Teoría base:

Considerando que toda empresa mantiene un vínculo estrecho con clientes, proveedores y trabajadores, con quienes resuelve operaciones propias de su actividad empresarial haciendo uso de la organización, planeación, investigación y desarrollo de productos y procesos de mercado. De ahí la necesidad de adoptar nuevas estrategias transformadoras para poder llegar a mercados internacionales; razón por la que se propone una transformación digital en sus procesos organizacionales que permiten el redireccionamiento funcional de la innovación y el cambio tecnológico.

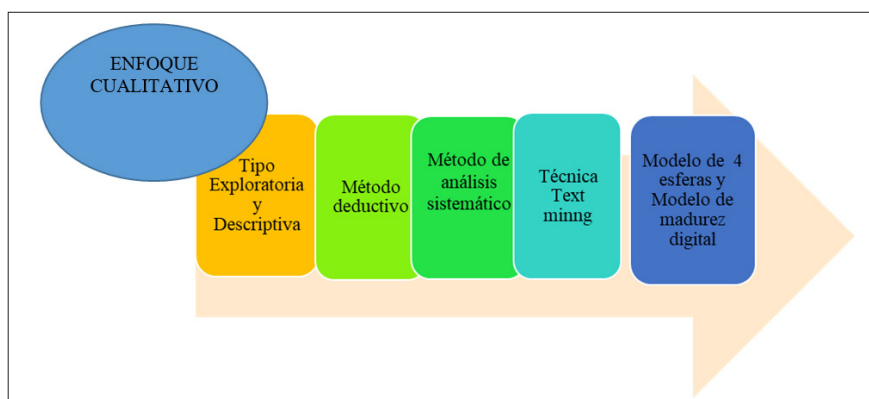
En este sentido, el capítulo que se presenta, tiene su basamento en la teoría del desenvolvimiento económico de Schumpeter (1978) que parte de los cambios de procesos endógenos creativos para crear condiciones de competencia en las diversas estructuras de mercado, y sigue su base en la teoría neoschumpeteriana de la innovación y el cambio tecnológico propuesta por Nelson y Winter (1982) a fin de que las empresas transiten por la investigación, el aprendizaje, la innovación y el cambio tecnológico como un sistema o engranaje que posibilite la flexibilidad en los procesos productivos y de servicios, considerando que estas acciones, tendrán un efecto positivo en la competitividad de la empresa en el mercado, dado que mantendrá un producto o servicio diferenciado, de calidad, de entrega rápido, con diseño responsable, innovador y sustentable.

Metodología:

Con base a la revisión del estudio del estado del arte y el análisis sistemático de literatura científica, este capítulo, ofrece argumentos empírico y teóricos acerca de cómo se debería aplicar el ODS de innovación en las PyMES para alcanzar un cambio tecnológico y aunque no se realiza un análisis exhaustivo del concepto de transformación tecnológica, solo se mencionan algunas aportaciones teóricas sobre la innovación, la aplicación ODS y estrategias organizacionales que conducen a la transformación digital de la empresa.

Con base a esto, se realizó investigación basada en la secuencia metodológica y los aportes de Figueroa Galvis (2020), Page *et al.* (2021), Sánchez Martín *et al.* (2022) & Iribarren Susino (2022) para instrumentar la metodología cualitativa, de tipo exploratoria y descriptiva, utilizando el método deductivo y de análisis sistemático que se apoya en la técnica *text mining*, (Ver figura 1) que conduce al análisis del modelo de cuatro esferas que propone la CEPAL (2020) y el modelo de madurez digital planteado por Baier, Walsh y Mulder (2021).

Figura 1. Secuencia metodológica



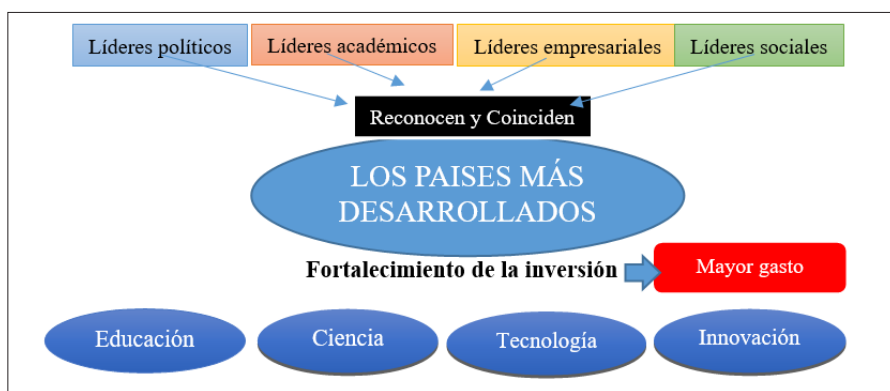
Nota: Esta figura se construyó tras la consulta de Figueroa Galvis (2020), Page *et al.* (2021), Sánchez Martín *et al.* (2022) e Iribarren Susino (2022) para el análisis sistemático, así como de Arco *et al.*, 2006) para la técnica *text minng*, Baier *et al.* (2021) y la (CEPAL, 2020), Walsh & Mulder (2021) para el análisis de modelos que muestra las 4 esferas desde donde se puede instrumentar los ODS para la madurez digital sugerida para empresas.

Para articular el modelo de cuatro esferas propuesto por la CEPAL (2020) se procedió al análisis de las cuatro categorías vinculadas a los ODS que orientan la transformación digital e innovación en la empresa (Ver figura 2).

Al respecto, la CEPAL (2020) señala que se debe hacer del conocimiento, la tecnología y la innovación, incluida la innovación social, una palanca fundamental para el crecimiento económico sustentable de México, que favorezca el desarrollo humano, posibilite una mayor

justicia social, consolide la democracia y la paz, y fortalezca la soberanía nacional; pese a que otras tecnologías de propósito general como las digitales implicadas a los ODS, no se extienden instantáneamente y exigen políticas e inversiones públicas y privadas complementarias en activos intangibles (como en capital humano y capacidades organizacionales) para ser adoptadas.

Figura 2. Modelo de 4 esferas



Nota: Esta figura muestra las 4 esferas desde donde se puede instrumentar los ODS, con base a las sugerido por la (CEPAL, 2020).

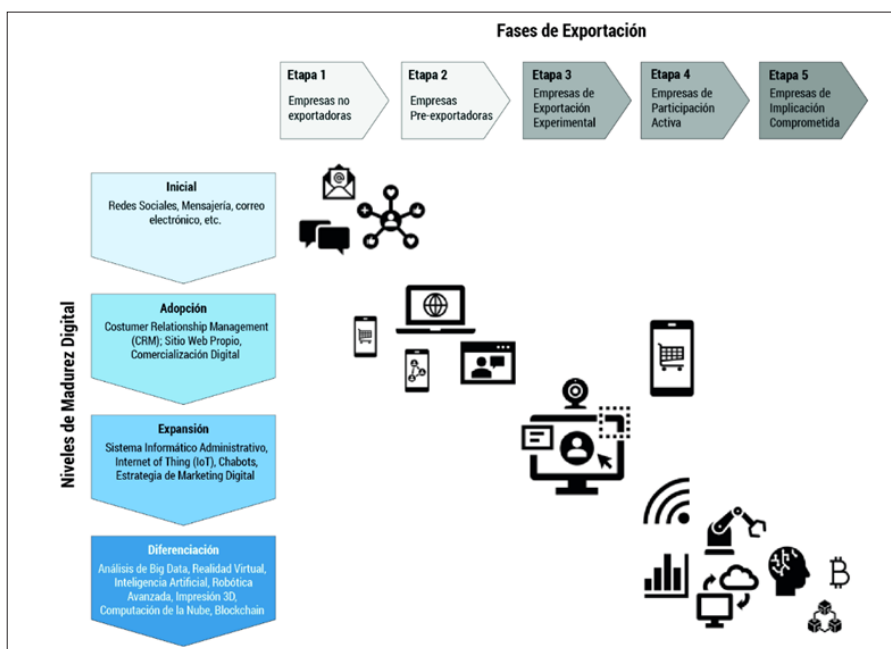
Por su parte Dethine *et al.* (2020) sostienen que los activos basados en conocimiento y la innovación son costosos al comienzo y su integración en los modelos y procesos empresariales toman tiempo en empresas rezagadas como las PYMES; sin embargo, destaca que adoptar estrategias que impulsen el conocimiento, la ciencia, la tecnología y la innovación, propicias ventajas que induce a las empresas a implementar un proceso de transformación digital que las lleve a ser innovadoras en un entorno cada vez más dinámico.

Al respecto, Gregurec *et al.* (2021) observan que las PYMES invierten frecuentemente en tecnologías digitales de forma oportunista y sin seguir una estrategia real de transformación digital. De hecho, la crisis COVID-19, ha impulsado a las PYMES a adoptar tecnologías digitales que antes de la pandemia no se consideraban prioritarias, comenzan-

do un proceso de transformación digital forzado, lo que demuestra su comportamiento oportunista.

Baier, Walsh & Mulder (2021) muestran el modelo de niveles de madurez digital en una organización en el que se puede identificar el nivel de madurez, las características de organización, en enfoque con el que se inicia y la utilidad de digitalización e innovación, por lo que se propone su aplicación para PYME con oportunidad de expansión por etapas hacia mercados internacionales mediante la aplicación de tecnologías digitales según niveles de transformación digital y fases de internacionalización.

Figura 3. Modelo de madurez digital Baier, Walsh y Mulder (2021)



Nota: Este modelo se adopta de las propuestas de Baier, Walsh y Mulder (2021) y que en la opinión de Peralta (2021), se representaría en etapas que refieran la intensidad en el uso de tecnologías digitales en las empresas que tienen el potencial para optimizar las operaciones y procesos, mejorar la satisfacción de los clientes y trabajadores, crear nuevos productos y/o servicios a través de estrategias como el *e-commerce* y el *marketing* digital.

Las características de cada etapa o nivel de madurez digital, se presentan por Baier, Walsh y Mulder (2021), siguiendo una etapa inicial de la que se parte de cero para la adaptación digital, seguido de la adopción digital para accionar canales de comunicación con los clientes y el equipo de trabajo, a fin de alcanzar la madurez de la transformación digital en las empresas para alcanzar la expansión y diferenciación que se logra, según lo expresan Baier, Walsh y Mulder (2021), Khuntia *et al.* (2019), Luan & Zhang (2020) y Liu *et al.* (2019) al seguir las cuatro etapas de madurez: 1) inicial-canales de comunicación, 2) adopción tecnológica-canales de comercialización, 3) expansión-plataformas y marketing digital, y 4) diferenciación-e-commerce. Es desde esta propuesta que se plantea realizar el estudio de campo en PyMES sinaloenses de un determinado sector regional, y será desarrollado en la siguiente etapa indagatoria.

Resultados:

Después de analizar la literatura científica, se observa que la adopción de las TICS, permite construir estrategias de transformación en la empresa, innovando en temas organizacionales, culturales, estructurales y productivos. En los estudios de Urgal *et al.* (2011), Jiménez Bautista y Rodríguez Peralta (2017), Alcalá Casillas, *et al.* (2017), Basave Kunhardt (2016), Buendía García, *et al.* (2017) y Alguacil Ojeda (2022) se encontró que la innovación digital en las empresas se podrá generar desde acciones transformacionales orientadas a la innovación digital de la gestión empresarial que abarcan desde la cultura organizacional, el liderazgo y personal, el negocio, así como desde la gestión y los procesos.

Esto explica que, en repetidas ocasiones, los líderes académicos y empresariales pronunciaron la necesidad de fortalecer inversiones en tiempo, capacidad de recurso humano e inversiones en aspectos relacionados a los aspectos educativos, científicos, tecnológicos y de innovación.

Con base a los estudios de Giannopapa *et al.* (2022), Nyagadza (2022), Rowan, *et al.* (2022) y Guandalini (2022), los hallazgos sobre transformación digital para la sustentabilidad registran información di-

versa respecto a 4 categorías generales: 1) la cultura organizacional, 2) liderazgo y manejo de personal, 3) negocio y 5) gestión y procesos, que son identificados como factores organizacionales que posibilitan la transformación digital, lo que dependerá de la madurez digital de las PYMES.

Respecto a los factores organizacionales de transformación digital y aplicación ODS, se observa que el discernimiento en estos apartados orientados a la transformación digital de las empresas hacia la sustentabilidad se realiza mediante cuatro etapas o fases con las Baier, Walsh y Mulder (2021) demuestra la madurez de la transformación digital y compromiso internacional de las pymes, 1) fase inicial de adaptación, 2) adopción de la tecnología, 3) expansión y 4) diversificación; lo que permitirá una expansión digital mediante el marketing digital en apoyo a la gerencia y asignación de recursos a través de inversiones para *e-commerce*, que permita el alineamiento estratégico de toda la organización, con equipos altamente competentes, dedicados a objetivos centrados en el negocio, el cliente, los productos digitales y la sustentabilidad de la empresa.

Para alcanzar esto se requiere que las Pymes monetaricen sus datos ofreciendo servicios basados en la información, usando la nube y desarrollando sus propios softwares en los procesos comerciales que se vinculan con los clientes, diferenciando el ambiente y ecosistema organizacional basado es la agilidad y confiabilidad de soluciones mediante la inteligencia artificial y el análisis de datos.

Esto induce a una cultura empresarial innovadora para la sustentabilidad, en la que se necesita una gestión del cambio que apalee la incertidumbre, para lo que será necesario la colaboración de todos los colaboradores internos de la organización mediante la capacitación y generación de conocimientos útiles a las empresas y la sociedad, a fin de generar la innovación de negocios, la retención de clientes y la prospección de resultados, que de acuerdo con Peralta (2020), se impulsarían nuevas industrias y mercados a través de gestión y procesos, a la par de impulsar la cultura de la transformación digital, el liderazgo en las personas dispuestas a la innovación y la transformación digital, y en consecuencia al impulso de negocios TD.

Conclusiones:

La mayor parte de la bibliografía científica trata la transformación digital desde el área médica, química y farmacéutica. Los primeros estudios observados hacen énfasis en la Teoría del cambio tecnológico y la teoría del proceso de innovación de Schumpeter, mientras que la mayor parte de literatura científica, tratan el cambio tecnológico desde las ciencias de la salud, las ciencias económicas y administrativas quedan relegadas de la transformación tecnología, debido a que se demanda alta inversión para su instrumentación; sin embargo, hay estudios que ponen énfasis en la necesaria cultura digital de las personas y las organizaciones para optimizar procesos y elevar la rentabilidad. Destacan procesos acelerados y rápidos de internacionalización.

En el campo de las ciencias sociales, se pone mayor énfasis en adoptar la innovación para instrumentar procesos de transformación tecnológica internos, incrementables, forzados y necesarios para el bienestar social y la igualdad. Mientras que los estudios sobre la TD en las organizaciones, se destaca como principales procesos de innovación a las estrategias de marketing digital y de *e-commerce* en las PYMES para la sustentabilidad, así como para la satisfacción de los clientes y trabajadores.

Este panorama digital, de innovación en la aplicación de los ODS, se fomenta el desarrollo de nuevos modelos de negocios, por ejemplo, plataformas que facilitan entrar en otros mercados no digitales, como sucedió con *Airbnb* en la industria del alojamiento o con Amazon en el sector minorista. Algunos trabajos recientes de la OCDE muestran que los sectores de alta intensidad digital son más dinámicos en promedio (ello es compatible con la idea de que las tecnologías digitales pueden bajar las barreras de entrada y tienden a facilitar la redistribución), pero han perdido dinamismo desde 2001, sobre todo en cuanto a entrada y tasas de redistribución de empleos.

Sin embargo, la innovación empresarial como fuente de Desarrollo para las PYMES se verá reflejada desde marketing digital como disciplina y modelos de negocio, incluyendo la adopción de lo que hoy se conoce como el marketing móvil. Como última reflexión al respecto, si los cambios tecnológicos irrumpen y modifican los procesos de las organizaciones, la gestión empresarial, la aplicación del marketing y

otras estrategias, entonces se debe iniciar con acciones de concientización y adaptación tecnológica en las organizaciones, principalmente en las más pequeñas que son las que menos condiciones de TD tienen.

Para impulsar una TD en la MIPyME, se podría hacer uso de las técnicas de mercadotecnia digital y también de e-commerce, pero si se desea amalgamar el aspecto de sustentabilidad, se tendrán que diseñar estrategias de aplicar estas técnicas destacando la atención y aplicación de los ODS, y conduciendo a estas organizaciones a un cambio de patrones en la gestión empresarial, hacia la rentabilidad y resiliencia, pero también hacia el cuidado ambiental

En esta amalgama de lo económico, social y medio ambiental, se daría un liderazgo transformación hacia la innovación de las empresas en la aplicación de procesos gerenciales tecnificados, y además en la reconversión o metamorfosis de empresas ambidiestras (Nyagadza, 2022) desde la aplicación de los ODS y para la eco innovación (Rowan, *et al.* 2022) y la sustentabilidad (Guandalini, 2022).

Finalmente, del análisis realizado, surge la inquietud de medir la transformación digital desde una hoja de ruta para el futuro de las PYMES que se estarían analizando; dado que se han convertido en un factor de diferenciación que contribuye a la productividad y operaciones relacionadas a la internacionalización de las empresas.

Por tanto, se cumplió el objetivo de realizar una revisión de la literatura que permita distinguir los factores determinantes de la transformación digital para la exportación (TD-ex de ahora en adelante), de acuerdo a las etapas de madurez digital y de las fases de exportación de las pymes, para así reconocer los principales factores que inciden en TD-ex de las pymes; para lo que Díaz-Martínez, Cruz-Méndez & Ruiz-Domínguez (2018) proponen un instrumento de diagnóstico y autoevaluación para medir las condiciones organizacionales hacia la nueva revolución industrial 4.0

En perspectiva, se pretende continuar con el estudio de campo ajustando variables e indicadores derivados del diagnóstico y estudio de campo en PYMES de un determinado sector comercial regional que se ajustara a la propuesta de Baier, Walsh y Mulder (2021) por su idoneidad y pertinencia.

Referencias:

- Alcalá Casillas, M. G. (2017). La Galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad de Manuel Castells, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62 (231), septiembre-diciembre de 2017 p.p. 407-412.
- Alguacil Ojeda J. (2022). Investigación e innovación biomédica ante la pandemia por COVID-19. Informe SESPAS 2022, *Gaceta Sanitaria*, 36(S1), p.p. 87-92, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2022.02.004>
- Avendaño, W. R. (2012). Innovación: un proceso necesario para las pequeñas y medianas empresas del municipio de San José de Cúcuta, norte de Santander (colombia), *Semestre Económico*, 15 (31), pp. 187-208.
- Avila-Tomas, J.F.; Olano-Espinosa, E.; Minué-Lorenzo, C.; Martinez-Suberbiola, F.J.; Matilla-Pardo, B.; Serrano-Serrano, M.E.; Escortell-Mayor, E. & Group Dej@lo (2019). Effectiveness of a chat-bot for the adult population to quit smoking: protocol of a pragmatic clinical trial in primary care (Dejal@), *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 19 (249), p.p. 1-10, <https://doi.org/10.1186/s12911-019-0972-z>
- ATP (2022). Carta al Director El liderazgo transformacional en los profesionales de la salud en tiempos de emergencia sanitaria, *Atención Primaria Práctica*, 4 (2), April–June 2022, p.p.1-2, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appr.2022.100133>
- Baier, H., Walsh, D y Mulder, N. (2021). *La transformación digital de las pymes exportadoras desde una perspectiva teórica y práctica*, Naciones Unidas, División de Documentos y Publicaciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Basave Kunhardt J.(2016). IED de las empresas multinacionales mexicanas y estrategias de “catch up” tecnológico, *Economía Informa*, 399 (3), p.p. 3-15.
- Bianchi C., Mingo S. & Fernandez V. (2019). Strategic management in Latin America: Challenges in a changing world, *Journal of Business Research*, 105 (December 2019), p.p. 306-309, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.10.022>
- Buendía García R., Rivas Díaz J. P. y Alonso León I. (2017). Evaluación del potencial del desarrollo en ciencia y tecnología en México 2000-2015, *Economía Informa*, 402 (enero-febrero 2017), p.p. 13-28.

- Díaz-Martínez, M.A., Cruz-Méndez A.L. & Ruiz-Domínguez H.S. (2018). Instrumento de diagnóstico y autoevaluación para medir las condiciones organizacionales hacia la nueva revolución industrial 4.0, *Revista Internacional de Investigación e Innovación Tecnológica*, 6 (35), p.p. 1-14.
- Dini, M., Gligo, N. y Patiño, A. (2021). *Transformación digital de las mipymes: Elementos para el diseño de políticas*, Naciones Unidas, División de Desarrollo Productivo y Empresarial de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Carro-Suárez J.; Sarmiento-Paredes S. y Rosano-Ortega G. (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. La importancia de la cultura en la sustentabilidad empresarial, *Estudios Gerenciales*, 33 (145), p.p. 352-365, <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.11.006>
- Ceja-Pizano, J. J., Santillán-Luna, I. y Aguirre-Contreras, D. (sin fecha). El confinamiento, reto para las pymes mexicanas: aplicando estrategias de tics para la reactivación económica, *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, pp. 647- 665.
- Costa Resnitzkya M. H., Grander G. Ferreira da Silva L. Santibanez Gonzalez, E. del R. (2021). Innovation projects of packaging recycling to a circular economy, *Sustainable Operations and Computers*, 2 (1), p.p. 115-121, <https://doi.org/10.1016/j.susoc.2021.05.005>
- CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020). *Séptima Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe*. In Agenda Digital para América Latina y el Caribe (eLAC2022), Virtual Meeting: Publicaciones de las Naciones Unidas.
- CEPAL (2021a). *¿Es la infraestructura digital existente una limitación para la recuperación?*, Boletín 360, número 6 / 2021, Facilitación, comercio y logística en América Latina y el Caribe.
- CEPAL (2021b). *Datos y hechos sobre la transformación digital*, Documentos de proyectos (LC/TS.2021/20), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021.
- Chiriboga-Zamora, P.A., Tapia-Hermida, L. X., Romero-Flores, M. L. y Pardo-Jumbo, T. E. (2022). La Transformación Digital en Tiempos de Pandemia y las Ventas de la Empresa Agropecuario El Ganadero del Cantón Pedro Vicente Maldonado, Pichincha, *Polo del conocimiento* (Edición núm. 67), 7 (2), p.p. 595-615.
- David-West, O., Iheanachor N. & Umukoro I. (2020). Sustainable business models for the creation of mobile financial services in Nigeria, *Jour-*

- nal of Innovation & Knowledge*, 5 (2), p.p. 105-116, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.03.001>
- Dethine, B., Enjolras, M., & Monticcolo, D. (2020). Digitalization and SMEs' export management: Impacts on resources and capabilities, *Technology Innovation Management Review*, 10(4), 18–34, <http://doi.org/10.22215/timreview/1344>
- Dunne T. C., Clark B. B., Berns J. P., McDowell W. C. (2019). The technology bias in entrepreneur-investor negotiations, *Journal of Business Research*, 105 (December 2019), p.p. 258-269, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.08.024>
- Esguerra G.A. y Contreras F. (2016). Liderazgo electrónico, un reto ineludible para las organizaciones de hoy, *Estudios Gerenciales*, 32 (140), p.p. 262-268, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.08.003>
- Ferreira D.; Vale M.; Carmo, R. M., Encalada-Abarca L. & Marcolin C. (2021). The three levels of the urban digital divide: Bridging issues of coverage, usage and its outcomes in VGI platforms, *Geoforum*, 124 (August 2021), p.p.195-206, <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.05.002>
- Figuerola Galvis, N, Y, (2020). Revisión sistemática de bibliografía con análisis de tendencias de investigación: unas pautas generales ejemplificadas, *Revista IDGIP*, 1 (3) enero-diciembre de 2020, p.p.64-76, disponible en <http://revistas.escuelaing.edu.co/index.php/idgip>
- Förster, M., Kürpick, C., Hobscheidt, D., Kühn, A. & Dumitrescu, R. (2022). Cross-industry methods for strategic planning of the digital transformation of small and medium sized enterprises, *Procedia CIRP*, 109 (2022), p.p. 322-327, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procir.2022.05.257>
- García Samper, M.; Sukier H. B.; Baez Palencia, D.; Ramírez Molina, R. I.; Barranco Alfaro K.; Salamanca Sánchez, Y. & Franco Sarmiento, A.C. (2022). Digital transformation of business models: influence of operation and trade variables, *Procedia Computer Science*, 203 (2022), p.p. 565-569, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.07.125>
- Giannopapa C., Staveris-Poykalas A. y Metallinos S. (2022). Space as an enabler for sustainable digital transformation: The new space race and benefits for newcomers, *Acta Astronautica*, 198 (September 2022), p.p 728-732, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.actaastro.2022.06.005>
- Gregurec, I., Furjan, M. T. & Tomičić-Pupek, K. (2021). The Impact of COVID-19 on Sustainable Business, Models in SMEs. *Sustainability* 2021, Vol. 13, Page 1098, 13(3), 1098, <https://doi.org/10.3390/su13031098>

- González B. y Ortún V. (2022), Reconstrucción del sistema sanitario: gobernanza, organización y digitalización. Informe SESPAS 2022, *Gaceta Sanitaria*, 36 (1), p.p. S44-S50, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2022.02.010>
- Guandalini I. (2022). Sustainability through digital transformation: A systematic literature review for research guidance, *Journal of Business Research*, 148 (2022), p.p. 456-471, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.003>
- Heredia, J.; Castillo-Vergara, M.; Geldes, C.; Carbajal G. F.; Flores A. & Heredia W. (2022). How do digital capabilities affect firm performance? The mediating role of technological capabilities in the “new normal”, *Journal of Innovation & Knowledge*, 7 (2), April–June 2022, p.p. 1-10, <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100171>
- Hermosilla D., Amutio A., da Costa S. y Páez D. (2016). El Liderazgo transformacional en las organizaciones: variables mediadoras y consecuencias a largo plazo, *Journal of Work and Organizational Psychology*, 32 (3), p.p. 135-143, <https://doi.org/10.1016/j.rpto.2016.06.003>
- Iribarren Susino, F. J. (2022). Revisión sistemática de literatura de metodologías ágiles y su aplicación en el desarrollo de videojuegos [Tesis de grado]. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires, Argentina. <https://www.ridaa.unicen.edu.ar/xmlui/handle/123456789/3218>
- Jiménez Bautista, S. y Rodríguez Peralta, C.M. (2017). La inclusión de las PyMEs en la Cadena de valor de la Industria Automotriz en México en el marco del Tratado Trans-Pacífico (ttp), *Economía Informa*, 403 (March–April 2017), p.p. 46-65 <https://doi.org/10.1016/j.ecin.2017.05.004>
- Kunkel, S. & Matthes, M. (2020). Digital transformation and environmental sustainability in industry: Putting expectations in Asian and African policies into perspective, *Environmental Science and Policy*, 112 (2020), p.p. 318-329, <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2020.06.022>
- Khuntia, J., Kathuria, A., Saldanha, T. J. V., & Konsynski, B. R. (2019). Benefits of IT-Enabled Flexibilities for Foreign versus Local Firms in Emerging Economies, *Journal of Management Information Systems*, 36 (3), 855-892.
- Liu, G., Wu, M. S. S., Ko, W. W., Chen, C. H. S., & Chen, Y. (2019). Cause-related marketing: Led corporate social responsibility in international business-to-business markets: the contingent roles of hostcountry sus-

- tainable development. *International Marketing Review*, 37(4), 713–734, disponible en www.emeraldinsight.com/0265-1335.htm
- Luan, Y., & Zhang, Z. (2020). Research on e-commerce integrated management information system of crossborder enterprises based on collaborative information middleware, *Information Systems and eBusiness Management*, 18(4), 527-543, DOI: <https://doi.org/10.1007/s10257-018-0383-1>
- Mejía Trejo J. (2021). Modelo de innovación de mercadotecnia digital y la Generación Z como estilo de toma de decisiones de consumidor. Haciendo predicciones con una red neural artificial en México, *Contaduría y Administración*, 66 (4), p.p. 1-28, <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.3258>
- Mendes Filho, L.; Feder Mayer, V. & Watanabe Correa C. H. (2022). Dimensões que influenciam a percepção dos turistas sobre Destinos Turísticos Inteligentes, *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 16 (e-2332), p.p. 1-17, DOI: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v16.2332>
- Montero Delgado J. A., Merino Alonso F. J. Monte Boquet E., Ávila de Tomás, J. F. y Cepeda Díez, J. M. (2020). Competencias digitales clave de los profesionales sanitarios, *Educación Médica*, 21 (5), September–October 2020, p.p. 338-344, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.edumed.2019.02.010>
- Naranjo-Valencia J. y Calderón-Hernández G. (2015). Construyendo una cultura de innovación. Una propuesta de transformación cultural, *Estudios Gerenciales*, 31 (135), p.p. 223-236, <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.12.005>
- Nelson, R.R. & Winter, S.G. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Harvard University Press.
- Nieto-Parralles, D.A., Parralles-Reyes, J. E. & Pibaque-Pionce, M.S. (2021). Innovación del marketing digital en las microempresas de telefonía Celular del cantón Jipijapa año 2019, *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. Polo de Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP), 6 (1), pp. 823-838, <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.375>
- Núñez Cudriz, E. C. & Miranda Corrales, J. D. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones, *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16 (30), p.p. 1-13, DOI: <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2915>
- Nyagadza, B. (2022). Sustainable digital transformation for ambidextrous digital firms: systematic literature review, meta-analysis and agenda

