ISBN 978-607-8617-88-3

Innovación Empresarial Estratégica

Casos y Aplicaciones

COORDINADORES

CELSO RAMÓN SARMIENTO REYES
ILIANA DÍAZ DE LEÓN FLORES
SANDRA AIDEE OLIVARES BAUTISTA
VERÓNICA VELÁZQUEZ ROMERO

RED IBAI
RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.

RED TEMÁTICA IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN SOBRE MIGRACIÓN Y DESARROLLO
MIGRACIÓN Y DESARROLLO
REDIBAI-MYD

CONACYT
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
Redes Temáticas

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ÚRSULO GALVÁN VERACRUZ
NUESTRO ESFUERZO ES PROGRESO

INNOVACIÓN EMPRESARIAL ESTRATÉGICA. CASOS Y APLICACIONES

COORDINADORES

CELSO RAMÓN SARMIENTO REYES
ILIANA DÍAZ DE LEÓN FLORES
SANDRA AIDEE OLIVARES BAUTISTA
VERÓNICA VELÁZQUEZ ROMERO

AUTORES

ADRIÁN ROMERO PEÑA, ALICIA CORINA GARCÍA MOYANO ROMERO, ANA GRACIELA PÉREZ SOLÍS, ANABEL MARTÍNEZ GUZMÁN, CARLOS ALBERTO CASTILLO SALAS, CAROLINA SAC NICTE MÉNDEZ GONZÁLEZ, CELSO RAMÓN SARMIENTO REYES, CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA, EDALID ÁLVAREZ VELÁZQUEZ, ERNESTO LINCE OLGUIN, ESTEBAN CRUZ LUIS, EVELIN SALGADO MORALES, FACUNDO ENRIQUE PACHECO ROJAS, GABRIEL ARTURO SOTO OJEDA, GUADALUPE PEREZ CERVANTES, ILIANA DÍAZ DE LEÓN FLORES, ISRAEL CRECENCIO MAZARIO TRIANA, IVÁN DE JESÚS CEBALLOS GRAJALES, JOSEFINA CUEVAS RODRÍGUEZ, KARLA PAOLA GARCÍA MOYANO ROMERO, LÁZARO SALAS BENÍTEZ, LEONARDO FLORES BARRIOS, LOIDA MELGAREJO GALINDO, LUIS ALEJANDRO GAZCA HERRERA, MARCO ANTONIO DIAZ RAMOS, MARGARITA DÁVILA HERNÁNDEZ, MARIA DE LOS ANGELES ACOSTA SOBERANO, MARÍA EUGENIA AMADOR MURGUÍA, MARIBEL MARTINEZ LEE, MAURO ANTONIO VILLANUEVA LENDECHY, NORMA DELIA REYES MUÑOZ, ORALIA ELORZA MARTÍNEZ, RAFAEL MARTÍNEZ PELÁEZ, REBECA DÍAZ TÉLLEZ, ROSALÍA JANETH CASTRO LARA, SAMUEL GARRIDO ROLDÁN, SANDRA AIDEE OLIVARES BAUTISTA, SANDRA ELBA DELGADO SOTO, SAULO SINFOROSO MARTÍNEZ, URIEL CAMBRÓN HERNÁNDEZ, VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY, VERONICA ROMO LÓPEZ, VERÓNICA USCANGA HERNANDEZ, VERÓNICA VELÁZQUEZ ROMERO, XIMENA MONTSERRAT ZÁRATE HERNÁNDEZ, ZANDRA ELIZABETH FRANCO CRUZ

EDITORIAL

©RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. 2020

EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.
CEL 2282386072
PONCIANO ARRIAGA 15, DESPACHO 101.
COLONIA TABACALERA
DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC
C.P. 06030. MÉXICO, D.F. TEL. (55) 55660965
www.redibai.org
redibai@hotmail.com

ISBN: 978-607-8617-88-3

Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (607-8617)
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.
No. de ejemplares: 200
Presentación en medio electrónico digital: Cd-Rom formato PDF 10 MB
Fecha de aparición 26/11/2020
ISBN 978-607-8617-88-3

Derechos Reservados © Prohibida la reproducción total o parcial de este libro en cualquier forma o medio sin permiso escrito de la editorial.

RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.

SELLO EDITORIAL
INDAUTOR/ISBN
607-8617

Dublín 34
Fracc. Monte Magno
Xalapa, Ver.
C.P. 91193

CERTIFICACIÓN EDITORIAL DEL LIBRO ELECTRÓNICO *INNOVACIÓN EMPRESARIAL ESTRATÉGICA. CASOS Y APLICACIONES*
(ISBN 978-607-8617-88-3)

La Red Iberoamericana de Academias de Investigación A.C. con el sello editorial Nº 607-8617 otorgado por la agencia mexicana de ISBN, hace constar que el libro electrónico **INNOVACIÓN EMPRESARIAL ESTRATÉGICA. CASOS Y APLICACIONES** con ISBN 978-607-8617-88-3; es publicado por nuestro sello con fecha del 26 de noviembre de 2020 cumpliendo con todos los requisitos de calidad científica y normalización que exige nuestra política editorial.

Innovación empresarial estratégica. Casos y aplicaciones fue arbitrado bajo el sistema de administración y publicación de libros electrónicos OJS versión 3.2.0.3. del Public Knowled Project cuyo desarrollo promueve las tecnologías para el uso de la investigación académica. El proceso de arbitraje constó de dos etapas.

La primera revisión fue realizada por parte de la Secretaría Técnica de la REDIBAI. AC, en conjunto con el Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván, quien verificó que la propuesta cumpliera con los requisitos básicos establecidos: enfoque temático, extensión, apego a las normas de citación, estructura, formato, entre otros. Posteriormente el trabajo pasó a una primera lectura a cargo del Editor en Jefe que forma parte del Comité Editorial del sello editorial, quien determinó la pertinencia de la propuesta y decidió que cumplía con los requisitos de calidad académica. Esta fase se desarrolló en un tiempo de 15 días.

En la segunda etapa el trabajo se sometió al proceso de evaluación de pares académicos a través del procedimiento doble ciego, a cargo de árbitros anónimos especialistas en el tema pertenecientes a instituciones educativas a nivel nacional e internacional, lo que busca garantizar la calidad de las revisiones. Ningún veredicto de los dictaminadores fue contradictorio, por lo que no se recurrió a un tercer árbitro para tomar la decisión final de publicarlo, el resultado de este esfuerzo académico y científico fue aprobado. Este proceso comprendió de dos meses.

El proceso de evaluación de las dos etapas se desarrolló en un tiempo promedio de 2 meses y medio, iniciado desde el momento de su recepción el 15 de agosto de 2020, hasta la terminación del arbitraje el 02 de noviembre de 2020 y se publicó el 26 de noviembre de 2020 tomando en cuenta los criterios de originalidad, pertinencia, relevancia de los hallazgos, manejo de la teoría especializada, rigor metodológico, congruencia, claridad argumentativa y calidad de la redacción.

RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.

SELLO EDITORIAL
INDAUTOR/ISBN
607-8617

Dublín 34
Fracc. Monte Magno
Xalapa, Ver.
C.P. 91193

El cuerpo de arbitraje estuvo integrado por los cuerpos académicos pertenecientes al comité científico de la REDIBAI MyD y al comité científico del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván

Todos los soportes concernientes a los procesos editoriales y de evaluación reposan en Editorial REDIBAI, las cuales ponemos a disposición de la comunidad académica interna y externa en el momento que se requiera.

Atentamente

Xalapa Enríquez, Veracruz, a 26 de noviembre de 2020

MTRO. DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ
Editor
Secretario Ejecutivo de la REDIBAI A.C.

INNOVACIÓN EMPRESARIAL ESTRATÉGICA. CASOS Y APLICACIONES

COORDINADORES
CELSO RAMÓN SARMIENTO REYES
ILIANA DÍAZ DE LEÓN FLORES
SANDRA AIDEE OLIVARES BAUTISTA
VERÓNICA VELÁZQUEZ ROMERO

INDICE

IMPACTO A LOS HOTELES DE DOS Y TRES ESTRELLAS DESPUÉS DEL PERÍODO DE CONTINGENCIA 2020, EN TUXPAN, VERACRUZ.
ORALIA ELORZA MARTÍNEZ, ESTEBAN CRUZ LUIS, LEONARDO FLORES BARRIOS
1

IMPACTO DE LAS HABILIDADES ADMINISTRATIVAS PARA GENERAR Y FORTALECER LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS MIPYMES DEL MUNICIPIO DE LA ANTIGUA VERACRUZ
GUADALUPE PÉREZ CERVANTES, MARÍA DE LOS ANGELES ACOSTA SOBERANO, ANA GRACIELA PÉREZ SOLÍS
11

MODELO DE NEGOCIOS PARA APLICACIÓN DE LAS TIC EN LAS MIPYME
VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY, URIEL CAMBRÓN HERNÁNDEZ
29

GESTIÓN ESTRATEGICA EN UNA MICROEMPRESA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN EL MUNICIPIO DE ÚRSULO GALVAN
MARCO ANTONIO DIAZ RAMOS, GUADALUPE PEREZ CERVANTES, ADRIÁN ROMERO PEÑA
43

EL HOME OFFICE COMO ALTERNATIVA PARA CONTINUAR CON ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y ACADÉMICAS EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ÚRSULO GALVÁN.
ROSALÍA JANETH CASTRO LARA, CAROLINA SAC NICTE MÉNDEZ GONZÁLEZ, LOIDA MELGAREJO GALINDO
61

INFORMALIDAD EN MÉXICO DURANTE EL PERIODO 2005-2020
MARGARITA DÁVILA HERNÁNDEZ, SAMUEL GARRIDO ROLDÁN, ANABEL MARTÍNEZ GUZMÁN
75

PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA MICROEMPRESAS ANTE COVID-19.
CELSO RAMÓN SARMIENTO REYES, MARIBEL MARTINEZ LEE, ISRAEL CRECENCIO MAZARIO TRIANA
93

ANÁLISIS DEL USO DE LAS TIC EN LOS GRUPOS Y EQUIPOS DE TRABAJO EN LAS MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DE LA REGIÓN DE XALAPA, VER.
LUIS ALEJANDRO GAZCA HERRERA, XIMENA MONTSERRAT ZÁRATE HERNÁNDEZ, CARLOS ALBERTO CASTILLO SALAS, FACUNDO ENRIQUE PACHECO ROJAS, GABRIEL ARTURO SOTO OJEDA
105

ESTUDIO DOCUMENTAL DE LA PRODUCCIÓN DE AUTOPARTES PLÁSTICAS EN EL ESTADO DE MÉXICO: DESCRIPCIÓN DEL SECTOR PRODUCTIVO.
ILIANA DÍAZ DE LEÓN FLORES, VERÓNICA VELÁZQUEZ ROMERO, REBECA DÍAZ TÉLLEZ
121

LA GOBERNANZA Y LA BIOTECNOLOGÍA EN EL SECTOR DE PRODUCCIÓN DE AUTOPARTES
VERÓNICA VELÁZQUEZ ROMERO, REBECA DÍAZ TÉLLEZ , ANABEL MARTÍNEZ GUZMÁN
135

IMPACTO DEL COVID EN EL SECTOR RESTAURANTERO DE LA MATA DE TAMPAMACHOCO EN TUXPAN, VERACRUZ
LÁZARO SALAS BENÍTEZ, EDALID ÁLVAREZ VELÁZQUEZ, SAULO SINFOROSO MARTÍNEZ
153

INDICE

ACTITUD ASUMIDA DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO DURANTE EL ASILAMIENTO SOCIAL PROVOCADO POR LA PANDEMIA; PROTAGONISTAS DE IDEAS EMPRENDEDORAS O SIMPLE ESPECTADORES.
CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA, VERÓNICA USCANGA HERNANDEZ, ZANDRA ELIZABETH FRANCO CRUZ, EVELIN SALGADO MORALES
167

LA SUCESIÓN DIRECTIVA Y SUS PROBLEMAS EN EMPRESAS FAMILIARES EN LAGOS DE MORENO, JALISCO
SANDRA AIDEE OLIVARES BAUTISTA, MARÍA EUGENIA AMADOR MURGUÍA, RAFAEL MARTÍNEZ PELÁEZ
181

LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMO HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO DE LAS MIPYMES: ESTUDO DE CASO
SANDRA ELBA DELGADO SOTO, NORMA DELIA REYES MUÑOZ , ERNESTO LINCE OLGUIN
203

CONSIDERACIONES PARA UNA EDIFICACIÓN SUSTENTABLE EN LAS ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS DE MÉXICO
JOSEFINA CUEVAS RODRÍGUEZ
217

LA PRÁCTICA PROFESIONAL COMO UNA PROPUESTA TRILATERAL PARA EL DISEÑO Y OPTIMIZACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA REGIONAL
MAURO ANTONIO VILLANUEVA LENDECHY, GABRIEL ARTURO SOTO OJEDA, CARLOS ALBERTO CASTILLO SALAS, IVÁN DE JESÚS CEBALLOS GRAJALES, LUIS ALEJANDRO GAZCA HERRERA, FACUNDO ENRIQUE PACHECO ROJAS
231

LA IMPORTANCIA DE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE CONTROL INTERNO PARA UNA GESTIÓN EFICAZ Y EFICIENTE DENTRO DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
ALICIA CORINA GARCÍA MOYANO ROMERO, KARLA PAOLA GARCÍA MOYANO ROMERO
253

PLAN ESTRATEGICO DE UNA MICRO EMPRESA PANIFICADORA EN EL MUNICIPIO DE ÚRSULO GALVAN
MARCO ANTONIO DIAZ RAMOS, MARIA DE LOS ANGELES ACOSTA SOBERANO, VERONICA ROMO LÓPEZ
263

IMPACTO A LOS HOTELES DE DOS Y TRES ESTRELLAS DESPUÉS DEL PERÍODO DE CONTINGENCIA 2020, EN TUXPAN, VERACRUZ.

ORALIA ELORZA MARTÍNEZ[1], ESTEBAN CRUZ LUIS[2], LEONARDO FLORES BARRIOS[3]

RESUMEN

En la actualidad y ante la pandemia COVID-19 la que ha impactado económicamente a todos los sectores y considerablemente en este caso al sector hotelero de dos y tres estrellas, en la ciudad de Tuxpan de Rodríguez Cano, Veracruz, situación que ha provocado despidos de empleados, pago de medio sueldo y hasta cierre temporal de los mismos; paralizando la economía de manera significativa en este sector. La presente investigación es de enfoque cualitativo con la finalidad de analizar las posibles alternativas que den solución a la situación que se vive en la ciudad por falta de turismo quienes son los más demandantes en este tipo de hoteles, se analizaran con apoyo de la Guía práctica covid-19 y Turismo.

Palabras Clave: impacto, contingencia, Guía práctica.

ABSTRACT

Currently and in the face of the COVID-19 pandemic, which has economically impacted all sectors and considerably in this case, the two and three star hotel sector, in the city of Tuxpan de Rodríguez Cano, Veracruz, a situation that has led to dismissals of employees, payment of half salary and even temporary closure thereof; paralyzing the economy significantly in this sector. This research is a qualitative approach in order to analyze the possible alternatives that provide a solution to the situation in the city due to a lack of tourism, which are the most demanding in this type of hotel and those that face contingencies without income. , will be analyzed with the support of the practical Guide covid-19 and Tourism.

Keywords: impact, contingency, practical guide

[1] Universidad Veracruzana. oelorza@uv.mx
[2] Universidad Veracruzana. escruz@uv.mx
[3] Universidad Veracruzana. lflores@uv.mx

INTRODUCCIÓN

Es temprano para evaluar todos los impactos sociales, políticos y económicos de la crisis generada por la COVID-19 a nivel global, por mucho que empiecen a notarse. Aunque hay quienes se atreven a predecir cómo será el mundo a partir de ahora (Han, 2020). Hoy en día, no hay posiciones seguras y la incertidumbre continúa siendo protagonista ante realidad que se está viviendo.

De acuerdo con lo descrito en Business & Human Rights / Semilla Consultores (BHR, SEMILLA), el hablar de COVID-19 plantea a las empresas un caso de gestión de crisis único, donde el objetivo principal no es solamente la continuidad del negocio, sino también la protección de los derechos de las personas. Lo que constituye una oportunidad para desarrollar capacidades diferenciales en términos de aprendizaje, anticipación y resiliencia organizacional, para las empresas que destinen este momento a mejorar y humanizar su gestión.

Este documento propone al sector de los hoteles de dos y tres estrellas a tomar el marco de debida diligencia en derechos humanos como una guía básica para gestionar la crisis en el negocio.

La Organización Mundial de la Salud y la Cámara de Comercio Internacional han hecho una llamada a la acción sin precedentes al sector privado para afrontar la amenaza de la pandemia por el COVID-19, destacando el rol que todas las empresas deben desempeñar para minimizar la probabilidad de transmisión y el impacto en la sociedad.

El sector privado tiene el doble rol clave de asegurar la continuidad de los negocios (y de los empleos) y proteger los derechos humanos de trabajadores, personas asociadas a su cadena de valor, clientes y de la sociedad en su conjunto, desde el derecho a la salud hasta los derechos económicos y sociales. (BHR,2020)

Mientras la revista Pacto Mundial en su publicación que el liderazgo empresarial frente a COVID-19, menciona que la crisis del coronavirus ya ha cambiado el mundo y lo seguirá haciendo durante los próximos meses, probablemente años. Desde que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró a la COVID-19 como una pandemia, los casos de personas infectadas siguen aumentando y la sociedad y la economía no han dejado de notar sus efectos. Esta

pandemia afectará a todos los rincones del planeta y por tanto a todos los agentes, entre ellos el sector empresarial. (BHR, SEMILLA,2020)

Figura 1. Lógica de debida diligencia por grupos de interés, impactos y medidas

Fuente: BHR, SEMILLA

Para la continuidad del negocio y el derecho al trabajo son los impactos sobre la relación laboral. Es fundamental considerar los diferentes tipos de relaciones laborales (informales / formales, o dentro de las formales, temporales, tiempo parcial, etc.) para evaluar el riesgo que el COVID-19 puede suponer para los individuos en estas categorías.

Diseñar la estrategia empresarial posterior a la crisis. Una acción rápida y eficaz reducirá los riesgos a corto plazo para los empleados/as y a largo plazo para las empresas y la economía. Los líderes empresariales han de anticiparse al escenario de incertidumbre económica posterior a la crisis sanitaria, ya que muchas empresas tendrán que cerrar temporalmente o reorientar su actividad económica durante este periodo. Por ello, es importante informarse sobre las ayudas o recursos que las administraciones públicas ponen a disposición de las entidades, particularmente de las pymes, para atenuar el impacto económico durante este periodo, mientras se empieza a diseñar la estrategia corporativa que seguirá la empresa una vez superada la crisis. Esta estrategia ha de considerar no solo la variable financiera a corto plazo, sino también la de viabilidad a largo plazo y la de sostenibilidad. (BHR, SEMILLA, 2020)

Tabla1. Empleados: impactos derivados de la exposición al virus y riesgo de contagio.

Impactos y riesgos potenciales a gestionar:	Posibles medidas de prevención, mitigación y reparación
Impactos en la salud derivados de la exposición al virus y riesgo de contagio	Establecer todas las medidas de prevención personales necesarios y proveer equipos de protección para aquellos que siguen en operación. Para esto puede consultarse la guía de la OMS dirigida a las empresas para proteger clientes, contratistas y trabajadores. Evaluar qué trabajadores presenciales son imprescindibles para mantener la actividad, y considerar las particulares vulnerabilidades y circunstancias de estos. En particular, prestar atención a grupos vulnerables, y personas pertenecientes a grupos de riesgo, personas con discapacidades, etc.
Condiciones de trabajo para el personal y, en especial, de servicios esenciales y de trato con el público.	Adoptar las medidas de distanciamiento y desinfecciones necesarias: acondicionar lugares de trabajo, comedores, regular el uso de ascensores, ajustar los protocolos de limpieza, etc. Desincentivar los desplazamientos no indispensables. Asegurar que estas personas y sus familias cuenten con información específica, actualizada y completa sobre las medidas que se están tomando en materia de prevención.
Posibles barreras de acceso al sistema de salud de las personas que requieran atención.	Revisar que todos los trabajadores estén correctamente contratados y/o dados de alta en los sistemas nacionales de Seguridad Social, con las cotizaciones al día. Esto es especialmente importante en empresas en las que priman los contratos temporales o con altos niveles de rotación.
Riesgo de subregistro de casos positivos asociado al temor de discriminación.	Asegurar un clima interno de confianza y apoyo. Establecer un protocolo interno de actuación y comunicación que facilite la notificación de casos y la garantía de no discriminación contra trabajadores con coronavirus o trabajadores de nacionalidad extranjera.

Fuente: BHR, SEMILLA.

Una investigación realizada por Navarrete (2011, p.1), en su obra titulada “La gestión sostenible y su comunicación en el sector hotelero de la ciudad de Málaga” en la que concluye que:

“La crisis económica y la fuerte competencia del mercado están afectando al sector turístico andaluz que empieza a mostrar signos de saturación y exige un giro que apueste por crear un sistema más competitivo y singular. Para afrontar este cambio, es necesario trabajar sobre los parámetros de calidad, innovación y sostenibilidad, especialmente, en mercados como la Costa del Sol, y fomentar así un turismo sostenible y responsable. Este estudio analiza el comportamiento sostenible y su gestión comunicativa, en los hoteles de cuatro y cinco estrellas de la ciudad de Málaga, capital de la Costa del Sol, durante el último trimestre del año 2010. Mediante un análisis comparativo de los hoteles y las cadenas hoteleras se analizan las herramientas de comunicación que utilizan, los tipos de actuaciones sostenibles más frecuentes y la gestión de los mismos como un valor diferenciador y competitivo.” (Navarrete 2011)

Así como existen investigaciones en un contexto internacional también en México se han realizado estudios en función a la mercadotecnia para contribuir a la competitividad en el contexto nacional.

En la investigación realizada en Coatepec, Veracruz, por Pazos (2012, p.91) ; titulada “Propuesta de manual de organización para el hotel Ángela Carolina” concluye “Para que una empresa pueda progresar y acabar con problemas o rutinas innecesarias es preciso conocer la estructura interna, como por ejemplo: el personal que lo conforma, la jerarquía existente dentro de esta, además de analizar las causas y/o motivos por el cual surgen estas condiciones e identificar los problemas generados por estas causas y así mismo acudir a su pronta corrección.

Lo ideal es que toda organización sin importar su tamaño cuente con alguna forma de descripción acerca de su funcionamiento, este debe ser comprensible tanto para los directivos como para el nivel operativo, sin incluir demasiados detalles y estos deben de estar actualizados. Los manuales representan un medio de comunicación en las decisiones de la administración de las empresas, y forman un cimiento clave para el desenvolvimiento y cumplimiento de las labores del hotel.” (Pazos, 2012).

Analizando los párrafos anteriores se identifican que, en el sector hotelero del municipio de Tuxpan, Veracruz, México, existe una carencia de investigación y concientización enfocada a las posibles medidas de prevención, mitigación y reparación a las que se le debe enfrentar a la pandemia.

El sector hotelero en México con base a la secretaria de economía representa el 8.5% del PIB, lo que justifica la realización de esta investigación y la aplicación en este campo de estudio.

Uno de los puertos donde el sector hotelero ha tomado auge es el de Tuxpan, Veracruz, siendo el tema actual el Impacto a los hoteles de dos y tres estrellas después del período de contingencia 2020, en Tuxpan, Veracruz, lo que se abordó desde la perspectiva de la seguridad y salud en los hoteles de este sector en la aplicación en este campo de estudio.

Como se observa en el apartado antes descrito la temática que se abordó en este estudio se ha considerado en un contexto internacional y nacional, sin embargo, este trabajo se enfoca a un sector trascendental para la economía mexicana: sector hotelero.

Los hoteles siempre han puesto en práctica diferentes técnicas para conseguir darse a conocer y aumentar su volumen de negocio, por ello, con el paso del tiempo y el avance de las nuevas tecnologías, los hoteles deben adaptarse a nuevas estrategias de marketing para no perder oportunidades de negocio. El sector hotelero se ha sabido amoldar a los tiempos que corren y a las tendencias que va marcando el público, adaptándose a sus gustos y preferencias e intentando captar a más clientes ofreciendo un servicio diferente. Por lo que ante la situación actual es de preocuparse que, pese a que se utilicen estrategias para la comercialización y difusión de los hoteles de dos y tres estrellas en la ciudad de Tuxpan, Ver., es el hecho de tener que evaluar qué trabajadores presenciales son imprescindibles para mantener la actividad, y considerar las particulares vulnerabilidades y circunstancias de estos. En particular, prestar atención a grupos vulnerables, y personas pertenecientes a grupos de riesgo, personas con discapacidades, etc., a las que se les tiene que cuidar, abasteciéndoles con lo necesario para su cuidado, ante el riesgo de contagio.

Campo de aplicación

Tuxpan es un municipio del estado mexicano de Veracruz. Se localiza al norte del estado, en la región conocida como la Huasteca Baja.

Su cabecera municipal, la ciudad de Tuxpan de Rodríguez Cano, se encuentra ubicada a orillas del río Tuxpan, a 11 km de su desembocadura en el Golfo de México.

Esta ciudad y puerto se encuentra ubicado en el extremo norte de la entidad veracruzana a 270 km a la Ciudad de México, capital de la República Mexicana, sus coordenadas geográficas son: 20°57′46″N 97°24′01″O y es considerada como el puerto marítimo más cercano a la capital de República y ocupa el 6.º lugar de los municipios más poblados del estado.

Colinda al norte con el municipio de Tamiahua; al poniente con el municipio de Temapache; al sur con los municipios de Tihuatlán y de Cazones de Herrera y al oriente con el Golfo de México. El municipio es atravesado de poniente a oriente por el caudal del río Tuxpan para desembocar en el golfo de México, formando la barra del mismo nombre. Su clima es tropical, con una temperatura promedio anual de 24 °C (75°F).

Teniendo en cuenta que los establecimientos de hospedaje son entornos con elevado tránsito de personas, podrían ser puntos donde más fácilmente se declare la presencia o transmisión de casos del virus. Por ello, sería conveniente tener en consideración medidas de prevención primaria para reducir la probabilidad de propagación de casos entre clientes y trabajadores

Tabla 2. Recomendaciones para reducir la probabilidad de contagio por COVID-19

Medidas de prevención primaria para reducir la probabilidad de propagación de casos entre clientes y trabajadores.
Realizar limpieza y desinfección frecuente de las instalaciones del centro de trabajo como: superficies, manijas de las puertas, muebles, lavabos, suelos, teléfonos, etc. En la operación diaria de la empresa, se recomienda desarrollar un programa de desinfección de áreas con contacto al público.
Mantener una ventilación adecuada para todos los locales. En caso de utilizar aire acondicionado, se debe revisar el sistema y especialmente la limpieza de filtros.
Para las tareas de limpieza hacer uso de guantes de vinil o plástico. En caso de uso de guantes de látex, se recomienda que sea sobre un guante de algodón.
Respecto a la llegada de visitantes al establecimiento hotelero, se recomienda informar mediante documentos oficiales a aquellos viajeros procedentes de zonas de riesgo declaradas por las autoridades sanitarias en cada momento, o a todos en general si se ha declarado zona de riesgo la localidad donde se ubique el establecimiento.
Deberá solicitarse la identificación al huésped y mantener un registro de la misma. La Secretaría de Salud Estatal recomienda que al menos en el periodo de contingencia ubicar a los huéspedes procedentes de países o ciudades con mayor tasa de contagios activos en las habitaciones más cercanas a la entrada principal (planta baja o primeros pisos del hotel), a fin de que en caso de ser portadores del virus se contamine un área menor.
En la recepción se dispondrá de gel o solución desinfectante si no hay un baño cercano, pañuelos desechables y botes de basura con tapa accionada con pedal. No se aconseja el abastecimiento de mascarillas sin prescripción de las autoridades sanitarias. Hacer énfasis en evitar el contacto físico al saludar.

Fuente: Elaboración propia con datos de la guía práctica covid-19 y turismo

Tabla 3. Acciones que recomienda la guía práctica COVID-19 y turismo, de Yucatán

ACCIONES RELEVANTES DURANTE LA CONTINGENCIA SANITARIA		
Antes	***Durante***	***Después***
1. Atiende las medidas preventivas solicitadas por las autoridades. 2. Adquiere gel antibacterial, jabón, toallas desechables y material de limpieza para uso de público y trabajadores. 3. Difunde en sitios públicos los posters oficiales, folletos y demás material oficial que te sea entregado por las autoridades de Turismo o Salud. 4. No difundas información falsa o rumores. Utiliza fuentes oficiales. 5. Explica a tus trabajadores la situación y evita cualquier trato discriminatorio hacia el visitante. 6. Flexibiliza tus políticas de cambio de reservaciones o ventas, sin penalización, en función de la incertidumbre que viene (igual aplica para la etapa de durante).	1. Evita reuniones no esenciales con grupos grandes (mayores a 50 personas). De ser necesarias toma las medidas de alejamiento mínimo de un metro y medio, sobre todo para personas de mayor edad (grupo vulnerable). 2. Solicita la identificación y procedencia de los huéspedes a través de un registro, que será útil para mantener vigilancia de salud sobre ellos. 3. Reporta cualquier caso sospechoso, que cumpla con la definición operacional y coopera para su aislamiento. 4. Evita el contacto físico y de ser necesario instala filtro sanitario para los trabajadores de la empresa. 5. Opta por ajustar horarios de empleados y aprovecharlos en actividades de mantenimiento general de las instalaciones o capacitaciones antes que despedir. 6. Fomenta negocios alternos para aprovechar la capacidad instalada de la empresa y mitigar los efectos económicos, como por ejemplo la venta de comida a domicilio, jardinería u otros.	1. Ofrece flexibilidad para hacer cambios en reservaciones sin costo para el cliente. 2. Implementa una campaña de descuento o promociones especiales para los visitantes. 3. Participa en las campañas de promoción y los eventos que se organizarán para reactivar el mercado. 4. Difunde positivamente el mensaje de recuperación de la actividad turística y de solidaridad vivida durante la contingencia en beneficio de la imagen del destino. 5. Desarrolla proyectos de inversión pendientes o en proceso, para contribuir a mejorar el ambiente de negocios en la plaza. 6. Reconoce a los proveedores, empleados y clientes que permanecieron con su empresa durante la contingencia.

Fuente: SEFOTUR Yucatán.

Ante el complejo panorama que presenta la pandemia ocasionada por el COVID-19, las empresas tienen una gran responsabilidad de ayudar a frenar su propagación, reconociendo su papel como un actor muy importante en la sociedad y en el desarrollo del país.

Figura 2. Recomendación de medidas a considerar ante el COVID-19

Fuente: CentraRSE, Guatemala

CONCLUSIONES

Los hoteles de dos y tres estrellas, por lo general, administrados por familiares y no presentan una evolución constante y satisfactoria de los servicios y ante la crisis ocasionada por el COVID-19, donde de manera oficial antepone para dar servicio ciertas medidas de salud y protocolos a seguir, razón por la cual deberán evolucionar y poner en práctica un readiestramiento por la necesidad de supervivencia, especialmente en el uso de las tecnologías y los sistemas de comercialización digital. De igual manera deberán de repensar sus modelos de negocio y canales de distribución y sobre todo la migración hacia sistemas on line como opción más válida para abaratar los costos operativos. En este supuesto el gobierno local, deberá tener participación estratégica para impulsar la actividad turística y hotelera (en hoteles de dos y tres estrellas) en Tuxpan, Veracruz.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Philip Muller, Joan Fontrodona (2020). El día después: empresas socialmente responsables ante un mundo pos-COVID-19. Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa.

Business & Human Rights / Semilla Consultores (BHR, SEMILLA). Consultado el 5 abril 2020. http://businessandhumanrights.es/

GUÍA PRÁCTICA: COVID-19 Y TURISMO. SECRETARÍA DE FOMENTO TURÍSTICO. 16 DE MARZ0 DE 2020. GOBIERNO DEL ESTADO DE YUCATÁN

Navarrete. consultado el 20 de octubre 2018 https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3686039

Guía actuación responsable frente a COVID-19. CentraRSE, Guatemala. Publicado. Marzo 2020

IMPACTO DE LAS HABILIDADES ADMINISTRATIVAS PARA GENERAR Y FORTALECER LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL EN LAS MIPYMES DEL MUNICIPIO DE LA ANTIGUA VERACRUZ

GUADALUPE PÉREZ CERVANTES[1], MARÍA DE LOS ANGELES ACOSTA SOBERANO[2], ANA GRACIELA PÉREZ SOLÍS[3]

RESUMEN

Este trabajo se encuentra realizado bajo un enfoque de investigación descriptiva y cualitativa con la finalidad de generar conocimiento respecto a las Mipymes ubicadas en el municipio de La Antigua, Veracruz. Se diseñó un instrumento de evaluación con el objetivo de conocer las habilidades administrativas y actitudes que poseen los integrantes que conforman una empresa y, que, al mismo tiempo, son requeridas por las MiPyMEs del área de intervención. Se analizó el impacto de las habilidades en torno a la competitividad del sector empresarial de la zona y a través de una investigación de campo se determinó el grado de importancia de las habilidades, conocimientos, comportamientos, concepciones, así como valores dentro del paradigma empresarial, finalmente se recomienda la creación de una propuesta de apoyo para generar y fortalecer la competitividad empresarial en las MiPyMEs del Municipio de la Antigua Veracruz.

Palabras clave: Habilidades Administrativas, Competitividad Empresarial, Mipymes.

ABSTRACT

This work is carried out under a descriptive and qualitative research approach in order to generate knowledge regarding MSMEs located in the municipality of La Antigua, Veracruz. An evaluation instrument was designed with the aim of knowing the administrative skills and attitudes possessed by the members that make up a company and, at the same time, are required by the MSMEs in the intervention area.

[1] Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. perezgpe@hotmail.com
[2] Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. angya.soberano@hotmail.com
[3] Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. gracik_06@hotmail.com

The impact of skills around the competitiveness of the business sector in the area was analyzed and through a field investigation the degree of importance of skills, knowledge, behaviors, conceptions, as well as values within the business paradigm was determined. Finally, the creation of a strategy to to generate and strengthen business competitiveness in MSMEs in the Municipality of La Antigua, Veracruz is recommended.

Keywords: Administrative Skills, Business Competitiveness, MSMEs.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, las diversas empresas que ofertan o venden servicios de distintos tipos se enfrentan ante grandes retos para poder continuar manteniéndose en el mercado. Ante un escenario en el cual la competencia crece día con día existe una necesidad imperativa de crear estrategias que le permitan a una empresa mantenerse a través de todos aquellos factores que son un riesgo para su estabilidad en el mercado.

Las empresas representan una unidad clave dentro de la vida económica de una sociedad (De Villegas y Soto, 2012), esto sería debido a que son una fuente generadora de empleos e ingresos, bajo esta visión es que se cree que factores como el tener información relevante referente a las habilidades que tienen sus empleados, el conocer sus comportamientos y saber con exactitud el grado de conocimiento que tienen y saberlo aprovechar ,o en su defecto reforzar, funcionan como variables que sirven para fortalecer la competitividad empresarial en una región.

Es por lo mencionado anteriormente que esta investigación tiene el objetivo de conocer las habilidades administrativas y actitudes que poseen los integrantes que conforman una empresa y que, al mismo tiempo, son requeridas por las Mipymes del área de intervención, que en este caso fue el municipio de La Antigua, Veracruz. A través de la aplicación de un instrumento de evaluación se logró concluir que las habilidades administrativas de mayor impacto fueron la comunicación, la escucha afectiva, planificación, organización, priorización y toma decisiones, capacidad para vender, buen manejo de la inteligencia emocional, uso de programas informáticos,

análisis de datos, creación y edición de informes escritos, así como el correcto manejo de redes sociales para publicitar sus servicios o productos, las cuales se deben de aprovechar para el fortalecimiento de la competitividad de las Mypimes.

ANTECEDENTES

Dentro de la investigación realizada denominada "Análisis de los perfiles profesionales de las ciencias administrativas del sector empresarial del Municipio, La Antigua, Veracruz.", se diseñó y aplico el instrumento de evaluación denominado, INSTRUMENTO INV2019-UG-AP-C1 (Cuestionario), en el que se pretendía identificar variables en los ámbitos de gestión, innovación y competitividad del sector empresarial, por lo que los resultados de la presente investigación versan sobre la importancia del análisis del impacto que tienen el buen manejo de las habilidades en torno a la competitividad del sector empresarial en la zona, a través de la investigación de campo realizada se determinó el grado de mayor importancia de las habilidades, conocimientos, comportamientos, concepciones, y valores, se desarrolló una propuesta de apoyo para generar y fortalecer la competitividad empresarial en las Mipymes del Municipio de la Antigua Veracruz.

DESARROLLO

Habilidades

¿Qué son las habilidades? Según la Real Academia Española, se entiende la habilidad como la capacidad de alguien para desempeñar de manera correcta y con facilidad una tarea o actividad determinada. De esta manera, se trata de una forma de aptitud específica para una actividad puntual, sea de índole física, mental o social.

El término habilidad **proviene del latín habilis,** que inicialmente significó "aquello que se puede tener", y fue empleado en la designación de algunas de las especies del género Homo de nuestro pasado evolutivo: Homo habilis, el hombre "hábil" que aprendió a emplear herramientas de piedra para hacerse su vida más fácil. Así, se le llama hábiles a las personas que poseen facilidades para desempeñarse en un área específica.

Comúnmente, las habilidades se entienden como talentos innatos, naturales, pero la verdad es que también pueden ser aprendidos o perfeccionados: una persona puede nacer con un talento propio para cierto deporte, o puede adquirir dicha habilidad con la práctica y la ejercitación constantes. En principio, entonces, la habilidad **implica de algún modo el talento en potencia.**

Tipos de habilidad

Las habilidades cognitivas involucran los procesos mentales.

Las habilidades se clasifican de acuerdo al área específica o al tipo de actividad que involucran, por ejemplo:

- **Habilidades cognitivas.** Aquellas que involucran los procesos mentales, como la memoria, la rapidez del pensamiento, la deducción lógica o el manejo de lenguajes formales (matemática, por ejemplo).
- **Habilidades sociales.** Aquellas que involucran el trato con los demás o la comunicación con otros individuos, tales como el liderazgo, la empatía, el convencimiento, etc.
- **Habilidades físicas.** Aquellas que requieren de un manejo coordinado del cuerpo y sus extremidades, como en los deportes, el baile, la acrobacia o cualquier otra actividad física semejante.

Habilidades Administrativas

Habilidades Administrativas por diversos autores

Según Robert L. Katz, existen tres habilidades importantes para un desempeño administrativo exitoso: técnica, humana y conceptual. Las habilidades técnicas incluyen el uso de conocimientos específicos y la facilidad para aplicar técnicas relacionadas con el trabajo y los procedimientos.

Según Hitt, Black, Porter (2006, p,32) “Como cualquier actividad humana, la administración implica el ejercicio de habilidades, es decir, de capacidades altamente desarrolladas, así como de competencias. Las habilidades son el resultado de una combinación de aptitud, educación, capacitación y experiencia.