- for future research directions, *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 1 (3), September–December 2022, p.p. 1-13, <https://doi.org/10.1016/j.stae.2022.100020>.
- OECD (2019). *Measuring the Digital Transformation: A Roadmap for the Future*, OECD Publishing, París. <https://doi.org/10.1787/9789264311992-en>
- Olano-Espinosa E, Avila-Tomas JF, Minue-Lorenzo C, Matilla-Pardo B, Serrano Serrano ME, Martinez-Suberviola FJ, Gil-Conesa M, Del Cura-González I, Dejal@ Group (2022). *Effectiveness of a Conversational Chatbot (Dejal@bot) for the Adult Population to Quit Smoking: Pragmatic, Multicenter, Controlled, Randomized Clinical Trial in Primary Care*, *JMIR Mhealth Uhealth*, 10 (6), p.p. e34273, DOI: <https://doi.org/10.2196/34273>
- Page, M. J.; McKenzie, J. E.; Bossuyt, P. M.; Boutron I.; Hoffmann T. C., Mulrow C. D., Shamseer L., Tetzlaff J. M., Akl E. A., Brennan S. E., Chou R., Glanville J., Grimshaw J. M., Hróbjartsson A., Lalu M. M., Li T., Loder E. W., Mayo-Wilson E., McDonald S., McGuinness L.A., Stewart L. A., Thomas J., Tricco A. C., Welch V. A., Whiting P. y Moher D., (2021). Declaración PRISMA 2020: una guía actualizada para la publicación de revisiones sistemáticas, *Revista Española de Cardiología*, 74(9), p.p. 790-799, <https://doi.org/10.1016/j.recesp.2021.06.016>
- Peralta, L. (2021). *El turismo de Centroamérica y la República Dominicana ante las tecnologías digitales*, (LC/MEX/TS.2021/10), Ciudad de México: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Perilla-Toro, L. E. y Gómez-Ortiz, V. (2017). Relación del estilo de liderazgo transformacional con la salud y el bienestar del empleado: el rol mediador de la confianza en el líder, *Journal of Work and Organizational Psychology*, 33 (2017), p.p. 95-108, DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.rpto.2017.02.005>
- Reuschke D., Long J. & Bennett N. (2021). Locating creativity in the city using Twitter data, *EPB: Urban Analytics and City Science*, 48 (9), p.p. 2607-2622, DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/2399808320980745>
- Rowan N. J., Murray N., Qiao Y., O'Neill E., Clifford E., Barceló D., Power D. M. (2022). Digital transformation of peatland eco-innovations ('Paludiculture'): Enabling a paradigm shift towards the real-time sustainable production of 'green-friendly' products and services, *Science of the Total Environment*, 838 (2022), p.p. 1-20, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2022.156328>

- Sabogal-Alfaro, G.; Mejía-Perdigon, M.A.; Cataldo A. & Carvajal K. (2021). Determinants of the intention to use non-medical insertable digital devices: The case of Chile and Colombia, *Telematics and Informatics*, 60 (July 2021), p.p. 1-15, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101576>
- Saldarriaga Salazar, M. E.; Guzmán González, M. F. & Concha Cerón, E. A. (2019). Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia, *Revista Venezolana de Gerencia*, (2) 1, p.p. 151-165. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063446008>
- Sánchez Martín, M., Navarro Mateu, F. y Sánchez-Meca J. (2022). Las Revisiones Sistemáticas y la Educación Basada en Evidencias, *Espiral, Cuadernos del Profesorado: Multidisciplinary Journal of Education*, 15 (30), p.p. 108-120.
- Schumpeter, J. A. (1978). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Quinta Reimpresión, México, Fondo de Cultura Económica.
- Sol Calabor M., Mora A. y Moya S. (2018). Adquisición de competencias a través de juegos serios en el área contable: un análisis empírico, *Revista de Contabilidad*, 21 (1), January–June 2018, p.p. 38-47, <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.11.001>
- Urgal, B., Quintás, M. Á. y Arévalo Tomé R, (2011). Conocimiento tecnológico, capacidad de innovación y desempeño innovador: el rol moderador del ambiente interno de la empresa, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14 (2011), p.p. 53-66, DOI; <http://dx.doi.org/10.1016/j.cede.2011.01.004>
- Universidad Nacional Autónoma de México (2018). *Hacia la Consolidación y Desarrollo de Políticas Públicas en Ciencia, Tecnología e Innovación: Objetivo Estratégico para una Política de Estado 2018-2024*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Zaruma-Pincay, M.E., Gómez-Mite, L.P., Menoscal-Pincay, M. B. & Ponce-Salazar, M. M. (2022). La Innovación Empresarial como Fuente de Desarrollo para las Microempresas del Cantón Jipijapa, *Dominio de las Ciencias*, 8 (1), pp. 430-447, DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i1.2581>

Desarrollo Económico de MiPymes en América Latina ante COVID-19. Estudio de caso

DRA. ALMA LESLIE LEÓN AYALA¹

DR. FRANCISCO JAVIER ARIAS VARGAS²

DRA. ZOILY MERY CRUZ SÁNCHEZ³

DR. ROBERTO DE JESÚS CRUZ CASTILLO⁴

DRA. SARA JOCELYN BELLO MENDOZA⁵

DR. CHRISTIAN MAURICIO CASTILLO ESTRADA⁶

Resumen

El siguiente capítulo se realizó con la participación de la Red de colaboración académica entre investigadores de la Universidad Autónoma de Chiapas en México y las Universidades de: Corporación Universitaria Americana, Universidad de Antioquía y la Institución Universitaria Marco Fidel Suárez de Colombia, Universidad de Valparaíso de Chile y Universidad Nacional de Frontera de Perú.

Tiene como objetivo el análisis de la situación interna en las MiPymes en las dimensiones: rentabilidad y productividad y del contex-

¹ Facultad de Negocios C-IV UNACH, alma.leon@unach.mx, Mexicana.

² Corporación Universitaria Americana, Colombia, fjarias@americana.edu.co, Colombiana.

³ Centro Universidad Empresa (CEUNE), UNACH, zoily.cruz@unach.mx, Mexicana.

⁴ Centro Universidad Empresa (CEUNE), UNACH, Roberto.cruz@unach.mx, Mexicana.

⁵ Facultad de Negocios C-IV UNACH, sara.bello@unach.mx, Mexicana.

⁶ Facultad de Negocios C-IV UNACH UNACHcmce@unach.mx, Mexicana.

to externo de las MiPymes en la Ciudad de Tapachula, Tuxtla, Gutiérrez, Chiapas, México, Colombia, Chile y Perú.

Con la finalidad de determinar si el COVID 19, afecto su desarrollo económico, generando y aplicando conocimientos relevantes para el sector empresarial en los países participantes.

Entre los factores estudiados se analizó la situación externa, caracterizando la situación de económica en: México, Colombia, Chile y Perú, comparando los resultados del análisis e interpretación en cada país de la afectación en el Desarrollo Económico de las MiPymes en: México, Colombia, Chile y Perú, ante el COVID 19

Empleando el Método de Estudio de Caso, una metodología cuali-cuantitativa; debido a que se recolectó, analizó y vinculó en un mismo estudio datos cuantitativos y cualitativos, los cuales fueron observados y medidos en un solo momento, con el objetivo de describir y analizar las fuentes para determinar la afectación en el Desarrollo Económico de las MiPymes ante el COVID 19 en los países de: México, Colombia, Chile y Perú, por ser una investigación en proceso aún se trabaja en los resultados.

Antecedente

La pandemia de COVID-19 que inicio en el año 2020 provoco serios conflictos tanto internos como externos en la permanencia de las Mi-pymes, el virus se propagó de forma rápida que organismos como la Organización Mundial de la Salud se vieron obligadas a emitir el 30 de enero de 2020, sus recomendaciones sanitarias internacionalmente, lo que provocó escasez de infraestructura sanitaria, para esa fecha, el virus se había descubierto en todos los distritos de China continental, y se determinaban casos en otros 15 países (SEGOB, 2021).

Entre las medidas sanitarias que se impusieron a nivel mundial, una de las indicaciones fue la suspensión de labores, la cual sería de 40 días, sin embargo, se extendió más de lo considerado, esto se vio reflejado en el cierre de muchas empresas, perdida de trabajo, es decir, se empezó a formar una crisis económica, entendemos por este término el cambio de un período monetario donde se presenta un cuadro de

carencias en la fabricación, presentación o utilización de bienes y servicios según (Cordera & Lomelí, 2017).

Las MiPymes son empresas que se encuentran integradas por tres grupos de organizaciones como la micro, pequeña y mediana que para mantener vigente sus servicios deben esforzarse, ser dedicados, trabajar en equipo comprometido en un mismo fin, MiPymes conocidas así porque en su acrónimo se encuentran contempladas las micro, pequeñas y medianas empresas, quienes tienen una función vital en la economía del país, fueron las más afectadas, debido a que estas empresas se basan en actividades técnicas que realiza un grupo de personas que van de 10 hasta 250 individuos, con mínimo de 25 mil pesos y un máximo de 35 millones de pesos, permitiéndole tener la ventaja de una empresa consolidada, sin embargo, no tiene los recursos económicos que las empresas grandes (Garza, 2000).

Sin embargo, la pandemia de COVID-19 trajo consigo una serie de dificultades que provocó un desequilibrio en la economía mundial, se reportaron miles de empresas que cerraban sus puertas al no poder cubrir sus necesidades, en cada país se apreció un colapso económico, sin embargo, se desconoce como este problema de salud afectó la estabilidad de las MiPymes en los países de América Latina.

Es por ello que la interrupción de la noche a la mañana, provocó que, al no tener un protocolo a seguir ante este tipo de problemas, los ingresos disminuyeron y los gastos se mantenían, sueldos, renta, luz, agua, mermando la situación económica de las mismas.

Esta investigación es de vital importancia debido a que pretende dar a conocer los daños que han tenido las MiPymes en su Progreso Financiero ante el COVID 19, y con esa información recabada conocer como han permanecido en el mercado a pesar de la pandemia, y se podrá divulgar para las MiPymes de cada País, principalmente en los países participantes.

El tema es pertinente, ya que permite la aplicación de las líneas de generación y aplicación del conocimiento de los cuerpos académicos participantes de la Universidad Autónoma de Chiapas: La Innovación e Intervención en las ciencias administrativas y contables, Estudio de las Organizaciones, Análisis y gestión organizacional para el desarrollo Regional, así como también nos permitirá obtener información re-

levante de las MiPymes de los países: México, Colombia, Chile y Perú, para visualizar el grado de afectación que han tenido en su Desarrollo Económico ante el COVID 19.

La Factibilidad de realizar la investigación se determina al identificar las MiPymes, Estudios de caso con las cuales se aplicarán los instrumentos de medición dentro de la ciudad de Tapachula, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México, Colombia, Chile y Perú, a través de los enlaces de colaboración académica existente con los investigadores de los respectivos países para el desarrollo de las actividades plasmadas en este proyecto.

Estado del Arte

En este capítulo hablaremos de términos fundamentales, como es el caso de la rentabilidad y productividad de las Mipymes, para ello entendemos por rentabilidad a la relación que se genera a través de las entradas y el precio establecidos por el uso de los bienes de la organización según (Gitman, 1997).

En otras palabras, hablar de rentabilidad es alcanzar una meta propuesta a corto tiempo que toda empresa se plantea para obtener de ella las ventajas esenciales para mantenerse, desarrollarse y crecer en el ámbito empresarial.

Para (DAFP, 1993) la Productividad es la clave para alcanzar las metas de las empresas, además de proporcionar soluciones de alto valor empleando un mínimo de esfuerzo de todas las áreas para desempeñarlo, lo que se refleja en beneficio de todos.

Es decir, es lograr lo propuesto con los recursos que se tienen alrededor y que esto genere ingresos mayores para obtener utilidades.

El concepto de desarrollo es un concepto más amplio que el de crecimiento, aunque no es del todo aceptable un concepto puramente economicista sino involucra el desarrollo humano y social, así como una adecuada acción política (Vargas, 2008).

El giro que tienen las MiPymes cubre varios sectores, lo cual permite que exista el flujo de dinero y con ello la estabilidad económica de la sociedad en general, representando el 90% de los comercios que

existen en México de ahí la importancia y exigencia de la reapertura de los negocios (NAFINSA, 2001).

En diciembre de 2019 se presentó ante el mundo una noticia que cambiaría el rumbo del modo de vida que conocemos, un brote pandémico de neumonía de origen desconocida en Wuhan, provincia de Hubei, China, el cual, alcanzó a afectar a más de 60 personas el día 20 de ese mes.

El rápido esparcimiento de la enfermedad obligo a la Organización Mundial de la Salud, el 30 de enero de 2020, enunciar una alerta sanitaria de intranquilidad internacional, estableciéndose en el impacto que el virus podría asumir en países rezagados con escasez de infraestructura sanitaria. En esa fecha, el virus se había descubierto en todos los distritos de China continental, y se determinaban casos en otros 15 países.

El primer caso de COVID-19 se descubrió en México el 27 de febrero de 2020. Las sintomatologías más frecuentes para el contagio de COVID-19 son: dolor de garganta, agotamiento, tos seca y fiebre. Otros pacientes también muestran vómito, hemoptisis, diarrea, dificultad respiratoria.

También se descubrió que el virus se logra transferir a través del acercamiento directo con una persona infectado o cuando un individuo tose o estornuda y forma unas pequeñas gotitas que permanecen suspendidas en el aire y que se pueden transportar hasta 1,8 metros, aproximadamente y superficies contaminadas.

Motivo por el cual se dio la orden de suspender toda reunión de personas, es ahí donde se anuncia el cese de actividades de los negocios por 15 días los cuales se extendieron por largo tiempo colocando a los negocios en un estado de alerta económica y para los empleados la pérdida de sus trabajos e ingresos (SEGOB, 2021)

Las empresas MiPymes son micro, pequeñas y medianas empresas, en cuanto a volumen de tamaño, número de trabajadores, ingresos, et- cétera (Arreola, 2017)

En este sentido, el crecimiento económico “es el aumento cuantitativo y cualitativo de las rentas reales de un país en un lapso determinado”. Usualmente se ha aplicado al sector industrial, y hoy día al sector tecnología. Asimismo, el precitado autor señala que existen cuatro for-

mas de crecimiento económico. La primera es un crecimiento simple, donde se añaden nuevas fuentes de producción, pero sin variar la organización ni las empresas.

La segunda es la acumulación de capital, puesto que se aplica más técnica, se invierte más capital y produce un aumento natural de las empresas y, por ende, del crecimiento citado en (Márquez, 2020)

Lebret and Moreux (1942), citado en (Márquez, 2020), define el desarrollo como series de transiciones, para una población dada y para todos los grupos que se incluyan dentro de esta población, con un patrón menos humano a otro más humano de existencia, del ritmo más rápido con el más bajo costo posible, mientras se toman en cuenta todos los lazos de solidaridad que existen y deben de existir entre estas poblaciones y los grupos poblacionales.

Objetivo

El objetivo de este capítulo es el realizar un análisis comparativo de la afectación al Desarrollo Económico de las MiPymes en: México, Colombia, Chile y Perú, ante el COVID 19. Estudios de casos.

Seguidos de los siguientes objetivos específicos

- Determinar los antecedentes y estado del arte de las dimensiones: MiPymes, Desarrollo Económico y COVID- 19.
- Analizar el contexto de las MiPymes sujetas al estudio
- Analizar las dimensiones rentabilidad y/o productividad en su caso de las MiPymes sujetas de estudio
- Determinar la afectación del Desarrollo Económico de las MiPymes ante el COVID-19
- Efectuar análisis comparativo de los resultados obtenidos en los países México, Colombia, Chile y Perú.

Para realizar este proyecto se establecieron las actividades para desarrollar y los grupos encargados de llevarlas a cabo.

Tabla 1. Actividades para desarrollar

	Grado	Nombre completo	Adscripción	Área de especialización	Tareas específicas (Indicar qué actividades hará en el proyecto)	Nivel de participación
1	Dr.	David Ristori Cueto	Facultad de Negocios Campus IV, UNACH, México.	Gestión para el Desarrollo	Elaborar los antecedentes y el Estado del arte de las MiPymes.	Permanente
2	Dra.	Susana Patricia García Sampedro	Facultad de Negocios Campus IV, UNACH, México.	Gestión para el Desarrollo	Elaborar los antecedentes y el Estado del arte de Desarrollo Económico.	Permanente
3	Dr.	Emilio Esquinca Argüello	Facultad de Negocios Campus IV, UNACH México.	Administración	Elaborar los antecedentes y Estado del arte del COVID-19.	Permanente
4	Dra.	Sara Jocelyn Bello Mendoza	Facultad de Negocios Campus IV, UNACH México.	Administración	Determinar el Universo y la muestra de los Sujetos de Estudio para la aplicación de la investigación en Tapachula, Chiapas.	Permanente
5	Dr.	Christian Mauricio Castillo Estrada	Facultad de Negocios Campus IV, UNACH, México.	Gestión para el Desarrollo	Establecer la reunión con empresarios representantes legales de las MiPymes ubicadas en Tapachula, Chiapas, México.	Permanente
6	Dra.	Laura de Jesús Velasco Estrada	Facultad de Contaduría y Administración Campus I, UNACH, México.	Estudios Regionales	Determinar el Universo y la muestra de los Sujetos de Estudio para la aplicación de la investigación y establecer la reunión con empresarios representantes legales de las MiPymes ubicadas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México.	Permanente
7.	Dr.	Francisco Javier Arias Vargas	Corporación Universitaria Americana, Colombia.	Administración y Dirección de Empresas	Interpretar y analizar la información recabada de los instrumentos de medición aplicados en las MiPymes ubicadas en Colombia.	Permanente
8	Mtra.	Gabriela de los Ángeles Ramos Esquinca	Facultad de Negocios Campus IV, UNACH, México.	Administración con Terminal en Finanzas	Aplicar instrumentos de medición en Tapachula, Chiapas, México.	Permanente

	Grado	Nombre completo	Adscripción	Área de especialización	Tareas específicas (Indicar qué actividades hará en el proyecto)	Nivel de participación
9	Dra.	Zoily Mery Cruz Sánchez	Centro Universidad Empresa (CEUNE), UNACH, México.	Estudios Organizacionales	Interpretar y analizar la información recabada de los instrumentos de medición aplicados en México	Permanente
10	Dr.	Roberto de Jesús Cruz Castillo	Centro Universidad Empresa (CEUNE), UNACH, México.	Estudios Organizacionales	Aplicar los Instrumentos de medición en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México.	Permanente
11	Dr.	Jovany Arley Sepúlveda Aguirre	Corporación Universitaria Americana, Colombia.	Gestión de la Innovación Tecnológica, Cooperación y Desarrollo Regional	Elaborar los antecedentes y el estado del arte de las MiPymes	Permanente
12	Dr.	Carlos Augusto Arboleda Jaramillo	Corporación Universitaria Americana, Colombia	Administración y Estudios Organizacionales	Elaborar los antecedentes y el estado del arte de Desarrollo Económico.	Permanente
13	Dr.	Luis Fernando Garcés Giraldo	Corporación Universitaria Americana, Colombia	Filosofía	Elaborar los antecedentes y estado del arte del COVID-19	Permanente
14	Dr.	Eduar Sergio Burgos Sánchez	Universidad de Antioquia, Colombia	Desarrollo emprendedor e innovación	Determinar el Universo y la muestra de los Sujetos de Estudio para la aplicación de la investigación en Colombia.	Permanente
15	Dr.	Gustavo Adolfo Moreno López	Institución Universitaria Marco Fidel Suárez, Colombia	Administración	Determinar el Universo y la muestra de los Sujetos de Estudio para la aplicación de la investigación en Colombia	Permanente
16	Dra.	Olga Inés Vélez Bernal	Institución Universitaria Marco Fidel Suárez, Colombia	Administración con especialidad en Gerencia de Proyectos	Establecer la reunión con empresarios representantes legales de las MiPymes ubicadas en Colombia	Permanente

	Grado	Nombre completo	Adscripción	Área de especialización	Tareas específicas (Indicar qué actividades hará en el proyecto)	Nivel de participación
17	Dr.	Carlos Mario Ortega Rojas	Institución Universitaria Marco Fidel Suárez, Colombia.	Educación y pensamiento complejo	Aplicar los instrumentos de medición en Colombia	Permanente
18	Dra.	Leslie Cecilia Bridshaw Araya	Universidad de Valparaíso, Chile	Gestión y Políticas Públicas	Determinar el Universo y la muestra de los Sujetos de Estudio para la aplicación de la investigación, analizar e interpretar la información recabada como resultado de la aplicación de los instrumentos de medición de las MiPymes ubicadas en Chile.	Permanente
19	Dra.	Rocío Yara González Marín	Universidad de Valparaíso, Chile	Turismo y Administración	Establecer la reunión con empresarios representantes legales de las MiPymes ubicadas en Perú, así como diseñar y aplicar los instrumentos de medición en Perú.	Permanente
20	Dr.	Leandro Alonso Vallejos More	Universidad Nacional de Frontera, Perú.	Dirección de Empresas	Determinar el Universo y la muestra de los sujetos de estudio, para la aplicación de la investigación, establecer la reunión con empresarios representantes legales de las MiPymes, diseñar y aplicar los instrumentos de medición, así como analizar e interpretar la información recabada de las MiPymes ubicadas en Perú	Permanente

En esta tabla se describen las diversas actividades que se realizaron además de las personas con quien se trabaja.

Teorías

Las principales teorías sobre el desarrollo socioeconómico son la teoría de la modernización, la dependencia, la neoinstitucional, la globalización, los sistemas mundiales y el desarrollo sustentable. Las dos

principales teorías del desarrollo son la basada en monoeconomía y la de beneficios mutuos (Vargas, 2008).

La teoría de la modernización sostiene que el desarrollo es un proceso sistemático, evolutivo, progresivo, transformador, homogeneizador y de “americanización” inminente. La teoría de la modernización sostiene que el desarrollo social y político de los pueblos ocurre en el cambio de racionalidad de una sociedad basada en los afectos a una sociedad basada en los logros individuales. Esta teoría identificó etapas evolutivas de desarrollo de los pueblos.

Los procesos de modernización generan aprendizajes rápidos y traen consigo un incremento en las demandas de bienes y servicios e inflación de las expectativas para satisfacer las necesidades y deseos, lo cual no siempre desarrolla la infraestructura y capacidad para lograrlo. No obstante, Huntington (1993) plantea que la modernización provocaba inestabilidad, por lo que llegó a sostener que antes de tener gobiernos democráticos era necesario gobiernos que centralizaran el poder para llevar a cabo los procesos de modernización.

Teoría de la dependencia. La teoría de la dependencia centra el desarrollo en los mercados domésticos, el papel del sector industrial nacional, generación de demanda agregada mediante incrementos salariales que aumentan los niveles de vida. Las teorías anteriores centran su objeto de estudio en el estado nación, a diferencia de las dos siguientes cuyo objeto de estudio toma otras perspectivas.

La teoría de la dependencia de recursos establece los procesos competitivos en los recursos o insumos que implican cambio en respuesta a un estándar, es decir, trata de los procesos competitivos por los cuales la escasez de recursos que implican el uso de estándares, implica cambios. La teoría de dependencia de recursos explica cómo las presiones por la competitividad llevan a las organizaciones a diferenciarse. Las organizaciones que enfrentan escasez de recursos buscan una mayor competitividad para adquirir recursos o para innovar para usar recursos alternativos (Vargas, 2008).

En la teoría del sistema mundo capitalista se analiza la formación y la evolución del modo capitalista de producción como un sistema de relaciones económico sociales, políticas y culturales, que nace a fines de la edad media europea y que evoluciona hasta convertirse en un sis-

tema planetario de acuerdo a Dos Santos, citado en (Vargas, 2008), y en cuyo enfoque se distingue la existencia de un centro, una periferia y una semiperiferia, además de distinguir entre economías centrales, una economía hegemónica que articula al conjunto del sistema.

Métodos

Se empleó el Método de Estudio de Caso, una metodología cuali-cuantitativa; esto debido a que se recolectaron, analizó y vincularon en un mismo estudio datos cuantitativos y cualitativos, los cuales serán observados y medidos en un solo momento, con el objetivo de describir y analizar las fuentes para determinar la afectación en el Desarrollo Económico de las MiPymes ante el COVID 19 en los países de: México, Colombia, Chile y Perú.

El estudio de caso o análisis de caso es un instrumento o método de investigación con origen en la investigación médica y psicológica y que ha sido utilizado en la sociología. Se sigue utilizando en áreas de ciencias sociales como método de evaluación cualitativa.

Los estudios de casos incluyen una variedad de grupos de presión como movimientos de paz, movimientos sociales, derechos de las mujeres, exiliados, tratados internacionales y grupos extremistas de derecha.

Los asuntos que se abordan incluyen la relación de los espacios públicos y privados en el contexto de la actividad política, la interrelación entre cambio social y cambio dentro de la familia, así como la relación entre generaciones en términos de políticas y de procesos que ofrecen la motivación para que un individuo participe en movimientos sociales. Esta técnica intenta contribuir al cambio de paradigma en la investigación de los movimientos sociales.

La historia del estudio de caso muestra su origen multidisciplinario, y su uso representa una larga tradición en la educación. Por diferentes caminos, con énfasis particulares, disciplinas sociales y humanas han aportado a la consolidación del estudio de caso como una estrategia de investigación social cualitativa citado en (León, 2019).

La recolección de datos se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevista, la encuesta, el cuestionario, la observación.

Todos estos instrumentos se aplicarán en un momento en particular, con la finalidad de buscar información que será útil a una investigación en común.

En este caso se utilizó el cuestionario.

De acuerdo con (Arias, 2006) los cuestionarios proporcionan una alternativa muy útil para la entrevista; sin embargo, existen ciertas características que pueden ser apropiada en algunas situaciones e inapropiadas en otra. Al igual que la entrevistas, deben diseñarse cuidadosamente para una máxima efectividad. Selección de formas para cuestionarios.

La autora (León, 2019) manifiesta que el Cuestionario es un procedimiento considerado clásico en las ciencias sociales para la obtención y registro de datos. Su versatilidad permite utilizarlo como instrumento de investigación y como instrumento de evaluación de personas, procesos y programas de formación.

Es una técnica de evaluación que puede abarcar aspectos cuantitativos y cualitativos. Su característica singular radica en que, para registrar la información solicitada a los mismos sujetos, ésta tiene lugar de una forma menos profunda e impersonal, que el “cara a cara” de la entrevista. Al mismo tiempo, permite consultar a una población amplia de una manera rápida y económica.

Un cuestionario deberá incluir preguntas de distintos tipos y en función del planteamiento del mismo del tema a investigar (Pérez, 1994).

Resultados

El presente proyecto, es una investigación que aún se encuentra en desarrollo, hasta el momento se puede enunciar los siguientes avances en conformidad con los objetivos específicos establecidos:

- Elaboración de los antecedentes y el Estado del arte de las Mi-Pymes.
- Elaboración de los antecedentes y el Estado del arte de Desarrollo Económico
- Elaboración de los antecedentes y Estado del arte del COVID-19.
- Determinar el Universo y la muestra de los Sujetos de Estudio para la aplicación de la investigación en Tapachula, Chiapas.
- Elaboración de los antecedentes y el estado del arte de las Mi-Pymes
- Diseño de Cuestionario, mismo que se aplicara en la siguiente etapa.

Conclusión

De acuerdo con las investigaciones y trabajos realizados durante el desarrollo de este proyecto los países participantes como son México, Colombia, Chile y Perú, han sufrido afectaciones fuertes en la ejecución de sus actividades principales que sostienen a sus empresas abiertas al público, algunas acciones que los negocios han realizado para lograr continuar con sus actividades es reducir su plantilla además de reestructurar tiempos y áreas de los trabajadores, continuamente los empleados enfermaron y esto ha provocado que el desempeño de los mismos no ha sido igual dado las secuelas que ha dejado en la salud de las personas el COVID-19, los empresarios vieron una desigualdad de ingresos a los egresos, provocando que la permanencia de los negocios se desequilibrara, incluso muchos negocios se vieron en la obligación de cerrar al no poder solventar los gastos.

Es por ello por lo que las MiPymes son negocios vulnerables y que requieren de: atención, trabajo, estrategias, innovación y apoyo, y debido a que no tienen una estructura fuerte cualquier cambio en la economía afecta notablemente su desarrollo.

Sin embargo, la afectación ha sido en diferente grado de acuerdo con el país correspondiente, es por ello que se diseñó el instrumento de medición a través del cuestionario para conocer como ha impactado la pandemia a los negocios.