Un administrador necesita una serie de habilidades, las cuales se pueden agrupar en las siguientes categorías:

1. Habilidades Técnicas

Las habilidades técnicas entrañan el conocimiento especializado sobre procedimientos procesos, equipo y similares, e incluyen las destrezas relacionadas con saber cómo y cuándo utilizar ese conocimiento. las habilidades técnicas parecen haber sido un factor particularmente crítico para la puesta en marcha de varias empresas exitosas, como aquellas donde participaron Steve Jobs y Steve Wozniac en Apple Computer, o Bill Gates en Microsoft.

Tanto en una situación emprendedora como en un escenario organizacional más grande, las habilidades técnicas suelen ser necesarias para administrar de manera eficaz; aunque por lo general no resultan suficientes. Por lo tanto, la dependencia excesiva de las habilidades técnicas podría de hecho disminuir eficacia administrativa general "(Hitt, Black, Porter, 2006, P.32).

Habilidades técnicas: son aquellas necesarias para realizar actividades específicas; son importantes para los administradores de primera línea, quienes gestan mucho tiempo con problemas de trabajo, como es el caso de supervisores.

Habilidades técnicas**:** Las habilidades técnicas constituyen la capacidad de aplicar el conocimiento especializado o experiencia. Cuando se piensa en las habilidades de profesionales como los ingenieros civiles, contadores fiscales, cirujanos dentistas, uno se enfoca generalmente en sus habilidades técnicas.

2. Habilidades Interpersonales

Se ha demostrado que las habilidades interpersonales como sensibilidad, persuasión y empatía, son muy importantes en todos los niveles de la administración, aunque lo son más en los niveles bajo y medio.

El Administrador tiene que tener esta capacidad para poder lograr un trabajo eficaz con los miembros del equipo, como también la capacidad de mantener relaciones personales, debido a que el Administrador está en constante trabajo donde su propia función le exige, relacionarse en diferentes miembros de entornos sociales.

Habilidades interpersonales: o la habilidad de comunicarse con otros, entender y motivar a individuos o grupos.

3.Habilidad Humana

El Administrador desarrolla adecuadamente esta habilidad para poder llegar al trabajador y comprender sus necesidades, sus labores y las motivaciones que puedan ayudarlo a crecer dentro de la organización, teniendo en cuenta esos aspectos, es ahí donde el Administrador asume el rol de líder con el propósito de lograr objetivos positivos a favor de la empresa.

Habilidades humanas: La capacidad de trabajar con otras personas, comprenderlas y motivarías, tanto individualmente como en grupos, describe lo que son las habilidades humanas. Muchas personas son expertas desde un punto de vista técnico, pero incompetentes desde el punto de vista interpersonal.

4. Habilidad Conceptual

Dentro de esta habilidad el Administrador comprende las definiciones y complejidades de la empresa, para hacer llegar dichos conceptos a las personas que se encuentran dentro de la organización. La habilidad conceptual permite que los trabajadores puedan entender lo que la empresa quiere conseguir a corto, mediano y largo plazo.

Habilidades conceptuales**:** Los administradores deben tener la capacidad mental de analizar y diagnosticar situaciones complejas. Éstas son las habilidades conceptuales. Por ejemplo, la toma de decisiones requiere que los administradores descubran los problemas, identifiquen opciones que puedan corregirlos y evalúen estas alternativas a fin de seleccionar la mejor. Habilidades conceptuales: o la habilidad para pensar en forma abstracta, comprender relaciones causa-efecto, o la conceptualización del sistema.

Las habilidades administrativas exitosas en comparación con las eficaces Fred Luthans y sus asociados estudiaron el tema de lo que hacen los administradores desde una perspectiva algo diferente.

5. Habilidad Comunicativa

El profesional de administración es una persona comunicativa, esa habilidad que le permite desarrollar vinculaciones con clientes potenciales que puedan aportar a la organización, de mismo modo estar en constante diálogo con empleados, manejando una eficaz y adecuada comunicación.

Algunos autores como Danilov y Skatkin, consideran la habilidad como un concepto pedagógico extraordinariamente complejo y amplio: “”es la capacidad adquirida por el hombre de utilizar creadoramente los conocimientos y hábitos, tanto durante el proceso de actividad teórica como práctica. (M. A. Danilov. A, Skatkin

Según Alvarez. C, (1999)” Las habilidades administrativas consiste en la conducta del hombre en una especie del saber y estas se obtienen con un mejor esfuerzo y desempeño.

Definir habilidades y estrategias

Según el diccionario, “habilidad” es la capacidad de hacer algo bien; también es llamada pericia o destreza. El diccionario define “estrategia” como un plan diseñado para conseguir un objetivo concreto a largo plazo. Esto significa, dentro del contexto de una actividad profesional, que podemos desarrollar una habilidad especial mediante una práctica y un entrenamiento adecuados; por ejemplo, resumir una intervención con efectividad. Una persona entrenada podrá elegir aplicar esa habilidad estratégicamente. Por eso, algo que comienza como una “habilidad” se transforma en “estrategia”. Por ejemplo, la habilidad de sintetizar, puede también ser utilizada estratégicamente, para demostrar que se puede escuchar entendiendo lo que se oye. En otras palabras, veremos que tener pericia para usar una habilidad en particular puede provocar el uso de esa habilidad intencionadamente y con un propósito: conseguir un objetivo. En este sentido, habilidades y estrategias, aunque pueden ser de- finidas de forma separada, a menudo, en la práctica se convierten en inseparables.

Habilidades de gestión.

Conocimientos especializados en las tareas propias de la gestión de empresas, pero que no necesariamente deben haber sido adquiridos en programas de formación desde el punto de vista educativo, sino que también pueden ser el producto de la experiencia y del desarrollo personal independiente. En este caso son seis las habilidades clave:

> Gestión por objetivos.

> Análisis de problemas.

> Toma de decisiones.

> Comunicación.

> Gestión de conflictos.

Competitividad Empresarial

¿Qué es Competitividad?

La **competitividad** es la **capacidad de competir**. En el ámbito de la **economía**, la competitividad se refiere a la **capacidad que tiene una persona, empresa o país para obtener rentabilidad en el mercado frente a sus otros competidores.**

En este sentido, **factores que inciden en la capacidad competitiva** son la relación entre la calidad y el coste del producto, el nivel de precios de los insumos, así como el nivel de salarios en el país productor. Asimismo, otros aspectos muy importantes para incrementar la competitividad son la eficiencia de los sistemas o técnicas de producción y el aprovechamiento de los recursos necesarios para la elaboración de bienes y servicios, es decir, la **productividad**.

Así, **una empresa será más competitiva** en un mercado si logra producir más a menor costo, con altos niveles de productividad, eficiencia y calidad, todo lo cual se traduce en una elevada **rentabilidad** por unidad de producto. En este sentido, las empresas más competitivas son aquellas que pueden asumir mayor cuota de mercado ante empresas menos competitivas.

No obstante, la competitividad también supone aspectos como la calidad, la innovación y la diferenciación del producto o servicio en relación con aquel que ofrecen los competidores. Otros aspectos, como la capacidad para generar la mayor satisfacción en los consumidores a partir de un precio fijado, o la capacidad de poder ofrecer a un menor precio cierto nivel de calidad, son también factores claves.

La **pérdida de competitividad**, por su parte, supone una situación de aumento de costes de producción que incide negativamente en el precio o el margen de beneficios que este arroje, todo ello sin aportar mejoras a la calidad del producto. La pérdida de competitividad, en este sentido, amenaza a largo plazo una empresa.

Asimismo, la competitividad es un concepto que puede aplicarse a variadas situaciones de rivalidad de la vida. Así, puede referirse a la **competitividad laboral** de una persona profesional en su ámbito de trabajo; a la de un atleta o un equipo en una disciplina deportiva; a la de un país considerado desde un punto de vista global o internacional.

Competitividad Empresarial

La competitividad es un concepto que debe ser estudiado ya que determina un enfoque empresarial catalizador de cambios en procesos evolutivos del mejoramiento del negocio hacia una productividad maximizada; trabajándose en conjunto desde el nivel gerencial hasta los niveles más bajos, siendo responsables y comprometidos con las transformaciones que deban darse en cada rol preestablecido y en cada uno de los eslabones formadores de la cadena de valor.

Para Porter, la competitividad se puede determinar en base a una serie de rasgos. En concreto, y según el autor existen fundamentalmente cuatro factores que son la clave en la determinación de la competitividad.

El concepto de competitividad, así como el de clúster, es empleado ampliamente por profesionales y políticos. En ocasiones, da la impresión que se utiliza y se le entiende de manera muy personal. Esta situación ha motivado la elaboración de este artículo en donde se trata de fundamentar el concepto desde su origen, tal y como apareciera en la primera teorización sobre el tema, realizada por Michael Porter y, posteriormente, en las que han desarrollado autores de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y del Centro Latinoamericano para la Competitividad y el Desarrollo Sostenible (CLADS).

Para Michael Porter, el primero en estructurar y sistematizar un cuerpo teórico en torno al concepto de competitividad, esta consiste en: “La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad. (Porter, 1990).

Para Michael Porter “La Competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar; las compañías a su vez ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto”, de acuerdo a Sharon Oster “La Competitividad de una empresa es la capacidad que tiene para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes en el resto del mundo durante un cierto periodo de tiempo”.

Por su parte, para Ivancevich (1996) una empresa es competitiva cuando produce bienes de calidad, generados mediante un sistema eficiente en cuanto al uso de los recursos, efectivo en el logro de resultados y eficaz en la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto externos como internos.

Ante lo antes expuesto se hace indispensable acotar el señalamiento de Polevnsky (2003:177), “la competitividad a nivel de empresa es la capacidad para vender más productos o servicios y mantener o aumentar su participación en el mercado sin necesidad de sacrificar utilidades o salarios, o dañar el ambiente social o natural”

Mipymes.

El INEGI y la Secretaría de Economía, en colaboración con la Asociación Mexicana de Secretarios de Desarrollo Económico (AMSDE) presentan los resultados de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018, que permiten dar seguimiento a la caracterización en forma amplia de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Principales Resultados Nacionales

Durante 2018 se registraron poco más de 4.1 millones de micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMES) en México, clasificadas en los sectores de manufacturas, comercio y servicios privados no financieros.

En 2017 el 15.3% de las MIPyMES impartió capacitación a sus trabajadores. El 61% de las personas que recibieron capacitación eran hombres y 39% eran mujeres.

Siete de cada diez empresas que no impartieron capacitación señalaron que el conocimiento y las habilidades de su personal son los adecuados; 13.2% manifestó que contrata personal que ya está capacitado y 4.7% considera que el costo es elevado.

El 25% de las MIPyMES solucionó los problemas que se presentaron en el proceso productivo y además emprendió acciones para evitar que sucedieran nuevamente. En tanto, 21.5% dio solución al problema, pero no llevó a cabo acciones posteriores.

El 28.2% de las PyMES monitorea de tres a cinco indicadores claves del desempeño y un 8.8% monitorea de diez o más indicadores, mientras que un 66.5% de las microempresas no monitorea indicadores.

Si a las MIPyMES se les ofreciera un crédito bancario en términos del 2018, 7 de cada 10 no lo aceptarían, y de éstas, seis de cada diez consideran que son caros, en tanto que 2 de cada 10 expresaron que no lo necesitan.

De las empresas que tuvieron financiamiento en 2017, ocho de cada diez lo utilizaron para comprar insumos, 27.5% para adquirir maquinaría y 25.6% para el pago de otros créditos.

El 95.4% de las empresas no participa en cadenas globales de valor y el 34.8% señala que se debe a que no tienen información de cómo hacerlo, 19.1% considera que no es necesario y 15.5% no le interesa participar en dichas cadenas.

Tres de cada diez empresas que participaron en cadenas globales de valor consideran que el principal beneficio que obtienen es el acceso a otros mercados, mientras que una quinta parte señaló contar con mayor estabilidad de la demanda y de los precios.

La muestra se integró por las empresas provenientes del Marco Estadístico Nacional de Unidades Económicas (MENUE), alimentado por el Registro Estadístico de Negocios de México (RENEM) actualizado al tercer trimestre del 2017 y cuya actividad económica pertenece a manufacturas, comercio y a los servicios privados no financieros considerados por el SCIAN 2013.

El tamaño de la muestra entre las micro, pequeñas y medianas empresas fue de 22,188 empresas. Los dominios de estudio son: a) Nacional – Gran Sector, b) Nacional – Tamaño de empresa y c) Entidad federativa – Sector estratégico únicamente para Pymes. El periodo de captación de la información fue del 01 de octubre al 30 de noviembre de 2018 y los resultados generadas por la ENAPROCE 2018 están disponibles en www.inegi.org.mx, en la página https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018/

El Instituto Libertad y Democracia (2012) define a las Mipymes como Empresas Extralegales que tienen como características fundamentales, la ausencia de permisos legales para operar como organización y por tanto faltas de control y organización para su funcionamiento.

En el caso de México, el INEGI clasifica a las Mipymes para los sectores manufactura y comercio: para la manufactura, micro (hasta 10 trabajadores), pequeña (hasta 50 trabajadores), mediana (hasta 250 trabajadores), grande (más de 250).

Esta interacción conjunta permite a las empresas involucradas alcanzar niveles de producción más elevados, incorporar tecnología más fácilmente, acelerar procesos de aprendizaje y, en definitiva, conseguir un nivel de eficiencia colectiva que no sería alcanzable por una empresa individual (Ferraro, 2010; Dini y Stumpo, 2004)

Según el Banco Europeo de Inversiones (BEI), se consideran pequeñas y medianas empresas aquellas con menos de 500 trabajadores y con una participación máxima de un tercio del capital en manos de una empresa de grandes dimensiones.

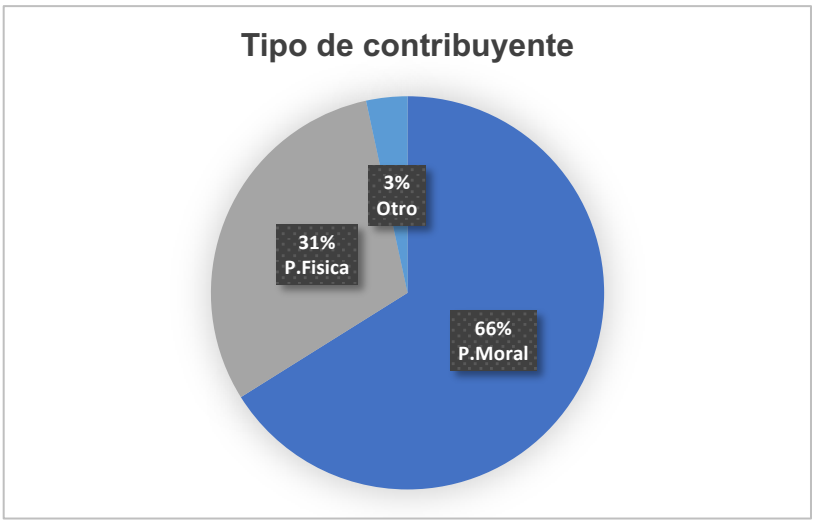
Las (PYMES) son las pequeñas y medianas empresas, y cuentan con no más de 250 trabajadores en total, y no cuentan con muchos recursos económicos, ni tecnológicos.

Estas son empresas muy flexibles y agiles en trámites, así como en las decisiones que se toman. Son muy cercanas al consumidor y están al pendiente de sus necesidades, y estas empresas pueden crear redes de mercados con accionistas estratégicos y establecer nuevas estrategias de cara al consumidor. Pero a su vez también cuentan con muchas desventajas, como su poca financiación y esto mucha de las veces provoca que se cierren dichas empresas; poca capacidad económica para competir, capacidades más limitadas, tanto a nivel de tecnologías, para publicidad, financiero, económicamente, y para recursos para contratar personal más capacitado, y por tanto más competiti

RESULTADOS

La ejecución del trabajo de investigación permitió conocer que de las 60 empresas encuestadas el 66 % son personas morales, el 31 % son personas físicas y el 3% cuentan con otro tipo de régimen fiscal.

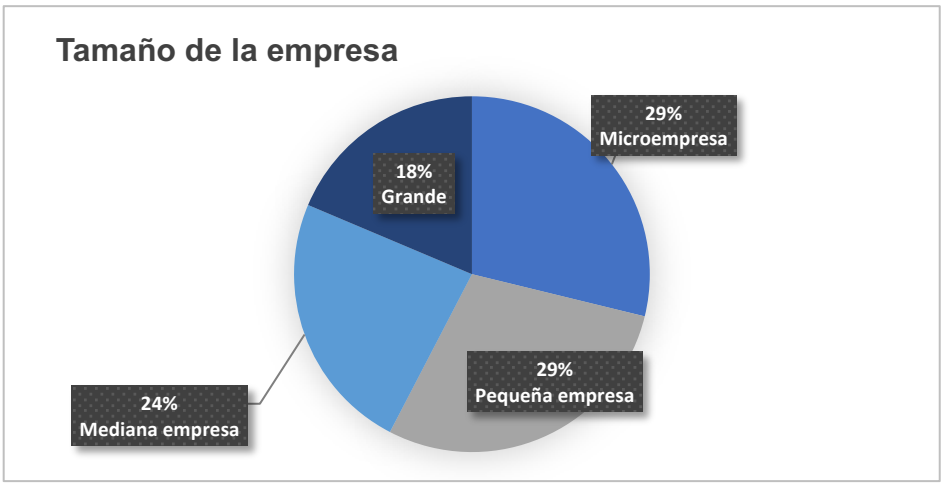
Figura 1. Tipo de contribuyente



(Elaboración propia)

Sobre el tamaño de la empresa se concluyó que el 29 % corresponde a Pequeñas empresas (11-49), de igual manera otro 29 % a Microempresa (0-10), el 24 % corresponde a Medianas empresas (50-250) y el 18 % a Grandes empresas (más de 250).

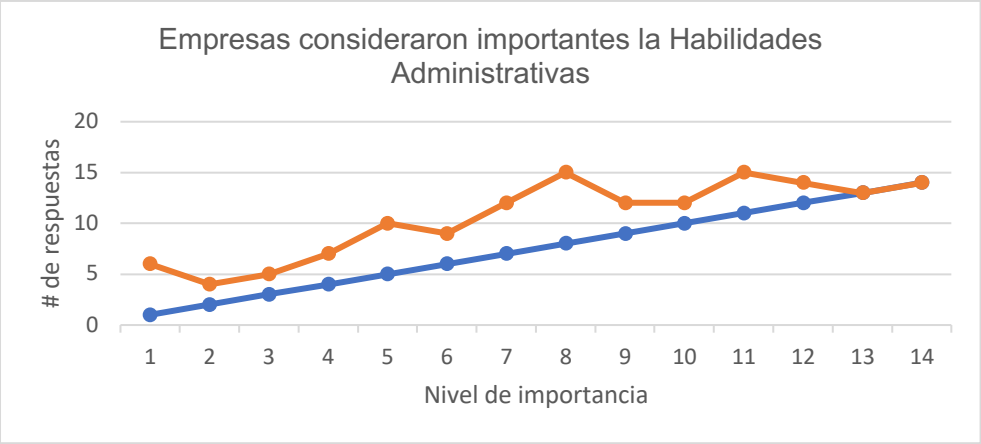
Figura 2. Tamaño de la empresa)



(Elaboración propia)

Los datos obtenidos muestran que 43 empresas consideraron importantes las habilidades administrativas en todos los rangos considerando el 1 de mayor importancia y el 14 de menor importancia.