La producción disminuyó, los precios subieron, la demanda era poca, los clientes hicieron un paro de actividades de forma abrupta, situación ante la cual no se contaba con un plan de emergencia.

Sin embargo, se continúa trabajando para que los negocios vuelvan a fortalecerse, y reestructurar sus estrategias, metas y acciones en pro de mantener un equilibrio en tiempos de crisis.

Referencias

- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Editorial: Episteme.
- Arreola, R. R. (2017). *De la teoría a la práctica: las Mypimes*. Editorial: Contribuciones a las ciencias Sociales.
- Cordera, R., & Lomelí, C. (2017). *De crisis del cambio de régimen económico a la transición inconclusa*. Editorial: UNAM.
- DAFP. (1993). *Memorias del Simposio de Bienestar Social Laboral. Talento Humano y Gestión pública*. Editorial: DAFP.
- Garza, C. R. (2000). *Creación de las MiPymes, objetivos emprendedores*. Editorial: Forbes.
- Gitman, L. (1997). *Fundamentos de administración financiera*. Editorial: OUP Harla
- León, A. A. (2019). *Guía Metodológica para la presentación de Protocolos de Investigación en las Ciencias sociales y administrativas*. Editorial: HESS, S.A. DE C.V.
- León, A. A. Et al. (2022). *Análisis comparativo de la afectación al Desarrollo Económico de las MiPymes en: México, Colombia, Chile y Perú, ante el COVID 19. Estudio de casos*. [Ponencia]. Memoria del 13º. Congreso Internacional de Investigación en MiPymes y Empresas Familiares “Estrategias de reactivación de las MiPymes para el Desarrollo Regional”. Mesa 2. Universidad Autónoma de Chiapas. <https://www.congresointernational.ceune.unach.mx/>
- Márquez, O. L. (2020). *Desarrollo y crecimiento económico, análisis teórico desde un enfoque cuantitativo*. Revista de Ciencias Sociales, 233-253.
- NAFINSA. (2001). *Sector comercio y empresa media*. Editorial: Boletín de la Empresa Mediana.

- Pérez, S. G. (1994). *Investigación Cualitativa*. Editorial: La muralla.
- SEGOB. (2021). *Todo sobre COVID-19*. Editorial: Secretaria de Gobernación.
- Vargas, H. J. (2008). *Análisis crítico de las teorías del desarrollo económico*. Editorial: Centro Universitario de Ciencias.

Capacitación en la planeación financiera para las microempresas del sector comercial

MC. DULCE VALERIA, DÍAZ HUICHO¹

MC. CRISTAL FONSECA BOJÓRQUEZ²

DRA. MÓNICA LILIANA RIVERA OBREGÓN³

DRA. PATRICIA CARMINA INZUNZA MEJÍA⁴

DR. ESTEBAN OTONIEL MORENO LÓPEZ⁵

Resumen:

En este capítulo se presentan la revisión bibliográfica realizada en una empresa comercial de refacciones automotrices del municipio de Guasave, al revisar que la capacitación dentro de cualquier empresa es básica para que esta pueda funcionar adecuadamente, pero cuando se habla de capacitación financiera, toma aún más importancia, pues se relaciona con uno de los elementos más importantes y controlados de las empresas, teniendo como objetivo general de describir el grado de capacitación que reciben los empleados en una microempresa comercial de refacciones automotrices en el municipio de Guasave.

Entre los factores estudiados se desarrollan los puntos trascendentales de la capacitación y la educación financiera, además de la separa-

¹ Universidad Autónoma de Sinaloa, dulcevaleriadiazhuicho@gmail.com, mexicana.

² Universidad Autónoma de Sinaloa, cristal.fonseca@uas.edu.mx, mexicana.

³ Universidad Autónoma de Sinaloa, obregon.39@uas.edu.mx, mexicana.

⁴ Universidad Autónoma de Sinaloa, patriciainzunzamejia64@gmail.com, mexicana.

⁵ Universidad Autónoma de Sinaloa, otoniel@uas.edu.mx, mexicano.

ción que se debe dar entre los objetivos familiares y los de las empresas. La metodología empleada es con enfoque mixto, tipo descriptivo exploratorio mediante un estudio de caso. Los resultados obtenidos evidencian la capacitación que tienen los empleados para realizar las actividades relacionadas con la planeación financiera y la relación que existe entre los objetivos familiares y de la empresa, basándose en la toma de decisiones empíricas.

Antecedentes:

Infante (2019), afirma que las microempresas suelen aplicar algunas herramientas de planeación financiera, pero no han podido incrementar las habilidades en ese tema, puesto a la complejidad de las herramientas financieras y el tiempo que no disponen para capacitarse, ocasionando que no tengan el avance adecuado.

Esta investigación es desarrollada mediante la modalidad de un estudio de caso en una microempresa comercial de refacciones automotrices del municipio de Guasave, constituida fiscalmente como persona física. La empresa cuenta con 3 empleados, es una empresa familiar, donde se presume que no se lleva a cabo de manera correcta la planeación financiera, por falta de capacitación o educación financiera, teniendo problemas en el aprovechamiento de los recursos con los que cuenta la empresa.

Año tras año se observa cómo la microempresa, permanece constante en sus utilidades o en algunos de los casos, van menguando. Una de las principales causas que generan este problema podría ser que no cuenta con información financiera confiable para elaborar estrategias idóneas con las que puedan llegar a un nivel más elevado.

Con el desarrollo de la investigación se pretende conocer la importancia de la aplicación profesional de la planeación financiera y las herramientas necesarias para el aprovechamiento de los recursos, por lo tanto, el logro de los objetivos y el incremento de utilidades.

Pregunta de investigación:

¿Cuál es el grado de capacitación de los empleados para implementar una planeación financiera eficiente en la empresa comercial?

Por medio de esta investigación se pretende beneficiar a la microempresa, debido a que, se podrá conocer el grado de capacitación que tienen los empleados para implementar la planeación financiera, y así podrá definir el rumbo que tiene que seguir para alcanzar sus objetivos estratégicos, mediante la coordinación de todos sus integrantes y funciones.

Objetivo:

Al realizar esta investigación, se planteó el siguiente objetivo:

Describir el grado de capacitación que reciben los empleados para implementar una planeación financiera eficiente en la empresa comercial.

Método:

La palabra método se deriva del griego meta: hacia, a lo largo, camino o vía hacia un fin; se refiere al procedimiento o pasos lógicos y razonados para llegar a un fin. El método es la selección de las operaciones intelectuales y físicas que se desarrollan para llevar a cabo una investigación, el método no se inventa, es el objeto a seguir o problema de estudio a resolver; que se determina por el objeto o problema.

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008). La presente investigación se desarrolló con un enfoque mixto, tipo descriptivo, exploratorio, que permitió conocer el grado de capa-

citación que reciben los empleados para implementar una planeación financiera.

Ponce y Pasco (2018), señalan que “los estudios con base descriptivo se orientan a especificar las propiedades, dimensiones y características de un fenómeno organizacional, sin plantear conexiones entre ellas.” Es por ello que la tipología descriptiva de este estudio permitió conocer a detalle la forma en que se comporta la planeación financiera en la microempresa comercial de refacciones automotrices.

Sampieri, Fernández y Baptista (2014), señalan que los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.

Esta investigación se tipifica como estudio de caso, el cual permitió investigar y describir el grado de capacitación que reciben los empleados para implementar una planeación financiera eficiente. Rovira, Codina, Marcos y Palma (2004) conceptualizan al estudio de caso como un método de investigación cualitativa y empírica orientada a la comprensión en profundidad de un objeto, hecho, proceso o acontecimiento en su contexto natural.

Una técnica utilizada es la observación participante, Coffey y Atkinson (2003) señalan al momento de observar se siempre se precisa y se hace consciente de qué se está investigando.

La otra técnica utilizada es la entrevista semiestructurada, según Corbetta (2003), define una entrevista semiestructurada de investigación, como un instrumento capaz de adaptarse a las diversas personalidades de cada sujeto, en la cual se trabaja con las palabras del entrevistado y con sus formas de sentir, no siendo una técnica que conduce simplemente a recabar datos acerca de una persona, sino que intenta hacer hablar a ese sujeto, para entenderlo desde dentro.

A través de la observación participante y la entrevista semiestructurada se estudió a fondo cada una de las actividades que están relacionadas con la capacitación de los empleados y la planeación financiera que realiza la microempresa comercial de refacciones automotrices,

permitiendo conocer la realidad mediante la percepción de objetos y fenómenos.

El primer paso de la presente investigación consistió en identificar los horarios más factibles para encontrar a las personas sujetas al servicio de la empresa y contar con la disponibilidad para aplicar los instrumentos diseñados. Además de solicitar autorización para el espacio para desarrollar la observación participante y la entrevista semiestructurada.

Una vez obtenida la autorización, el siguiente paso fue aplicar los instrumentos y recopilar la información para capturarla. Después se procedió a verificar la información obtenida en la observación del participante y la entrevista semiestructurada para conocer el grado de capacitación de los empleados.

Resultados:

Los resultados obtenidos de la entrevista semiestructurada arrojan que en el tema de planeación financiera no se capacita al propietario, ni los empleados, desconocen los elementos que conforman la planeación financiera, y solamente llevan registros de ingresos y egresos, presentando irregularidades al mezclar objetivos familiares y empresariales. Es importante recalcar que dentro de las respuestas del entrevistado señala que no cuentan con los recursos financieros para solventar capacitaciones.

Se pudo constatar

Al momento de observar las actividades del propietario se destacan los siguientes puntos:

- El dueño es el que abre el negocio
- Es necesario que esté él para que el negocio funcione, porque es el único que conoce el lugar donde se encuentra la mercancía.
- Siempre cuentan con un fondo de caja chica.
- Anota en la libreta lo que va vendiendo.
- No sabe usar Excel.
- No cuentan con un punto de venta.

- Son muy amables con los clientes, muy accesibles.
- La mayoría de las ocasiones es él quien atiende, los demás sólo atienden cosas mínimas.
- Es el que cobra.
- Anota los productos en una libreta que se van terminando.
- Las actividades que realiza son operativas, las decisiones las consensan entre familia, pero en otro lugar, es decir, fuera de la empresa, puede ser en una reunión familiar en casa del propietario.

Al observar las actividades de la secretaria se destacan los siguientes puntos:

- Pasar las ventas a Excel, clasificándolas por el tipo de pago.
- Hacer las cotizaciones.
- Hacer los pedidos.
- Definir los precios de los productos.
- Elaborar e imprimir facturas.
- Recopilar la documentación para la contabilidad.
- Mínimamente atender clientes.
- Conciliar las operaciones del estado de cuenta, con las operaciones que registra en Excel.
- Cobrar.
- Solicitar mercancía a proveedores a través de un análisis comparativo buscando los mejores precios.

Por su parte las actividades del repartidor son las siguientes:

- Se cuenta con servicio a domicilio, y es quien se encarga de repartir la mercancía.
- Tiene conocimientos de la mercancía que venden.
- Es el que se encarga de acomodar la mercancía, pero no cuenta con un orden bien establecido.
- Se observa la mercancía desorganizada.
- No tiene contacto directo con el cliente para ofrecer productos como vendedor.
- Hace todos los mandados.

Estado del arte:

Incidencia de la capacitación en la planeación financiera

La capacitación dentro de cualquier empresa es básica para que esta pueda funcionar adecuadamente, pero cuando se habla de capacitación financiera, toma aún más importancia, pues se relaciona con uno de los elementos más importantes y controlados de las empresas, es por ello que en los siguientes subtemas se desarrollan los puntos trascendentales de la capacitación y la educación financiera, además de la separación que se debe dar entre los objetivos familiares y los de las empresas.

Educación financiera

En los últimos tiempos la educación financiera ha venido tomando mayor importancia para los empresarios, según Anshika, Anju Singla y Girijasankar Mallik (2021) conceptualizan a la educación financiera de un empresario como la mezcla de su conocimiento en los aspectos financieros, la competencia para disminuir riesgos y hacer las mejores inversiones financieras.

Por otro lado, Portilla, Huaman, Linarea y Herrera (2021), argumentan que la educación financiera permite que los empresarios puedan conocer sus derechos y obligaciones, generando conocimiento para un mejor desarrollo de su entidad.

Asimismo, Villada, López y Muñoz (2017), señalan que una adecuada educación financiera es imperativa para mejorar el estándar de vida de los individuos y de las empresas, pues entrega herramientas a las personas para tomar decisiones efectivas que permitan mejorar su bienestar económico.

Por su parte Gómez (2009), argumenta que es una transmisión de conocimientos, habilidades y actitudes que se requieren para que la sociedad maneje adecuadamente el dinero, sus ingresos, ahorros, gastos y la inversión.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2005), define a la educación financiera como el proceso mediante el cual los usuarios comprenden mejor los productos y riesgos financieros, desarrollando habilidades para tomar decisiones mejor informadas con los riesgos que estas decisiones acarrearán. La misma OCDE tiene los principios de educación financiera (2005) los cuales mencionan que las empresas en sus programas de educación financiera pueden incluir aspectos de planeación, ahorro, gestión de la deuda privada, matemáticas financieras y economía. Al practicar la educación financiera, se aumenta la conciencia de los riesgos financieros y las formas de protección.

En lo que respecta a México de acuerdo con la Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF, 2017) se define a la educación financiera como un conjunto de acciones necesarias para que la población adquiera aptitudes, habilidades y conocimientos que le permitan administrar y planear sus finanzas personales, así como usar de manera óptima los productos y servicios que ofrece el sistema financiero en beneficio de sus intereses personales, familiares, laborales, profesionales, y de su negocio.

Por su parte la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUCEF, 2021) la define como el proceso a través del cual las personas podrán adquirir conocimientos y desarrollar habilidades para tomar las mejores decisiones financieras, y aumentar el nivel de vida.

Existen diferentes definiciones para la educación financiera, pero tomando en cuenta los puntos más importantes que mencionan los diferentes investigadores y organismos gubernamentales, podemos definir a la educación financiera como el proceso que permite hacer una transmisión de conocimientos, para que las personas adquieran habilidades y puedan tomar las mejores decisiones en la administración de sus recursos financieros, lo que les lleve a tener una mejor calidad de vida, o alcanzar los objetivos deseados en sus empresas.

Separación financiera empresa – familia

Sánchez (2018) afirma que las empresas familiares actualmente forman parte importante dentro de los distintos niveles de gobierno, debido a que estos las reconocen por su relevancia socioeconómica y territorial. De acuerdo con datos recuperados del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, por medio de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE, 2018), en nuestro país hay 4,182,064 empresas, y de éstas, 4,057,719 son microempresas, representando el 97.03%. Ahora bien, San Martín y Durán (2017) enfatizan que las microempresas familiares en México representan el 85.80% del total de las empresas.

Para que una empresa, se considere como empresa familiar según Donnelly (1964) se debe identificar en la misma con al menos dos generaciones de una familia, y además que sean partícipes de las decisiones importantes dentro de la empresa. Barnes y Harrison (1976) argumentan que en una empresa familiar el dominio y poder se encuentra en los miembros de la misma familia, por ello es empresa familiar.

Asimismo, Miller y Le-Breton (2005) hacen referencia a que la empresa familiar es una organización que es controlada por la familia, la cual dirige su propiedad, hacia el futuro, dejándola en manos de siguientes generaciones. Por su parte, Amat (2004), hace ver que dentro de la empresa familiar hay diferentes vínculos entre la familia y la empresa, por lo que no hay una separación clara, lo que genera dificultades.

Es necesario resaltar que para las empresas familiares es complicado poder separar los objetivos financieros familiares con los empresariales, tal y como lo plantean Romero y Zavala (2018) quienes argumentan que la planeación financiera dentro de las empresas familiares es una tarea difícil, debido a que no siempre los objetivos empresariales están alineados con los de la familia, además que no cuentan con herramientas financieras efectivas.

Por su parte, Arrubla (2016) señala que la educación financiera en una empresa familiar es de suma importancia pues ayudará al negocio a hacer una separación de las finanzas personales y de la empresa. Por su parte Moctezuma y Jiménez (2015) manifiestan que, para poder

compaginar adecuadamente los objetivos empresariales y familiares, es necesario poder hacer uso de las ventajas competitivas que la empresa familiar posee, y la conciliación de ambos objetivos es indispensable para que esta subsista.

Adicionalmente, Romero (2009) afirma que dentro de los principales problemas que enfrentan las empresas familiares son las dificultades financieras derivadas de la distribución de dividendos y remuneración de familiares y no familiares. Al respecto, Randel, Manfred y Teacy (2007) adaptaron un modelo de tres círculos en los que participan la familia, la empresa y la propiedad, mismas que generan conflictos en cinco áreas críticas, que, si se alinean, pueden garantizar el éxito del negocio y las metas familiares, o viceversa.

Las cinco áreas son: el capital (¿cómo se asignan los recursos financieros de la empresa, entre las distintas demandas empresariales y familiares), el control (¿quién tiene el poder para la toma de decisiones en la empresa y la familia?), la ocupación (¿cómo seleccionan a las personas para la dirección de la empresa y cada uno de los puestos?), el conflicto (¿puede un problema familiar detener las relaciones humanas o se extiende a la empresa?), y por último la cultura (¿qué valores son primordiales para los sistemas familiares y empresariales, y cómo se transmiten estos valores?

Conclusión:

Los resultados obtenidos que arrojaron los instrumentos y estrategia aplicada en esta investigación permiten concluir lo siguiente:

Los empleados de la empresa desconocen los elementos de la planeación financiera debido a que no reciben capacitación, ni le toman importancia a la educación financiera, al propietario de la empresa sólo le importa sobrevivir el día a día y las decisiones las toma de manera empírica. No hay funciones establecidas para cada uno de ellos, pues en algunas ocasiones hacen de todo, de acuerdo con las necesidades que vayan surgiendo.

En resumen, los resultados obtenidos en este estudio observan que la empresa comercial de refacciones no realiza la planeación financie-

ra, desconocen los elementos que la componen y no tienen capacitaciones referentes al tema, pero de igual manera reconocen que existe un proceso de planeación financiera deficiente y están de acuerdo en implementar los elementos de la planeación financiera en su entidad para mejorar y seguir creciendo en el mercado de las refacciones automotrices.

A partir de los resultados y conclusiones de esta investigación se le recomienda al propietario que invierta en capacitación para él y sus empleados, para que adquieran conocimientos acerca de educación financiera, que les permita poder cumplir con los objetivos que se planteen y obtengan información financiera confiable, en el momento oportuno para la toma de decisiones.

Por último, los resultados esta investigación permitieron detectar líneas de conocimiento que no fueron atendidas en la misma, por lo que se recomienda tomarlas en un futuro, de las que sobre sale el llevar a cabo una investigación sobre planeación financiera en una MiPyME un poco más organizada que la empresa caso de estudio.

Referencias:

- Amat, J. (2004). *La continuidad de la empresa familiar*. Ediciones Gestión 2000.
- Anshika, Anju, S. & Girijasankar M. (2021). Determinants of financial literacy: Empirical evidence from micro and small enterprises in India. *Asia Pacific Management Review*, 24 (1), (1-2). <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2021.03.001>
- Arrubla, M. (2016). Finanzas y educación financiera en las empresas familiares Pymes. *Sinapsis* (8), 99-118. (Disponible en: <https://app.eam.edu.co/ojs/index.php/sinapis/article/view/21/167>)
- Barnes, L, & Harrison, S. (1976). Transferring power in the family business. *Harvard*
- Coffy, A. & Atkinson, P. (2003). *Encontrar el sentido a los datos cualitativos. Estrategias complementarias de investigación*. Editorial Universidad de Antioquia.
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros. (2021). *Educación financiera*. (Disponible en: <https://www.gob.mx/condusef/articulos/educacion-financiera-196110?idiom=es>)

- Corbetta, P. (2003). *La ricerca sociale: metodologia e tecniche*. III Le tecniche qualitative. Bologna. Il Mulino.
- Díaz, D., Fonseca, C., Rivera, M., Inzunza, P. & Moreno, E. (2022). *Importancia de la capacitación en la planeación financiera para las microempresas del sector comercial*. [Ponencia]. Memoria del 13º. Congreso Internacional de Investigación en MIPyMES y Empresas Familiares “Estrategias de Reactivación de las MIPYMES para el Desarrollo Regional”. Mesa 1. Universidad Autónoma de Chiapas. <https://www.congresointernacional.ceune.unach.mx/>
- Donnelly, R. (1964). The family business. *Harvard Business review*, 4 (2), 93-105. (Disponible en: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.857.1483&rep=rep1&type=pdf>)
- Gómez, F. (2009). *Educación financiera: retos y lecciones a partir de experiencias representativas en el mundo*. Proyecto capital. (Disponible en: <http://www.asbasupervision.com/en/bibl/financial-inclusion/financial-literacy/177-educacion-financiera-retos-y-lecciones-a-partir-de-experiencias-representativas-en-el-mundo/file>)
- INEGI. (2019). *Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018*. Recuperado de (Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enaproce/2018/doc/ENAPROCE2018Pres.pdf>)
- Infante. S. (2019). *Efectos de la planeación financiera en microempresas incubadas en la Ciudad de México* [tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México]. (Disponible en: <http://132.248.9.195/ptd2019/enero/0784168/Index.html>)
- Miller, D. & Le-Breton (2005). *Managing for the Long Run: Lessons in Competitive Advantage from Great Family Businesses*. Editorial Harvard Business School Press. (Disponible en: https://www.academia.edu/15553324/Managing_for_the_Long_Run_Lessons_in_Competitive_Advantage_from_Great_Family_Businesses)
- Moctezuma, R. & Jiménez, S. (2015). *Propuesta para facilitar la continuidad de la empresa familiar, transportes especializados en carga de maquinaria (TECMA)* [tesis de maestría, Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas]. (Disponible en: <https://www.repositorionacionalcti.mx/recurso/oai:repositorio.upiicsa.ipn.mx:20.500.12271/787>)
- OCDE (2005), *Recommendation of the Council on Principles and Good Practices on Ponce, M.F. & Pasco, M. M. (2018). Guía de investigación, en gestión*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú

- Portilla, Huaman, Linarea & Herrra (2021). Incidencia de la Educación financiera de socios en la gestión financiera de una Cooperativa de Ahorro y Crédito. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar* 5 (1), 12-13. (Disponible en: <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/251/338>)
- Randel, C., Manfred K. & Treacy, E. (2007). *Family Business*. *International Encyclopedia of Organizational Studies*. British Library Cataloguing in Publication Data. (Disponible en: http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/FAMILY%20BUSINESS%20Family%20business%20on%20the%20couch%20a%20psychological%20perspective.pdf)
- Romero, J. & Zabala, K. (2018). Planificación estratégica financiera en las cadenas de farmacias familiares del estado Zulia-Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIV(4), 9-25. (Disponible en: <https://www.re-dalyc.org/articulo.oa?id=280/28059581002>)
- Romero, J. (2009). *Dinámica de la internacionalización de la empresa familiar* [tesis doctoral, Universidad del Zulia]. (Disponible en: https://www.academia.edu/28077125/Creaci%C3%B3n_y_optimizaci%C3%B3n_de_la_Caja_Solidaria_de_Ahorro_y_Cr%C3%A9dito_Sumak_Kawsay_en_la_comunidad_de_Santiagopamba_parroquia_San_Pablo_de_Atenas_cant%C3%B3n_San_Miguel_provincia_de_Bol%C3%ADvar)
- Rovira, C., Codina, L. Marcos, M. & Palma, M. (2004). Información y documentación digital 2004. España: Ediciones Peticó.
- Sampieri, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2004). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill Education
- San Martín, J. & Durán, J. (2017). *Radiografía de la empresa familiar en México*. UDLAP. (Disponible en: <https://cig.udlap.mx/wp-content/uploads/2019/01/ESTUDIO-Radiograf%C3%ADa-de-la-Empresa-Familiar-en-M%C3%A9xico.pdf>)
- Sánchez, M. (2018). *Análisis comparativo de prácticas de comunicación en mipymes familiares en Puebla* [tesis de maestría, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla]. Repositorio Institucional BUAP. (Disponible en: <https://repositorioinstitucional.buap.mx/handle/20.500.12371/959>)
- Villada, F., López, J. & Muñoz N. (2017). El Papel de la Educación Financiera en la Formación de Profesionales de la Ingeniería. *Formación Universitaria*, 10 (2), 13-22

Utilización del método BCG y análisis del valor económico agregado en la estrategia de negocios para una tienda de abarrotes

DR. FERNANDO ROMERO-TORRES¹
DR. AUGUSTO RENATO PÉREZ-MAYO²

Resumen

El objetivo de este trabajo es determinar el Valor Económico Agregado (EVA por sus siglas en ingles) de un producto estrella para una tienda de abarrotes. Ante la ausencia de cultura financiera en nuestro país y por consecuencia de creación de valor causa la destrucción de valor disminuye la rentabilidad esperada por los administradores al frente de este sector de venta al por menor. Una preocupación constante es el saber si los esfuerzos aplicados a un producto al detalle, realmente se traducen en rentabilidad, para este caso en particular precisa de pocas mediciones para saber si las acciones llevadas acabó tienen o no el efecto esperado.

Este trabajo se divide en 2 partes: En la primera parte se describe lo que es un producto estrella y en la segunda parte se analiza el producto estrella en términos del Valor Económico Agregado.

¹ Doctorado en Administración, Universidad Autónoma del estado de Morelos. Mexicano.

² Doctorado en organizaciones Universidad Autónoma del Estado de Morelos Mexicano.

La principal conclusión de esta investigación es que el producto estrella es un factor determinante en la generación de valor.

Palabras clave: Producto estrella, Valor Económico Agregado, tienda de abarrotes.

Introducción

Las entidades económicas buscan como fin último la generación de riqueza, lo que representa el objetivo principal por lo cual existen. Ante un entorno cambiante que afecta al canal tradicional de venta al por menor, en donde la estrategia de negocios requiere de información de manera

precisa y oportuna, para este estudio de caso en particular para medir el beneficio residual por año fiscal, es el Valor Económico Agregado (EVA, por sus siglas en inglés, *Economic Valued Added*), tiene como principal máxima que: “Una empresa crea valor, si el retorno sobre la inversión es mayor que el costo de capital, si por el contrario el retorno de la inversión es menor que el costo de capital, se destruye valor” (facultad de contaduría y ciencias administrativas, 2016, p. 242).

Descripción de la problemática

Las tiendas de abarrotes en mercado al detalle (Pymes comerciales) son uno de los sectores más competidos, que además utiliza pocas herramientas administrativas en el modelo de negocio, ante esta problemática hay que incentivar la competitividad de la organización mediante el reconocimiento de aquellos productos y familias de productos que representan la máxima utilidad en el negocio para lo que se utilizará una herramienta estandarizada reconocida como matriz BCG. Aunado a la utilización de la metodología EVA (Saavedra García, 2004), este escenario que tiene como consecuencia la destrucción de valor en las entidades es un problema a nivel Latinoamérica (Pabón-León, Bastos-Osorio, & Mogrovejo-Andrade, 2015).

La Unidad de análisis ubicada en Cuautla, Morelos, encuentra su amenaza creciente en sus pares de negocio, y el aumento desmedido de las tiendas especializadas. (Gómez Díaz, 2015).

Gran parte de las decisiones que se toman en la operación diaria de una tienda de abarrotes o miscelánea están basadas en la intuición, experiencia previa y en el concepto que se tiene en el negocio (FUNDES, 2009).

Antecedentes del sector minorista

En México, el P.I.B. es de \$21,766,928 millones de pesos, la actividad terciaria como el comercio, transporte y servicios contribuye con un 64.7% al P.I.B. (INEGI, 2019). De acuerdo con la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (ANPEC), México cuenta con 632 mil tiendas de abarrotes (Meza Orozco, 2018), el 83% de las tiendas son negocios familiares o están administradas por sus propietarios, lo cual les permite autonomía para fijar sus objetivos de rentabilidad.

El canal tradicional aún obtiene el 79.2% del gasto en alimentos de los mexicanos (Navarrete, 2016), esto es entre factores: cercanía (90%), que el tiempo de pago sea rápido (41%), y que los productos ofrecidos le hagan su vida más fácil (30%) (Rodríguez, 2016).

En Morelos hay 102,352 establecimientos, representa el 2.0% del total del país (INEGI, 2014), contribuye 218 mil millones de pesos un aporte del 1.2% del P.I.B. La principal actividad económica en Morelos es el comercio junto a otras actividades, se sitúa con 11.2%, el personal ocupado en este rubro con 168,487 mil trabajadores en el 2017, representa el 1.7% respecto al personal ocupado en el sector a nivel nacional. (Concanaco-Servytur, 2018).

Cuautla, ocupa el primer lugar en actividad económica, las principales actividades económicas, se concentran en el sector terciario que representa el 73.06%, la población económica activa se dedica al comercio (Gobierno Municipal Cuautla, 2015, p. 139).

Descripción de la empresa: La unidad de análisis es una tienda de abarrotes ubicada en el municipio de Cuautla, Morelos. Con 14 años de antigüedad, es de naturaleza familiar (INEGI, 2014).

Objetivo general

Analizar el valor económico agregado en un producto estrella, para una tienda de abarrotes, ubicada en el municipio de Cuautla, Morelos.

Objetivos específicos

1. Identificar el producto estrella de una tienda de abarrotes del año 2017, mediante la metodología matriz BCG.
2. Análisis del Valor Económico Agregado del producto estrella de la tienda de abarrotes durante los años 2017 y 2018.

En este sentido el concepto de Maximizar Valor se convierte en el objetivo rector de las entidades de negocio, al determinar el Valor Económico Agregado en un producto estrella, para una tienda de abarrotes, enfocado al público objetivo, con el fin de crear valor, se espera que el valor del capital se incremente por las decisiones tomadas para esta caso en particular. (Alarcón Armenteros & Ulloa Paz, 2018, p. 2). Los indicadores tradicionales para medir el rendimiento están perdiendo su eficacia ante un mundo globalizado Amat, (2002).

El EVA, tiene básicamente tres diferencias de los ratios financieros. El EVA toma en cuenta el Cálculo del costo promedio ponderado de capital (CCPC), el valor residual que se calcula al final del EVA que cubre la exigibilidad de los inversionistas; es flexible en su cálculo, al no estar sujetas a las normas internacionales financieras; considera solamente las utilidades de operación que se asocian directamente al negocio (elprofeallan, 2018).

Para efectos de esta investigación se utilizará el Valor Económico Agregado, por ser una herramienta gerencial clave para el planteamiento estratégico y la toma de decisiones en el “día a día” (conexio-nesan, 2018) al enlazar el desempeño financiero interno del detallista con los esfuerzos ejecutados en las estrategias, indicador financiero que se orienta a la medición de “valor” creado o destruido por una empresa, Fernández (2008).

Producto estrella

Siguiendo esta lógica, la matriz BCG está relacionada con el ciclo de vida del producto, definido en el artículo “Exploit the Product Life

Cycle” (1965) por el economista alemán Theodore Levitt, cuya definición básica es “el período de tiempo en la cual un producto produce ventas y utilidades” (Sánchez Hernando, 2015, p. 207), y un producto “es cualquier cosa que se pueda ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad” (Kotler & Armstrong, 2007, p. 237).

Levitt describe las siguientes etapas: Desarrollo de mercado (Market Development); Crecimiento de mercado (Market Growth); Madurez de mercado (Market Maturity); Declive de mercado (Market Decline). (Sánchez Hernando, 2015, p. 208).

Para seguir una estrategia eficaz y catapultar el producto estrella de una tienda de abarrotes, primero hay que hacer un análisis de cartera. Como afirma su autor Wheelen & Hunger (2007). El producto estrella en cuestión de crecimiento y proyección (López, 2010), se trata de una matriz de cuatro cuadrantes de doble entrada (2 x 2), agrupar los diferentes productos que tiene una tienda de abarrotes, estableciendo el comportamiento de la cartera de producto, la estrategia para su manejo y la asignación de la inversión. (MatrizBCG.com, s.f.),

Esta herramienta consiste en realizar un análisis estratégico de portafolio de la tienda de abarrotes en base a dos factores, el externo como la tasa de crecimiento de mercado ubicada en el eje vertical de la matriz, es decir, y el interno en el eje horizontal la participación de mercado o cuota de mercado en el cual se desenvuelve el producto, (Martínez Pedrós & Milla Gutiérrez, 2012, p. 126), estableciendo la importancia estratégica del producto. (Dvoskin, 2004, p. 187). Los perros se convierten en interrogantes los que se convierten en estrellas, las estrellas se convierten en vacas de dinero y las vacas de dinero se convierten en perros, con un movimiento giratorio constante hacia la izquierda. (González Triana, 2010, p. 81). La matriz BCG se basa en el crecimiento de la industria y/o del mercado. (Gestiopolis & Prieto Murillo, 2008).

La matriz BCG se basa en la Teoría de Ciclo de la Vida del Producto. En este sentido a medida que un producto avanza a través de su ciclo de vida. Los **signos de interrogación**: son productos nuevos con un potencial de éxito, pero que necesitan mucho efectivo para su desarrollo. Las **estrellas** son líderes de mercado que encuentran normalmente en el nivel máximo de su ciclo de vida y tienen capacidad

para generar suficiente efectivo para mantener su alta participación de mercado. **Las vacas lecheras** generan mucho más dinero del que se requiere para mantener su participación del mercado. En esta etapa estos productos son “ordeñados” para obtener el efectivo que se invertirá en nuevos signos de interrogación. Los **perros** tienen una baja participación mercado y carecen del potencial para generar efectivo (L. Wheelen & Hunger, 2007, p. 180).

Valor económico agregado

El EVA es denominado como: V.A.E. (Valor Económico Agregado), (Amat, 2002, p. 33). El Grupo ISS puntualiza que las medidas contables tradicionales tienen “deficiencias y puntos ciegos”. Biddle et al., (1998). Pero la principal diferencia entre estos métodos es el Costo de Oportunidad que es lo que indaga más la rentabilidad económica a la contable, el costo de oportunidad de las decisiones o de las cosas, es el valor o aquello que dejamos de hacer o dejamos de percibir por estar haciendo otra cosa. En este sentido los recursos utilizados para obtener estos flujos tienen un costo económico. Y la creación de valor en los negocios es la generación de una rentabilidad económica superior al costo de los recursos económicos o capital utilizados a expectativas futuras (González Díaz, 2000).

De los métodos para calcular el EVA en donde se elige el Método de Ingreso Residual, mediante los siguientes pasos: 1.- Determinar de utilidad operativa después de impuestos. 2.- Determinar del Costo de oportunidad de la inversión operativa promedio neta, aportado por lo socios o accionistas. 3.- Determinación del costo de oportunidad.

Se espera que el valor del EVA sea mayor que el año pasado para hablar de generación de valor. “Lo deseable de este valor agregado es que aumente período tras período, de un año a otro” (Rodríguez, 2011, p. 40), cabe enfatizar que existen muchas entidades con EVA negativo se precisa de otra herramienta de Gerencia basada en el Valor (Vera Colina, 2006, p. 156).

La métrica del Valor Económico Agregado se calcula a partir de cuatro pasos:

Paso 1: a) Calcular la utilidad antes de intereses y después de impuestos. (Saavedra García et al., 2012, p. 28). Paso 2: Calcular el Activo Neto Financiado (ANF) o Capital Invertido o Capital Empleado. (Vera Colina, 2000). Paso 3: Cálculo del costo promedio ponderado de capital (CPPC). (Sáez Molina, 2007, p. 12). Por lo tanto el CPPC es la tasa de rentabilidad mínima esperada de los activos, también es la tasa mínima que debería rentar un proyecto y es la tasa de descuento que se usa para valorar una empresa. Paso 4: d) Calcular el EVA.

Estrategias para aumentar el Valor Económico Agregado: Mejorar la eficiencia y rotación de los activos actuales. Mejorar los márgenes de utilidad. Aumentar las inversiones en activos que rindan por encima del costo de capital y eliminar las inversiones en activos que rindan por debajo del costo de capital. Reducir los niveles de activo, mantenimiento las ventas. Reducir el costo promedio de capital. Disminuir la carga fiscal (elprofeallan, 2018; Ramana, 2005, p. 3).

Saavedra (2004), precisa que los conductores del Valor Económico Agregado – EVA son las ventas, costo de ventas, gastos de operación e impuestos, cargo por capital invertido, en donde el eje central de una empresa es aumentar sus márgenes de utilidad.

Métodos:

Se utilizaron los financieros de un producto estrella de una tienda de abarrotes de los años 2017 y 2018, para el cálculo del EVA con un enfoque cuantitativo, utilizando metodología estandarizada de diseño experimental que se aplicará de forma longitudinal.

Población y muestra. Conformada por los clientes de una tienda de abarrotes de los años 2017 y 2018. En este trabajo se utilizó el método de muestreo probabilístico aleatorio simple.

Las fuentes de información son los estados financieros y las facturas del Grupo Modelo de los años 2017 y 2018. Para llevar a cabo la tabulación de los datos que se obtuvieron de las facturas del producto estrella, para elaborar la matriz BCG y calcular el valor con el modelo EVA se utilizará el programa Microsoft Office Excel.

Resultados y Discusión de la matriz B.C.G. del producto estrella año 2017

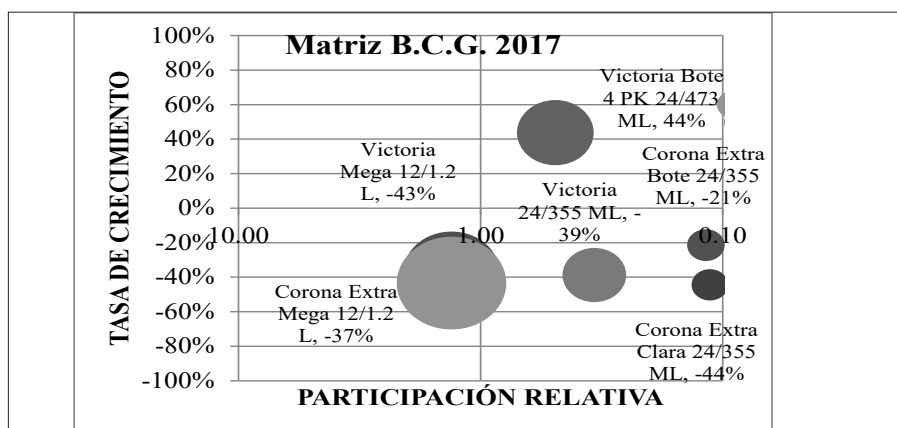
Se tabularon los datos provenientes de las facturas, se obtuvo la matriz BCG y medir el EVA, utilizando el programa Microsoft Office Excel cómo se observa en la TABLA 1. el producto o la marca que se vende en un negocio de abarrotes es la cerveza del Grupo Modelo de acuerdo con el indicador de prestigio, (Grupo Modelo 2018). se ilustra en la Fig 1.

TABLA 1. Cálculo de crecimiento de mercado año 2017.

GRUPO MODELO	2016			2017			PARTICIPACIÓN RELATIVA	TASA DE CRECIMIENTO	CASILLA DE LA MATRIZ BCG
	UNIDADES	%	VENTAS	UNIDADES	%	VENTAS			
Corona Extra Mega 12/1.2 L	1644	20%	\$46,032.00	27%	828	\$28,980.00	25%	1.32	-37%
Victoria Mega 12/1.2 L	2412	30%	\$67,536.00	40%	1092	\$38,220.00	33%	1.32	-43%
León Mega 12/1.2 L	120	1%	\$3,360.00	2%	36	\$1,260.00	1%	0.03	-63%
Corona Extra Clara 24/355 ML	648	8%	\$7,776.00	5%	288	\$4,320.00	4%	0.11	-44%
Victoria 24/355 ML	1762	22%	\$21,144.00	12%	864	\$12,960.00	11%	0.34	-39%
Pacifico 24/355 ML	72	1%	\$864.00	1%	0	\$0.00	0%	0.00	-100%
Victoria Bote 4 PK 24/473 ML	768	10%	\$13,056.00	8%	1104	\$18,768.00	16%	0.49	44%
Corona Bote 4 PK 24/473 ML	0	0%	\$0.00	0%	0	\$0.00	0%	0.00	0%
Negra Modelo 12/355 ML	120	1%	\$2,160.00	1%	180	\$3,240.00	3%	0.08	50%
Corona Extra Bote 24/355 ML	336	4%	\$5,712.00	3%	264	\$4,488.00	4%	0.12	-21%
ME Bote 6 PK 24/355 ML	120	1.5%	\$2,160.00	1.27%	192	\$3,456.00	2.98%	0.09	60%
Modelo Especial 12/355 ML	12	0.1%	\$180.00	0.11%	0	\$0.00	0.00%	0.00	-100%
Corona LG 12/1.05 LT	0	0.0%	\$0.00	0.00%	24	\$408.00	0.35%	0.01	0%
Barrilito Faj 24/355 ML	48	1%	\$720.00	0.42%	0	\$0.00	0.00%	0.00	-100%
TOTAL	8862	100%	\$170,700.00	100%	4872	\$116,100.00	100%	-32%	

Fuente: Elaboración propia con datos de la tienda de abarrotes

FIGURA 1. Matriz BCG Producto estrella 2017

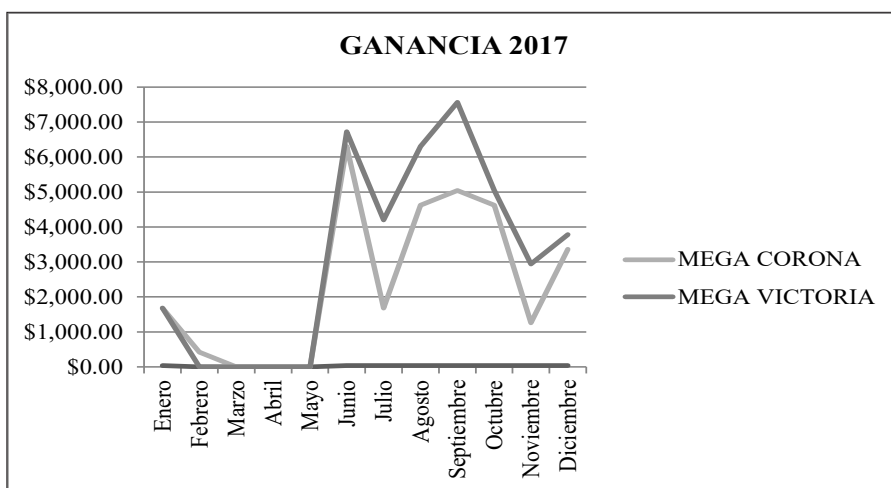


Fuente: Elaboración propia con datos de la tienda de abarrotes.

Hay una tasa de crecimiento negativa del año 2016 al 2017 para todos los productos de la Marca Modelo del -32%. Por otra parte se delimita el producto estrella que es la Cerveza Victoria Mega 1.2. L con un 40% de ventas en el 2016 y un 33% de ventas en el 2017.

A manera de corroborar se hace un comparativo entre las presentaciones de cerveza de 1.2. L del Grupo Modelo, en la Figura: 1 se hace evidente el producto estrella del año 2017.

Figura 1. Ganancia 2017.



Fuente: Elaboración propia con datos de la tienda de abarrotes.

Resultados y análisis del Valor Económico Agregado. Depreciación de Activo.

Se requiere de datos para elaborar los estados financieros y el EVA, para ello es preciso calcular la depreciación de un bien inmueble, para su posterior cálculo en los estados financieros. (CEDEPEC, 2011).

TABLA 2. Depreciación de activo.

Datos	
Activo	Refrigerador
Valor del Activo	\$6,256.00
Valor residual	
Vida útil	13 años

Fuente: elaboración propia**TABLA 3.** Tabla de depreciación.

Períodos	Cuota de depreciación	Depreciación acumulada	Valor neto en libros
2015	\$481.00	\$481.00	\$5,775.00
2016	\$481.00	\$962.00	\$5,294.00
2017	\$481.00	\$1,443.00	\$4,813.00
2018	\$481.00	\$1,924.00	\$4,332.00

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 4, se analiza la toma de decisión del coste de oportunidad, si se elige al Grupo Modelo como proveedor del producto estrella sobre un proveedor mayorista. En la Tabla 4 se observa que el costo de oportunidad es de 8.00% durante el 2017 y un 25.00% durante el 2018.

TABLA 4.*Tabla* costo de oportunidad.

Grupo Modelo		
Producto Victoria Mega 12/1.2 L		
Datos	Año	
	2017	2018
Precio cartón promedio anual	\$273.00	\$298.00
Precio venta	\$35.00	\$35.00
Precio unitario	\$23.00	\$25.00
Margen de contribución	\$12.00	\$10.00
Costo explícito unitario anual	\$552.00	\$600.00
Ganancia anual	\$4,380.00	\$3,650.00
Total	\$3,828.00	\$3,050.00
Opción renunciada:		
Depósito Zaro		
	Año	
	2017	2018
Precio cartón promedio anual	\$225.00	\$260.00
Precio Venta	\$35.00	\$35.00
Precio Unitario	\$19.00	\$22.00
Margen de contribución	\$16.00	\$13.00
Flete anual	\$480.00	\$480.00
Costo unitario anual	\$456.00	\$528.00
Costo flete anual	\$480.00	\$480.00
Costo total	\$936.00	\$1,008.00
Ganancia anual	\$5,840.00	\$4,745.00
Total	\$4,904.00	\$3,737.00
Costo Total Grupo Modelo=	\$1,488.00	\$1,608.00
Se renuncia anualmente en Unidades Monetarias	\$1,076.00	\$687.00
Valor de aquello a lo que renunciamos	\$412.00	\$921.00
Porcentaje	8.00	25.00

Fuente: Elaboración propia. En base a Arim (2012).

Capital de inicio

Como señala Stewart (2009), “que es importante para este cálculo considerar el capital de inicio porque es con el que la empresa comienza a crear valor a lo largo del año” (Saavedra García et al., 2012, p. 46), “el tomar datos del mismo período en que se generan las utilidades se subestima la creación de valor” (Ramírez Molinares, Carbal Herrera, & Zambrano Meza, 2012. , p. 162).

ESTADO DE RESULTADO	
Tienda de abarrotes "La morenita"	
1 al 31 del 2016.	
Ventas o ingresos netos	\$71,232.00
(-) Costo de ventas	\$61,075.00
(=) Utilidad bruta	\$10,157.00
(-) Gastos de operación	\$1,678.00
(-) Otros gastos	
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos a la utilidad	\$8,479.00
(-) Impuestos a la utilidad	\$ -
(=) Utilidad o pérdida antes de las operaciones discontinuadas	\$8,479.00
(-) Operaciones discontinuadas	\$ -
(=) Utilidad o pérdida neta	\$8,479.00

II.4.4 Valor económico agregado año 2017.

ESTADO DE RESULTADO	
Tienda de abarrotes "La morenita"	
1 al 31 del 2017.	
Ventas o ingresos netos	\$38,220.00
(-) Costo de ventas	\$29,229.00
(=) Utilidad bruta	\$8,991.00
(-) Gastos de operación	\$1,803.00
(-) Otros gastos	
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos a la utilidad	\$7,188.00
(-) Impuestos a la utilidad	\$ -
(=) Utilidad o pérdida antes de las operaciones discontinuadas	\$7,188.00
(-) Operaciones discontinuadas	\$ -
(=) Utilidad o pérdida neta	\$7,188.00

BALANCE GENERAL			
Tienda de abarrotes "La morenita"			
1 al 31 del 2017.			
Activo		Pasivo	
Circulante		A corto plazo	
Caja	\$200.00	Proveedores	\$29,229.00
Almacén	\$55,852.00	Permiso venta de cerveza	\$1,200.00
Suma del activo circulante	\$56,052.00	Suma del pasivo a corto plazo	\$30,429.00
No circulante		A largo plazo	
Local	\$85.00	Suma a largo plazo	\$ -
Maquinaria y Equipo	\$4,812.00	Suma del pasivo a largo plazo	\$30,429.00
Depreciación maq. Y eq.	\$721.80		
<i>Total Maq. Y eq.</i>	<i>\$4,091.00</i>		
Equipo y Transporte	\$0.00		
Depreciación Eq. Trans.	\$0.00		
Total Eq. De Transporte	\$0.00		
Suma del activo no circulante	\$4,176.00		
		Capital contable	
		Capital contribuido	
		Capital social	\$12,848.00
		Reserva legal	\$1,285.00
		Capital ganado	
		Resultado de ejercicio anteriores	\$8,479.00
		Resultado del ejercicio	\$7,187.00
		Suma del capital contable	\$29,799.00
Suma del activo	\$60,228.00	Suma del pasivo y del capital contable	\$60,228.00

Para efectos de esta investigación se tomará el método de ingreso residual teniendo como base el artículo de Moreno Eufrazio, (2019). El EVA es la variable dependiente para este estudio de caso.

1. Determinación de utilidad operativa después de impuestos:

Utilidad de operación	\$7,188.00
(-) Impuestos sobre la renta (ISR)	\$ -
(=) Utilidad de operación neta de impuestos	\$7,188.00

2. Determinación del costo de oportunidad de la inversión operativa promedio neta:

Total de activos	\$60,228.00
(-) Inversiones en efectivo, valores, etcétera, que no representan valores en la operación	\$ -
(=) Inversión operativa	\$60,228.00
(-) Pasivos que no causen interés	\$30,429.00
(=) Inversión operativa neta	\$29,799.00

Para obtener la inversión operativa promedio del año a la inversión operativa neta al final del año se le suma la misma inversión al inicio del año, y se divide entre dos:

Inversión operativa neta al inicio del año.	\$102,450.00
Inversión operativa neta al final del año .	\$29,799.00
Suma	\$ 132,249.00
Inversión operativa promedio neta (suma entre dos)	\$ 66,124.50

Determinación del costo de oportunidad. Representa el rendimiento de la inversión tomando en cuenta los rendimientos que ofrece el mercado:

Inversión operativa promedio neta	\$ 66,124.50
Tasa de interés	8.0900
Costo de oportunidad	\$ 5,349.00

Determinación del EVA:

Utilidad operativa neta después de impuestos	\$7,188.00
(-) Costo de oportunidad de la inversión operativa neta	\$ 5,349.00
(=) Valor Económico Agregado	\$1,839.00

El rendimiento de la empresa sobre la inversión operativa neta es de 10.87%,

Utilidad operativa neta después de impuestos	\$7,188.00
(+) Inversión operativa promedio neta	\$ 66,124.50
(=) Rendimiento sobre la inversión operativa	10.8704 %
Costo de oportunidad	8.0900 %

Valor económico agregado año 2018.

ESTADO DE RESULTADO	
Tienda de abarrotes "La morenita"	
1 al 31 del 2018.	
Ventas o ingresos netos	\$43,680.00
(-) Costo de ventas	\$33,292.00
(=) Utilidad bruta	\$10,388.00
(-) Gastos de operación	\$2,350.00
(-) Otros gastos	
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos a la utilidad	\$8,038.00
(-) Impuestos a la utilidad	\$ -
(=) Utilidad o pérdida antes de las operaciones discontinuadas	\$8,038.00
(-) Operaciones discontinuadas	\$ -
(=) Utilidad o pérdida neta	\$8,038.00

BALANCE GENERAL			
Tienda de abarrotes "La morenita"			
1 al 31 del 2018.			
Activo		Pasivo	
Circulante		A corto plazo	
Caja	\$200.00	Proveedores	\$33,292.00
Almacén	\$59,883.00	Permiso venta de cerveza	\$1,200.00
Suma del activo circulante	\$60,083.00	Suma del pasivo a corto plazo	\$34,492.00
No circulante		A largo plazo	
Local	\$85.00	Suma a largo plazo	\$ -
Maquinaria y Equipo	\$4,331.00	Suma del pasivo a largo plazo	\$34,492.00
Depreciación maq. Y eq.	\$650.00		
<i>Total Maq. Y eq.</i>	\$3,681.00		
Equipo y Transporte	\$0.00		
Depreciación Eq. Trans.	\$0.00		
Total Eq. De Transporte	\$0.00		
Suma del activo no circulante	\$3,766.00		
		Capital contable	
		Capital contribuido	
		Capital social	\$12,848.00
		Reserva legal	\$1,284.80
		Capital ganado	
		Resultado de ejercicio anteriores	\$7,187.00
		Resultado del ejercicio	\$8,037.00
		Suma del capital contable	\$29,357.00
Suma del activo	\$63,849.00	Suma del pasivo y del capital contable	\$63,849.00

Determinación de utilidad operativa después de impuestos:

Utilidad de operación	\$8,038.00
(-) Impuestos sobre la renta (ISR)	\$ -
(=) Utilidad de operación neta de impuestos	\$8,038.00

Determinación del costo de oportunidad de la inversión operativa promedio neta:

Total de activos	\$63,849.00
(-) Inversiones en efectivo, valores, etcétera, que no representan valores en la operación	\$ -
(=) Inversión operativa	\$63,849.00
(-) Pasivos que no causen interés	\$34,492.00
(=) Inversión operativa neta	\$29,357.00

Los pasivos que no causen interés

Inversión operativa neta al inicio del año.	\$29,799.00
Inversión operativa neta al final del año .	\$29,357.00
Suma	<u>\$ 59,156.00</u>
Inversión operativa promedio neta (suma entre dos)	\$ 29,578.00

Determinación del costo de oportunidad.

Inversión operativa promedio neta	\$ 29,578.00
Tasa de interés	25.0000
Costo de oportunidad	\$ 7,394.50

Para calcular la tasa de interés se determina el costo de capital promedio ponderado:

		Interés	
Pasivos con interés	\$ -	0	\$ -
(-) Inversiones en efectivo, valores, etcétera, que no representan valores en la operación	<u>\$ -</u>		<u>\$ -</u>
(=)	\$ -	0	\$ -
(+) Capital contable	\$293,357.00	0	\$ -
(=)	<u>\$ 293,357.00</u>	25.0000	<u>\$ 73,339.00</u>
		%	

4. Determinación del EVA:

Utilidad operativa neta después de impuestos	\$8,038.00
(-) Costo de oportunidad de la inversión operativa neta	<u>\$ 7,394.50</u>
(=) Valor Económico Agregado	<u>\$643.50</u>

El rendimiento de la empresa sobre la inversión operativa neta es de 27.17%, por lo que es superior al costo de oportunidad.

Utilidad operativa neta después de impuestos	\$8,038.00	
(+) Inversión operativa promedio neta	\$ 29,578.00	
(=) Rendimiento sobre la inversión operativa	27.1756	%
Costo de oportunidad	25.0000	%

Conclusión

La rentabilidad se refleja en las ventas que son el alma de los negocios, varias son las decisiones ejecutadas en las llamadas tiendas de la esquina para tratar de obtener una ganancia al tiempo que empleamos en el negocio.

La literatura indica que los productos aterrizados en el cuadrante II precisan de mucho efectivo para mantener su competitividad dentro de los mercados en crecimiento, en este sentido se expone los resultados al tomar una elección en el costo de oportunidad y que se traduzca en rendimientos netos para la tiendita. En este punto se sugiere para aumentar el activo, asociaciones claves alianzas con otros minoristas.

Al emplear la herramienta matriz BCG, para el abarrotero puede confiar que los productos de la marca Grupo Modelo son los que mantienen a flote a la tiendita de la esquina, pues tiene al menos un producto del Grupo modelo en cada cuadrante lo que es sano para una entidad, se recomienda estrategias de marketing encaminados a reforzar la lealtad de los clientes.

Del Análisis del EVA del año 2017 fue de \$1,839.00 pesos y para el año 2018 de \$643.50.00 pesos, como resultado adicional obtenido una vez que ya se han cubierto todos los gastos y se han satisfechos una rentabilidad mínima esperada. Lo que indica que fué capaz de retornar un monto de dinero superior a lo invertido inicialmente, y es posible cubrir todos los costos asociados, involucrando los costos de oportunidad de los recursos invertidos, responde a la exigibilidad de su propietario, por lo que se genera valor.

La variable de escudo fiscal al calcular el “Cálculo del costo promedio ponderado de capital” o CPPC, a manera de inteligencia financiera, la tiendita puede buscar nuevas formas de financiamiento como préstamos a banco eso aumenta la utilidad por el efecto de pago de menos impuestos.

El costo de oportunidad es superado durante el año 2017, con un rendimiento de 10.87% sobre un costo de oportunidad del 8% y un 27.17% sobre un costo de oportunidad del 25% en el año 2018, lo que es un indicador favorable, se concluye que pese al mal pronóstico que tienen las tiendas de abarrotes en nuestro país estas generan valor al incorporar variables económico financieras dentro del análisis como es el caso del costo de oportunidad asociado en los productos que poseen una importante cuota de mercado relativa en un mercado en crecimiento.

Referencias

- Alarcón Armenteros, A. D. (2018). EL ANÁLISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS: PAPEL EN LA TOMA DE DECISIONES GERENCIALES. *ResearchGate*, 2.
- Amat, O. (2002). *EVA valor económico agregado. Un nuevo enfoque para optimizar la gestión empresarial, motivar a los empleados y crear valor*. México: Grupo Editorial Norma.
- Biddle, G. C., Bowen, R. M., & Wallace, J. S. (1998). Does EVA[®] beat earnings? Evidence on associations with stock returns and firm values. *Schools of Business Administrations*.
- CEDEPEC. (2011). *Diplomado del Pequeño Comercio*. México: Grupo Gierha.
- Concanaco-Servytur. (2018). *Morelos - Concanaco-Servytur*. Recuperado el 17 de 07 de 2019, de Indicadores Morelos: www.concanaco.com.mx/documentos/indicadores-estados/Morelos.pdf
- conexionesan. (2018). *El Valor Económico Agregado*. Recuperado el 19 de 06 de 2019, de conexionesan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/el-valor-economico-agregado/>
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing. Teoría y Experiencia*. México: Ediciones Granica S.A.