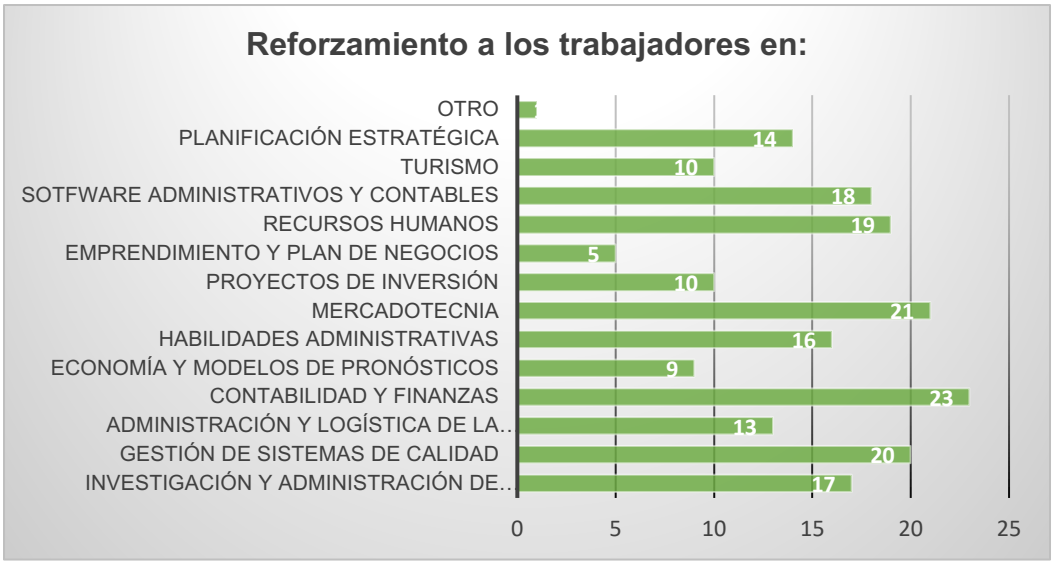
Figura 3. Empresas que consideraron importantes las habilidades administrativas



(Elaboración propia)

Los datos obtenidos sobre las necesidades de reforzamiento a los trabajadores muestran que 23 empresas consideran que necesitan reforzar sus habilidades en cuanto a contabilidad y finanzas, mientras que 20 de ellas reconocieron que necesitan reforzar sus conocimientos en gestión de sistemas de calidad, seguidos por 21 empresas que requieren reforzar su mercadotecnia, entre otras habilidades que de acuerdo al número de empresas son de menor importancia.

Figura 4. Reforzamiento de habilidades (Elaboración propia)



(Elaboración propia)

Los datos obtenidos sobre el manejo de competencias de los trabajadores mostraron que 56 empresas consideraron que sus trabajadores manejan muy bien la visión de futuro, 55 empresas se mostraron conforme con su manejo de trabajo en equipo, 48 empresas con comunicación oral, escrita, entre otras de menor relevancia de acuerdo a la visión de las empresas consideradas en el análisis.

Figura 5. Manejo de competencia de los trabajadores

(Elaboración propia)

Los datos obtenidos sobre el manejo de habilidades de los trabajadores muestran que 50 empresas consideraron que sus trabajadores tienen habilidades de comunicación, 49 de ellas escucha afectiva, planificación, organización y priorización y toma decisiones, 44 cuentan con capacidad para vender, 42 de ellas manejan la inteligencia emocional y uso de programas informáticos, 39 reportaron que son hábiles en el análisis de datos, mientras que 36 empresas tiene la capacidad para la creación y edición de informes escritos, finalmente 25 de ellas son hábiles en el manejo de redes sociales.

Figura 6. Manejo de habilidades administrativas

(Elaboración propia)

CONCLUSIONES

Con la investigación llevada a cabo se logró conocer e identificar cuáles son las habilidades administrativas que las empresas necesitan que sus empleados refuercen para lograr maximizar su competitividad empresarial y poder mantenerse figurando como participantes en la economía local.

Se considera necesario que las empresas capaciten a sus trabajadores en todos aquellos aspectos que favorezcan el crecimiento de sus habilidades administrativas pues esto favorecerá a su empresa y creara trabajadores listos para enfrentar los distintos retos que podrían presentarse en su trabajo.

Finalmente se recomienda la creación de una estrategia a nivel municipal en la cual se considere el reforzamiento de todos aquellos factores que favorezcan la competitividad de las empresas, el desempeño laboral de sus empleados, así como su compensación con el objetivo de fortalecer las Mypimes que se encuentran en el área

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Blog de Administración y Economía. (2013). HABILIDADES ADMINISTRATIVAS. 20-08-2020, de Blog Administración y Economía Sitio web: http://admonyeconomia.blogspot.com/2012/11/habilidades-administrativas.html

De Villegas, J. A. V. D., & Soto, G. A. S. (2012). Las MIPYMES en el contexto mundial: sus particularidades en México. *Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, *7*(14), 126-156.

Ivancevich, John (1996). Calidad de Servicios. Editorial Díaz de Santos. España.

María Estela Raffino.. (9 de julio 2020). "Habilidad". . 19 de agosto de 2020., de Concepto.de. Sitio web: https://concepto.de/habilidad-2/.

Noelia Isabel León Valbuena. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. Revista de Ciencias Sociales (Ve) ISSN: 1315-9518, Vol. XIX, No. 2, 2013, 379-389.

Polevnsky, Yeidckol (2003). Premisas y retos de la competitividad en México, en coord. Enrique Dussel, Facultad de Economía, UNAM, México. Pp. 177-184.

Porter Michael (1999). Administración Estratégica. Novena edición. Prentice Hill. México. Porter, Michael (2003). Ventaja competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior. México. 555 p Real Academia Española. (2019). Diccionario de la Real Academia Española, versión electrónica 23.3.

Significados.com. (18/02/2015). "Competitividad". 20 de agosto de 2020, de Significados.com. Sitio web: https://www.significados.com/competitividad/

Soriano Soriano, C. L. (2014). Habilidades de mando. Madrid, Spain: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/itursulogalvan/62768?page=26,27.

Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital. (2020). Competitividad, concepto e importancia. 20-08-2020, de Milenio 2020 Sitio web: https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia.

Whatling, T. y Rivas Lorenzo, S. (2016). Mediación: habilidades y estrategias, guía práctica. Madrid, Spain: Narcea Ediciones. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/itursulogalvan/46140?page=8.

MODELO DE NEGOCIOS PARA APLICACIÓN DE LAS TIC EN LAS MIPYME

VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY[1], URIEL CAMBRÓN HERNÁNDEZ[2],

RESUMEN

Hoy en día las empresas se manejan en un entorno globalizado, lo que las pone al margen de una obsolescencia que puede provocar problemáticas y retrasos que pueden generar pérdidas económicas y de baja oportunidad en el mercado, a tal grado que pueda provocar la desaparición de las mismas, por lo que necesitan implementar en su cotidianidad la innovación y las tecnologías más recientes, aunque es común que las herramientas tecnológicas suelen estar dirigidas hacia unidades empresariales de gran tamaño dejando en una desventaja comercial a las empresas en crecimiento o desarrollo, siendo la falta de las tecnologías dirigidas hacia las MyPiMEs, un impedimento para la mejora dentro de las mismas.

El Modelo de Negocios para Aplicación de las Tic´s en las MiPyMEs desarrollado por la Empresa Izcali TI, actualmente en etapa de Post Incubación en el Centro de Incubación e Innovación Empresarial del Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo, se orienta a este mercado emergente que requiere sobre todo de una atención especializada y servicios donde se les pueda proporcionar herramientas digitales dando soluciones a medida en combinación con la innovación que requieren las empresas para mantenerse al borde de una constante cambio, fomentando de esta manera su crecimiento.

Palabras Clave: Modelo de negocios, Tic´s, MiPyMEs

[1] Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo. Urcambron@Gamil.Com

[2] Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo. Urcambron@Gamail.Com

ABSTRACT

Today, companies are managed in a globalized environment, which puts them on the sidelines of an obsolescence that can cause problems and delays that can generate economic losses and low opportunity in the market, to such a degree that it can cause the disappearance of the themselves, so they need to implement innovation and the latest technologies in their daily lives, although it is common that technological tools are usually directed towards large business units, leaving companies in growth or development at a commercial disadvantage, the lack being of the technologies directed towards the MyPiMEs, an impediment to the improvement within them.

The Business Model for the Application of ICTs in MSMEs developed by the Izcali TI Company, currently in the Post Incubation stage at the Incubation and Business Innovation Center of the Higher Technological Institute of Ciudad Hidalgo, is oriented to this emerging market that Above all, it requires specialized attention and services where digital tools can be provided by providing customized solutions in combination with the innovation that companies require to stay on the edge of constant change, thus promoting their growth.

Key Words: Business model, Tic´s, MSMEs

Hoy en día, los progresos en las denominadas Tecnologías de la Información, que abarcan los equipos y aplicaciones informáticas y las telecomunicaciones, están teniendo un gran efecto. De hecho, se dice que estamos en un nuevo tipo de sociedad llamada Sociedad de la información o Sociedad de Conocimiento.

El Conocimiento: es la utilización inteligente y aplicada de la información, gestionando la información disponible y tratándola para fines económicos y sociales apoyándose en las tecnologías de la información y de las telecomunicaciones.

El reto de las empresas será atraer, desarrollar, retener y aprovechar al máximo el capital intelectual de las personas que las componen, ya que de ello depende la anticipación al futuro nuevas tecnologías, por tanto, la posibilidad de competir con garantías en la era de la globalización.

Cuando se habla de nuevas tecnologías, aparecen la sigla TIC, pero… ¿Cuál es su significado?... Las TIC´s, es una sigla que significa Tecnología de la Información y la Comunicación. Últimamente las TIC´s aparecen en los medios de comunicación, en educación, en páginas web, etc.; como definición se puede decir que: son un conjunto de tecnologías aplicadas para proveer a las personas de la información y comunicación a través de medios tecnológicos de última generación.

El reto ahora de la tecnología es simplemente entrar a formar parte de una empresa, principalmente en las MiPyMEs, pero con toda la confianza puesta en las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC); pues hoy las compañías no están conformes con integrar las TIC´s como estrategia del negocio y hacerla parte de los cambios y proyectos nuevos ya que generan mucha desconfianza al ser un sistema que solo generan un cambio especifico a un sistema o proceso. Por eso hoy en día se está tratando de mostrar las TIC´s como una forma nueva de proyectarla e integrarla a las MiPyMEs para que este mecanismo ayude a incrementar en un futuro puntos y objetivos claves planeados por la compañía. Los cambios tecnológicos no solo son importantes para innovar sino para abrirse campo al mercado. Hacerla estrategia tecnológica no es un riesgo es una oportunidad de cambio que busca hacer crecer la empresa al lado de la globalización.

Para aplicar la tecnología como estrategia es importante tener en cuenta la estrategia de la empresa, en este sentido, cómo aplicar un sistema si no se tiene proyectado para la solución de un problema. Para ello es necesario que los líderes de las MiPyMEs planteen sus misiones, objetivos y demás puntos de vista que se tiene para el progreso empresarial. La aplicación de nuevas ideas en cada área aplicando también TIC´s formaría parte del mejoramiento en cada una de ellas, aplicando nuevos proyectos favorecería y proyectaría mejor la estrategia empresarial que se quiere lograr. Por eso es indispensable no solo plantearse con estrategias tecnológicas sino también al interior de la empresa.

El reto ahora de la tecnología es simplemente entrar a formar parte de una empresa, pero con toda la confianza puesta en las TIC´s, hoy en día las compañías no están conformes con integrar las TIC´s como estrategia del negocio y hacerla parte de los cambios y proyectos nuevos ya que generan mucha desconfianza al haber sido un

sistema que solo generaba un cambio específico a un sistema, es por ello, que se requiere innovar, a través de las Nuevas Tecnologías.

Costos, riesgos y oportunidades hacen de las TIC´s un elemento estratégico para el crecimiento, maduración y transformación de las organizaciones, pero, además, las convierte en factor crítico de éxito y de supervivencia de la empresa.

Aquellas MiPyMEs que no presten a las TIC´s al menos el mismo grado de atención que tradicionalmente se ha prestado a otras funciones como la productiva o la financiera, perderán su ventaja competitiva y serán, finalmente, expulsadas del mercado. Por el contrario, las organizaciones que concentren sus esfuerzos en el gobierno de las TIC´s, verán cómo sus inversiones en TIC retornan valor a la compañía, potencian el negocio y conocen y mantienen controlados los riesgos inherentes a la utilización de la tecnología.

A través de su uso se logran importantes mejoras: automatizan los procesos operativos, suministran una plataforma de información necesaria para la toma de decisiones y, lo más importante, su implantación logra ventajas competitivas o reducir la ventaja de los rivales.

Muchas veces las MiPyMEs no han entrado en la etapa de cambio hacía la era de la información sin saber que es un riesgo muy grande de fracaso debido a las amenazas del mercado y su incapacidad de competir, por ejemplo, las TIC´s que se basan en internet se están convirtiendo rápidamente en un ingrediente necesario para el éxito empresarial en el entorno global y dinámico de hoy.

La Administración de las Tecnologías de Información y Comunicación tiene como objetivo el desarrollo de sistemas de información que ayudan a resolver problemas de la administración, donde un Sistema de Información es un conjunto de elementos que interactúan entre sí con el fin de apoyar las actividades de una empresa o negocio: el equipo computacional, el recurso humano, los datos o información fuente, programas ejecutados por las computadoras, las telecomunicaciones y los procedimientos de políticas y reglas de operación.

Se podrá visualizar que las TIC´s presentan una doble cara, por un lado, exigen grandes inversiones y las acompañan riesgos que, potencialmente, pueden aniquilar el negocio; mientras que, al mismo tiempo, ofrecen excepcionales oportunidades de crecimiento y de evolución del negocio.

Los líderes de las MiPyMEs, han de ser conscientes del impacto de las TIC´s en la organización, ser capaces de conocer su rendimiento (retorno de valor/costo) y estar preparados para comprender y gestionar los riesgos inherentes a su utilización. Aquellas organizaciones cuyos directivos no comprendan ni se preparen para los nuevos tiempos estarán poniendo en peligro su capacidad de adaptación y, por consiguiente, estarán corriendo un riesgo de extinción muy elevado.

Cada MiPyME debe elegir su zona de innovación, que dependerá de sus circunstancias internas y de mercado. Las mayores oportunidades de crecimiento se sitúan en la zona conceptual, y consisten en transformar el modelo de negocios. En un mundo en creciente transformación, repleto de contingencias, presiones, amenazas y oportunidades, donde todos tienen acceso de inmediato a la información, el éxito será de las empresas ágiles y capaces de convertir la información en oportunidades de crecimiento o de creación de productos y/o servicios en el más corto plazo antes que otros lo hagan o incluso que también consigan hacerlo. Ese es el desafío de la era de la información.

Según Fernando Machado, la innovación tecnológica es el acto frecuentemente repetido de aplicar cambios técnicos nuevos a la empresa, para lograr beneficios mayores, crecimientos, sostenibilidad y competitividad.

Según Pavón e Hidalgo (1997), el proceso de innovación tecnológica se define como el conjunto de las etapas técnicas, industriales y comerciales que conducen al lanzamiento con éxito en el mercado de productos manufacturados, o la utilización comercial de nuevos procesos técnicos. Según esta definición, las funciones que configuran el proceso de innovación son múltiples y constituyen una fuerza motriz que impulsa la empresa hacia objetivos a largo plazo, conduciendo en el marco macroeconómico a la renovación de las estructuras industriales y a la aparición de nuevos sectores de actividad económica.

De una forma esquemática la innovación se traduce en los siguientes hechos:

- Renovación y ampliación de la gama de productos y servicios,
- Renovación y ampliación de los procesos productivos,
- Cambios en la organización y en la gestión,
- Cambios en las cualificaciones de los profesionales.

Las Innovaciones tecnológicas pueden clasificarse atendiendo a su originalidad en:
Radicales, se refieren a aplicaciones fundamentalmente nuevas de una tecnología, o combinación original de tecnologías conocidas que dan lugar a productos o procesos completamente nuevos.
Incrementales, son aquellas que se refieren a mejoras que se realizan dentro de la estructura existente y que no modifican sustancialmente la capacidad competitiva de la empresa a largo plazo.
La innovación tecnológica puede ser de:
Producto, se considera como la capacidad de mejora del propio producto o el desarrollo de nuevos productos mediante la incorporación de los nuevos avances tecnológicos que le sean de aplicación o a través de una adaptación tecnológica de los procesos existentes. Esta mejora puede ser directa o indirecta, directa si añade nuevas cualidades funcionales al producto para hacerlo más útil, indirecta, está relacionada con la reducción del costo del producto a través de cambios o mejoras en los procesos u otras actividades empresariales con el fin de hacerlas más eficientes.
Proceso, consiste en la introducción de nuevos procesos de producción o la modificación de los existentes mediante la incorporación de nuevas tecnologías. Su objeto fundamental es la reducción de costos, pues además de tener una repercusión especifica en las características de los productos, constituye una respuesta de la empresa a la creciente presión competitiva en los mercados.
Según Dankbarr (1993), la Gestión de la Tecnología comprende todas las actividades de la gestión referentes a la identificación, obtención de tecnologías, adaptación de las nuevas tecnologías en la empresa y la explotación tecnologías para la producción de bienes y servicios.

La participación de Investigación y Desarrollo (I+D) en las MiPyMEs, contribuye a la vigilancia tecnológica, que tiene por objeto la detección de las nuevas tecnologías que serán relevantes para el fututo en la gestión empresarial, por este motivo, la Empresa Izcali TI es pionero en el desarrollo de proyectos tecnológicos innovadores en la región Oriente del Estado de Michoacán, promoviendo el Modelo de Negocios para Aplicación de las TIC´s en las MiPyMEs que favorece el flujo económico y los vínculos comerciales de las empresas en el estado, facilitando el desarrollo empresarial y mejorando los niveles de calidad de vida de la sociedad, el cual consta de 6 pasos.

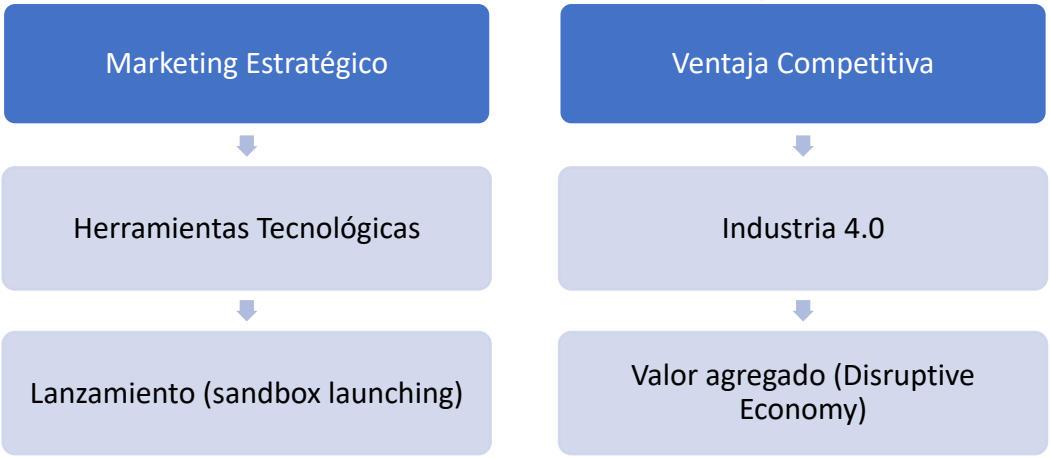
El Modelo de Negocios para Aplicación de las Tic´s en las MiPyMEs desarrollado por la Empresa Izcali TI, actualmente en etapa de Post Incubación en el Centro de Incubación e Innovación Empresarial del Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo, se orienta a este mercado emergente.