- FACULTAD DE CONTADURÍA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS. (03 de 08 de 2016). *Valor Económico Agregado EVA, (Economic Value Added)*. Recuperado el 17 de 06 de 2019, de facultad de contaduría y ciencias administrativas: <http://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/Academia%20de%20Finanzas/Finanzas%20I%20Mauricio%20A.%20Chagolla%20Farias/13%20valor%20economico%20agregado.pdf>
- Fernández, P. (2008). *Metodos de valoración de empresas. IESE Business School - Universidad de Navarra*, pp. 1 - 52.
- FUNDES. (2009). *Programa de Comercio Detallista*. Recuperado el 21 de 06 de 2019, de FUNDES: <https://studylib.es/doc/5435427/programa-de-comercio-detallista>
- Gestiopolis, & Prieto Murillo, B. (05 de 08 de 2008). *Gestiopolis*. Recuperado el 15 de 07 de 2019, de Matriz BCG o de crecimiento-participación. Caso aplicado: <https://www.gestiopolis.com/matriz-bcg-o-de-crecimiento-participacion-caso-aplicado/>
- Gobierno Municipal Cuautla. (2015). *Cuautla - hacienda.morelos.gob.mx*. Recuperado el 18 de 07 de 2019, de diagnóstico general del municipio: <https://www.hacienda.morelos.gob.mx/images/docu.../planea.../Cuautla.pdf>
- Gómez Díaz, M. d. (20 de 11 de 2015). *20° Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México. Cuernavaca, Morelos del 17 al 20 de noviembre de 2015. AMECIDER – CRIM, UNAM*. Recuperado el 15 de 09 de 2017, de la gestión del conocimiento una opción para impulsar la competitividad y enfrentar la desigualdad en los municipios de la región toluca en el estado de México.: <http://ru.iiec.unam.mx/2979/1/Eje7-171-Gomez.pdf>
- González Díaz,(2000). El coste de oportunidad como herramienta empresarial. *Dialnet*, pp 1-28.
- González Triana, M. C. (2010). PROCESO ESTRATEGICO I. *Politécnico Grancolombiano Institución Universitaria*, 122.
- Grupo Modelo México. (01 de 01 de 2018). *Grupo Modelo México*. Recuperado el 08 de 06 de 2018, de Grupo Modelo México: <https://www.gro-mo-del-o.mx/es>
- INEGI. (2014). *Censos Económicos*. Recuperado el 19 de 06 de 2019, de INEGI: <https://www.inegi.org.mx/app/saic/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing. Versión para Latinoamérica*. México: PEARSON. Pretice Hall.

- López, A. (01 de 01 de 2010). *managersmagazine.com*. Recuperado el 12 de 12 de 2017, de La Matriz BCG o Matriz de Boston Consulting Group.: <http://managersmagazine.com/index.php/2010/01/matriz-bcg-matriz-boston-consulting-group/>
- Martínez Pedrós, D., & Milla Gutiérrez, A. (2012). *ELECCIÓN DE ESTRATEGIAS*. Madrid: Diaz de Santos.
- MatrizBCG.com. (s.f.). *Matriz BCG – Herramienta estratégica esencial en la empresa*. Recuperado el 09 de 01 de 2019, de Matriz BCG – Herramienta estratégica esencial en la empresa: <http://www.matrizbcg.com/>
- Meza Orozco, N. (17 de 09 de 2018). *Reporte índigo*. Recuperado el 16 de 07 de 2019, de ¿CÓMO EVITAR LA MUERTE DE LAS TIENDITAS?: <https://www.reporteindigo.com/indigonomics/evitar-la-muerte-las-tienditas-retos-competencia-consumidores-tecnologia-seguridad/>
- Pabón-León, J. A., Bastos-Osorio, L. M., & Mogrovejo-Andrade, J. M. (2015). Valor económico agregado en las empresas del sector. *Respuestas*, vol. 20, no. 2, 54-72.
- Ramana, D. (24 de 12 de 2005). *Market Value Added and Economic Value Added: Some Empirical Evidences*. Recuperado el 22 de 06 de 2019, de SSRN: <https://www.ssrn.com/abstract=871404>
- Ramírez Molinares, C. V., Carbal Herrera, A., & Zambrano Meza, A. (2012.). La creación de valor en las empresas: el valor económico agregado - eva y el valor de mercado agregado - mva en una empresa metalmeccánica de la ciudad de cartagena. *Saber, ciencia y libertad.*, 157-169.
- Rodríguez, L. (2011). EVA - Componentes del Valor Económico Agregado. *Dialnet*, pp. 1 - 4.
- elprofeallan. (15 de 09 de 2018). *Valor Economico Agregado la utilidad de calidad*. Recuperado el 05 de 07 de 2019, de Archivo de video: Recuperado de: <https://facebook.com/elprofedefinanzas/>
- Rodríguez, M. A. (14 de 08 de 2016). *El Economista*. Recuperado el 16 de 07 de 2019, de Cercanía da atractivo a canal tradicional: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Cercania-da-atractivo-a-canal-tradicional-20160814-0042.html>
- Saavedra García, M. L., & Saavedra García, M. J. (2012). El valor económico agregado y su relación con el valor agregado de mercado, la utilidad por acción y el rendimiento de los activos, en México:2001-2008. *Cairn.info*, pp.15-40.

- Saavedra García, M. L., Luna Arriaga, C. M., & Saavedra García, M. J. (2012). La generación de valor corporativo a través de las fusiones: aplicación de los modelos EVA y FED. *Compendium*, vol. 15, núm. 29, 21-49.
- Sáez Molina, R. (2007). *Contabilidad de costos*. México.
- Sánchez Hernando, E. (2015). Ciclo de vida de producto. Modelos y utilidad para el marketing. *Anuario del Centro de la Universidad Nacional de Educación a Distancia en Calatayud*. No.21, 207 - 227.
- Sánchez Salmorán, A. (05 de 2002). *Generación de valor económico*. Recuperado el 24 de 06 de 2019, de Universidad Autonoma Metropolitana: <http://148.206.53.84/tesiuami/UAMI10120.pdf>
- Vera Colina, M. (2000). EVA Y CVA COMO MEDIDAS DE LA CREACIÓN DE VALOR EN UN NEGOCIO UNA INTRODUCCIÓN. *Tendencias*, 1 - 19.
- Wheelen, L T., & Hunger, J. D. (2007). *ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA Y POLÍTICA DE NEGOCIOS CONCEPTOS Y CASOS*. México: PEARSON EDUCACIÓN.

Gestión para el mejoramiento de la imagen de los mercados públicos en Tuxtla Gutiérrez, como estrategia de desarrollo para reactivar la actividad turística

DRA. JOSELYNE GUADALUPE PÉREZ HERNÁNDEZ¹

DRA. KARINA MILENE GARCÍA LEAL²

DRA. MAGALI MAFUD TOLEDO³

DR. MARCO ANTONIO ROMERO GUTIÉRREZ⁴

Resumen

En los últimos años se ha observado a la actividad turística como un propulsor para el desarrollo local, nacional e internacional ya que genera beneficios en la economía, creando con ello empleos e inversión, además de producir bienes y servicios a través del intercambio cultural, sin embargo, después de la pandemia, muchos de estos se encuentran en incertidumbre debido a la poca afluencia turística, por lo que se tiene que planear estrategias y acciones que permitan fortalecer sus actividades.

Chiapas es considerado un Estado de gran relevancia en materia turística, ya que cuenta con una gran variedad de recursos tanto naturales como culturales, lo que permite que sea visitado por cientos de

¹ Universidad Autónoma de Chiapas. Mexicana

² Universidad Autónoma de Chiapas. Mexicana

³ Universidad Autónoma de Chiapas. Mexicana.

⁴ Universidad Autónoma de Chiapas. Mexicano.

turistas, en él se encuentra la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, capital del Estado, donde se pueden disfrutar de lugares con una gran variedad de usos y costumbres, como es el caso de los mercados públicos.

Por lo anterior, esta investigación se realiza con el objetivo de generar estrategias para la gestión en la mejora de la imagen de los mercados públicos en Tuxtla Gutiérrez, ya que en estos se comercializan productos provenientes de los municipios aledaños que representan la identidad cultural.

La metodología empleada es de enfoque mixto, con un alcance exploratorio y descriptivo, las *técnicas aplicadas* son la observación, un modelo de entrevista y encuesta estructurada, las cuales fueron dirigidas a los locatarios, autoridades y visitantes de los mercados; que proporcionaron resultados para establecer estrategias en la gestión de la mejora en el objeto de estudio.

Palabras clave: Gestión, Estrategias, mercados públicos, destino turístico, atractivo turístico.

Antecedentes

Según la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), “México es un destino turístico que cuenta con una gran diversidad de recursos naturales, enorme riqueza cultural e histórica, reconocida gastronomía a nivel mundial, privilegiada ubicación geográfica y clima excepcional, situación que lo posiciona como un destino atractivo”, por lo que debe contemplar características que causen la motivación para el desplazamiento de los visitantes, entre ellas se destacan sus bellezas naturales o sus costumbres y tradiciones, que reflejan el patrimonio cultural reconocido ante la UNESCO.

Actualmente, Chiapas es considerado como uno de los estados a nivel nacional con una gran variedad de recursos turísticos, tanto naturales como culturales, de los cuales se destaca la gran diversidad gastronómica reflejando con ella la identidad cultural, López (2012), menciona que el Estado se encuentra dividido en nueve Regiones Gas-

tronómicas en las cuales cabe destacar comidas típicas como el cochito horneado, la pepita con tasajo, el chipilín con bolita, las empanadas, los tacos fritos, variedad de tamales, etc. Y como bebidas típicas el pozol, el tascalate, atol agrio, atol chuco, el pox y el curadito, entre otros.

Como ya ha sido mencionado, el Estado cuenta con varios atractivos turísticos de los cuales poseen una serie de peculiaridades distintivas que permite la motivación para que los viajeros se desplacen de diferentes destinos y los visiten. Para Boullón (2006), “los atractivos turísticos se clasifican en cinco categorías: Sitios Naturales, Museos y manifestaciones culturales históricas, Folklore, Realizaciones Técnicas, Científicas o Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados”.

Considerando la categoría de Folklore se encuentran los siguientes tipos de atractivos turísticos: Ferias y Mercados, Comidas y bebidas típicas, Artesanías y artes populares por lo que se puede mencionar que Tuxtla Gutiérrez capital del Estado, cuenta con una gran variedad de este tipo de atractivos, uno de ellos por mencionar son los Mercados Públicos, espacios donde se ofrece no solo al turista, si no al público en general, comidas y bebidas típicas de la entidad, tales como productos típicos de la región como: productos agrícolas, pecuarios, pesqueros, textiles, juguetería popular, dulces típicos, artesanías, entre otros.

Según Suárez (2017), en una entrevista menciona que los resultados de un estudio publicado en el ejemplar de la revista “Lacandonia” de diciembre de 2011. Los investigadores concluyeron que: los mercados son, “la satisfacción de muchas de las necesidades físicas, sociales, económicas y culturales de los pobladores de una región, son por ello un reflejo de la cultura que se modifica constantemente por las condiciones socioeconómicas de su centro rector”, por lo antes mencionado se considera un ejemplo de esto al Mercado N°89 de Coyoacán en la CDMX, icono del barrio mágico de Coyoacán, en el cual se ofrece antojitos, comida corrida, jugos, licuados, artesanías, ropa típica y juguetería popular; lo que provoca que lleguen personas a disfrutar de este lugar.

Por lo antes mencionado, se establece que el objetivo principal en esta investigación consiste en proponer estrategias para el mejoramiento de la imagen de los Mercados Públicos en Tuxtla Gutiérrez,

como atractivo turístico cultural y de esta manera se logre una mayor afluencia turística, generando una derrama económica en la localidad.

Así mismo, se revisan los aspectos teóricos referentes al objeto de estudio, con el propósito de hacer comprensible el tema y de esta manera poder responder a las preguntas de investigación que se plantean para dar respuesta a la hipótesis formulada, la metodología que se lleva a cabo será de alcance exploratorio y descriptivo con un enfoque cuantitativo-cualitativo, es decir de tipo mixto, utilizando instrumentos de recopilación de información (cuestionarios estructurados) dirigidos a las autoridades, locatarios y visitantes de los mercados públicos más importantes de la capital; así mismo para la investigación se tomaron en cuenta investigaciones, revistas académicas, libros, páginas web y visitas de observación para obtener resultados el cual permita cumplir con los objetivos planteados.

En la ciudad de Tuxtla Gutiérrez se cuenta con más de 10 Mercados Públicos, de los cuales cada uno de ellos posee características o peculiaridades que los diferencian, por ejemplo el Mercado del norte conocido por los mariscos, el Mercado 20 de Noviembre denominado el Mercado de las flores, el Mercado Dr. Rafael Pascasio Gamboa ubicado en el centro de la ciudad y en el cual se encuentra una Biblioteca Pública con el nombre del Profesor Contador y Cronista, Rubén López Cárcamo y siendo la única Biblioteca, que funciona como un espacio para los trabajadores y los hijos de locatarios del Mercado (Televisa, 2019), el Mercado de los ancianos, San Juan, el Mercado 5 de mayo y el Mercado Dr. Gustavo Díaz Ordaz el que actualmente es conocido como el Mercado Juan Sabines remodelado en el periodo del Gobernador Juan Sabines Guerrero (2006-2012), quien le cambió el nombre en honor a su padre Juan Sabines Gutiérrez. Sin embargo, se puede observar que actualmente éstos mercados no cuentan con un valor agregado que permita la visita de los turistas como un atractivo turístico cultural y que en estos conserven sus tradiciones y costumbres así como sus colores y sabores, para ser un punto de encuentro para todos los turistas o visitantes, ya que un turista cuando decide visitar un destino turístico tiene que decidir de acuerdo a la información que encuentre de los atractivos turísticos y las ventajas competitivas que éstos ofrezcan.

Por lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación, la cual da pauta para establecer los objetivos tanto el general como los específicos:

¿Cuáles son las características fundamentales que se debe tomar en cuenta para que un Mercado Público pueda ser considerado como un atractivo turístico cultural?

Cuando se pretende realizar una investigación es necesario considerar qué es lo que se quiere lograr, es decir, cuáles son los objetivos que se persiguen. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, “Los objetivos pueden definirse como los fines o propósitos que se deben alcanzar; además se debe expresar con claridad para evitar posibles desviaciones en el proceso de investigación y deben ser susceptibles de alcanzarse, los objetivos son también guías de estudio y hay que tenerlos presente en todo su desarrollo.”

Para poder cumplir con el propósito que se desea en una investigación y obtener los resultados de forma concreta, es necesario formular de manera clara los objetivos planteados ya que estos nos dan la guía para la consecución de los resultados.

Objetivo General:

Realizar una propuesta que permita el mejoramiento de la imagen de los Mercados Públicos en Tuxtla Gutiérrez como atractivo turístico cultural y de esta manera lograr una mayor afluencia turística, generando una derrama económica en la localidad.

Objetivos específicos:

Realizar un diagnóstico situacional de la operación de los Mercados Públicos en Tuxtla Gutiérrez y de tal manera que permita conocer como están organizados los locatarios.

Describir los factores que influyen en la imagen apropiada que deben tener los Mercados Públicos como atractivo turístico cultural para mejorar la imagen que tienen.

Determinar la importancia de los Mercados Públicos como atractivo turístico cultural, a través de la propuesta.

Después de casi dos años de la pandemia la gran mayoría de los sitios turísticos se han visto afectados, ya que ha disminuido la afluencia turística, algunas empresas y servicios se vieron en la necesidad de cerrar por la COVID-19, de acuerdo a datos recopilados por el Banco Mundial una cuarta parte de las empresas que se dedicaban a las ventas cayeron en un 50%, sin embargo la mayoría de ellas tuvo que ajustar su nómina salarial, adoptando soluciones digitales, en este contexto se puede observar que uno de los servicios que durante la pandemia tuvo que ajustarse a los protocolos sanitarios sin cerrar al cien por ciento fueron los mercados públicos, ya que tenían que satisfacer la necesidad de los consumidores, es por ello que se determina la importancia para implementar estrategias que permitan el desarrollo local y con esto aprovechar para situarlo como un atractivo turístico.

Cuando un turista decide viajar y escoge el destino para vacacionar, por lo general decide entre distintas opciones, cabe destacar que esta decisión se basa en tomar en cuenta los aspectos importantes que distingan a los atractivos y al mismo tiempo las ventajas competitivas que ofrecen.

Tuxtla Gutiérrez capital del estado de Chiapas por su ubicación geográfica es considerada el centro de las actividades comerciales y económicas, ya que en ella se puede encontrar productos frescos de gran calidad y de primera mano, provenientes de los municipios aledaños a la ciudad, estos productos pueden ser adquiridos en diferentes puntos de venta, principalmente en los Mercados Públicos, ya que cada uno de ellos tiene una particularidad que los diferencia de los demás, varían desde los tamaños hasta su comercialización.

Es importante mencionar que en el primer cuadro de la ciudad se encuentra el Mercado Público Municipal Jaime Sabines, en este se ofrecen diversos productos y servicios, además cuenta con una historia de más de seis décadas de existencia, por lo que se le considera uno de los mercados más antiguos de la ciudad, al igual que el mercado Rafael Pascasio Gamboa y el mercado 5 de mayo.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, la importancia de esta investigación es realizar una propuesta para mejorar la imagen que

tienen los Mercados Públicos en Tuxtla Gutiérrez y así considéralos como un atractivo turístico cultural ya que son motivo de desplazamiento de las personas para poder adquirir distintos productos como son: comidas y bebidas típicas, artesanías, textiles, dulcería, juguetería popular, entre otros. Asimismo, poder ofertarle al turista o visitante una opción más para poder degustar la gastronomía del Estado, ya que se ha podido observar que en Tuxtla Gutiérrez solo existe el restaurante “Las Pichanchas” donde se puede encontrar gastronomía típica, de igual manera crear una relación de productos y servicios que oferta cada Mercado en la ciudad para que los empresarios o clientes particulares tengan noción de donde adquirir más rápido y eficiente los productos que requieran y así crear un nuevo concepto e imagen de un Mercado Público que atraiga mayor visita de turistas generando derrama económica en la ciudad.

El tiempo para realizar esta investigación fue cerca de un año y se llevó acabo en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez capital del Estado, considerando que existen más de 10 Mercados Públicos se delimitó el estudio en uno de ellos, el Mercado Dr. Rafael Pascacio Gamboa ubicado en 1a Poniente S/N, Asamblea de barrio, Centro, considerándolo uno de los más importantes por sus antecedentes históricos, y la información proporcionada por las dependencias de gobierno, de las cuales se obtuvieron datos muy interesantes.

Estado del arte

Mercados

Según Almonte (2011), “los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto, son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles y se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores”.

Así mismo se puede destacar que el mercado es un espacio importante en la economía de cualquier entidad, debido a que concentran tanto la oferta como la demanda, resultando de esto grandes bene-

ficios, para muchos autores, el mercado es un espacio físico, ya sea abierto o cerrado donde se lleva a cabo un intercambio comercial por un grupo de compradores y vendedores de un diversos bienes o servicios.

Suarez (2017), “los Mercados son, la satisfacción de muchas de las necesidades físicas, sociales, económicas y culturales de los pobladores de una región, reflejo de su cultura, que se modifica constantemente por las condiciones socioeconómicas de su centro rector”.

De acuerdo a la reseña histórica de los mercados, Méndez (2009), menciona que el surgimiento de los estos se remonta siglos atrás, dando origen a ciudades, pueblos y núcleos de población, cuando los ciudadanos, situados lejos de las zonas agrícolas no podían desplazarse hasta ellas para conseguir los productos frescos. por lo que nace la necesidad de que tanto los comerciantes como los agricultores pudieran acercar sus productos a la población. en épocas antiguas se podía decir que el mercado era señalado como un lujo de nuestros antepasados, por lo que se empiezan a dar los intercambios, o conocidos entones como trueques y así con esto se da el inicio de las negociaciones, estableciendo un espacio libre para los interesados ya que la mayoría de estos eran cercanos a los templos pues se consideraban los lugares más atractivos para afluencia de personas, sobre todo cuando había celebraciones religiosas.

Con el paso del tiempo se dio la necesidad de proteger los alimentos de la inclemencia del tiempo y fue aumentando de manera demográfica y comercial, lo que originó que los mercados pasaran a establecerse en edificaciones grandes. (Méndez, et.al.2009), indica que desde hace muchos años el hombre se ha dedicado al comercio, aunque gran parte de la producción la realiza en su propio hogar. Cuando el comercio se intensificó, las ciudades crecieron, y se multiplicaron dando como resultado el seguimiento de locales que funcionaban como Mercados o Fenas en que se vendían el excedente familiar, dando así fuentes de trabajo para la comunidad, y a su vez proporcionar recaudación de impuestos para la municipalidad, ofreciendo la posibilidad de que las mismas proporcionen financiamiento para obras de infraestructura de beneficio comunitario, y los clasifica de la siguiente manera:

Tipos de Mercado según su área de influencia.

- Mercado cantonal
- Mercado Sectorial
- Mercado Metropolitano

Clasificación de los Mercados según su espacio físico.

- Mercado Móvil
- Mercados formales
- Mercados Informales
- Desbordamientos

Clasificación de los Mercados según INFOM (Instituto de Fomento Municipal).

- Mercado Municipal
- Mercado Mayorista
- Mercado Minorista
- Mercado Público
- Mercado Privado
- Mercado de piso plaza cubierto

Atractivos Turísticos

La Secretaría de Turismo Federal en su glosario de principales conceptos, tomando como fuente las definiciones usadas por la Organización Mundial de Turismo (OMT), define que “un atractivo turístico son todos los valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo”.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) lo define como: “aquellos elementos naturales, culturales o realizados por la mano de un hombre que combinados con los recursos turísticos son capaces de generar un desplazamiento a un determinado destino turístico”.

Acerenza (1984), identifica los atractivos turísticos como el componente más importante del producto turístico, por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan. Apunta asimismo que constituyen el principal motivo para que el turista lo visite y son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas.

Por lo tanto y de acuerdo a las definiciones anteriores se puede destacar que un atractivo turístico debe cumplir con una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros.

Clasificación de los atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos pueden ser permanentes o temporales, y de acuerdo a diversos autores en la disciplina se clasifican para su estudio en dos grandes grupos: naturales y culturales. Para comprender mejor cómo se integran los atractivos turísticos, se utilizará la terminología de (Boullón, et.al. 2006), quien los clasifica de acuerdo a cinco categorías: sitios naturales, museos y manifestaciones culturales históricas, folklore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados”.

De acuerdo a la clasificación antes mencionada se puede destacar que Tuxtla Gutiérrez ofrece un inventario de oferta de atractivos turísticos, conformada en un 53% por atractivos de tipo cultural (principalmente museos, de tipo natural un 18%, de ocio/esparcimiento y recreación el 11% y gastronómicos un 4%, datos obtenidos por la Dirección de Desarrollo Turístico Estatal y la Secretaría de Turismo del gobierno del Estado de Chiapas).

Mercados Públicos de Tuxtla Gutiérrez

En la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas existen más de 10 Mercados Públicos distribuidos por toda la ciudad, cada uno de ellos con una particularidad diferente, formando parte de la cotidianidad de los visitantes, que acostumbran a realizar sus compras.

Mder / Cp. menciona en un artículo en el periódico Cuarto Poder que; “los mercados en la ciudad cuentan con 62 años de presencia en

la ciudad, ahí se encuentran personas con infinidad de información valiosa acerca de la vida del mercado, los cambios que ha tenido desde sus inicios hasta la fecha y el impacto social que representa para los tuxtlecos”

Métodos

El objeto de estudio de esta investigación son los Mercados Públicos que se encuentran en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez Chiapas. el enfoque utilizado para esta investigación es mixto, el cual (Hernández, et.al. 2014) dice que, los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio’, Una vez que se precisó el planteamiento del problema, se definió el alcance inicial de la investigación y se formularon las hipótesis (o no se establecieron debido a la naturaleza del estudio) su alcance es exploratorio y descriptivo. Los estudios exploratorios se realizan cuando el objeto es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se han abordado antes. Aunque se ha investigado antes a los Mercados Públicos, estos no han sido abordados desde la perspectiva de la imagen que proyectan para ser considerados como un atractivo turístico cultural, por eso se considera abordar un alcance de estudio exploratorio.

Para Bernal (2010), “los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Para esta investigación se describen a los mercados públicos, las características que debe poseer para tener una imagen como atractivo turístico cultural y las propiedades con las que cuenta el mercado público.

Para poder obtener los datos necesarios para este estudio, se han elegido como instrumentos de recolección de datos la entrevista, realizado a los locatarios del Mercado Dr. Rafael Pascasio Gamboa, la encuesta realizada a las personas que visitan el Mercado y una ficha de observación que servirá para la recolección de datos de los locales que lo integran y sus diferentes áreas. Para determinar el universo se obtuvo, consultando al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2019), para conocer el número de la población de Tuxtla Gutiérrez Chiapas la cual fue en el año del 2015 de 598,710 habitantes. Los cuales forman parte de la afluencia que tienen los Mercados Públicos en visitas.

De acuerdo a los datos que se obtuvieron de la ficha de observación en la cual se verificó cada una de las áreas del mercado, calificando en un rango de Excelente, Bueno, Regular y Malo en los ámbitos de infraestructura, seguridad, limpieza y atención al público se obtuvo los siguientes datos:

Infraestructura. la fachada del Mercado Público es mala, con una imagen poca atractiva para los clientes que frecuentan visitarlo, lo cual no provoca una atracción para clientes potenciales. En relación al interior del Mercado se calificó como buena/regular ya que el interior está un poco más cuidado que el exterior con la limpieza de cada uno de los locales por parte de los locatarios, aunque falta una mayor organización de los mismos ya que al dejar cosas en los pasillos hace más reducido el tránsito de las personas, además se pudo observar que las paredes están sucias y decoloradas por lo que se debe mejorar la pintura en interiores. En términos de los locales, se da una calificación de buena/regular en la cual se necesita mejorar su apariencia, pintura y forma de organización al colocar sus productos, ya que por falta de espacio los locatarios dejan parte de sus productos en los pasillos. Y en el caso del estacionamiento la calificación es mala debido a la falta de higiene en ese espacio tan importante para el mercado, esto a que es el punto central de ingreso, aunado a lo anterior se detecta problemas en el acomodo de los automóviles ocasionando un caos en la entrada y salida del mercado.

Seguridad. La seguridad del Mercado tanto en la entrada como en el interior del mercado y sus alrededores se califica como mala ya que solo cuenta con una sola persona de seguridad para todo el Mercado

la cual se encuentra cotidianamente en la entrada o en su pequeña oficina lo cual hace corta su visión de lo que pasa en el mercado, provocando por inercia la inseguridad dentro y fuera del mercado; a pesar de que cuenta con cámaras de vigilancia a la cual solo tiene acceso el administrador del mercado público.

Limpieza. La limpieza del mercado en la parte de la entrada es mala ya que al existir vendedores ambulantes dejan basura. Además de que no hay una persona encargada de hacer la limpieza en esa área, la cual es importante ya que la primera imagen del cliente al visitar un mercado es la entrada y al no ser atractiva por índole el cliente no decidirá entrar y poder adquirir algún producto. En el caso del interior del mercado se califica como buena/regular ya que cada locatario es encargado de limpiar su área de trabajo como los pasillos alrededor del mismo. Alrededor del mercado la limpieza es mala ya que existen al igual que la entrada vendedores ambulantes y los locales encontrados en esta área no se preocupan por la limpieza. En los locales y pasillos la limpieza es buena ya que cada locatario se encarga de eso, la mayoría de estos están en buen estado y en minoría se preocupan por esto. Y en el caso de los baños se califica como buena ya que existe una persona encargada de la limpieza de la misma con un sistema electrónico de cobro por el uso del sanitario.

Atención al público. El servicio al cliente por parte de los locatarios es bueno ya que dan respuesta pronta y de forma amable a los clientes que llegan a adquirir algún producto. En el caso del administrador del mercado público es mala ya que es difícil encontrarlo en su área de trabajo o poder comunicarse con él, además la relación con los locatarios es mala debido a la falta de comunicación entre ellos.

En la segunda sección de la ficha de observación se consideran los diferentes tipos de locales con los que cuenta el mercado Dr. Rafael Pascacio Gamboa, los cuales en total hacen un aproximado de 218 locales en uso de diversos comercios, aunque se le suma que 22 locales que son usados por el mismo comercio, un ejemplo de ello es que una de las marisquerías tiene para uso 3 locales, por lo tanto, encontramos que existen 40 locales totalmente vacíos, al sumar esto se concluye que el mercado cuenta con alrededor de 280 locales, dato que algunos de los locatarios comentaron, ya que ellos dicen que exactamente no conocen el número exacto de locales y locatarios que tiene dicho

mercado, ya que por parte del administrador del mercado público no se obtuvo respuesta ni comunicación. Cada uno de estos locales están distribuidos de una manera no organizada o con alguna secuencia ya que los números de los locales (algunos contaban) no van de una manera secuencial. Esta información nos induce a la creación del padrón de locales del mercado.

Para efectos de obtención de información del Mercado Público Dr. Rafael Pascacio Gamboa, se realizó una entrevista a 5 locatarios del mercado mencionado para obtener información y experiencias de los mismos dentro del mercado. Estas personas tienen un rango de 25 a 30 años de ser locatarios en el mercado público. Como locatario del mercado público no se cuenta con algún servicio o prestación, ya que al ser dueño del local en el cual realiza su venta, los servicios son pagados por el mismo; lo único con lo que cuenta es con las instalaciones de luz eléctrica, agua y sanitario. En el caso de la administración se elige cada año a un nuevo administrador del mercado público el cual en teoría debería de estar al pendiente de las cosas que ocurren en el mercado y la organización de los locales con sus respectivos locatarios; la actual administración según los locatarios entrevistados es mala ya que no existe una buena comunicación entre ellos, no realizan reuniones ni hay informes.

Anteriormente, unos 10 años atrás existía una mesa directiva misma que era elegida por todos los locatarios del mercado público, se contaba con una directora quien trabajaba junto con el administrador del mercado para hacerle llegar algunas recomendaciones, quejas o ideas, esta mesa directiva era representada por los locatarios con mayor tiempo en el mercado, además, existían eventos en el cual el gobernador o el presidente municipal llegaban a visitar el mercado y este evento era anunciado por el megáfono con el que cuenta el mercado para que todos estuvieran enterados; este megáfono era utilizado también para dar anuncios de juntas, noticias o localizar a alguien.

Actualmente ya no se realizan eventos dentro del mercado y por índole ya no se utiliza el megáfono y a la vez las mesas directivas dejaron de existir. Esto trae como consecuencia que los locatarios decidan vender o traspasar sus locales al no existir ventas y que el mercado ya no sea frecuentado por clientes como anteriormente pasaba, ya que los locatarios comentan que prefieren vender sus locales cuando deci-

dan retirarse del negocio. Anteriormente cada local se dedicaba exclusivamente a la venta de algún producto o área, pero actualmente hay varios locales que venden de todo lo cual hace que disminuya la venta de otros y no exista un control del área o producto que según se estableció que provocando con ello problemas entre los mismos locatarios por la falta de organización.

En el caso de la biblioteca pública comentan que el espacio donde está establecida fue creado como sala de juntas o espacio para algún evento para los locatarios del mercado, pero esta fue dividida a la mitad para que una parte fuera sala de juntas y la otra rentada para establecer la biblioteca pública que en teoría fue creada para los locatarios y sus hijos, en el cual realizan manualidades con la persona encargada de la biblioteca.

Por todo lo antes mencionado se puede concluir que; Chiapas es un estado que atrae a miles de turistas cada año debido a que cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos naturales como culturales teniendo así un notable crecimiento en el ámbito turístico. Tuxtla Gutiérrez como capital del estado de Chiapas, por su ubicación geográfica es considerado el centro de las actividades comerciales y económicas del Estado, ya que en ella se concentran una mezcla de culturas y tradiciones, tanto de los pobladores locales como de los visitantes que conviven mutuamente dentro de los establecimientos públicos.

Partiendo de la idea en la que se piensa que la mejora de la imagen de los mercados públicos puede tener un efecto positivo en el ámbito turístico y en base a los resultados obtenidos se concluye que el mercado público Dr. Rafael Pascasio Gamboa posee el potencial para convertirse en un atractivo turístico cultural siempre y cuando se mejoren ciertos aspectos de la infraestructura de dicho lugar, así como también los servicios que son ofrecidos a las personas que lo visitan, ya que de acuerdo al análisis realizado hay ciertos aspectos tanto positivos como negativos que son observados desde el punto de vista de todo aquel que lo visita. Principalmente debe existir una mejor organización dentro del mercado público tanto con los locatarios, administrador del mercado e instituciones de gobierno para poder tener una mejor comunicación entre ellos; ya que no existe una organización que asesore al locatario, para que conozcan los derechos con los que cuentan y les puedan dar algún beneficio o capacitaciones al ser parte del mercado

público, de esa manera estar en posibilidad de rescatarlo mejorando su imagen.

Referencias

- Acerenza, M. Á. (2004). *Marketing de destinos turísticos*. México: Trillas.
- Acerenza, M.A. (1984): *Administración del Turismo-vol. 1. Conceptualización y organización*. México, Trillas, (3ra. reimpresión, 1994).
- Álvarez, P. G. (2000). *Turismo y Cultura*. México: Diana.
- Ávila, R. M. (2011). *Turismo Cultural en México alcances y perspectivas*. México: Trillas.
- Bello, L., Vázquez, R., & Trespalcios, J. (1996). *Investigación de mercados y estrategia de marketing*. Madrid: Civitas.
- Bernal, C. A. (2020). *Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: Pearson.
- Bigné, J., & Sánchez, M. (2001). *Evaluación de la imagen de destinos turísticos*. España.
- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio Turístico*. México, CDMX: Trillas.
- Costa, J. (2004). *La imagen de marca: un fenómeno social*. Buenos Aires: Paidós.
- Femenía Millet, O. (s.f.). *La imagen de un destino Turístico como herramienta de marketing*.
- Gurria, D.-B. M. (1991). *Introducción al turismo*. MÉXICO, CDMX: Trillas.
- Hernández, R., Baptista, P., Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGraw-Hill Education.
- Pérez, J. García, K. Mafud, M y Romero M. (2022). *Estrategias para la mejora en la imagen de los mercados públicos en Tuxtla Gutiérrez, como atractivo turístico [Ponencia]*. Memoria del 13º. Congreso Internacional de Investigación en MiPymes y Empresas Familiares “Estrategias de reactivación de las MiPymes para el desarrollo regional”. Mesa 1. Universidad Autónoma de Chiapas. <https://www.congresointernacional.ceune.unach.mx/>

Referencias Electrónicas

- Almonte K. (15/122011). *MERCADO, Oferta y demanda*. Blog Eoi Escuela de organización industrial. <https://www.eoi.es/blogs/karlasugeilyalmonete/2011/12/15/mercado-oferta-y-demanda/>
- Chiapas. (21 de septiembre de 2019). *Chiapas Espíritu del Mundo Maya*. Obtenido de <http://www.turismochiapas.gob.mx/sectur/index.php>
- CITA, C. (21 de SEPTIEMBRE de 2019). *ESTUDIO DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURISTICO: TUXTLA GUTIERREZ, CHIAPAS*. Obtenido de <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2015/02/PDF-Tuxtla-Gutierrez.pdf>
- Gutiérrez, A. T. (23 de octubre de 2019). *Turismo Tuxtla*. Obtenido de Gastronomía: <https://turismo.tuxtla.gob.mx/gastronomia>
- López, S. A. (14 de 04 de 2012). *Todo Chiapas*. Obtenido de <http://todochiapas.mx/chiapas/gastronomia-chiapas-a-la-carta/13782>
- Méndez, E. (2009). *Mercado municipal*. [Tesis de licenciatura en Arquitectura, Universidad San Carlos Guatemala]. Repositorio http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_2513.pdf
- SECTUR. (s.f.). *Secretaría de Turismo Chiapas*. Obtenido de *Chiapas Espíritu del Mundo Maya*: <http://www.turismochiapas.gob.mx/sectur/index.php>
- SECTUR, S. (2019). *Reporte estadístico de indicadores del sector turístico de Chiapas, enero 2019*. Tuxtla Gutiérrez.
- Suárez, E. (2 de agosto de 2017). *Mercados de Tuxtla Gutiérrez de los de más riqueza etnobotánica del país*. *El heraldo Chiapas*.
- Televisa, N. (22 de febrero de 2019). *Televisa News*. Obtenido de *Cronista de Tuxtla Gutiérrez crea biblioteca dentro de mercado público*: <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/cronista-de-tuxtla-gutierrez-crea-biblioteca-dentro-de-mercado-publico/>
- <http://turismosucre20.blogspot.com/2017/06/atractivos-turisticos-clasificacion.html>
- <https://consulmex.sre.gob.mx/sacramento/index.php/promocion-economica-turistica-y-cultural/por-que-visitar-mexico-visiting-mexico>
- <https://www.eoi.es/blogs/karlasugeilyalmonete/2011/12/15/mercado-oferta-y-demanda/>

<https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#:~:text=%E2%80%8BLa%20OMT%20lo%20define,experiencias%20docentes%20y%20de%20salud%22>.

<https://www.cuartopoder.mx/chiapas/mercadospublicospatrimoniodelostuxtlescos/129496>

El impacto de la pandemia del Covid-19 y sus efectos económicos en el sector ferretero de la ciudad de Tapachula, Chiapas

DR. RAMÓN EMILIO RAMOS GARCÍA¹

DRA. IDALIA LÓPEZ RIVERA²

DR. HUMBERTO ESQUINCA RUIZ³

DR. GABRIEL SOMMERS GONZÁLEZ⁴

Resumen

En el presente capítulo se presenta el resultado de la investigación del impacto económico que ha tenido la pandemia del COVID-19 en el sector ferretero de la ciudad de Tapachula en el estado de Chiapas, así como, qué medidas han tomado los microempresarios en relación a ésta, para salir adelante en la difícil situación que prevalece en el tiempo de la post pandemia.

La revisión y elección de este tema es considerada de relevancia ya que representa la fuente de ingresos para los pequeños empresarios y sus familias, así como de sus colaboradores, dedicados a esta actividad y que forma parte de su vida y en algunos casos ha estado presente en algunas generaciones.

¹ Universidad Autónoma de Chiapas, *ramon.ramos@unach.mx*, mexicano

² Universidad Autónoma de Chiapas, *idalia.lopez@unach.mx*, mexicana

³ Universidad Autónoma de Chiapas, *humberto.esquinca@unach.mx*, mexicano

⁴ Universidad Autónoma de Chiapas, *gabriel.sommers@unach.mx*, mexicano

La forma en que se comercializan los productos ferreteros de manera general, en la ciudad, en donde interviene la familia, quien se encuentra en la venta y atención al público y clientes frecuentes, la relación diaria que se origina en este proceso hace que se llegue a formar ciertos lazos de amistad que gira en torno a dichos comercios y que con el paso del tiempo se va consolidando.

Con la irrupción de la pandemia del COVID-19 toda actividad se detuvo, ya que el aislamiento de personas y familias completas en sus domicilios, llevó a que la economía se interrumpiera, a nivel global, nacional, estatal, regional y en ciudades de cualquier tamaño, y esto por ende perjudicó de forma agresiva a muchas empresas, y dentro de este rango cabe resaltar que el sector ferretero y de la construcción, que van de la mano, sufrieran considerables pérdidas, tanto de clientes como de venta de productos, y que hasta hoy en día siguen teniendo los trastornos económicos negativos del resultado llamado post covid19 y que mencionan que la recuperación ha sido demasiado lenta y algunos casos se vieron en la necesidad de cerrar las puertas de sus negocios.

El aspecto metodológico del presente trabajo es del orden cualitativo ya que revisa los resultados económicos que se dieron de forma negativa ante la presencia de la pandemia del covid19 y que estrategias están aplicando o tienen planeado aplicar en un futuro cercano los pequeños empresarios del sector ferretero para neutralizar dichos efectos.

Dicho trabajo de investigación es de tipo exploratoria ya que no se intenta dar una explicación de la situación que prevalece en dicho sector, si no de recabar e identificar antecedentes, temas y tópicos respecto de la situación, motivo de la investigación.

Palabras clave: ventas, pandemia, ferretero, estrategias

Introducción

La historia de las pequeñas ferreterías, considerada como negocios familiares, se vieron en la necesidad de ir evolucionando conforme al crecimiento de la sociedad en general, así como los avances de la ciencia y la tecnología, en cada época después del nacimiento de la revolución industrial, en la que se ha contado con la presencia de estos comercios.

Cuando la energía eléctrica irrumpe con su aparición y se hace parte permanente de nuestra vida cotidiana, tanto en fabrica, talleres, edificios, oficinas, calles y sobre todo en los hogares así como demás lugares en el siglo XIX, se tuvo la gran necesidad de estos negocios o micro empresas, en estos empezaron a hacer, fabricar en ocasiones de manera rudimentaria y a mano y en otras distribuían las herramientas necesarias para la reparación de tendido y ramales eléctricos, tendido de cables en la ciudad, preparado de circuitos, preparación de tableros eléctricos o reparación de estos, así como los aparatos o artefactos que se localizan al interior de un hogar, sin contar con los enceres domésticos y que en la actualidad es otro tipo de negociación que hace su aparición, sin contar con aquellas que se dedicaron a la venta de materiales para la construcción.

Y de esta manera se da lugar al nacimiento de las ferreterías, estableciéndose y propagándose por las ciudades, próximas a los hogares, edificios, oficinas y el campo.

Estas micros y pequeñas empresas y la distribución que hacen de mercancías así como herramientas y materiales para la construcción, favorecieron en la construcción de hogares, centros educativos de diversos niveles, edificios públicos y privados, clínicas e innumerables obras en gran cantidad de países. Por lo que se puede afirmar que la mayor parte de las construcciones, del cualquier tamaño, se encuentren la presencia de dichas empresa.

Con el correr de los años y décadas, de acuerdo a las necesidades de la sociedad obligo a que las ferreterías desarrollaran y crecieran, dividiéndose en segmentos específicos y se dedicaran a vender materiales de un sector en especial siendo así que esta diversificación se hicieron populares pequeñas tiendas de ventas de productos de jardinería, las venden mangueras de diferentes tipos y tamaños, coples, ganchos,

aspersores, tijeras para podar, machetes, guantes para trabajos en jardinería, podadoras, entre otros, están las que se especializaron en la venta de materiales para el manejo y conducción de aguas, como tubos hidráulicos, pvc o galvanizado, varillas de diferentes grados, grosores y tamaños, cemento, yeso, arena, etcétera. Y las que venden herramientas manuales y eléctricas, entre otras, y por otro lado están las más grandes que, en general, venden todo lo antes mencionado.

Problemática

El impacto de la pandemia del covid19 y sus efectos económicos en el sector ferretero de la ciudad de Tapachula, Chiapas.

¿Qué son las ventas?

“La acción y efecto de vender. Cantidad de cosas que se venden. Contrato en virtud del cual se transfieren a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado”. (Diccionario de la Real Academia Española)

La venta es una función que forma parte del proceso sistemático de la mercadotecnia y la definen como “toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio” (Laura Fischer y Jorge Espejo, 2011)

La venta promueve un intercambio de productos y servicios (Allan L. Reid)

A la aparición y desarrollo de las ciudades como las conocemos hoy en día, surgen también los negocios que se dedicaron a la venta de productos para el campo, así como para el ganado vacuno, equino, porcino y aves de corral, en donde se comercializaban monturas, herrajes, bozales, entre otros aditamentos.

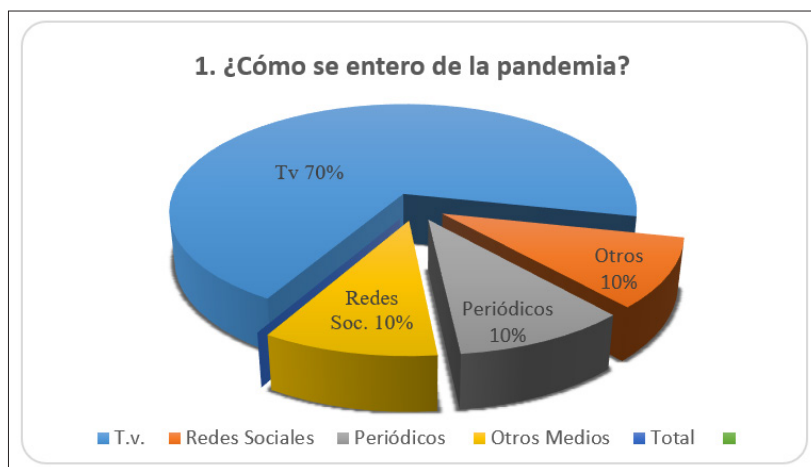
Con el paso del tiempo se inició la venta, por medio de estas micros y pequeñas empresas, materiales para la construcción de hogares, edificios, centros educativos, clínicas y otras obras, pasando posteriormente a la construcción de obras mayor envergadura por parte del

gobierno de los distintos países y es cuando llegan a tomar gran crecimiento y aparición de estas negociaciones con la comercialización de materiales de construcción y ferretería, y aun en la actualidad, comercializan una serie de herramientas para la construcción, instalaciones eléctricas, instalaciones sanitarias e hidráulicas.

Las micro y pequeñas empresas de tipo familiar en la ciudad de Tapachula, Chiapas, del sector ferretero dirigidas y laborando por sus propietarios y familiares y empleados, han presentado una situación de bajas ventas o en otros casos no tuvieron estas en absoluto, durante y posterior a la pandemia del COVID19 y que aun en la actualidad prevalece como efecto de la misma y que no se ha logrado elevar o el repunte de estas, debido al aislamiento de la población en sus hogares como medida precautoria para evitar el contagio del virus SARS-CoV-2, ya que en su momento no existía vacuna alguna de protección en contra de este virus.

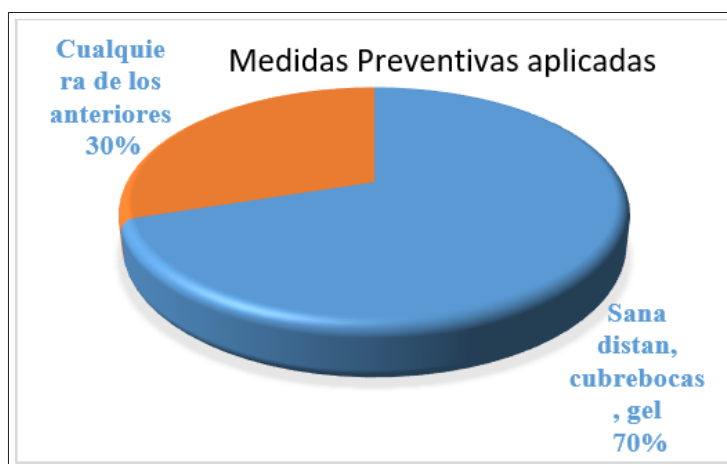
De la exploración realizada a ferreterías micros y pequeñas en la ciudad de Tapachula se obtuvo la presente información, en donde se consigue una visión de la problemática que presentan dichas organizaciones, y que derivado de la pandemia y post pandemia su economía declino considerablemente.

En primer lugar se obtuvo que la mayoría de los encuestados, un setenta por ciento, comunicaron que tuvieron del conocimiento por medio de la televisión de la presencia de la pandemia causada por el COVID19, un diez por ciento dijo que por medio de las redes sociales y otro diez por ciento comento que por otros medios, es decir que este medio de comunicación sigue siendo una forma efectiva de informar a la población en general, desconociendo la magnitud del problema.



Fuente: Autores

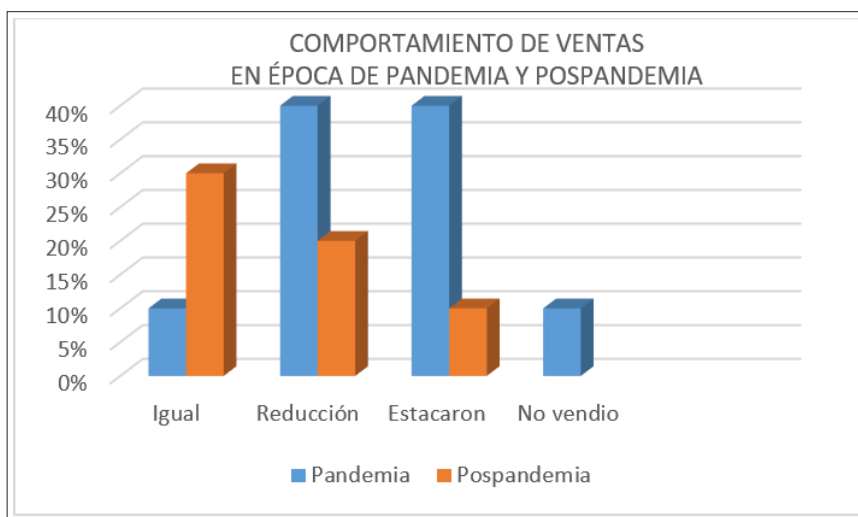
Ante la situación prevaleciente el setenta por ciento de las personas comentaron que aplicaron como medidas preventivas la sana distancia, uso de cubre bocas y aplicación en gel.



Fuente: Autores

De las ventas de sus negocios expresaron como fueron sus ventas y como se presentan en la actualidad. En donde el diez por ciento dijo que sus ventas siguieron igual en época de pandemia, un cuarenta por ciento comentó que se redujeron sus ventas y otro cuarenta expresó que se estancaron y un diez por ciento dijeron que no tuvieron ventas, es decir en términos generales las ventas bajaron de forma drástica y en algunos casos no existió venta alguna.

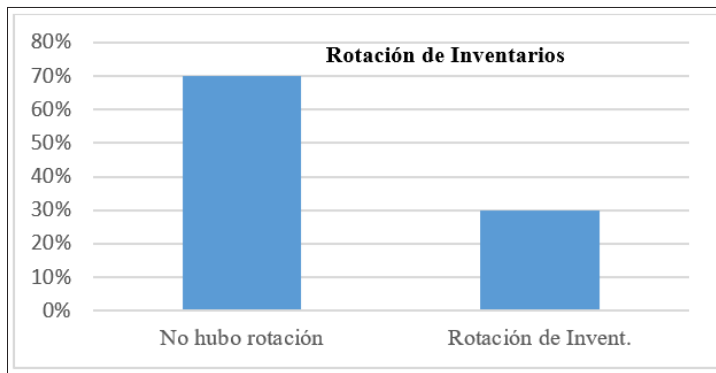
En cuanto a las ventas actuales manifestaron: un treinta por ciento declaró que siguen igual que en pandemia muy bajas o nulas, un veinte por ciento reveló que sus ventas se redujeron y otro diez por ciento dijo que se estancaron en relación a como se encontraban en el momento de la pandemia, es decir, la gran mayoría expresa que sus ventas se encuentran en un punto no deseado ya que aún recientes los estragos de la pandemia.



Fuente: Autores

En cuanto a su surtido o almacén el treinta por ciento de los encuestados declaró que si hubo rotación de inventarios, mientras que un sesenta por ciento explicó que no hubo rotación de inventarios

y un diez por ciento dijo que no tuvieron existencia de algunos productos, es decir la mayoría externo que la existencia de productos en almacén no tuvo movimiento y en algunos casos no hubo existencia de algunos productos lo que les puede causar un problema de inventarios tanto como en el aspecto de inversión y reinversión de capitales, se encontró estancado y en algunos otros casos todavía prevalece dicha situación.

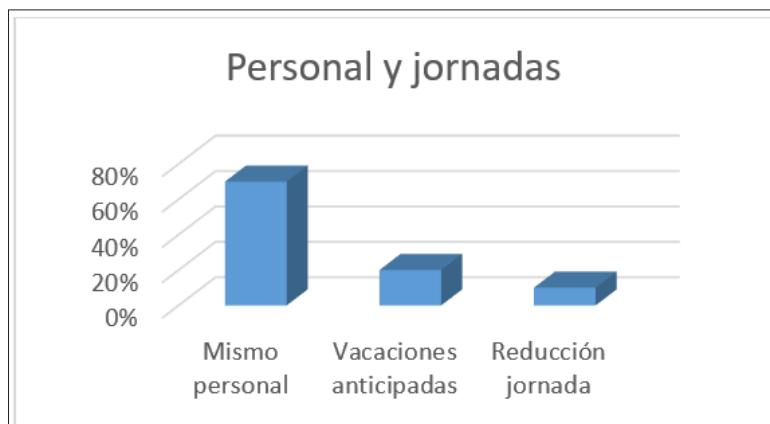


Fuente: Autores.

Así mismo comentaron que en el caso de sus clientes frecuentes y del público en general su proceder durante la pandemia fue: un setenta por ciento manifestó que sus clientes asistían ocasionalmente y un veinte por ciento declaró que siguieron asistiendo de igual manera. En donde se deduce que debido a que la población se encontraba en confinamiento en sus hogares afecto de manera sensible dichas negociaciones, por lo que dio como resultado el desplome de las ventas. Mencionan que actualmente el veinte por ciento manifiesta que sus clientes asisten ocasionalmente y un sesenta por ciento siguen asistiendo.

En cuanto a los colaboradores que tienen en sus negociaciones comentaron lo siguiente: un setenta por ciento manifestó que se contó con el mismo número de personal, un veinte por ciento indicó que se les dio vacaciones de forma anticipada y un diez por ciento expresó

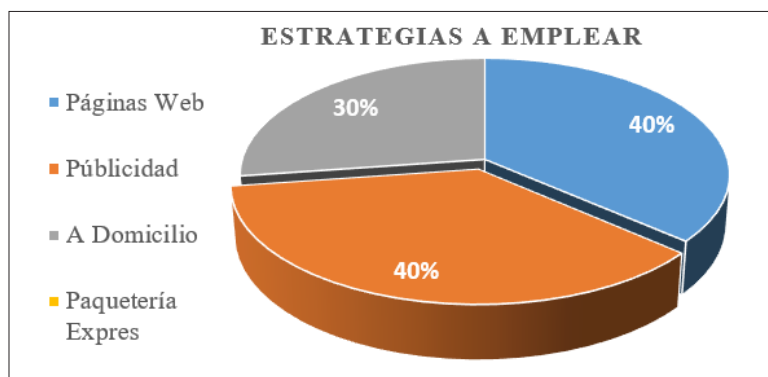
que realizaron reducción de la jornada o se reacomodaron horarios, ninguno manifestó haber tenido que reducir su personal.



Fuente: Autores.

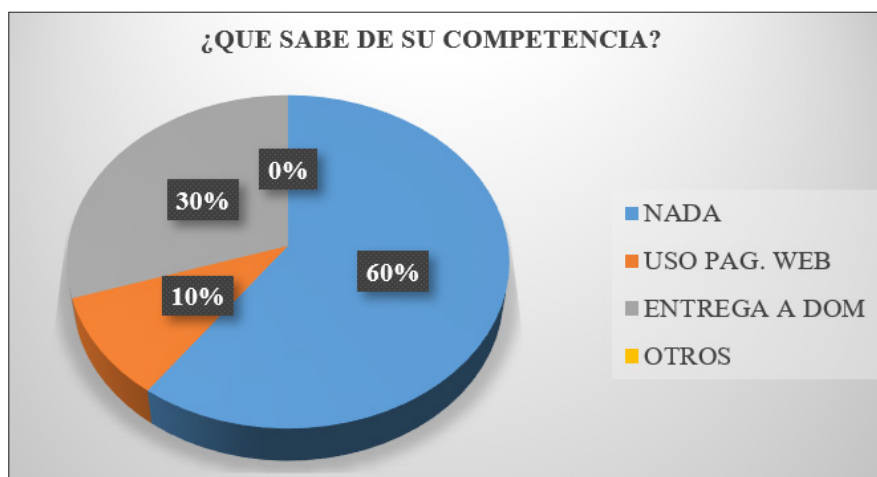
En cuanto a la aplicación de estrategias tales como el uso de internet o entrega a domicilio, los encuestados revelaron lo siguiente: un treinta por ciento dijo que nunca han empleado el internet para sus ventas, a pesar de que a nivel mundial es considerada una forma de comerciar rápida y segura, otro cuarenta por ciento expreso que ocasionalmente utiliza el internet o hace entregas a domicilio, mientras que otro cuarenta por ciento dijo que utiliza el internet o hace entregas a domicilio por su cuenta o empleando la paquetería exprés que existe dentro de la ciudad y un diez por ciento comento que siempre utiliza estos medios para comerciar, es decir que esta es un área de oportunidad que no han explorado del todo el sector ferretero de la ciudad.

Por lo tanto las estrategias que han pensado emplear en un futuro cercano para sus ventas manifestó un cuarenta por ciento que emplearan páginas web para promocionar sus productos, otro cuarenta dijo emplearan publicidad y un veinte por ciento manifestó hacer entregas a domicilio, ya sea por medio de la empresa o la utilización de la paquetería exprés existente en la ciudad, considerando como una posible área de oportunidad con dicho sector.



Fuente: Autores

Respecto a que conocen sobre su competencia y que es lo que está haciendo esta, un sesenta por ciento manifestó desconocer que está haciendo, otro diez por ciento comentó que están utilizando páginas web para dar a conocer que sus productos y un treinta por ciento emplean la entrega a domicilio. Ante esta situación es aquí donde se localiza otra área de oportunidad para hacer frente a su competencia.



Fuente: Autores.

Objetivo general

El objetivo general de la presente investigación es conocer el impacto que ha tenido la pandemia del COVID19 en las empresas pequeñas y medianas del sector ferretero en la ciudad de Tapachula, Chiapas.

Objetivo específico

Conocer los inconvenientes que se le presentaron en las empresas del sector ferretero en la ciudad de Tapachula, Chiapas ante la pandemia del COVID19.

Justificación

La presente investigación será de ayuda a las micro y pequeñas empresas ferreteras con ventas de materiales para la construcción y herramientas, para tomar medidas precautorias y también poder implementar estrategias que le ayuden en el proceso de sus ventas. Así mismo será de apoyo para contrarrestar las situaciones de bajas ventas, como fin último obtener el desarrollo de sus negocios.