El Modelo desarrollado por la Empresa Izcali TI, integrado por estudiantes y egresados de la carrera de Ingeniería en Sistemas Computacionales liderado por el I.S.C. Uriel Cambrón Hernández y asesorado por la docente Dra. Vanessa Alejandra Delgado May, pertenecientes al Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo, se enfoca en el sector de negocios, brindando servicios especializados en atender las necesidades de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas sobre el entorno de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC’s) para brindarles herramientas digitales con estrategias orientadas a la resolución de problemáticas, cumplimiento de objetivos y desarrollo empresarial, denominado: “Izcali TI: Modelo de implementación de TI en las MiPyMes Ciudadhidalguenses”.

Los modelos de transferencia tecnológica vigentes comparten rasgos distintivos de los modelos de negocio tradicional, si bien, todos pretenden obtener un fin último económico o de flujo de capital para las empresas; se distinguen las ventajas de contar con un factor de auténtica innovación y gestión de la calidad como base de una economía competitiva.

Atribuido a la necesidad de contar con un modelo de implementación de TIC´S para las MiPyMEs en la región Oriente de Michoacán, Izcali TI considera oportunidad de contribuir en esta área de negocios, ya que el 100% de sus clientes embonan en esta categorización, se trabajó en el desarrollo de un modelo que a su vez pudiera generar un proceso de implementación ágil, a la par de contar con elementos que permitan a las empresas, contar con herramientas que les brinden el potencial para poder crecer en un entorno competitivo donde el modelo prioriza la ventaja competitiva en una economía basada en el marketing estratégico, cuyo foco denota la importancia de basificar procesos de la Industria 4.0 como plataforma de innovación.

Ilustración 1 Modelo IZCALI TI: TIC´s en las MiPyMEs



Fuente: Elaboración propia (Cambrón, 2019)

El método empleado en el desarrollo del modelo de negocios de Izcali TI parte de la metodología de Marketing 3.0 propuesta por Philip Kotler (Marketing 3.0, 2012), tomando como puntos de referencia la atención al cliente desde una reinvención de la mercadotecnia como la comercialización de las emociones y experiencias, simplificando por medio de las TICS la implementación y velocidad del marketing en medios digitales.

El siguiente método se simplifica en 7 pasos:

Ilustración 2 Proceso del Modelo Izcali TI: TIC´s en las MiPyMEs

Paso 0: Diagnóstico, es denominado así, debido a que no todos los clientes requerirán de este paso ya que solo van en busca de un servicio específico, en cambio si los clientes no están previamente orientado respecto a sus necesidades, se hace un diagnóstico para poder continuar con el proceso.

Paso 1: Generación de propuestas, ya realizado el diagnostico e identificada la necesidad del cliente se realizan propuesta para la definición final del proyecto a realizarse, aquí se buscan las opciones más adecuadas y propias para solucionar las problemáticas de los clientes. Una vez definida la decisión del cliente se prosigue con el desarrollo del proyecto.

Paso 2: Desarrollo de estrategias y herramientas digitales: En este proceso existen varios subprocesos que continuación se muestran:

- Definición general del proyecto: Se define a quien va dirigido, la finalidad del sitio para generar un objetivo claro de cómo se va a beneficiar el cliente, definiendo los componentes que lo van a integrar y con qué estrategias se adecuará para el cumplimiento del objetivo.

- Dimensionar el proyecto: Se determina las etapas del proyecto y los tiempos que se requerirá para ello, estableciendo el equipo de desarrollo y los recursos tecnológicos necesarios (hardware, software, bases de datos etc).
- Formación de equipo de trabajo: Se establece en el equipo de desarrollo una organización y designación de tareas y actividades.
- Desarrollo: Con el personal designado se enfocan a ejecutar las tareas designadas para la integración final de la herramienta digital.

Paso 3: Capacitación del personal para el uso de nuevas herramientas y su aplicación, debido a que algunos desarrollos necesitan que se apliquen debidamente y que su uso sea el apropiado, por tal motivo se fortalece las competencias del equipo de trabajo.

Paso 4: Implementación de las herramientas digitales en la empresa, ejecutando dentro de sus procesos las herramientas digitales para la obtención de resultados y solución de problemáticas.

Paso 5: Evaluación de las herramientas y estrategias, realizando un comparativo de lo obtenido por parte del proyecto y los objetivos que se planeaban cumplir, en caso de que los resultados sean inferiores a los esperado se rediseñaran estrategias para poder cumplir los objetivos establecidos.

Paso 6: Brindar soporte y actualizaciones, debido a que para mantener la innovación se necesitan actualizaciones y realizar un soporte para que se mantenga algunas herramientas digitales operando de manera regular; el servicio también incluye el servicio post venta. La calidad del servicio se basa en la satisfacción del cliente con el cumplimiento de los objetivos establecidos para cada desarrollo.

La tendencia respecto al uso de la TIC’s se va incrementando de manera exponencial a nivel global, la oferta que existe en países de segundo mundo como México, viven sobre un rezago en cuanto a la oferta de las tecnologías que existen, mientras que el entorno respecto a las TIC’s se maneja únicamente una orientación única sobre la prestación de servicios digitales a las grandes empresas, aunque hoy en día las condiciones de la economía mexicana arroja necesidades en un sector que propicie el desarrollo de las Pymes ya que las unidades empresariales en su mayoría están conformadas por pequeñas, micro y medianas empresas, esta área

empresarial ausenta de la oferta de servicios dirigidos a este mercado relacionados con el desarrollo y aplicación de las TIC's en las empresas de menor tamaño, con un enfoque estratégico.

El mundo está atravesando una auténtica transformación, derivado de la cuarta revolución industrial, se han suscitado un sinfín de proyectos de envergadura tecnológica, por ello, los negocios tienen que buscar la forma de reinventarse y consolidar nuevos canales de comunicación que generen mayores beneficios de una economía disruptiva.

La era digital es ya una realidad en estos momentos, el poder de la información y la forma en que actualmente se realiza la comunicación ha rebasado el espectro de lo que imaginaban nuestros antepasados hace algunas décadas, y sin duda, es un reflejo de lo que se pensaba inimaginable al ver la cantidad de avances tecnológicos que han cambiado la forma en que se percibía a la vida.

Los negocios homólogos a la tecnología, también han evolucionado, creando metodologías dinámicas que permiten concretar proyectos a menor costo y tiempo; vivimos en una era cuyo potencial tecnológico está siendo superado cada vez más rápido por sí mismo, no por nada, la industria 4.0 es el modelo a seguir para identificar las necesidades de la humanidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albavera, S. D., Sánchez, J. A., & López, O. E. (2007). Las TIC y la Sociedad de la Información. México: SUA-FCPyS-UNAM.

ANIEL. (2013). ANIEL.ES La industria y las tecnologías de la información. Importancia de las TIC para la gestión empresarial. ANIEL.

Bedini, G. A. (2006). Gestión de Proyectos de Software. Venezuela: SPIN Latinamericano Venezuela.

Campo, W. (julio de 2005). Tic y Formación Docente. Revista PRELAC. Proyecto regional de educación para América Latina y el Caribe.(1).

Chandra, V., Ecöcal, Carlo, P. P., & Primo, B. C. (2012). Innovación y crecimiento. En busca de una frontera en movimiento. OCDE. Foro Consultivo Científico y Tecnológico, A.C.

Escorsa, C. P., & Vallas, P. J. (2003). Tecnología e Innovación en la empresa. Barcelona: UPC Universidad Politécnica de Catalunia.

Gómez, D. D., Pérez, D. A., & Curbelo, V. I. (2005). Gestión del conocimiento y su importancia en las organizaciones. Ingeniería Industrial, XXVI(2), 37-46.

Hernández, G. H. (2016). Atender al cliente mediante tecnologías de la información y comunicación en las ventas a distancia. Colegio de Bachilleres Plantel Huetamo.

Kendall, E. K., & Kendall, J. E. (2016). Análisis y Diseños de Sistemas. México: Pearson.

Martillo, P. I., Chávez, C. K., Dier, L. L., & Proaño, C. M. (2015). Sistema de Información aplicado a las PYMES. Observatorio Economía Latinoamericana.

Morales, L. C. (2015). Gestión de tecnología en la empresa y el aprendizaje. Cunamá: Universidad Nacional Experimental "Simón Rodríguez". Nucleo Barcelona. Extensipon Cunamá "Dra Miriam Balestrini".

Núñez, P. I. (mayo-junio de 2004). La gestión de la infomación, el conocimiento, la inteligencia y el aprendizaje organizacional desde la perspectiva socio-psicológica. ACIMED, 12(3).

O´Brien, J., & M. Marakas, G. (2006). Sistemas de Información Gerencial (7a. ed.). México: Mc Graw Hill.

Obesso, M. (18 de octubre de 2017). Impacto tecnologógico. Tecnologúa y fidelización ¿un fin o un medio? España: ESIC Business and Marketing Schoool.

OREAL/UNESCO. (julio de 2005). Red Innovemos. Red Regional de Innovaciones Educativas para América Latina y el Caribe. Revista PRELAC. Proyecto Regional de Educacion para América Latina y el Caribe.(1).

Paredes de V., A. E. (2004). Gestión de Tecnologías de la Información y Comunicación: soportes para la innovación en las Organizaciones Inteligentes. Revistas de Ciencias Sociales, X(3).

Rada, B. O., Chaverra, P. Y., Morante, G., & Diego, F. M. (enero-junio de 2011). La gestión tecnológica: una herramienta para el desarrollo de la cadena productiva de Ají en e Valle del Cauca. Entramado, 7(21), 22-30.

Romero, V. P. (2013). La competividad gracias a la gestión tecnológica. España: Escuela de Organización Industrial EOI.

Saavedra, G. M., & Tapia, S. B. (enero-abril de 2013). El uso de las tecnologías de información y comunicación TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas. Enlace. Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, 10(1).

Sánchez, D. E. (2008). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) desde una perspectiva social. Revista Educare, XII(Extraordinario).

Sánchez, F. E., & Vázquez, O. C. (1996). El proceso de innovación tecnológica en la empresa. Investigaciones Europeas de Dirección y Economia de la Empresa (IEDDE), 2(1).

Sánchez, G. M., García, G. A., & Álvarez, R. F. (2016). Temdemcoas de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones. México: Alfa Omega Grupo Editor.

Sánchez, U. O., Zuleta, T. O., & Llano, R. R. (enero-marzo de 2017). La innovación para el desarrollo sostenible. Una experiencia en Cienfuegos, Cuba. Revista Universidad y Sociedad, 9(1).

Senior, A., Narváez, M., & Fernández, G. (2006). Una aproximación a la gestión de ciencia y tecnología. Multiciencias. Ciencias Económicas y Sociales., 6(2).

Sunkel, G., & Trucco, D. (2012). Las tecnologías digitales frente a los desafíos de una educación inclusiva en América Latina. Algunos casos en América Latina. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Cáribe (CEPAL).

GESTIÓN ESTRATEGICA EN UNA MICROEMPRESA DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN EN EL MUNICIPIO DE ÚRSULO GALVAN

MARCO ANTONIO DIAZ RAMOS[1], GUADALUPE PEREZ CERVANTES[2], ADRIÁN ROMERO PEÑA[3]

RESUMEN

La Micro y Pequeñas Empresas en la situación actual de la crisis económica ante la pandemia del COVID-19 enfrentan situaciones económicas de crítica, y la carencia de apoyo y de políticas económicas adversas a las MiPyMEs, que fueron sorprendidas y carecían de planes de contingencia. Se trata de negocios que representan, según datos oficiales, el 99.8% de las unidades económicas del país, aportan el 42% del PIB y generan el 78% del empleo: son las pequeñas y medianas empresas (Pymes) que totalizan 4.1 millones. (Maraboto 2020)

Las MiPyMEs deben enfrentar una nueva realidad que les permita permanecer en el mercado a través de nuevas formas de vender y de allegarse de clientes que equilibren los retos de la economía.

En el presente trabajo de investigación se pretende aportar herramientas de decisiones y clarificar los horizontes del mercado empresarial donde el micro y pequeño empresario puedan competir y posesionarse en el mercado y permanecer en el, a través del diagnóstico de Gestión Empresarial enfocado al sector empresas de construcción de materiales de Ursulo Galvan, Veracruz

El objetivo es diagnosticar la situación actual de empresa de Materiales de Construcción Materiales Arrequín a través un análisis Foda, un análisis del entorno externo e Interno que le permita conocer sus posicionamiento en el mercado y plantear las estrategias necesarias que fortalezcan su actuar y desempeño en este

Palabras claves: Gestión, Estrategia, MiPyMEs.

[1] Tecnológico Nacional De México/ Instiuto Tecnológico De Úrsulo Galván ramo. mandira13@hotmail.com
[2] Tecnológico Nacional De México/ Instiuto Tecnológico De Úrsulo Galván perezgpe@hotmail.com
[3] Tecnológico Nacional De México/ Instiuto Tecnológico De Úrsulo Galván a.romero@itursulogalvan.edu.mx

ABSTRACT

The Micro and Small Businesses in the current situation of the economic crisis in the face of the COVID-19 pandemic face critical economic situations, and the lack of support and adverse economic policies for the Mypimes, which were surprised and lacked contingency plans. These are businesses that represent, according to official data, 99.8% of the country's economic units, contribute 42% of GDP and generate 78% of employment: they are small and medium-sized companies totaling 4.1 million. Mypimes must face a new reality that allows them to remain in the market through new ways of selling and reaching customers that balance the challenges of the economy. This research work aims to provide decision tools and clarify the horizons of the business market where micro and small entrepreneurs can compete and take possession of the market and remain in it, through the diagnosis of Business Management focused on the construction companies sector. of materials from Ursulo Galvan, Veracruz The objective is to diagnose the current situation of a Construction Materials company through a Foda analysis, an analysis of the external and internal environment that allows it to know its position in the market and propose the necessary strategies to strengthen its actions and performance in this field.
Key Word: Management, Strategy, Mypimes.

INTRODUCCIÓN

Uno de los bastiones de sostenimiento en la economía es la Mipymes que a pesar de metodología de trabajo de forma empírica y vivencial haciéndolas dependientes de las personas que emprende o dirige y no de sistemas administrativos y tecnológico que la pueden llevar a logros de mejores niveles de calidad, productividad y competitividad.

Las MiPyMEs se les dificulta desarrollar algunas herramientas como el plan de negocio, diseño de estrategias, formulación de objetivos estratégicos que les permita en caminar a la empresa hacia la visión que se quiere; ya que están enfrascados en la operatividad del negocio y no dedican tiempo para echar a funcionar dichas herramientas

Las Mipymes en México de acuerdo a las cifras que genera la Secretaría de Economía existen cerca de 4’000,000 de empresas catalogadas como Pymes, lo que representa el 99.8% del total de las empresas que operan en nuestro país, y que además dan empleo al 72% de la población económicamente activa, generando aproximadamente el 52% de participación del PIB nacional.

El municipio de Úrsulo Galván uno de los municipios de la zona de sotavento del estado de Veracruz por su gran importancia en la contribución a la economía del estado por producción primaria contempla además otros sectores de que van emprendiendo su actividad económica como el turismo de aventura y extremo, turismo arqueológico y de playa, el sector comercial y de microempresas, que dan un impulso a la generación de empleo y fortalecimiento de la economía familiar.

En la presente investigación se eligió una de las ramas de comercialización de materiales de construcción, como comercializadora de materiales de construcción Arrequín, empresas que fueran creciendo ante la creciente llegada de gente que arribaba a trabajar a la Nucleoeléctrica de Laguna Verde y se ubicaban en el municipio de Ursulo Galván, aunque es pequeño por el número de microempresa que se tienen si representan una oportunidad de crecimiento por la población del municipio.

Toda empresa debe saber cómo están en su realidad de manera interna y externa para saber cómo enfrentar los retos venideros en un tiempo de cambios, por lo que es necesario contar con herramientas que nos permitan visualizar ese estado, el análisis FODA permite conocer la situación real en la que se encuentra las empresas desde aspecto interno y externo. Y de ahí planificar una estrategia para de futuro.

La selección y formulación de estrategias del negocio a través de técnicas se puede integrar en un marco de tres etapas para tomar decisiones.

La etapa de los Insumos resume la información básica que se debe tener para formular estrategias. Además, en esta etapa se aplican las siguientes matrices:

Matriz de evaluación de los factores externos (EFE), matriz del perfil competitivo y la matriz de evaluación de los factores internos.

La etapa de adecuación se genera estrategias alternativas viables, alineando factores internos y externos clave. Así mismo en esta etapa se emplean las siguientes matrices: Matriz de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. (DAFO), matriz de la Posición Estratégica y la Evaluación de la Acción (PEYEA), Matriz interna-externa (IE) y la matriz de la gran estrategia.

La etapa de decisión Usa la información obtenida en la etapa 1 para evaluar, en forma objetiva, las estrategias alternativas viables identificadas en la etapa 2, los instrumentos presentados se pueden aplicar a organizaciones de todo tipo y tamaño y le pueden servir a las empresas para intensificar, evaluar y elegir estrategias. Esta técnica es matriz cuantitativa de la planeación estratégica (MCP

DESARROLLO

La presente investigación es del tipo descriptiva, su objetivo es determinar la estrategia que permita a la empresa posicionarse en el mercado en las preferencia de los clientes, ofreciéndoles materiales de construcción de calidad así como n servicios de excelencia y pronta entrega que permita a las familias satisfacer sus necesidades en materia de construcción de sus viviendas de las familias Galvanences, el municipio contempla 30,727 habitantes lo conforman 45 comunidades, tiene áreas potenciales como la agricultura, comercio, el turismo de paya y arqueológico, dentro de la cultura emprendedora se ha establecido pequeñas empresas en el ramo de la construcción que de una otro manera dan respuesta a las necesidades de las comunidades. Estos esfuerzos en ocasiones se van perdidos sino existe una orientación y visión hacia donde se quiere ir por parte de la empresa y cuáles son los caminos a seguir dentro de un mercado tan competitivo, ante esta situación se puede preguntar ¿Existe en el mercado de materiales de la construcción estrategias claras y definidas que marquen un rumbo que le permitan posicionarse y mantenerse en el mercado?

Ante la necesidad de fortalecer al pequeño empresario de poder diagnosticar su situación actual ante las diferentes técnicas y metodología de la Gestión Estratégica

Historia de la Empresa

La empresa materiales Arrequín tiene 30 años de existencia con el unico propósito de atender a la población y las poblaciones aledañas, ya que Ursulo Galván en pleno crecimiento a la par de la construcción de la Hidroeléctrica de Laguna Verde, en la cual arribo mucha gente foránea, y esta misma fue adquiriendo terrenos para quedarse en la zona y los alrededores, así fue como empezó el crecimiento de esta empresa. Hoy en día se tiene una sucursal en la comunidad de playa de chachalacas existiendo la oportunidad de extender a las demás comunidades de los municipios aledaños como Actopan y Puente Nacional

La empresa cuenta con una filosofía que la distingue en sus servicios ante los clientes estableciendo como:

Misión: Proporcionar un servicio de calidad, con precios competitivos y prontitud en la entrega de los materiales de construcción, cubriendo las expectativas de nuestros clientes en base a sus necesidades

Visión: ser la empresa de materiales para construcción líder en la región de la zona de sotavento

Valores Organizacionales:

Integridad

Trabajo en equipo

Responsabilidad

Sinceridad

OBJETIVO GENERAL DE LA EMPRESA

El posicionamiento de la empresa en la zona de sotavento como líder en la comercialización de materiales de construcción que permita proporcionar un servicio de calidad con precios competitivos y pronta entrega siempre cubriendo las expectativas del cliente

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Abrir nuevos mercados en las comunidades de los municipios de Paso de Ovejas, Puente Nacional y Actopan.