Metodología de la investigación

Esta representa la forma en que se organiza de manera sistemática y metódica el proceso de la investigación, ya que tiene un control de los resultados obtenidos y la forma en que se presentan estos.

El presente trabajo se encuentra direccionado a las micro y pequeñas empresas familiares encaminadas a la venta tanto de herramientas como materiales para la construcción en la ciudad de Tapachula, Chiapas, en donde se pretende apliquen las diversas acciones emanadas del presente trabajo.

Tipos de investigación

Para la realización de la presente indagación se utilizaron algunos tipos de investigación, se mencionan a continuación:

Investigación Cualitativa

Método de investigación usado esencialmente en las ciencias sociales y se basa en cortes metodológicos basados en principios teóricos tales como la fenomenología, la hermenéutica, la interacción social, empleando métodos de recolección de datos que son no cuantitativos, con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan los protagonistas.

La investigación cualitativa precisa y demanda de un entendimiento del comportamiento humano y las razones que los gobiernan, busca explicar las razones de los diferentes aspectos de ese comportamiento. Por lo que se demanda de un proceso cualitativo ya que se analiza el aspecto de ventas, almacén y personal al interior de las empresas del sector ferretero y las medidas tomadas para evitar el contagio del virus del covid19.

El enfoque se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente. Tal recolección consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos). También resultan de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades (Sampieri, 2014)

Investigación exploratoria

En una investigación de este tipo no se intenta dar una explicación de las situaciones adversas que se presentan, recoge e identifica antecedentes, temas y tópicos respecto de esas situaciones a investigar. Por lo que su objetivo es documentar ciertas experiencias, examinar temas o situaciones poco estudiadas o que no han sido abordadas con anterioridad.

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas (Sampieri, 2014)

Investigación descriptiva

Porque se requirió información de las empresas mediana y pequeñas que se revisaron, y con ella se estuvo en posibilidad de formular preguntas para la obtención de datos que se deseaban saber acerca de las personas que participan al interior del proceso de ventas.

Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Sampieri, 2014)

Discusión teórica

El entorno de la empresa

El entorno en que se desenvuelven las empresas hoy en día, sufre cambios de forma constante debido a las exigencias de los consumidores, así como de los mercados en relación a la aparición constante de la competencia, todo esto debido al fenómeno de la globalización, así mismo por los tiempos tan acelerados de los estilos de vida de los productos o servicios se hayan acortado de manera drástica por eso se dice que lo que hoy estuvo de moda mañana ya no lo estará y por lo tanto deja de ser de interés para los consumidores.

En ese entorno tan cambiante y dinámico, en ocasiones considerado por algunos como salvaje, los parámetros con que se califica a los productos o servicios han adquirido nuevas forma de apreciaciones para juzgar su desempeño o consumo, por lo que no solo ve el ren-

dimiento y utilidades que obtienen las empresas, sino van más allá considerando a la comunidad misma en que se desenvuelve dicha organización.

Por lo tanto, los propietarios deben de ver la forma y encontrar un equilibrio en los intereses de la sociedad para la obtención de buenos resultados en la empresa, así mismo deben estar atentos a los cambios que se dan de manera vertiginosa en el medio ambiente externo a ella para poder afrontar con seguridad, determinación y basados en un plan de acción.

Y ante la situación de la pandemia del COVID19 el entorno en el que se desarrollan las empresas tuvo un cambio drástico que nadie esperaba el tamaño y la magnitud de los acontecimientos a desarrollarse, como pocas veces ha ocurrido a nivel mundial, fenómeno que se dio en todos los países del orbe, lo que produjo una parálisis de los negocios a nivel macro y a nivel micro económico.

Por lo anterior las personas dedicadas al mundo de los negocios se vieron en la necesidad de implementar de manera rápida estrategias de ventas y que fuesen efectivas, es aquí donde nace otra forma de comerciar entre las que se encuentra el uso del internet y la aparición de la paquetería exprés dentro las ciudades para la entrega rápida de artículos y alimentos.

Objetivos de las ventas

El objetivo principal es provocar una reacción positiva del cliente o consumidor sobre determinado producto, que sea de su agrado y revelarle las características, bondades, conveniencia y la calidad del artículo en cuestión con la finalidad de que la persona se incline a su compra, es aquí el momento en que se concreta la venta y se pasa al proceso llamado compra-venta en donde el cliente paga cierta cantidad de dinero y obtiene el producto.

Todo esto es un proceso en el que también interviene el aspecto psicológico del consumidor, estudios e investigaciones que lleva a cabo la mercadotecnia a nivel global, para conocer usos y costumbre, gustos y preferencias que se encuentran enmarcados dentro del ámbito cultural, social y etnográfico de una región o nación.

Mucha importancia adquiere la publicidad para un mejor desempeño de las ventas, por lo tanto podemos afirmar que la publicidad es un medio por medio del cual se da a conocer la imagen, características y beneficios de un producto, un servicio, una empresa, entre otros, con el objetivo de provocar una reacción en una parte o segmento de la sociedad.

Lo importante es reconocer y saber que necesitamos realmente antes de consumir determinado producto, comprarlo, si nos es útil y no solamente porque lo deseamos o porque el mensaje publicitario es atractivo o impacta en las personas o clientes potenciales.

Conclusiones

Las ferreterías ubicadas en la ciudad de Tapachula, Chiapas tienen una antigüedad que oscilan en promedio, entre cinco a quince años y algunas otras con poco más años de antigüedad en ventas y representan una oportunidad de negocios exitosos para sus propietarios, ya que en su momento la demanda de artículos que expenden son adquiridos por familias de la localidad, estando en pleno apogeo sus ventas antes de la pandemia del COVID19.

Con la aparición de la pandemia del COVID19 la sociedad en general, ante la falta de vacunas o medicinas para contrarrestar dicho virus, se tomó la medida por parte de las autoridades que las personas permanecieran en sus hogares para evitar el contagio o tratar de terminar con la cadena de contagios y ante tal situación las ventas de muchos negocios, empresas de cualquier tamaño o servicio se vieron afectadas al grado en algunos casos de tener que cerrar sus puertas.

En relación a las ventas, estas se llevan a cabo de manera cotidiana ofreciendo todo tipo de herramientas para trabajos de plomería, electricidad, jardinería y demás así como también materiales para el arreglo, modificación, remodelación o construcción de casas habitación, oficinas, edificios entre tantos otros trabajos.

La problemática existente es debido a las bajas o inexistentes ventas, por lo que dichos establecimientos algunos se vieron forzados a cerrar, otros tuvieron que modificar horarios de labores o bien buscar la forma

de hacer llegar el producto a su clientela, ante la situación del confinamiento debido al COVID19, vivido en el año 2019 y parte del año 2020.

De acuerdo a la investigación realizada se concluye que, se hace ineludible la creación de un plan de contingencia para poder afrontar otra situación similar a la que existe en el transcurso de la pandemia para proteger las ventas de dichas empresas y evitar esa serie de situaciones que vivieron, en donde encontramos inmersos los aspectos de liderazgo en la toma de decisiones y el aspecto de resiliencia.

Referencias

- David Hughes G., McKee Daryl, Singler Charles H. (2000), Administración de Ventas, International Thomson Editores, México
- García Bobadilla Luis María (2011), + Ventas, Esic Editorial, España
- Artal Castells Manuel, (2015), Dirección de Ventas, Alfaomega Gpo. Editor
- Schiffman G. León/Leslie Lazar Kanuk, (2005), Comportamiento del consumidor, Prentice-Hall. México.
- Kotler y L. Roberto (2010), Mercadotecnia Social, Diana, México.
- Fernández, V. Ricardo. (2000). Segmentación de mercados. Segunda edición. Ecasa. México.
- Klein N. (2000). "El nuevo mundo de las marcas" No Logo: el poder de las marcas. Ed. Paidós. México.
- Fisher Laura (2011), Mercadotecnia, Mc Graw Hill, México.
- McCarthy y Perreault (2001), Marketing un Enfoque global, Mc Graw Hill, México.
- Ovalle F. (2010), Comentarios a la ley Federal de Protección al Consumidor, Mc Graw Hill, México.
- KOONTS Harold & Weihrich Heinz, Administración una perspectiva global, Editorial McGraw Hill
- GERSICK Kelin E., Davis Jhon A., Lansberg Ivan, Empresas Familiares, Generación a Generación Editorial McGraw Hill
- HERNANDEZ Sampieri Roberto, Fernández Collado Carlos, Baptista Lucio Pilar, Ed. McGraw Hill.

Semblanzas de autores

Álvarez Oval Luis Antonio

Ingeniero en Computación por la Universidad Autónoma de Guadalajara, México; Maestro en Ciencias de la Computación por la Universidad de Houston Campus Clear Lake, USA. Programador certificado en ROBOTC por la Academia de Robótica de la Universidad de Carnegie Mellon. Posee el Reconocimiento como Profesor de tiempo completo con Perfil Deseable (PRODEP). Autor del libro educativo: Introducción a la Robótica. Actualmente, colabora en la Universidad Autónoma de Chiapas, como Profesor de Tiempo Completo; y se especializa en las áreas de Robótica Educativa, Diseño y Administración de Base de Datos, Programación de Procedimientos Almacenados, Big Data y Ciencia de Datos. Contacto: *loval@unach.mx*

Arias Vargas Francisco Javier

Es Doctor en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Valencia y Doctor Honoris Causa en Pedagogía por Organización Continental de Excelencia Educativa, ha publicado trabajos en revistas especializadas donde analiza diferentes sectores estratégicos ligados al desarrollo económico regional, y su inserción en el comercio internacional. Se desempeña como consultor en Inteligencia Competitiva; actualmente se encuentra categorizado como Investigador Nacional en CONACYT (México), Investigador María Rostworowski Nivel ICONCYTEC (Perú) e Investigador Asociado por MINCIENCIAS (Colombia). Adicionalmente es Profesor Honorario de la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas en Perú, Profesor de Posgrado en varias universidades de Colombia, México, El Principado de Andorra y Perú, se ha desempeñado como experto en Cooperación

Académica Internacional y Diplomacia Científica y actualmente se desempeña como Director General de la Red Internacional de Investigación en Gestión del Conocimiento Empresarial (RED GCE).

Contacto: *franciscoarias18@gmail.com*

Baeza Mendoza Lourdes

Ingeniera en Agroalimentos y Maestra en Ciencias Alimentarias, por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y es doctora en Administración por la Universidad Autónoma de Guadalajara Campus Tabasco, trabaja la División de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Profesora Investigadora de la misma desde 2002 a la fecha. Ha participado en Diplomados y Cursos de Manejo Higiénico en el Sector Alimentario. Fue responsable del proyecto “Identificación de la cultura alimentaria a través de los alimentos artesanales en los mercados de Tabasco”. Participa en el Núcleo Complementario de la Maestría en Producción Animal Tropical además de participar en la comisión de Tutorías en la Licenciatura de Ingeniería de Alimentos. Contacto: *lulubaez75@hotmail.com*

Bello Mendoza Sara Jocelyn

Doctora en Administración egresada de la Universidad del Sureste. Maestra en Administración en Organizaciones egresada de Posgrado de la Facultad de Contaduría Pública C-IV de la UNACH. Ingeniera Industrial egresada del Instituto Tecnológico de Tapachula. Docente de Tiempo Completo asociado C de la Facultad de Negocios Campus IV de la UNACH (2001 a la fecha), Académica certificada por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración, integrante del Sistema de Investigación de la UNACH, Perfil PRODEP vigente. Integrante del Cuerpo Académico Innovación e Intervención Organizacional. Evaluadora virtual del CACECA. Directora de tesis a nivel Posgrado y Licenciatura. Ponente en diferentes Congresos Internacionales y Nacionales. Invitada por la Universidad Diego Portales en la Facultad de Ingeniería y Ciencias de Santiago de

Chile, a Estancia Académica y de Investigación para el desarrollo del proyecto: Propuesta de un instrumento de medición del pensamiento crítico y un plan de mejora del proceso de enseñanza aprendizaje para potenciarlo, en la Unidad de Aprendizaje de Matemática. Secretaria Académica y Directora de Planeación de la Universidad Politécnica de Tapachula (2013-2018). Miembro de la Red Mexicana de Investigadores en estudios organizacionales. Miembro del Colegio de Ingenieros Industriales de Tapachula, A.C. Contacto: *sara-bello@unach.mx*

Cabrales de la Cruz Julio César

Es maestro en Administración Pública, por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y tiene dos licenciaturas; una en Economía, y una en Derecho por la misma Universidad. Es docente investigador de Tiempo Completo de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, fue director en la Secretaria de Desarrollo Económico de Tabasco de la Mejora Regulatoria, actualmente es Director General del Instituto Tecnológico Superior de Comalcalco. Contacto: *julio.cabrales@ujat.mx*

Castillo Estrada Christian Mauricio

Doctor en Gestión para el Desarrollo por la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), Maestro en Comercio Electrónico con especialidad en Tecnologías de Información por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y Licenciado en Sistemas Computacionales por la Universidad Autónoma de Chiapas. Posee el Reconocimiento como Profesor de tiempo completo con Perfil Deseable (PRODEP), Programador Certificado en ROBOTC por la Academia de Robótica de la Universidad de Carnegie Mellon y Desarrollador Certificado Checkout PRO avalado por Mercado Pago; Miembro de la Red Temática Mexicana para el Desarrollo e Incorporación de Tecnología Educativa A.C.; Miembro del Sistema Estatal de Investigadores (SEI) del Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación del Estado de Chiapas. En el ámbito de gestión ha ocupado el cargo de Secretario Académico de la Facultad de Negocios (2015-2019) y Coordinador de

Planeación (2011-2015). Co-autor del Libro educativo: Introducción a la Robótica; Líder del Grupo de Investigación: Tecnologías en Sistemas Computacionales; se especializa en las áreas de Robótica Educativa, Ingeniería de Software, Desarrollo de aplicaciones web y móviles, Arquitectura Orientada a Servicios y Big Data. Contacto: cmce@unach.mx

Chan Hernández Jesús

Pertenece al Sistema Estatal de Investigadores 2019-2020 del Consejo de Ciencia y Tecnología del estado de Tabasco (CCYTET), Miembro Activo del Colegio de Licenciados en Administración (CONLA), Académico Certificado en Administración por la Asociación Nacional de Facultados y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), Miembro de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales A.C. (REMINEO), Ganador del Premio Institucional a la Mejor Tesis Nivel Maestría 2019 de la UJAT con la investigación “Factores que influyen en los Recursos y Capacidades en PyMes de Tenosique, Tabasco”. Ha desarrollado diferentes proyectos de investigación en el área de PyMes, Gestión de la calidad, Sistemas y Procesos Administrativos y ha participado como ponente en Congresos Nacionales e Internacionales así como la publicación de artículos científicos y capítulos de libros sobre temas administrativos. Cuenta con experiencia en trabajo de campo y recolección de información, uso de las herramientas tecnológicas y de trabajo en equipo y ha tomado cursos en áreas de tecnología, pedagogía y disciplinares. Contacto: jesuschanhernandez@hotmail.com

Cruz Castillo Roberto de Jesús

Es Doctor en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa (UAM-I), posgrado distinguido con el “Nivel Competencia Internacional” en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Es Maestro en Administración de Empresas y Maestro en Administración Pública, ambos grados académicos por la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). Es Licenciado en

Ciencias de la Comunicación con Especialidad en Periodismo, también por la UANL. Es profesor de Tiempo Completo en la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH) desde 1995, en donde ha impartido cursos a nivel de pregrado y posgrado en modalidad presencial y a distancia. Ha sido Director de Posgrado y Director de Investigación de la UNACH. Ha sido miembro de la Comisión de Exámenes de Oposición para aspirantes a ocupar plazas de Profesor de Tiempo Completo, ha participado en Comités Evaluadores de proyectos de investigación, entre otras comisiones académico-administrativas. También, ha sido miembro de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales y ha realizado diversos trabajos y eventos académicos (congresos, ponencias y conferencias), tanto a nivel nacional como internacional. Está Certificado en Competencias Laborales en el Estándar de Competencia ECO336: “Tutoría de Cursos y Diplomados en Línea”, por el Consejo Nacional de Normalización y Certificación en Competencias Laborales (CONOCER), desde el 2020. Actualmente, está adscrito al Centro Universidad-Empresa (CEUNE) de la UNACH, como profesor/asesor en el programa académico a distancia: Licenciatura en Gestión de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (LGMIPYME), ofertada y operada, bajo convenio de colaboración, de manera bipartita con la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco (UAM-A). Contacto: *roberto.cruz@unach.mx*

Cruz Sánchez Carlos Octavio

Doctor en Gestión para el Desarrollo, graduado con Mención Honorífica por la Universidad Autónoma de Chiapas. Maestro en Arquitectura por la Universidad Nacional Autónoma de México, es licenciado en Arquitectura por la UNACH, en donde ha impartido cursos de Arquitectura y Empresa y Liderazgo, a nivel licenciatura y maestría como profesor de tiempo completo desde 1990, fue director de la misma en el período 2006-2010. Ha sido invitado como profesor en el Doctorado en Gestión para el desarrollo, en la Facultad de Contaduría y Administración de la misma Institución. Ha participado en congresos nacionales e internacionales como conferencista magistral y ponente, así como en la coautoría y coordinación de diversas publicaciones aca-

démicas. Sus líneas de investigación son el Estudio de la Gestión para el Desarrollo, la Industria de la Construcción, la Arquitectura Solar, y la Empresa Familiar. Ha realizado actividades y estancias académicas con la Universidad de San Carlos en Guatemala, con universidades y escuelas colombianas, brasileñas, españolas y francesas. Se desempeña como consultor en diseño, construcción y negociación. Ganador de la presea Pas-Ná 2014 del Colegio de Arquitectos Chiapanecos en la categoría de investigación y docencia. Contacto: cacruz@unach.mx

Cruz Sánchez Zoily Mery

Doctora en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana, Maestra en Educación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Maestra en Administración y Licenciada en Contaduría Pública por la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), en donde es profesora de tiempo completo desde 1996 impartiendo cursos en licenciatura, maestría y doctorado. Fundadora y Responsable del Cuerpo Académico en Consolidación Estudio de las Organizaciones CA-UNACH-120. Actualmente es Coordinadora General del Centro Universidad Empresa CEUNE de la UNACH. Es Vocal del Comité Ejecutivo y Coordinadora del Nodo Empresa Familiar y MIPyME de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales A.C., Coordinadora de la Red Mipyme y Empresa Familiar del Programa Interinstitucional para el Fortalecimiento de la Investigación y del Posgrado del Pacífico. Es presidenta del Comité Técnico de la Red de Incubadoras de Empresas de Chiapas (RIECH). Ha sido miembro del Sistema Nacional de Investigadores, cuenta con Perfil PRODEP-SEP y es Profesional Certificado de la ANFECA. Es Miembro del Consejo Directivo y Directora de Investigación de Empresas Familiares, del Centro de Investigación y Estudios Sociales, Económicos y de Mercado del sector privado del Club de Industriales de Chiapas. A.C., Presidió la Junta Directiva de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH), ha realizado y coordinando diversos congresos, investigaciones y publicaciones relacionadas con el análisis organizacional, MIPyMES, empresas familiares y formas de colaboración de colaboración en las organizaciones. Contacto: zoily.cruz@unach.mx

De la Cruz Vázquez Arón

Doctor en Gestión para el Desarrollo y Maestro en Administración por la Universidad Autónoma de Chiapas, docente de Tiempo Completo en la Facultad de Negocios Campus IV de la UNACH. Integrante del Sistema Estatal de Investigadores del Gobierno de Chiapas. Posee el Reconocimiento como Profesor de tiempo completo con Perfil Deseable (PRODEP). Publicaciones: Como capturar Alumnos para la UNACH Usando la UVD (Unidad de Vinculación Docente), Caso de Estudio, Capacitación en Robótica de Legos a los Alumnos del Área de Informática del Plantel CONALEP Tuxtla Chico, Chiapas, México, Principios de teoría matemática aplicados en la Metodología de Programación, caso de estudio: estudiantes de LIDTS Facultad de Negocios de la UNACH. Miembro del Sistema Estatal de Investigadores (SEI) del Instituto de Ciencia, Tecnología e Innovación del Estado de Chiapas. Contacto: *aron.cruz@unach.mx*

Díaz Huicho Dulce Valeria

Maestría en Administración de Micros Pequeñas y Medianas Empresas, Licenciatura en Contaduría Pública. Profesora en la Universidad Autónoma de Sinaloa. Coordinadora de la Licenciatura en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Presidenta de la Academia de Administración en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Ponente en diferentes congresos nacionales e internacionales. Organizadora de simposios y congresos nacionales e internacionales. Contacto: *dulcevaleriadiazhuicho@gmail.com*

Espinosa Zaragoza Saúl

Agrónomo Fitotecnista egresado de Universidad Autónoma Chapingo. Maestría en Ciencias en Fisiología Vegetal y Doctor en Ciencias en Recursos Genéticos y Productividad con orientación en Fisiología Vegetal por el Colegio de Posgraduados. Profesor de Tiempo Completo

adscrito a la Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad Autónoma de Chiapas. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel I. Integrante del Cuerpo Académico Consolidado Agricultura Tropical Ecológica UNACH 068 y del Núcleo académico de la Especialidad en Agricultura familiar y negocios. Socio Fundador de la Red Nacional de Recursos Genéticos de México – REDGENMEX AC. Más de 20 publicaciones en uso y conservación de recursos genéticos y calidad de semillas en diferentes especies vegetales principalmente en especies forestales y frutales tropicales. Contacto. *saul.espinosa@unach.mx*

Esquina Argüello Emilio

Doctor en Administración por la Universidad del Sureste Campus Comitán. Profesor Titular “A” T. C. en la Facultad de Negocios, Campus IV, de la UNACH, Profesor acreditado con Perfil PRODEP. Integrante del Cuerpo Académico en Consolidación denominado: “Innovación e Intervención Organizacional” (UNACH CA-164), LGAC: Innovación e intervención de las ciencias contable y administrativa, e innovación e intervención en la educación de las ciencias contable y administrativa. Miembro afiliado a la Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria, A. A. (SOMEXAA) y a la Red Nacional e Internacional de Profesionales en Administración de Agronegocios y Disciplinas Afines. Integrante del Comité de Desarrollo Curricular de Licenciatura y Posgrado en la Facultad de Negocios del Campus IV. Presidente de la Academia de Administración en la Facultad de Negocios del Campus IV. Contacto: *emilio.argüello@unach.mx*

Esquina Ruiz Humberto

Es Ingeniero Agrónomo Parasitólogo por la Universidad Autónoma de Chiapas; es Maestro en Ciencias en Producción Agrícola por la Universidad Autónoma de Nuevo León y es Doctor en Educación por la Universidad del Sur, con sede en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Ha laborado durante 43 años en la Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad Autónoma de Chiapas; integrante del Grupo Colegiado Agricultura

Sostenible y Agroforestería del Trópico Húmedo, realizando actividades docente y de investigación; ha impartido cursos en la carrera de Ingeniero Agrónomo Tropical e Ingeniero Forestal y en Maestría en el área de las matemáticas, estadística, experimentación, metodologías, desarrollo de proyectos y seminarios de tesis, principalmente; en Universidades privadas de metodología y seminarios de investigación. Ha dirigido tesis de licenciatura y maestría; responsable de proyectos de investigación con financiamiento de la Universidad y con recursos propios. Contacto: *humberto.esquinca@unach.mx*

Estañol Vidrio María Antonieta

Es licenciada en Economía por la facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México, estudio la Maestría en Economía en la Universidad del Valle de México, Campus Villahermosa y estudio el Doctorado en Educación, en la Universidad Maya, Campus Tuxtla Gutiérrez, becaria de la consejería comercial de México, en España. Analista especializado en la Procuraduría Federal del Consumidor, coordinadora de carrea en la universidad del Valle de México, Campus Villahermosa, Subdirector de Posgrado e Investigación del Instituto Tecnológico Superior de Centla, Profesor Investigados de Tiempo Completo, de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, pertenece al grupo de Investigación de Estudios Socioeconómicos con Perspectiva de Género. Contacto: *mestanolv@hotmail.com*

Fonseca Bojórquez Cristal

Maestría en Educación en el Área de la Docencia e Investigación, Licenciatura en Comercio Internacional, Licenciatura en Derecho. Coordinadora de la Licenciatura en Comercio Internacional de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Presidente de la Academia de Comercio Internacional de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Asesora certificada en proyectos de servicio social. Ponente en diferentes

congresos nacionales, profesora de asignatura base. Contacto: *cristal.fonseca@uas.edu.mx*,

Franco Gurría Rafael Timoteo

Docente investigador de la Universidad Autónoma de Chiapas, adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I; contribuye en los procesos de formación de estudiantes de pregrado y posgrado en las disciplinas afines a la administración y al turismo; académicamente se ha formado como Doctor en Ciencias de la Educación, maestro en Ciencias de la Educación, maestro en Administración (Organizaciones), especialidad en Hostelería y Restauración y Licenciado en Administración de Empresas; es integrante del cuerpo académico “Evaluación de procesos organizacionales” UNACH CA-137; cuenta con el reconocimiento al perfil deseable PRODEP y está certificado académicamente por ANFECA; participa en proyectos de investigación relacionados con los procesos de inserción laboral de egresados; la evaluación de procesos organizacionales y el desarrollo de competencias. Contacto: *rfrank3@gmail.com.mx*

García Arteaga Karla Beatriz

Profesora Investigadora de Tiempo Completo en el CECOCISE de la Universidad Autónoma de Chiapas. Docente desde 2001. Doctora en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa con beca del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt). Obtuvo la Medalla al Mérito Académico en 2013. Fue Coordinadora de la Maestría en Defensa de los Derechos Humanos, tiempo durante el cual ingresó el posgrado como programa de calidad. En 2014 coordinó los trabajos para la elaboración del Plan Indicativo de Desarrollo para el CECOCISE 2024. Pertenece al Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP) de la SEP. Es miembro de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales (REMINEO) desde el 2006 y Co-fundadora del Nodo Empresa Familiar y Mipyme en el 2009. Ha publicado capítulos de libro con

la Editorial Hess, la Universidad de Occidente y Universidad Autónoma Metropolitana. Ha participado en Congresos Nacionales e Internacionales como ponente, coordinadora de mesas y como miembro del comité organizador. Ha participado en diversos proyectos de investigación y realizado estancias académicas en el país. Ha incursionado en las líneas de investigación estudio de las organizaciones, la educación superior y las organizaciones de derechos humanos. Contacto: *karla.garcia@unach.mx*

García Leal Karina Milene

Doctora en administración por la Universidad del Sur. Maestra en administración por la Universidad Autónoma de Chiapas y Licenciada en matemáticas aplicadas por la Universidad Autónoma Metropolitana (unidad Iztapalapa). Profesora titular de tiempo completo en la Universidad Autónoma de Chiapas. Integrante del Cuerpo Académico “Gestión y administración de las organizaciones”. Autora y coautora de libros como: “Fundamentos de mercadotecnia” (2015, 2019), “Razonamiento matemático” (2006, 2010), “Gestión de las organizaciones, investigación en diversos entornos” (2017), “Innovación y desarrollo tecnológico para las Mipymes” (2017). “Aplicaciones matemáticas para turismo y administración” (2020). Académico certificado por ANFECA, Perfil PRODEP, miembro de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales, miembro de RELINCA. Miembro del SEI de COCYTECH. Evaluadora de proyectos CONACYT del registro de evaluadores acreditados RCEA-05-29272-2014. Contacto: *karina.garcia@unach.mx*.