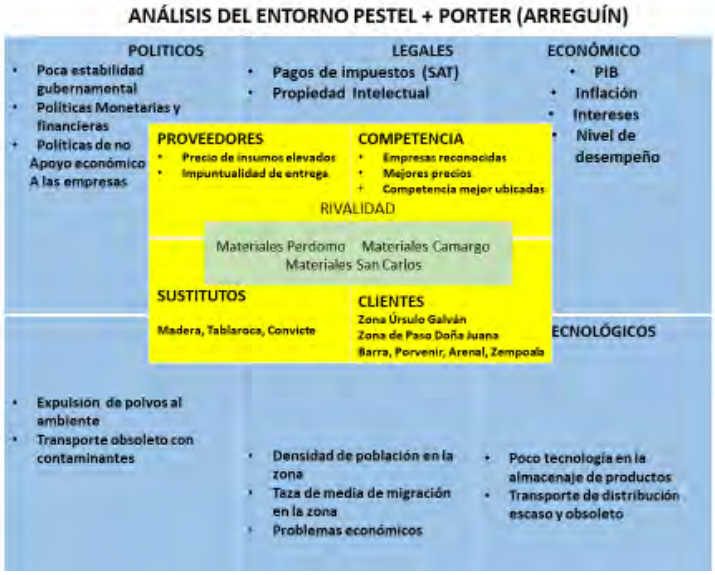
Contar con el equipamiento tecnológico que nos permita responder a las necesidades de nuestros clientes

Diversificar nuestros productos en materia e construcción

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Las herramientas Pestel y de Porter nos permiten analizar la situación de la empresa ante los elementos externos (políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológico/medioambiental y legales) que en determinado momento puedan afectarlas y ayudarlas de una otra forma a mejorar su posicionamiento en el mercado.

Estas herramientas, aunque a primera vista parecen complicadas de utilizar, debido a que requiere conseguir información que regularmente no se tiene a la vista o que muchas veces no se tiene de inmediato, pero al utilizar la herramienta es más fácil el análisis que sin el uso de las mismas, por lo que aunque parezca más complicado de llenar se debe considerar el uso de ambas herramientas incluso que puedan ser completadas al mismo tiempo con la finalidad de encontrar dos grandes elementos como lo son: las Oportunidades y Amenazas



ETAPA DE INSUMO EN LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

Nos permiten cuantificar la subjetividad y nos ayuda a definir la importancia o la relevancia de los factores internos o externos. EFE: Son todos aquellos factores externos a nosotros que puedan ser una oportunidad o una amenaza. EFI: Son las fortalezas y debilidades de la empresa vista desde una Auditoría Interna, la cual se pondera. MPC: Identifica a la competencia y la ranquea con el fin de identificar las fortalezas y debilidades de esta.

La matriz MEFE es una herramienta de diagnóstico que permite realizar un estudio de campo, permitiendo identificar y evaluar los diferentes factores externos que pueden influir con el crecimiento y expansión de una marca, dentro del instrumento facilita la formulación de diversas estrategias que son capaces de aprovechar las oportunidades y minimizar los peligros externos

FACTORES EXTERNOS CLAVE	VALOR	CLASIFICACION	VALOR PONDERADO
OPORTUNIDADES	.00	1-4	
TECNOLOGIA	.10	3	0.3
UBICACIÓN	.15	4	0.6
IDENTIDAD	.10	2	0.2
EDUCACION FINANCIERA	.15	3	0.4
HIGIENE	.10	3	0.3
AMENAZAS			
COMPETENCIA	.05	3	0.15
POLITICAS ECONOMICAS	.05	3	0.15
FENOMENOS NATURALES	.05	2	0.1
NO TENER SEGURO	.05	3	0.15
RIESGO DE TRABAJO	.20	4	0.8
TOTAL	1		3.15

El valor ponderado más alto posible para una empresa es de 4.0 y el más bajo posible es de 1.0. El valor ponderado total promedio es de 3.15. Esto indica que una empresa material para construcción Arrequín responde de manera sorprendente a las oportunidades y amenazas presentes en su sector. Un puntaje total de 1.0 significa que las estrategias de la empresa no aprovechan las oportunidades ni evitan las amenazas externas.

ANÁLISIS DE FACTORES INTERNOS

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)

La matriz de evaluación de factores internos Matriz EFI es un instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas.

FACTORES INTERNOS CLAVE	VALOR	CLASIFICACIÓN	VALOR PONDERADO
FOTALEZAS INTERNAS	**0.0-1.00**	**1-4**	
POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	.10	4	0.40
CALIDAD DE PRODUCTOS	.15	4	0.60
CANALES DE DISTRIBUCION	.05	2	0.10
DIVERSIDAD DE PRODUCTOS	.15	3	0.45
SATISFACCION AL CLIENTE	.15	4	0.60
DEBILIDADES INTERNAS			
REUBICACION	.05	1	.05
EXPANSION DE INFRAESTRUCTURA	.05	2	.10
CATALOGO DE VENTAS	.20	2	.40
DESARROLLO PERSONAL	.05	2	.10
SERVICIO A DOMICILIO	.05	2	.10
TOTAL	1		2.90

Los totales ponderados pueden muy por debajo de 2.5 caracterizan a las organizaciones que son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2.5 indican una posición interna. fuerte. en nuestro caso Materiales Arrequín presenta un valor ponderado de 2.90 lo indica que tiene una posición fuerte hacia el interior de la empresa.

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

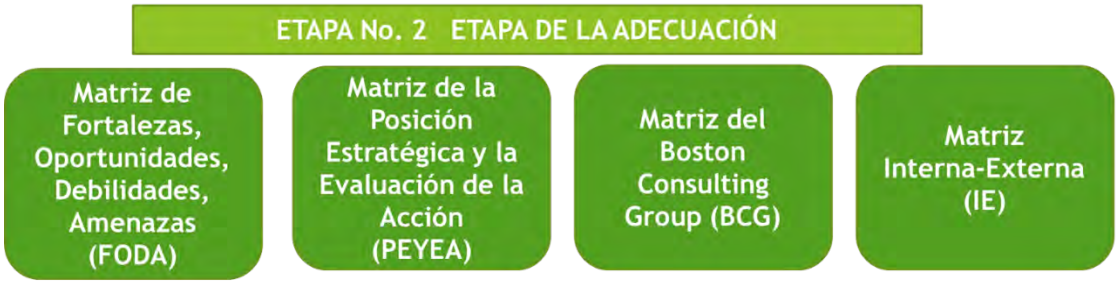
La Matriz de Perfil Competitivo (MPC) identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fortalezas y debilidades particulares, en relación con una muestra de la posición estratégica de la empresa. Los factores de una MPC incluyen cuestiones internas y externas; las calificaciones se refieren a las fuerzas y a las debilidades.

FACTORES CRITICOS DE EXITO	EMPRESA NUESTRA			COMPETIDOR 1		COMPETIDOR 2	
	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Participación en el mercado	.40	3	1.20	2	.80	2	.80
Competitividad de precios	.10	3	0.30	4	.40	1	.10
Posición financiera	.10	3	0.30	1	.10	4	.40
Calidad del producto	.30	4	1.20	3	.90	3	.90
Lealtad del cliente	.10	3	0.30	3	.30	3	.30
TOTAL	1		3.3		2.5		2.5

Sumando el puntaje ponderado de cada empresa competidora obtenemos el puntaje total de la empresa. La empresa que obtenga el mayor puntaje se considerará el jugador más fuerte en términos competitivos. Como se puede observar que nuestra empresa obtuvo un peso ponderado de 3.3 mayor al de competidor 1 que fue de 2.5 y del competidor 2 que fue de 2.5 nos indica es fuerte competitivamente, aunque hay que fortalecer la competitividad de precios con respecto al competidor 1 y la posición financiera con respecto al competidor 2.

ETAPA DE ADECUACION EN LA FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

Se concentra en generar estrategias alternativas viables, alineando factores internos y externos clave. Bajo las técnicas del análisis FODA y la matriz de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amanezcas. La Matriz de la Posición Estratégica y la Evaluación de la Acción (PEYEA), La Matriz del Boston Consulting Group (BCG), Matriz Interna-Externa (IE).

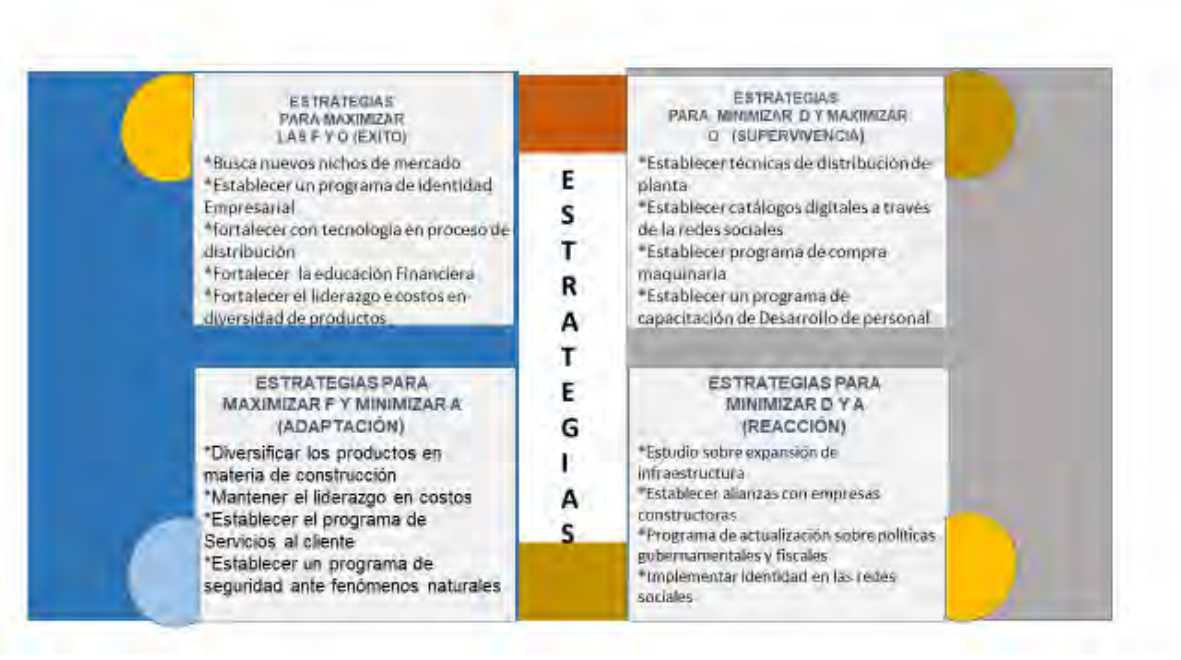


MATRIZ FODA

Esta herramienta nos ayuda a averiguar el estado de un proyecto en un momento determinado. Por ello, en términos generales el análisis FODA sirve para hacer un diagnóstico de una empresa en función de un contexto y un mercado que afecta de forma interna y externa a la entidad. Es eso lo que se exige a la hora de hacer el análisis FODA de una empresa, averiguar cuáles son sus puntos más fuertes y sobre todo observar cuáles son sus debilidades.

Además, el análisis FODA de una empresa sirve para encaminar un negocio, según su ámbito de actuación, y por tanto para crear un plan de negocio en el que la empresa esté capacitada para definir qué trabajo se hará y cómo se realizará.

FODA DE ESTRAEGIAS MATERIALES ARREGUÍN



LA MATRIZ DE LA POSICIÓN ESTRATÉGICA Y LA EVALUACIÓN DE LA ACCIÓN (PEYEA),

Técnica que nos permite adecuar a la organización entre sus recursos y las capacidades internas, las oportunidades y riesgos creados por sus factores externos. Se caracteriza por un marco de cuatro cuadrantes, donde se indica si una estrategia es: Agresiva, Conservadora, defensiva y competitiva para la organización

Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de Acción (PEYEA).	**Calificación**
Posición estratégica interna	
Fuerza Financiera	
Educación financiera	2
Manejo del capital (Inversión)	3
Registro ante el SAT	2
Fondo de ahorro para imprevistos	3
	10
Ventaja competitiva	
Calidad del producto	-1
Diversidad de productos	-3
Compromiso con los clientes (buen servicio, cumplimiento de pedidos)	-1
Procesos de ventas (en tiendas, a domicilio, etc.)	-2
	-7

Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de Acción (PEYEA).	Calificación
Posición estratégica externa	
Estabilidad del ambiente	
Temporalidad (Demanda de productos)	-2
Variación de los precios (insumos)	-2
Compromiso de los proveedores	-3
Precio de productos competidores	-3
	-10
Fuerza de la industria	
Potencial Expansión	5
Buen posicionamiento en el mercado	6
implementación de tecnologías	1
Canales de distribución	3
	15

El promedio para FF es 10/4= 2.5

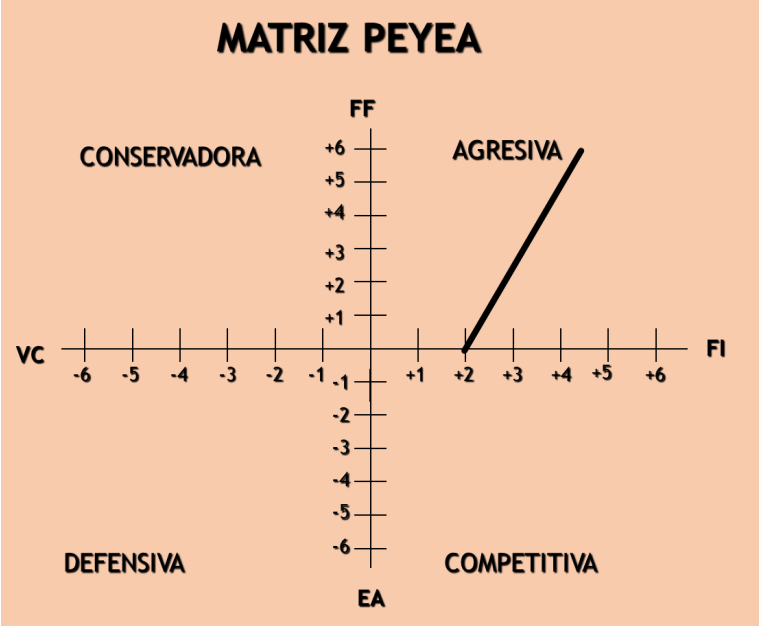
El promedio para VC es -7/4= -1.7

El promedio para EA es -10/4= -2.5

El promedio para FI es 15/4= 3.7

El vector direccional coordina: eje X= VC+ FI: -1.7+(3.7)= 2

eje Y= EA+ FF=: -2.5+(2.5)= 0



Como se puede observar los valores se encuentran el cuadrante de estrategias agresivas. Por lo que la empresa Materiales de Construcción Arrequín tiene que implementar una estrategia agresiva considerando sus fuerzas internas para aprovechar las oportunidades externas, superar debilidades internas y evitar amenazas externas.

MATRIZ DE BOSTON CONSULTING GRUP

Esta herramienta consiste en realizar un análisis estratégico del portafolio de la empresa en base a dos factores, la tasa de crecimiento de mercado y la participación de mercado. Debido a la cercana relación que tiene con el mundo del *marketing*, tiende a considerarse que está exclusivamente relacionada con el marketing estratégico. Su propósito es ayudar en la toma de decisiones sobre los distintos enfoques dirigidos a los diferentes tipos de negocios o sus Unidades Estratégicas, dicho de otro modo, nos dice en que empresas o áreas debemos invertir, dejar de hacerlo o simplemente desistir del negocio.

Según Fred (1997, la matriz BCG muestra en forma gráfica las diferencias existentes entre la diferente categoría de productos en términos de la relativa del mercado que está ocupando y de la tasa de crecimiento de la industria.se conforma de cuatros cuadrantes, el primero se denominan interrogantes, el segundo se denomina Estrellas, el tercero se denomina las de Vacas de dinero y el cuarto se denomina perro.

Cuadrante I Interrogantes: los productos ubicados en el cuadrante I ocupan una posición en el mercado, que abarca una parte relativamente pequeña, pero compiten en una industria de gran crecimiento. Por lo general estas empresas necesitan mucho dinero, pero generan poco efectivo.

Cuadrante II Estrellas: los productos ubicados en este cuadrante representan las mejores oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad de la empresa a largo plazo. Los productos que tienen una considerable parte relativa del mercado y una tasa elevada de crecimiento para la industria deben captar bastantes inversiones para conservar o reforzar sus posiciones dominantes.

Cuadrante III Las Vacas de Dinero: los productos de este cuadrante tienen una parte grande relativa del mercado, pro compiten en una industria con escaso crecimiento. Se llaman vacas de dinero por que generan más dinero del que necesitan y con frecuencias son ordeñadas.

Cuadrante IV Los Perros: los productos ubicados en este cuadrante tienen t una escasa parte relativa del mercado y compiten en una industria con escasos o nulo crecimiento del mercado. Se les ha denominado Perros, porque son consumidoras de efectivo en la cartera de la empresa. Debido a su posición interna y externa débil, estas empresas sufren a menudo liquidación, enajenación o reducción a través del recorte de gastos.

	AÑO 2018				2019				PARTICIPACIÓN	TASA DE
PRODUCTO	UNIDADES	PU/UNIDAD	VENTAS	% DE VENTAS	UNIDADES	PU/UNIDAD	VENTAS	%VENTAS	RELATIVA %	CRECIMEINTO %
CEMENTO	400	$ 3,080	$ 1,232,000	4.70	440	3388	$ 1,490,720	4.76	0.14	0.21
VARILLA	500	$ 18,000	$ 9,000,000	34.75	550	19440	$ 10,692,000	34.74	1.02	0.19
CAL	350	$ 1,080	$ 378,000	1.46	385	1155.6	$ 444,906	1.45	0.04	0.18
ALAMBRE RECOCIDO	350	$ 25,000	$ 8,750,000	33.78	385	26500	$ 10,202,500	33.78	0.97	0.17
ALAMBRON	300	$ 20,000	$ 6,000,000	23.17	330	22000	$ 7,260,000	23.16	0.67	0.21
MORTERO	200	$ 2,700	$ 540,000	2.08	220	2943	$ 647,460	2.08	0.06	0.20
	2100		$ 25,900,000		2310		$ 30,737,586			

Se puede observar QUE Materiales Arrequín tiene dos categorías de productos, las de acero y conglomerados de polvo como el cemento cal y mortero, de los cuales tiene una ventas de 2100 toneladas al año unos ingresos por $ 25 900,000.00 al año en el año 2018, en el año 2019 se presentan variaciones de incremento del al 10 porciento en los productos dando unos ingresos $ 30, 737,586.00. y podemos observar que los productos de mayor venta son la varilla, el alambre recocido y el alambrón.

De acuerdo con la matriz BCG podemos observar que existen tres productos vacas que son la Varilla, Alambre Recocido y el Alambrón que son los productos que generan los mayores ingresos en la empresas y los productos Cemento, Cal y Mortero que tienen baja participación en el mercado y poca crecimiento en el mercado

MATRIZ CUATITATIVA DE PLANEACION ESTRATEGICA

En la necesidad de calificar las estrategias y obtener listado de prioridades, una de las técnicas que nos permite determinar el atractivo de las acciones alternativas viables es la Matriz cuantitativa de la planeación estratégica (MCPE), que se encuentra ubicada en la etapa tres de la formulación de estrategias los cual no indica de forma objetiva cual es la mejor estrategia alternativa.

La estructura de la MCPE consiste en una columna izquierda que consta de factores internos y externos de la Etapa 1 y que la hilera superior consta de estrategias alternativas viables de la Etapa 2.

La hilera superior consta de las estrategias alternativas, derivadas de matriz de FODA, la matriz PEYEA, la matriz del BCG, la matriz IE y la matriz de la gran estrategia. Estos instrumentos de ajuste sueles generar alternativas viables similares. Sin embargo, no todas las estrategias sugeridas por la técnica de adecuación se deben de evaluar en una MCPE.

La MCPE determina el atractivo relativo de diversas estrategias basándose en el grado en que exista la posibilidad de capitalizar o mejorar los factores claves críticos para el éxito externos e internos. El atractivo relativo de cada estrategia dentro de una serie de alternativas se calcula determinando el impacto acumulado de cada uno de los factores críticos para el éxito interno y externo.

En la tabla anterior la empresa Materiales Arrequín está considerando tres estrategias alternativas, de las cuales la suma de los atractivos en la Desarrollo de del Mercado es de 6.5, lo cual la hace fuerte en la calificación total de atractivos en comparación a las estrategias del Penetración del Mercado que tienen un valor de 6.4 y Desarrollo del Producto que tiene 5.55

	Alternativas estratégicas						
Factores clave		**Desarrollo del mercado**		**Penetración del mercado**		**Desarrollo del producto**	
	Ponderación	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**	**CA**	**TCA**
Factores externos							
Oportunidades							
Tecnología	.15	4	.60	4	.40	4	.40
Distribución de planta	.15	4	.60	4	.60	2	.30
Identidad	.10	4	.40	4	.40	2	.20
Educación financiera	.15	3	.45	4	.60	4	.60
Amenazas							
Clima	.15	3	.45				
Competencias	.10	4	.40	4	.20	2	.10
Políticas económicas	.10	1	.10	2	.10	1	.05
Políticas fiscales	.05	1	.05	1	.05	1	.05
No tener seguro	.05	1	.05	1	.05	3	.15
ALTERNATIVAS							
Fortalezas							
Posicionamiento en el mercado	.10	4	.40	4	.40	2	.20
Calidad de productos	.15	4	.60	4	.60	4	.60
Canales de distribución	.05	4	.20	4	.20	2	.10
Diversidad de productos	.15	4	.60	4	.60	2	.30
Satisfacción al cliente	.15	4	.60	4	.60	4	.60
Debilidades							
Alianza con empresas	.05	2	.10	1	.05	1	.05
Expansión de infraestructura	.05	2	.10	3	.15	4	.20
Catálogo de ventas	.20	3	.60	3	.60	1	.20
Desarrollo personal	.05	1	.05	3	.15	4	.20
Maquinaria y equipo	.05	3	.15	3	.15	1	.05
Total	2		**6.5**		6.4		5.55

CA - Calificación del atractivo; TCA - Total de calificaciones del atractivo
Calificación del atractivo: 1 - no atractiva; 2 – algo atractiva; 3 – bastante atractiva; 4 muy atractiva

CONCLUSIONES

Las Mipymes enfrentan retos muy grandes en la actualidad. Un diagnóstico sobre la forma de Gestionar estratégicamente la empresa les permite conocer el rumbo a tomar el en las diferentes condiciones en las se presentan las empresas, con una serie de estregáis que permitan tener un sendero claro que, aunque se a mediano y largo plazo les permita ir a un paso lento pero seguro y firme llegando a la consolidación de las misma. El objetivo de la presente investigación fue determinar qué estrategia permitiría marcar el rumbo a la empresa Materiales Arrequín en su

situación actual, enfrentando los retos de los factores externos a lo que se han encarado por más de treinta años de acuerdo al análisis podemos observar que el resultado de tiene fortalezas bien marcadas como el posicionamiento en el mercado y una fuerte preferencia de sus productos por parte del cliente, que las oportunidades que se le presentar de expandirse a otro mercado aledaños de los municipios de la Región de Sotavento, crear alianzas con empresas y comunidades para incrementar los puntos ventas dará mayor fortaleza y liderazgo en el mercado , a través de la matriz la posición estratégica y la evaluación de la acción (PEYEA), se determinó que en base a las condiciones de los factores de la empresa la estrategia resultante fue de naturaleza agresiva considerando sus fuerzas internas para aprovechar las oportunidades externas, superar debilidades internas y evitar amenazas externas.

También se realizó un análisis bajo la matriz Boston Consulting Group de los de seis de los diferentes productos que conforman las categorías de Acero y de Conglomerados encontrado que tres de los productos la varilla. El Alambre Recocido y el Alambrón son productos vacos que producen ingresos fuertes que sostiene a los que esta ubicados entre los cuadrantes perros, por lo tanto, se tendrá que innovar y producir nuevos productos que sean atractivos para los clientes. En la matriz cuantitativa de planeación estratégica está considerando tres estrategias alternativas, de las cuales la suma de los atractivos en el desarrollo del Mercado es de 6.5, lo cual la hace fuerte en la calificación total de atractivos en comparación a las estrategias del Penetración del Mercado que tienen un valor de 6.4 y Desarrollo del Producto que tiene 5.55. Con esto se considera que la siguiente etapa será implementar la estrategia y evaluarla para fortalecer la empresa y hacer los ajustes necesarios para obtener mejores resultados. Con esta estrategia de desarrollo de mercados se ve que es congruentes con el objetivo planteado en la presente investigación de posicionamiento en mercado

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fred R. David. (2003) Conceptos de Administración Estratégica Pearson Educación, novena Edición. México, 2003

Thompson Jr. Artur. A, (2008) Administración Estratégica Teoría y Casos, Mc Graw Hill, Decimoquinta, edición, Mexico D.F, México

Hill Charles (2005) Administración Estratégica, Un Enfoque Integrado, Mc Graw Hill Interamericana, Sexta Edición, Mexico D.F. México.

Steiner. George A. (2005) Planeación Estrategia, Grupo Patria Cultural, Trigésima segunda Edición. Mexico D.F. México

Perez Lucrecia (2015 diciembre) Modelos y Herramientas para la formulación de estrategias. 0btenido de https://www.emprendices.co/modelos-herramientas-la-formulacion-estrategias/

Artieda Carlos (2013) Análisis de los sistemas de costo como herramientas estratégicas de gestión en la pequeña y mediana empresas (MYMES). Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833491

EL HOME OFFICE COMO ALTERNATIVA PARA CONTINUAR CON ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y ACADÉMICAS EN EL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ÚRSULO GALVÁN.

ROSALÍA JANETH CASTRO LARA,[1] CAROLINA SAC NICTE MÉNDEZ GONZÁLEZ[2],
LOIDA MELGAREJO GALINDO[3]

RESUMEN

La presente investigación busca analizar el impacto que tiene el home office como alternativa para realizar los trabajos administrativos y docentes dentro del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván, se ha trabajado durante aproximadamente 12 años con la educación a distancia, ahora en su modalidad “mixta”, hasta este momento, el Tecnológico no había tenido la necesidad de parar sus actividades por que sus empleados no pudieran asistir a las instalaciones, implementando de manera inmediata el home office, que si bien es cierto no es una práctica nueva en el mundo, si es una herramienta que probablemente no era muy aplicada por el personal, debido a su presencia física en las instalaciones durante toda la semana. Se conocerá como se desarrolla el trabajo de home office en estos meses, que por indicaciones de las autoridades sanitarias no puede acudir todo el personal a las instalaciones, si se requiere capacitación para llevarlo a cabo, si los horarios son igual que estando en las instalaciones, así mismo cuales son los medios que más se han utilizado para llevar a cabo sus actividades.

Palabras clave: home office, pandemia, tecnologías de la información, capacitación.

[1]Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. r.castro@itursulogalvan.edu.mx
[2] Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván carolinamendez_77@hotmail.com
[3] Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván
l.melgarejo@itursulogalvan.edu.mx

ABSTRACT

This research seeks to analyze the impact that the home office has as an alternative to carry out administrative and teaching work within the Technological Institute of Úrsulo Galván, it has worked for approximately 12 years with distance education, now in its "mixed" modality, Until now, the Technology Company had not had the need to stop its activities because its employees could not attend the facilities, immediately implementing the home office, which although it is true is not a new practice in the world, if it is a tool that was probably not widely applied by staff, due to their physical presence on the premises throughout the week. It will be known how the home office work is carried out in these months, which by instructions from the health authorities, not all staff can go to the facilities, if training is required to carry it out, if the hours are the same as being in the facilities , which are the means that have been most used to carry out their activities.

Key words: home office, pandemic, information technology, training.

INTRODUCCIÓN

La necesidad de adaptar las actividades cotidianas realizadas en el trabajo se ha vuelto una actividad primordial en el quehacer cotidiano en la “nueva” normalidad, para desarrollar el trabajo desde casa y para hacer frente a los retos que se suscitan en el mercado, que afecta a la sociedad y por ende a los clientes de todas las organizaciones que en ella se encuentran.

La integración de las tecnologías de información ha sido un aliado en la actualidad para que las empresas puedan seguir en su desempeño organizacional. Permitiendo que desde la distancia se realicen, comuniquen y evalúen las actividades que se desarrollan para el cumplimiento de los objetivos y de visiones organizacionales. Los medios de comunicación y las tecnologías de la información han desempeñado un papel relevante en la historia humana. (Adell, 1997)

Podríamos definir las TIC como: Tecnologías para el almacenamiento, recuperación, proceso y comunicación de la información… (Belloch, 2012)

Concibiendo la percepción actual a nivel mundial, en la cual se ha visto sumergida la restricción de actividades que han afectado a todos los seres humanos y por ende las actividades que realizaban en todos los ámbitos, ha generado que impacte en todo lo que se desarrolla en los contextos que se desenvolvían.

Lo principal ante esta situación es darle solución a las necesidades que las personas siguen solicitando como bienes y servicios que se encuentran en los mercados. De ahí radica la importancia de acoplarse y dar satisfacción a estas necesidades, en este sentido el Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván siendo una organización que proporciona el servicio de educación superior no es la excepción ante el escenario actual, debiendo hacer una reestructuración ante los procesos que sé que deben realizar para poder satisfacer las necesidades del mercado.

Analizando la participación de las personas que en los procesos se llevan a cabo en el ITUG, son de gran relevancia en estos mismos para continuar y dar seguimiento al cumplimento de la misión de ITUG, entiendo que es un trabajo integral ya que todos los que conforman esta organización tanto como docentes y las áreas administrativas son la fuerza de trabajo que hace posible se dé el servicio.

Derivado de esto surge la importancia de analizar el Home Office dentro del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván, para indicar finalmente recomendaciones y así mejorar el servicio prestado tanto administrativo como docente en esta institución.

DESARROLLO

En el caso específico del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván, el cual tiene 43 años de ofrecer sus servicios a la comunidad, su principal objetivo es el servicio educativo de calidad, la institución se encuentra certificada en 4 de sus 5 carreras, cuenta con un Sistema de Gestión de Calidad internacional, certificado ISO 9001:2015, también cuenta con premio de la calidad veracruzana, al ser un instituto del sector agropecuario, el mejor en la región.

Derivado de la contingencia Covid 19 (Sars-Cov2), coloquialmente conocido como coronavirus, se tuvieron que tomar diferentes medidas de higiene para continuar con las actividades que cotidianamente se realizan, esto implico en algunos meses

la ausencia casi total de los trabajadores, los cuales debieron implementar el sistema de trabajo Home Office. De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo OIT (2017), el teletrabajo consiste en utilizar la disponibilidad de la telecomunicación y las herramientas facilitadoras (Tics) a fines de efectuar el trabajo a distancia desde cualquier lugar. Una modalidad del teletrabajo consiste en el HO (Home Office) (Aquije, 2018).

El home office o trabajo desde casa, es una modalidad mediante la cual el trabajador realiza las mismas actividades que desempeñaba dentro de la empresa, pero desde su domicilio particular, con la ayuda de las tecnologías de la información como lo es una computadora, impresora, internet, celular, etc.

El home office no es una estrategia o modalidad de trabajo nuevo, de acuerdo a (Aquije, 2018) surge en la década de los 70 ‘s en Estados Unidos durante la crisis del petróleo, generando escasez de combustible y la movilización de las personas se dificultaba, por tal motivo se tuvo que empezar a trabajar bajo esta modalidad.

El home office puede desarrollarse en diversos escenarios, no principalmente en el domicilio del trabajador, lo puede realizar desde una cafetería, biblioteca, un parque, etc. La mayoría de los trabajadores en algún momento han combinado esta modalidad de trabajo, para cumplir con alguna encomienda que le haya requisitado su jefe, en el momento en que no se encontraba en la oficina. Para desarrollar esta actividad se debe contar con la infraestructura que posibilite el desarrollo de las mismas desde el domicilio del trabajador, de no ser así será complicado que pueda desarrollar con plenitud sus actividades.

De acuerdo a (Torres, 2018, n.d.) En su publicación ¿Qué es el homme office y cuáles son sus beneficios? Nos menciona que un beneficio importante es el ahorro de tiempo: según el Diagnóstico de la Movilidad de las Personas en la Ciudad de México, cada habitante malgasta alrededor de 346.7 horas extra al año por culpa del tráfico, es decir, 14.4 días. A esto hay que sumar que, en las megaciudades, como la Ciudad de México, las contingencias ambientales y los percances en el transporte público están a la orden del día, por lo tanto, el home office es particularmente atractivo para sus habitantes.

Las tecnologías de la Información y Comunicación han desempeñado un papel importante en el desarrollo de nuestra sociedad y cultura, retomando lo escrito por (Adell, 2006) Desde nuestros antepasados cazadores -recolectores, que pintaban figuras en las paredes, hasta llegar a los inventos imprenta, teléfono, radio, televisión, hasta los más modernos en nuestros días, estas tecnologías están perfectamente integradas en nuestra vida, como una segunda naturaleza, que se han vuelto en ocasiones invisibles, utilizándolas al punto de no ser conscientes de como han contribuido a cambiar las cosas.

El ser humano por naturaleza busca en muchas ocasiones realizar actividades de una manera más practica y rápido, esto se lo ha podido ofrecer el uso de las tecnologías, en caso específico con el Homme Office, para llevarlo a cabo es indispensable contar con los insumos necesarios para poder desempeñarla sin problema desde el domicilio particular.

Retomado del texto ¨La tecnología de la información y la comunicación en el aprendizaje¨ (Belloch, 2012) menciona que: éstas giran en torno a tres medios básicos,. La informática, la microelectrónica y telecomunicaciones, pero giran, no solo de forma aislada, sino lo que es mas significativo de manera interactiva e Inter conexionadas lo que permite nuevas realidades comunicativas.

Esto genera el interés en analizar la situación del Homme Office implementado en el Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván, derivando los siguientes cuestionamientos ¿El homme office, fue de utilidad?, ¿Recibiste capacitación? ¿El horario es el mismo que el que utilizabas en oficina? ¿Prefieres Home Office o presencial en la manera de trabajar?

Considerando las preguntas de investigación se establece como objetivo: “Describir la situación actual del Home Office en el Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván” y como hipótesis “Para los trabajadores del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván el home office, es una modalidad de trabajo que les permite desarrollar sus actividades aún en tiempo de pandemia”

Esta investigación es considerada cuantitativa, desde una perspectiva holística, que permite abordar el objeto de estudio, obteniendo resultados más concretos y fiables que permitan alcanzar los objetivos planteados. El estudio se considera transversal ya que se tomará una muestra, Por ello se define el uso de este estudio al realizarse en un tiempo determinado y una población especifica. Es de tipo descriptiva, ya que busca describir la situación actual del Home Office en el Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván, sin buscar causas, ya que solo se identificarán las características del Fenómeno (situación actual del Home Office).

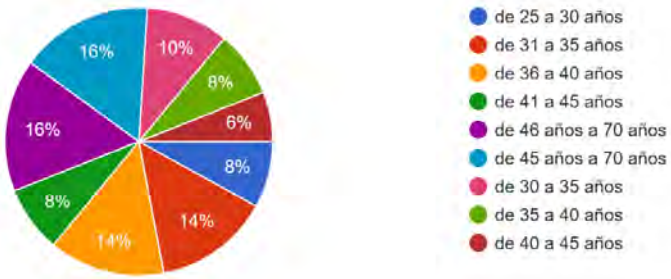
El objeto de estudio es el impacto de home office como alternativa para continuar con actividades administrativas y académicas, el sujeto de estudio son los empleados del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván, los cuales conforman una población de 108 personas, de la cual se determinó una muestra, aplicando la fórmula de poblaciones finitas, donde se estimó un nivel de confianza del 90%y un margen de error de 10%, dando como resultado una muestra de 51 empleados. Para recabar los datos se aplicó la técnica de la entrevista, la cual se envió vía correo electrónico, el instrumento de medición que consta de cuestionario integrado por 13 preguntas de escala Likert, referente a como se desarrolló el trabajo en la modalidad de Home Office, derivado de la pandemia Covid-19 (Sars Cov-2) conocido coloquialmente como coronavirus, esto permitió describir la situación actual del fenómeno a estudiar, el diseño y validación del estudio se realizó en el mes de Mayo del presente año, su aplicación fue mediante, encuestas virtuales dirigidas al Personal del Instituto en cuestión.

RESULTADO Y ANÁLISIS

La investigación está centrada en Describir la situación actual del Home Office en el Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván, y con esto emitir recomendaciones que impacten en mejorar el desempeño en las actividades encomendadas al personal del Tecnológico.

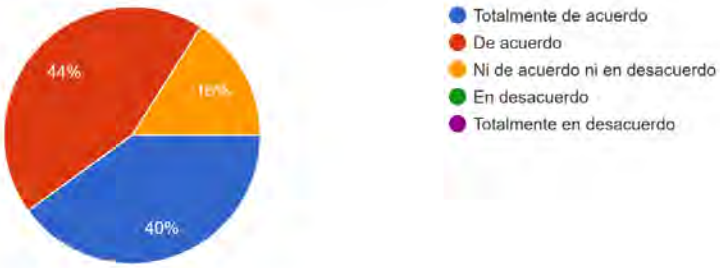
En el rango de edades, se puede observar que los participantes en el ajuste de la nueva modalidad de trabajo (home office), se encuentran dos sectores, con el 28% de la representación de la población del personal del ITUG cuentan con una edad desde los 31 a los 40 años y con un 32% del personal que van desde de los 45 hasta 70 años, que es el personal que se desempeña en todas las actividades y áreas que se desarrollan en el Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván.

Gráfico 1. rango de edad.



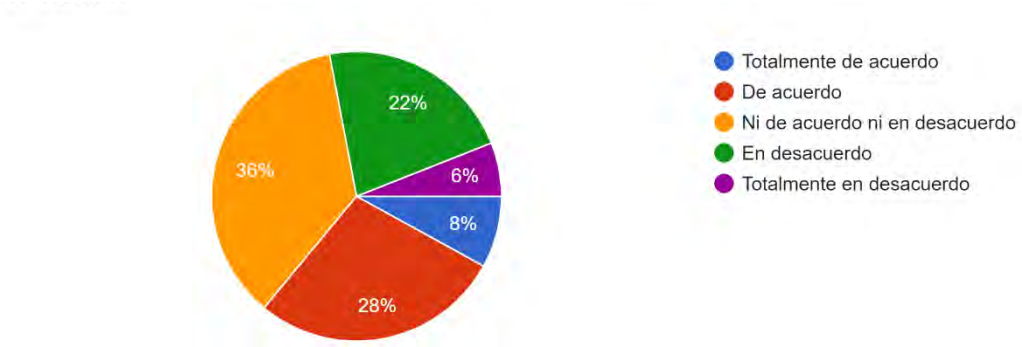
En el gráfico 2, podemos observar que la utilidad del Home Office en sus respectivas viviendas de los participantes les fue de utilidad, por las implicaciones que deriva esta nueva modalidad de trabajo. Con un 44%, se puede observar que los participantes en esta investigación están de acuerdo que la manera de trabajar a permitido seguir desarrollando sus actividades laborales en la mejor medida posible

Gráfico 2. El Home Office ¿fue de utilidad para ti, en estos tiempos de pandemia?