García Sampedro Susana Patricia

Doctora en Gestión para el Desarrollo, Maestra en Administración Financiera, Licenciada en Contaduría Pública por la Universidad Autónoma de Chiapas. Profesora titular de la Universidad Autónoma de Chiapas adscrita a la Facultad de Negocios Campus IV. Distinciones académicas: Perfil PRODEP SEP desde 2004, Certificación Profesional

por IMCP desde 1999, Académica Certificada en Contaduría Pública por ANFECA desde 2009. Doctor Honoris Causa otorgado por La Fundación ANDRÉS SERRA ROJAS, AC 16 marzo 2018. Mención Honorífica en el examen de grado del Doctorado 14 enero 2021. Miembro del Cuerpo Académico en Consolidación “Innovación e Intervención Organizacional”. Docente a nivel Licenciatura y Maestría, Autora de libros, participante como ponente en diferentes congresos internacionales y nacionales, directora de tesis a nivel maestría y licenciatura, en la gestión académica, ha participado como Coordinadora de Desarrollo Curricular desde 2015, secretaria Académica por los periodos del 09 mayo del 2011 al 09 de mayo del 2015 y del 1º. De agosto 2009 a diciembre 2010 y Encargada de Dirección por el periodo 1º. De enero al 8 de mayo del 2011 en la Facultad de Negocios Campus IV de la UNACH. Contacto: *susana.garcia@unach.mx*

Hernández Juárez José Luis

Profesor Investigador de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT). Encargado del Sistema de Educación a Distancia (SEAD) de la División Académica Multidisciplinaria de los Ríos (DAMR) de la UJAT. Ha participado en eventos académicos Nacionales e internacionales con ponencias en el área de Administración y Tecnologías Informáticas. Tiene el grado de Maestro en Administración Pública por parte de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas de la UJAT. Es miembro del Sistema Estatal de Investigadores del Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco (CCYTET). Contacto: *jjuarezrios@hotmail.com*

Inzunza Mejía Patricia Carmina

Profesora e Investigadora de Tiempo Completo, titular C de la Universidad Autónoma de Sinaloa, adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Tecnológicas en Guamúchil, Sinaloa México. Líder responsable del Cuerpo Académico Consolidado UAS-CA-272 “Economía del Sector Público y Políticas para el Desarrollo”. Docto-

rado en Estudios Fiscales y Maestría en Alta Dirección de Empresas, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8789-4972>. Se enfocó en el desarrollo de la problemática y antecedentes de la investigación, además de la visión global y desarrollo metodológico de la indagación. Asimismo, de la búsqueda, gestión y revisión de literatura científica de manera tradicional y posteriormente de manera condensada o sistemática para correlacionar las categorías de análisis y elementos necesarios para el desarrollo y concentración del estudio del estado del arte. Además de la estructuración metodológica que derivó la propuesta del modelo de cuatro esferas y la elección de criterio promodelode madurez digital en la pyme. Derivación de resultados y conclusiones; así como seguimiento de indicaciones concretas para la construcción del capítulo de libro. Contacto: inzunzap@uas.edu.mx.

Jasso Macossay Pablo Enrique

Profesor investigador del programa educativo en administración de la División Académica Multidisciplinaria de los Ríos de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, adscrito al programa educativo de administración. Ha participado en cursos de formación docente y disciplinarias, ha sido instructor de diferentes cursos. Cuenta con experiencia en trabajo de campo y recolección de información, uso de las herramientas tecnológicas y de trabajo en equipo y ha tomado cursos y áreas de tecnología, pedagogía y disciplinares. Datos de contacto: pajama1910@gmail.com

León Ayala Alma Leslie

Docente de tiempo completo titular C, de la Facultad de Negocios C-IV Universidad Autónoma de Chiapas, Doctora en Estudios Organizacionales, Maestría en Administración (organizaciones) Licenciatura en Contaduría, Responsables de proyectos de investigación, escritora de libros como Guía metodológica para la presentación de protocolos de investigación, coautora del libro Tradición e Innovación en análisis organizacional. Perfil PRODEP vigente. Líder del Cuerpo Académico

Innovación e Intervención Organizacional clave de registro UNACH-CA-164, Integrante del Sistema Estatal de Investigadores categoría V. Investigadora, Científica o Tecnóloga Nivel II, Miembro de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios organizacionales, Miembro de la Red Nacional e Internacional de Profesionales en Administración de Agronegocios y Disciplinas Afines (RENAIPAA), Académica Certificada en Contaduría Pública por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA), Socia del Colegio de contadores Públicos de Chiapas A.C. Contacto: *Alma.ayala@unach.mx*

López Báez Orlando

Ingeniero Agrónomo Tropical, Maestro en Ciencias en Sistemas de Producción de Plantas Perennes Tropicales y Doctor en Ciencias en Biotecnología y Mejoramiento Genético de Plantas; especialista en Cacao y chocolate, Agroecología, Biotecnología e Innovación y transferencia de tecnología. Es Profesor Investigador de la Universidad Autónoma de Chiapas, adscrito al Centro Universidad Empresa en donde participa como profesor en los programas de Licenciatura de Gestión de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, y en el programa de posgrado de Especialidad en Agricultura Familiar y Negocios. Integrante del Cuerpo Académico Agricultura Tropical Ecológica (CAATE), Consolidado. Es fundador y coordinador de la Agencia Universitaria para el Desarrollo del Cacao-Chocolate, de la Universidad Autónoma de Chiapas, con sede en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México, desde donde ha impulsado el desarrollo de la cadena de valor del cacao y el chocolate en México. Es coinventor de patente otorgada por el Instituto Mexicano de la Protección Industrial (IMPI) de un biofungicida para el control de enfermedades en cacao. Autor de libros, capítulos de libros, artículos técnicos y científicos; conferencista en congresos nacionales e internacionales en temas relacionados con el cultivo del cacao y el chocolate. Ha dirigido cerca de 50 trabajos de Tesis de Licenciatura, Maestría y Doctorado. Contacto: *olopez@unach.mx*

López Rivera Idalia

Es doctora en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana, Maestra en Administración por la Universidad Autónoma de Chiapas convenio UNAM. Contador Público Por la Universidad Autónoma de Chiapas; Institución en donde se desempeña como profesora de tiempo completo de 1994. Laboró como Contralor en el IMSS de 1988-1990. Actualmente es Coordinadora de Investigación y Posgrado de la Facultad de Ciencias de la Administración. Es miembro de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales y gestora del Doctorado en Estudios Organizacionales 2003-2006, con sede en la Facultad de Ciencias de la Administración, donde presta sus servicios profesionales desde 1986. Posee el Reconocimiento de Perfil PRODEP-SEP desde el 2001. Tiene el reconocimiento de Contador Público Certificado 5300 emitido por el IMCP-SEP. Ha organizado Cursos de Actualización Fiscal, Diplomados en Investigación Científica, Congresos Internacionales. Ha dirigido tesis de licenciatura y Maestría. Ha presentado ponencias en diferentes Congresos Nacionales e Internacionales y ha escrito libros sobre metodología y Estudios Organizacionales. Contacto: idalia.lopez@unach.mx

Mafud Toledo Magali

Licenciada en administración de empresas por la Universidad Regiomontana, en Monterrey, Nuevo León. Maestría en Administración con Formación en Organizaciones en la Universidad Autónoma de Chiapas con estudios doctorales en Administración. Docente de la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I desde 1990. Imparte clases a nivel licenciatura y maestría. Perfil Prodep, Certificada en Neuroeducación y evaluador externo por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Integrante del Cuerpo académico en consolidación Gestión y Administración de las Organizaciones. Evaluadora de proyectos de investigación y de ponencias nacionales e internacionales. Al interior de la Universidad ha desempeñado los siguientes puestos: Secretaria Académica de la Facultad, Secretaria Técnica del Comité Editorial, Vocal de la Comisión Ambiental, Coordinadora Académica

de la Licenciatura en Administración y Consejera Técnica de la licenciatura en administración. Es miembro del Nodo Empresa Familiar y MIPYME de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales; miembro de número de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales. Ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales. Contacto *mafud11@hotmail.com*

Moreno López Esteban Otoniel

Doctorado en Innovación y Administración Educativa, Maestría en Administración, Especialidad en Mercadotecnia y Licenciatura en Comercio Internacional. Profesor en la Universidad Autónoma de Sinaloa. Asesor del Programa Institucional de Acreditación Nacional e Internacional de la Secretaría Académica Universitaria de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Certificado por la Asociación Nacional de Instituciones de Educación Superior como Académico en Negocios Internacionales. Publicación en revistas arbitradas. Ponente en diferentes congresos nacionales e internacionales. Director, lector y jurado de tesis de Licenciatura y Posgrado en diversas ocasiones. Organizador de simposios internacionales. Par Evaluador de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES). Par Evaluador de algunos de los Organismos Acreditadores del Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES).

Contacto: *otoniel@uas.edu.mx*.

Norzagaray Espinoza Rodrigo

Licenciado en E-Commerce, actualmente es estudiante de la Maestría en Administración de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, en Guasave, Sinaloa México. Se enfocó en la delimitación del tema, resumen, palabras clave y referencias. Planteo la problemática identificada del tema. Realizó fichas bibliográficas y relación de fuentes bibliográficas consultadas. Derivación de resultados y conclusiones. Contacto: *innoweb2021@gmail.com*

Palomeque Cruz Leticia

Licenciada en Derecho, tiene dos maestrías; la primera en Derecho Constitucional y Amparo y la segunda en Derecho Judicial y el Doctorado en Derecho, lo que ha permitido consolidar sus conocimientos en materia jurídica. Desde 2011 es profesora investigadora en la UJAT con las asignaturas de derecho mercantil y teoría del Estado y ha impartido clases de posgrado a nivel maestría y doctorado. Ha organizado y participado como ponente en diferentes eventos y foros académicos en torno a las áreas de estudio en ciencia jurídica, particularmente en las materias constitucionales, derechos humanos y derecho internacional, también ha participado como autora y coautora en la publicación de capítulos de libro, resultado de investigaciones empíricas. Posee el reconocimiento al perfil deseable. Ha realizado aportaciones a la licenciatura en derecho, derivadas de su formación académica, sumando su amplio conocimiento sobre la práctica jurídica resultado de la experiencia en la práctica jurisdiccional en el Poder Judicial de Tabasco. Contacto: *leticruz_acuario@hotmail.com*

Palomeque López Adriana

Estudiante del doctorado en Derecho, Maestra en Derecho Fiscal, Licenciada en derecho por la Universidad San Marcos., Maestra en Administración con terminal en Finanzas y Licenciada en Contaduría Pública por la Universidad Autónoma de Chiapas., docente de varias Universidades en Tapachula, Socia Y Fundadora de la Asociación Civil “Trabajando para Incluir”. Contacto: *devcontab@gmail.com*

Pérez Castro Cynthia Beatríz

Profesora e Investigadora de Tiempo Completo del Instituto Tecnológico de Sonora, Unidad Guaymas. Integrante del Cuerpo Académico Consolidado ITSON-CA-29 “Sistemas Inteligentes e Interactivos”. Doctorado en Computo Evolutivo y Visión por Computadora, Maestría en Ciencias de la Computación. ORCID: <https://orcid.org/0000->

0002-2850-4863, contribuyó en la revisión de literatura científica que permitió robustecer el análisis sistémico de literatura, así como la estructuración metodológica del documento y la elección de criterio promodelo de madurez digital en la pyme. Revisión y sugerencias a la estructura teórica del documento, derivación de resultados y conclusiones. Contacto: *cynthia.perez@itson.edu.mx*.

Pérez Hernández Joselyne Guadalupe

Doctora en Gestión para el Desarrollo por la Universidad Autónoma de Chiapas. Maestra en administración con formación en Organizaciones por la Universidad Autónoma de Chiapas y Licenciada en Administración Turística por la Universidad Autónoma de Chiapas. Docente titular de tiempo completo en la Facultad de Contaduría y Administración C-I de la Universidad Autónoma de Chiapas. Integrante del Cuerpo Académico en consolidación “Gestión y administración de las organizaciones”. Perfil PRODEP, Imparte clases a nivel licenciatura y maestría, Evaluadora de proyectos de investigación y de ponencias nacionales e internacionales, Certificada por el CONOCER en la EC0217. “Impartición de cursos de formación del capital humano de manera presencial grupal”, certificada en Neuroeducación, miembro del Nodo Empresa Familiar y MIPYME de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales, miembro de RELINCA. Integrante de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales (REMINEO), ponente en congresos nacionales e internacionales. Contacto: *yosegph@hotmail.com*

Pérez Mayo Augusto Renato

Profesor Investigador del área de Estudios de las Organizaciones, Sociología de las Organizaciones, Gestión de los Recursos Humanos y Teoría de las Organizaciones FCAeI y Líder del Cuerpo Académico Estudios de la Organización, Competitividad Estratégica y Sociología de las Organizaciones en su fase de consolidado, jefe del Área de Desarrollo de la Investigación de la Facultad de Contaduría, Administra-

ción e Informática de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos. (2014-2020) y Secretario de Investigación de la FCAeI (2020- a la fecha). Medalla al Mérito Académico por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM). Medalla “Josefa Ortiz de Domínguez” entregado por la Cámara de Diputados de la Ciudad de México. Experto en Intervención Organizacional pública y privada. Sociólogo Organizacional, Especialista en Métodos de Investigación Aplicado a los RH, Especialista en Gestión del Clima Organizacional y Bienestar en el Trabajo, Especialista, Epistemólogo de la Ciencia, Maestro en Ciencias en Metodología de la Ciencia, Maestro en Ciencias en Metodología de la Investigación y Maestro en Ciencias Sociales, Doctor en Sociología de la Ciencia, Doctor en Estudios Organizacionales por la UAM-Iztapalapa, programa inscrito al PNPC del Conacyt. Profesor invitado en diversas universidades nacionales e internacionales. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) (2021), Miembro del Sistema Estatal de Investigadores (2021), Miembro de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales y de la Red Nacional de Investigadores en Representaciones Sociales (2021), Miembro del nodo nacional de Pymes (2021). Sus últimos libros publicado de 2018-2020: Son “Propiedades emergentes en el objeto de estudio de las organizaciones. El caso de la Sociología de las Organizaciones” “Organización y la Teoría Organizacional. Una Visión transdisciplinaria entre Cuerpos Académicos” “Recursos Humanos y las Organizaciones” “La construcción social de la organización universitaria desde los estudios organizacionales” Autor de artículos en revistas arbitradas e indexadas y capítulos de libros sobre temas científicos a nivel nacional e internacional. Contacto: *renatomayo@hotmail.com*

Pérez Sánchez Beatriz

Doctora en Economía, Maestra en Ciencia Política y Licenciada en Economía por la Universidad Nacional Autónoma de México, Profesora Investigadora de Tiempo Completo en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) desde hace 24 años, Perfil Prodep, certificada por la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración, Miembro del Sistema Estatal de Investigadores del

Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Tabasco y del Sistema Nacional de Investigadores Nivel I del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Miembro del Núcleo Académico Básico de la Maestría en Gerencia Pública y Gobierno y del Doctorado en Estudios Económico Administrativos, ambos incorporados al PNPC del CONACYT, autora de los Libros: *Grandes Corporativos de la Fracción Monterrey* y *Los Partidos Políticos en Tabasco*. Contacto: *beatrizperez10@hotmail.com*

Ramírez González Sandra Isabel

Ingeniera Agrónoma, con Especialidad en Manejo Biológico de Cultivos, Maestría en Biotecnología y Doctorado en Ciencias Naturales para el Desarrollo. Es especialista en Agroecología, Cacao y chocolate, agricultura familiar e Innovación y transferencia de tecnología. Actualmente Docente de tiempo completo de Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), adscrita al Centro Universidad Empresa. Es integrante del Cuerpo Académico Agricultura Tropical Ecológica (CAATE), Consolidado. Ha participado en los programas de licenciatura: Licenciatura en Gestión en la micro, pequeña y mediana Empresa, Ingeniería en Agronomía, y en Programas de posgrado: Especialidad en Agricultura Familiar y Negocios, Maestría en Producción Agropecuaria Tropical y Doctorado en Ciencias Agropecuarias y sostenibilidad. Investigadora de la Agencia Universitaria para el desarrollo del Cacao-Chocolate, de la UNACH, donde se ha impulsado el desarrollo de la cadena de valor del cacao y el chocolate en México. Es coinventora de patente otorgada por el Instituto Mexicano de la Protección Industrial (IMPI) de biofungicida para el control de enfermedades en cacao. Directora de 39 trabajos de tesis de grado licenciatura, Especialización y Maestría. Conferencista en más de 50 eventos de carácter nacional e internacional. Autora de 65 materiales divulgativos entre artículos científicos, libros, capítulos de libros, folletos y videos y ganadora de premios nacionales por mejor Tesis de Maestría y Doctorado. Contacto: *Sandra.ramirez@unach.mx*

Ramos García Ramón Emilio

Es Licenciado en Administración de Empresas, Maestro en Dirección de Negocios por la Universidad Autónoma de Chiapas y Doctor en Administración por el Instituto de Estudios Superiores de Chiapas. Ha laborado en la Comisión Federal de Electricidad, Instituto Mexicano del Seguro Social y actualmente es docente en la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad Autónoma de Chiapas del Campus IV. Miembro de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales. Perteneció al cuerpo colegiado “Estudio Interdisciplinario en las Organizaciones”

En el área académica ha impartido clases en las licenciaturas de Administración, Gestión Turística y Comercio Internacional, también ha impartido clases en Maestría en Administración con sus diferentes terminales, ha sido Consejero Técnico de la Facultad y se ha desempeñado como Secretario Académico y director de la misma Facultad. Contacto: *ramon.amos@unach.mx*

Rivera Obregón Mónica Liliana

Doctorado en Pedagogía, Maestría en Enseñanza de las Ciencias, Licenciatura en Contaduría Pública. Coordinadora de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Certificada por la Asociación Nacional de Instituciones de Educación Superior como Académico en Contaduría Pública. Certificada en competencia Laboral en el estándar de competencia: impartición de cursos. Certificada en competencia Laboral en el estándar de competencia: Evaluación de la competencia. Diversas publicaciones en revistas arbitradas e indizadas, así como también capítulos de libro en libros con registro ISBN. Ponente en diferentes congresos nacionales e internacionales. Directora de tesis de licenciatura y Posgrado. Organizadora de simposios y congresos nacionales e internacionales. Investigadora del Sistema Estatal de Investigadores de Sinaloa. Consultora en proyectos de mejora de las organizaciones. Integrante de la Comisión Institucional de Tutorías de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Evaluadora ciega de comités pares en diversos

congresos. Asesora del Programa Delfín del Verano de la Investigación Científica. Contacto: *obregon.39@uas.edu.mx*

Rodríguez Falcón Margarita

Es Dra. en Sociología por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, estudió la Licenciatura en Economía, realizó una Especialidad en Administración Pública y una Maestría en Ciencias Sociales, estas últimas en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT). Maestra de tiempo completo en la División Académica de Ciencias Sociales y Humanidades de la UJAT con perfil PRODEP, Miembro del Sistema Estatal de Investigadores. Imparte las cátedras, de: Derechos Humanos, Sociología Jurídica, Metodología de la Investigación Jurídica, Proyectos de Investigación, Metodología de la Investigación Acción Sociología de la Globalización, Sociología de la Migración, Género Sexualidad y Cultura, entre otras. Las áreas de investigación en las que se inscriben sus obras académicas son: Género, Derechos Humanos, Migración y Sistema Penitenciario. También como parte de sus actividades funge como editora en jefe de la revista electrónica *ecos sociales*, la cual se publica de manera cuatrimestral desde 2013. Se ha desarrollado en la academia desde que ingresó a laborar a la máxima casa de estudios del estado, la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco hace ya casi 25 años. De igual manera, la investigación ha sido parte de sus actividades, así, ha encabezado proyectos que han detonado en dos libros uno de su autoría y otro en colaboración, además, ha colaborado en capítulos de libros y revistas. Contacto: *ghv1299@hotmail.com*

Román Fuentes Juan Carlos

Profesor e investigador de la Universidad Autónoma de Chiapas, adscrito a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I; dedicado a contribuir en los procesos de formación académica de futuros profesionales de licenciatura y posgrado en disciplinas afines a la administración y a la contaduría, a partir de la experiencia acumulada en actividades de docencia, investigación, gestión y tutoría y su prepara-

ción como Doctor en Administración, Maestro en Contaduría, Especialista en Fiscal y Licenciado en Contaduría Pública; es integrante del cuerpo académico “Evaluación de procesos organizacionales” UNACH CA-137; cuenta con el reconocimiento al perfil deseable PRODEP y está certificado académicamente por ANFECA; desarrolla proyectos de investigación relacionados con los procesos de inserción laboral de egresados; la evaluación de procesos organizacionales y el desarrollo de competencias. Contacto: juancrf@unach.mx

Román Julián Rebeca

Profesora e investigadora de la Universidad Autónoma de Chiapas, adscrita a la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I; su vocación es construir y compartir en procesos educativos. Se ha preparado como Doctora en educación por la Universidad de Costa Rica, Maestra en Administración de Tecnologías de la Información y Licenciada en Sistemas de Computación Administrativa por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Ha realizado estancias internacionales, es integrante del cuerpo académico “Evaluación de procesos organizacionales” UNACH CA-137, cuenta con el reconocimiento al perfil deseable PRODEPy está certificada académicamente por ANFECA; participa en proyectos de investigación relacionados con las Tecnologías de la Información y la Comunicación, la alfabetización digital, la evaluación de procesos organizacionales y el desarrollo de competencias sociocognitivas. Contacto: rroman@unach.mx

Romero Gutiérrez Marco Antonio

Licenciado en Economía por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Maestría en Administración con Formación en Organizaciones en la Universidad Autónoma de Chiapas con estudios doctorales en Administración. Docente de la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I desde 1990. Imparte clases a nivel licenciatura, maestría y doctorado. Perfil Prodep, Certificado en Neuroeducación y evaluador externo por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Integrante del Cuerpo académico en consolidación Gestión y Administración de las Organizaciones. Evaluador de proyectos de investigación y de ponencias nacionales e internacionales. Es miembro del Nodo Empresa Familiar y MIPYME de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales; miembro de número de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales. Ha participado como ponente y conferencista en congresos nacionales e internacionales. Contacto *markogtz1@hotmail.com*

Romero Tirado Rodrigo

Biólogo, egresado de la Facultad de Estudios Superiores Zaragoza de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Maestro en Ciencias en Recursos Naturales y Desarrollo Rural por El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR). Actualmente Profesor de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Chiapas, adscrito a la Facultad de Ciencias Agrícolas, Huehuetán, Campus IV; integrante del Cuerpo Académico Agricultura Tropical Ecológica (CAATE), consolidado; Perfil deseable, por el Programa para el Desarrollo Profesional Docente (PRODEP). Cuenta con 11 años de experiencia docente, en las licenciaturas de Ingeniero forestal e Ing. Agrónomo. Forma parte del Subconsejo Científico Académico de la Reserva de la Biósfera La Encrucijada. Desarrolla evaluaciones de la biodiversidad en agroecosistemas del corredor biológico mesoamericano; y del uso y conservación de los recursos naturales. Contacto: *rodrigo.romero@unach.mx*

Romero Torres Fernando

Doctor en Administración con especialidad en Negocios por la Universidad Internacional. Maestro en Administración por la Facultad de Contaduría Administración e Informática de la UAEM. Diplomado en Administración por la Escuela de Estudios Superiores de Comercio, (HEC). Paris, Francia. Diplomado en Finanzas por el Instituto Tecnológico de Monterrey – FETEC Nacional Financiera. Es Médico Veterinario Zootecnista egresado de la facultad de Medicina Veterinaria y

Zootecnia de la UNAM. Profesor Investigador de tiempo completo en la facultad de Contaduría y Administración e Informática de la UAEM. Se ha desarrollado en el ámbito de los negocios y de la formación de recursos humanos para el sector Agropecuario y turístico, en este sentido se han generado tesis, artículos y capítulos de libro en donde se analizan aspectos tales como el concepto y efecto en el sector del desarrollo de las cadenas de valor, el sistema de financiamiento asociado al desarrollo de nuevos mercados. De la misma forma y en la conformación de grupos de trabajo se desarrollaron estancias de investigación en el ámbito de los negocios y mercados en la U. de Munich, Alemania; U. de California campus Riverside, en la U. de San Carlos en Guatemala y en la Universidad Nacional Autónoma de México. Entre otras actividades se ha desarrollado como Jefe de Departamento en el área de Bioterio en el Instituto Nacional de Salud Pública, Coordinación de los Institutos Nacionales de Salud; Jefe de División en el área de Bioterio en el Instituto Nacional de Salud Pública, Coordinación de los Institutos Nacionales de Salud; Gerente de la empresa Máxima de Morelos, Carnes de Calidad. Director de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la UAEM; director de la carrera de Biotecnología de la Universidad Politécnica del estado de Morelos y Asesor del Secretario de Desarrollo Agropecuario, (SEDAGRO), Morelos. Contacto: *fromerot@uaem.mx*

Sommers González Gabriel

Cursó estudios de posgrado en la Ecole Nationale Supérieure des Industries Agroalimentaires (ENSIA) de Paris, Francia y obtuvo el diploma de Ingeniero en Industrias Agroalimenticias (1981). Obtuvo el grado de Maestro en Administración en el Instituto de Estudios Universitarios A.C, de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas (1992). Obtuvo el grado de Doctor en Estudios Organizacionales en la Universidad Autónoma Metropolitana (2006). Cursó la especialidad de Formulación y Evaluación Social de Proyectos en el Instituto Autónomo de México (ITAM) y diversos diplomados en la Universidad Autónoma de Chiapas entre los que destacan el de Administración Pública, Herramientas Digitales, Metodología de la Investigación. Certificado por la SEP

en Planeación y Enseñanza para el desarrollo de Competencias. Se desempeñó como subdirector del Centro Regional de Enseñanza Técnica Industrial (CeRETI), fundador y maestro de tiempo completo del Instituto Tecnológico Regional de Tapachula. Director de los Servicios de Agua Potable y Alcantarillados de la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez y Tapachula, maestro, subdirector y coordinador de Zona del Colegio de Bachilleres, fundador y rector de la Universidad Valle del Grijalva Campus Tapachula.

Es autor de: Diseño y construcción de Separador de Palay, para el Beneficio del Arroz. Cooperativismo, Cambio y Ecología Organizacional, el Caso de la Cooperativa la Palma del Soconusco Chiapas. Actualmente, es profesor de tiempo completo de la facultad de Ciencias de la Administración Campus IV, de la Universidad Autónoma de Chiapas participando en los programas de licenciatura, maestría y doctorado. Pertenecer al cuerpo colegiado “Estudio Interdisciplinario en las Organizaciones”

Vidal Fócil Ana Bertha

Es licenciada en Economía y Maestra en Administración por la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco; está programada para obtener el título con Mención Honorífica en la Licenciatura de Derecho; con la tesis: La Economía Informal (Emprendimiento Familia), y la Evasión Fiscal son factores de la pobreza en México, realizado en la misma Universidad. Es Doctora en Economía por la Universidad Complutense de Madrid, donde le otorgaron el Cum Laude (Mención Honorífica); es profesora investigadora por más de 22 años. Los temas de investigación que realiza son sobre las personas mayores y pensiones; Deuda Nacional, Economía de la Salud, Turismo, Política Social y Derecho Fiscal; desde la perspectiva de género; ha impartido asignaturas en la carrera de Economía, Administración, Mercadotecnia y en Derecho sobre todo de negocios. Ha sido ponente en países como España, Polonia, Inglaterra, Colombia, Costa Rica y en algunos estados de la República mexicana. Fue diputada por la sexagésima primera legislatura del Congreso del Estado de Tabasco. Se ha desempeñado en diversos cargos como jefa de departamento, directora y directora general en el go-

bierno del estado de Tabasco. Es miembro activa del Sistema Estatal de Investigadores, ANFECA, PRODEP; es líder del grupo de investigación denominada Estudios Socioeconómicos con Perspectivas de Género; es parte del grupo de organización del noveno Congreso Internacional Científico de Turismo en Córdoba, España, lugar donde ha realizado estancias académicas. Actualmente es cofundadora del Grupo de frutas deshidratadas del Sureste. Contacto: *berthafocil@tmail.com*

Zebadúa Sánchez Arcadio

Doctor en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa. Maestría en Administración de la Construcción por el Instituto Tecnológico de la Construcción. Profesor de Tiempo Completo en la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH). Reconocimiento de Perfil PRODEP-SEP. Miembro de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales. Cofundador del Nodo Empresa Familiar y Mipyme en el 2009. Ha publicado capítulos de libro con la Editorial Hess, la Universidad de Occidente y Universidad Autónoma Metropolitana. Ha participado en Congresos Nacionales e Internacionales como ponente, coordinador de mesas y como miembro del comité organizador. Ha dirigido diversas tesis de licenciatura, especialidad y maestría y publicado capítulos de libros y artículos de revista. Ha participado en diversos proyectos de investigación y realizado estancias académicas dentro del país. Se ha desempeñado como encargado de la Dirección de la Facultad de Ingeniería, Campus I de la UNACH. Ha dirigido procesos de acreditación y de desarrollo curricular, entre otros. Actualmente es Secretario de Identidad y Responsabilidad Social Universitaria en la UNACH. Contacto: *zebadua@unach.mx*

Libro digital.
Esta obra se terminó de editar en

GRUPO EDITORIAL HESS, S.A. DE C.V.

Manuel Gutiérrez Nájera 91,
Col. Obrera, Alcaldía Cuauhtémoc,
Ciudad de México, C.P. 06800
Tel: 55 5761 2020

notasfiscales.com.mx



Los cambios vertiginosos de la sociedad actual van en aumento por las condiciones sociales, políticas, económicas y principalmente por los efectos a la salud del reciente paso de la pandemia COVID-19 en el mundo, aunado a ello, el desarrollo de la Tecnología de la Información y de la Comunicación hacen más acelerados dichos cambios sociales, que modifican modos de actuar y de pensar en el campo científico, mismas que representan un reto en el papel que juegan las universidades como generadoras y reproductoras del conocimiento.

Sin duda alguna, las universidades tienen un papel trascendente en el análisis, atención y en algunos casos en la implementación previstos en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), principalmente, porque son un agente que destaca su papel principal que atiende el Objetivo Número Cuatro “Educación de Calidad” con características de una educación inclusiva, equitativa y de calidad.