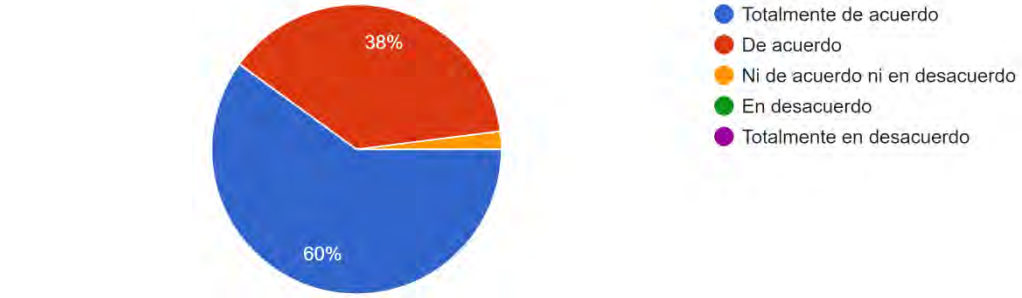
En el gráfico 3 se puede observar que los participantes de esta investigación ameritan mejor capacitación para las diversas y diferentes plataformas de trabajo que se requieren para desempeñar sus funciones de acuerdo con su área de adscripción. Ya que en cada uno de los procesos que se desarrollan del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván, son un proceso sistematizado que involucra a todos y cada una de las áreas correspondientes a este mismo.

Gráfico 3. Se recibió capacitación para desarrollar las actividades de Home Office



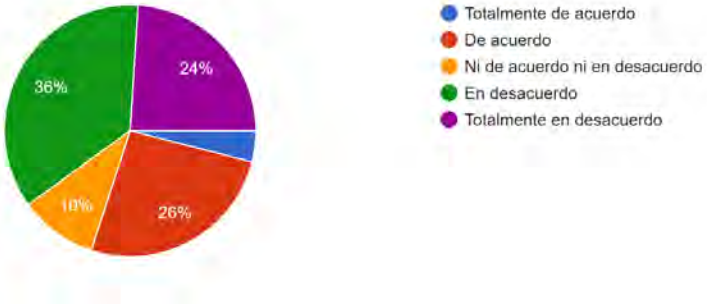
Retomando la información del gráfico 3, referente a la capacitación, se observa que el 38 %, le gustaría una orientación hacia las prácticas en la nueva modalidad de atención a distancia “Home Office”. Considerando la intrépida necesidad de modificar la modalidad de atención acostumbrados (tradicional-presencial), los participantes consideran que requieren de una capacitación orientada a desarrollar de mejor manera su labor de trabajo, como lo muestra el siguiente gráfico.

Grafico 4. Te gustaría recibir capacitación para desarrollar las actividades de Home Office



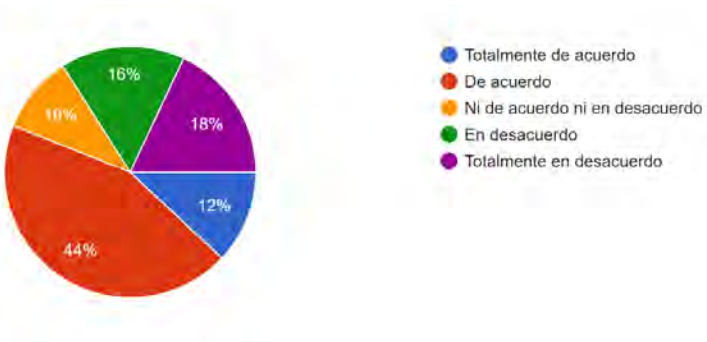
Se le cuestiono al personal respecto al horario de trabajo como se sentía, respondiendo lo siguiente: Al considerar la adecuación a las nuevas necesidades y adecuaciones de la nueva “modalidad de trabajo” en esa adecuación implica un poco más de horas en el proceso de ajuste en el mismo proceso, una vez que se tenga dominado el contenido de la información de convenga a cada una de las áreas, les será más productiva su labor y aportación al cumplimiento del objetivo de la misma institución.

Grafico 5. El horario que se utiliza para desarrollar tus actividades diarias ¿es el mismo que en tu jornada de trabajo presencial?



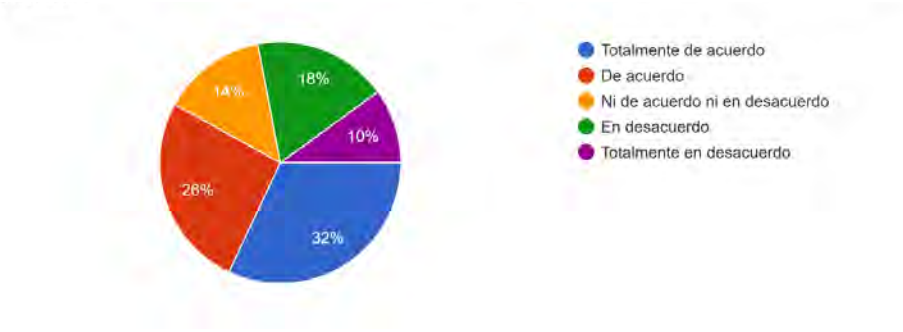
Les cuestionamos referente al horario los limites de tiempo de trabajo, si son responsables en cumplir la jornada o dar un extra y esta fue la respuesta, se puede observar que los limites pertinentes a cada una de las actividades correspondientes a la información obtenida, los participantes reflexionan sobre lo que es considerable establecer límites en los horarios de una jornada laboral "habitual", ya que de no hacerlo se estará incurriendo en una incongruencia en el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Grafico 6. Respecto al Home Office ¿puedes marcarte límites a ti mismo y saber cuándo es el momento de terminar la jornada laboral?



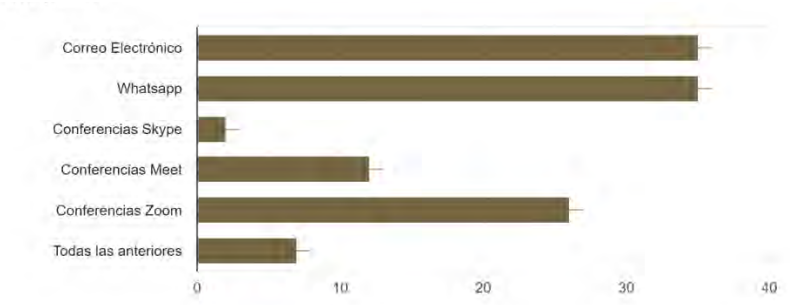
Adentrándonos en lo referente a las tecnologías y su uso el personal contestó al respecto de la pregunta si estaban familiarizados con las nuevas tecnologías para la comunicación directa con sus jefes y los estudiantes quienes son los clientes principales en esta institución, observando que de manera generalizada que se tiene conocimiento de las herramientas necesarias para establecer las vías de comunicación a la distancia, sin perder la objetividad de comunicación y en contraste con el porcentaje que no ha hecho utilidad de ellas, en este punto verán la eficacia de la ocupación de las herramientas antes mencionadas.

Grafico 7. Uso de Tecnologías



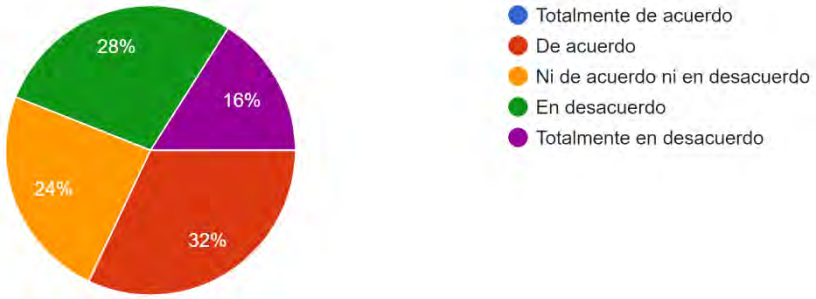
Derivado de la pregunta anterior, se les cuestiona los tipos de medios de comunicación que utilizan para llevar a cabo su actividades cotidianas, que requieren en cada una de sus áreas, obteniendo lo siguiente, De los seis medios de comunicación que actualmente se contemplaron en esta encuesta mostró que los medios de comunicación que más utilidad, funcionalidad y dominadas por el personal del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván, siendo una de ellas el correo electrónico que ha sido una herramienta ya con años de utilización en el Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván y que ha sido viable y transcendental para él envió y recepción de comunicación en forma escrita (documentos, presentaciones, oficios, etc.), el otro medio más ocupado por el personal es el WhatsApp, que permite una comunicación más rápida y eficiente en cuestión de una forma tanto verbal (audio) como escrita (mensajería); otro medio ha sido las conferencias por medio de Zoom, para tratar asuntos extensos y permite la retroalimentación de todos los involucrados en estas mismas. De ahí le siguen los medios de comunicación Meet y Skype, que son menos utilizadas, pero no les resta importancia en su implementación de la comunicación.

Gráfico 8. Tipos de Recursos Tecnológicos utilizados



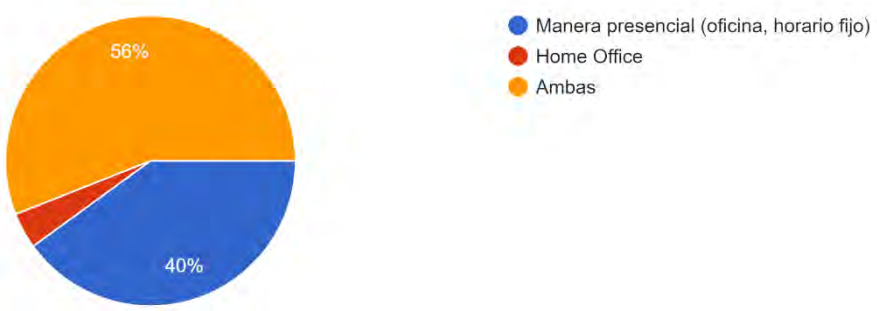
Importante considerar si la atmosfera de trabajo en una oficia y en un domicilio particular varía, les cuestionamos si necesita de una atmosfera de oficina para ser productivo, se obtuvieron los siguientes resultados, Se puede observar en esta representación gráfica con un 32% el personal de Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván prefiere la atmosfera de una oficina para ser más productivo en su qué hacer laboral. El 28% no considera que sea necesario de una atmosfera de oficina, para desarrollarse de una forma productiva en su quehacer laboral. Un 24% le es indiferente la atmosfera en la que se encuentre para ser productivo y desarrollar su trabajo y el 16% no necesita de una atmosfera de oficina para desempeñarse de manera productiva.

Grafico 9. Atmosfera de trabajo



Por último, pero no menos importante, le cuestionamos al personal, cual es la manera preferente de trabajar si presencial, en Home Office o ambas y obtuvimos o siguiente, Los resultados que arrojo está pregunta, muestra la dualidad de la forma en que prefieren desempeñarse el personal del ITUG, siendo que el 56% de este personal prefiere trabajar de una manera mixta, tanto de manera presencia como hacer Home Office, observando que los esfuerzos para seguir proporcionando el servicio a la Distancia, han sido bien recibidos por todos los integrantes del ITUG. El 40% del personal todavía prefiere trabajar de manera presencial y solo el 4% quiere trabajar desde casa.

Grafico 10. Modalidad de trabajo



CONCLUSIONES

La presente investigación buscaba como objetivo principal es el impacto de home office como alternativa para continuar con actividades administrativas y académicas, como factor de trabajo con el personal del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván por lo que se puede constatar que los objetivos planteados en dicha investigación se cumplieron en su totalidad, aceptando la hipótesis “Para los trabajadores del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván el home office, es una modalidad de trabajo que les permite desarrollar sus actividades aún en tiempo de pandemia” puesto que observando las gráficas presentadas con anterioridad se da a conocer que de los encuestados el 84% considera de importancia la aplicación de la modalidad del Home Office para el desarrollo de las actividades, la cual ha sido de gran ayuda para cumplir con los objetivos planteados por la Institución, y de esta manera continuar con el servicio educativo y administrativo de la misma.

Tomando en cuenta los resultados de la presente investigación, se realizan las siguientes recomendaciones:

Ampliar la investigación determinando el tipo de gasto que implica el desarrollar esta actividad desde casa.

Capacitar en su totalidad al personal en diferentes plataformas de comunicación para realizar sus actividades.

Respetar los horarios de trabajo presencial, para el desarrollo de actividades en la modalidad Home Office.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

2018, T. A. (n.d.). *Home Office: ¿qué es y cuáles son sus beneficios?* https://trans-ti.com/2019/01/31/home-office-que-es-y-cuales-son-sus-beneficios/

Adell, J. (2006). Tendencias en educación en la sociedad de las tecnologías de la información. *Edutec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, *7*. https://doi.org/10.21556/edutec.1997.7.570

Aquije, C. (2018). Home Office Como Estrategia Para La Motivación Y Eficiencia Organizacional. *Palermo Business Review*, *18*, 337–351. https://search.proquest.com/docview/2237495100?accountid=28391

Belloch, C. (2012). Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Aprendizaje. *Departamento de Metodos de Investigacion y Diagnostico En Eduacioón.*, 1–9

INFORMALIDAD EN MÉXICO DURANTE EL PERIODO 2005-2020

MARGARITA DÁVILA HERNÁNDEZ[1], SAMUEL GARRIDO ROLDÁN[2], ANABEL MARTÍNEZ GUZMÁN[3]

RESUMEN

El término “informalidad” tuvo su origen en 1973, señalándose que la diferencia principal entre el trabajo formal y el informal estaba relacionada con un salario o con el autoempleo. El concepto ha evolucionado, existiendo un consenso en que la variable clave de la informalidad es la ausencia práctica de regulación estatal en contextos donde tal regulación existe formalmente. El presente estudio tiene como objetivo identificar la segmentación y tendencia de la informalidad laboral en México. Se tiene una investigación longitudinal dado que se considerará información estadística de los años 2005 al 2020, limitándose a la población ocupada no agrícola y sin considerar, además, a los trabajadores domésticos. Es importante señalar que este estudio forma parte de una investigación para analizar el impacto que acciones del Estado han tenido en el empleo informal. Los resultados muestran que el empleo informal ha constituido, durante el periodo estudiado, aproximadamente el 50% del empleo en México, siendo conveniente resaltar que alrededor de la tercera parte del empleo informal se encuentra en instituciones formales. La informalidad, en sus diversas modalidades (empleadores, trabajadores por cuenta propia, asalariados) presenta una tendencia positiva, con excepción del número de trabajadores informales con percepciones no salariales en el sector formal.

Palabras clave: informalidad laboral, sector informal, sector formal.

ABSTRACT

The term “informality” had its origin in 1973, noting that the main difference between formal and informal work was related to a salary or self-employment. The concept has evolved, with a consensus that the key variable of informality is the practical

[1] Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco. davilahernandezmargarita@gmail.com.
[2] Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco. garrido.samuel@gmail.com
[3] Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco. marguza@gmail.com

absence of state regulation in contexts where such regulation exists formally. The present study aims to identify the segmentation and trend of labor informality in Mexico. There is a longitudinal investigation since statistical information from the years 2005 to 2020 will be considered, limiting itself to the non-agricultural employed population and without considering domestic workers. It is important to note that this study is part of an investigation to analyze the impact that State actions have had on informal employment. The results show that informal employment has constituted, during the period studied, approximately 50% of employment in Mexico, and it should be noted that around a third of informal employment is found in formal institutions. Informality, in its various forms (employers, own-account workers, salaried workers) shows a positive trend, with the exception of the number of informal workers with non-salary perceptions in the formal sector.

Keywords: labor informality, informal sector, formal sector.

INTRODUCCIÓN

Como antecedente de la situación laboral en México, Cota y Navarro (2015) distinguen dos etapas: la primera, a mediados del siglo XX, con los efectos de la Segunda Guerra Mundial, donde se institucionalizaron las condiciones de trabajo basadas en esquemas desarrollistas e industriales, alcanzándose una estabilidad aceptable en la década de los cincuenta y la segunda, en la década de los ochenta, con los cambios en la banca y el inicio de la apertura de los mercados.

Entre las décadas de los setenta y los ochenta se percibe un estancamiento en el empleo debido, como lo señalan Moreno-Brid y Ros (2004; como se cita en Cota y Navarro), a la primera crisis de precios del petróleo, la caída de la demanda externa y a otros factores internos, como el aumento de las tasas inflacionarias (con aumentos de hasta 20 por ciento), el incremento de la inversión pública y un tipo de cambio fijo, lo que repercutió enormemente en el déficit comercial. A partir de esa época se generó un estado de continuas crisis, por lo que los aumentos del sector terciario se explican, justamente, en el desplazamiento de la población hacia el trabajo generado por la inversión pública, los servicios y el autoempleo.

El término "informalidad" tuvo su origen en el trabajo realizado por Hart, en 1973, donde señalaba que la diferencia principal entre el trabajo formal y el informal estaba relacionada con un salario o con el autoempleo; la clave estaba en el grado en que el trabajo estaba o no contratado sobre "permanentes y regulares bases de recompensas fijas".

El concepto ha evolucionado, y como describe de la Peña (1996), desde la década de 1980 existe un consenso en que "… *la variable clave del fenómeno es la ausencia práctica de regulación estatal en contextos donde tal regulación existe formalmente*…". El mismo autor explica el impacto de lo anterior:

"… tal definición permite trascender la visión de un sector informal compuesto por actividades específicas (generalmente de pequeña y pequeñísima escala: talleres familiares, maquila, comercio callejero y ambulante, fayuca al menudeo, etc.) para incluir cualquier situación productiva de bienes y servicios que escapa a las normas oficiales. Más aún, la informalidad es una dimensión que puede estar presente en cualquier empresa o firma, por grande y "moderna" que sea; de hecho, se puede afirmar que en México… una mayoría de negocios ostensiblemente formales incluyen aspectos informales: subcontratación no registrada, registro de trabajadores permanentes como eventuales, falta de cumplimiento de requerimientos de seguridad social y salubridad, ausencia parcial o total de sindicalización, etc.…".

Aunque no es posible generalizar con respecto a la calidad de los empleos informales, con frecuencia implican malas condiciones laborales y está relacionada con el aumento de la pobreza. El empleo informal puede tener características como falta de protección en casos como el no pago de salarios, obligación de hacer sobretiempo o turnos extraordinarios, despidos sin aviso ni compensación, condiciones de trabajo inseguras y ausencia de beneficios como las pensiones, el reposo por enfermedad o el seguro de salud (OIT, 2016). **Adicional a lo anterior, la informalidad** representa obstáculos al crecimiento económico ya que (Rubio, 2014):

"i) disminuye los ingresos fiscales, disminuye la posibilidad de proveer servicios de seguridad social (salud-pensión),
ii) es un obstáculo para el incremento de la productividad laboral y por lo tanto para la competitividad internacional disminuyen los beneficios potenciales del comercio,
iii) es una fuente de inestabilidad laboral,
iv) afecta negativamente los ingresos relativos de los trabajadores, (normalmente los trabajadores del sector informal tienen niveles de ingresos menores a aquellos del sector formal),
v) aumenta la vulnerabilidad de los derechos laborales dado que los trabajadores no tienen una protección frente a la ley,
vi) aumenta el subempleo y
vii) afecta el crecimiento de la economía".

El estado mexicano ha realizado acciones tendientes a formalizar el trabajo informal, entre las que se puede mencionar el Régimen de Incorporación Fiscal (RIF), cuya efectividad ha sido cuestionada. Por lo anterior el presente trabajo forma parte del estudio que tiene como objetivo analizar los efectos de acciones del Estado en el empleo informal.

METODOLOGÍA

Tipología. Se trata de un trabajo descriptivo ya que se tiene como objetivo identificar la segmentación y tendencia de la informalidad laboral en México. Se tiene una investigación longitudinal dado que se considerará información estadística de los años 2005 al 2020, limitándose a la población ocupada no agrícola y sin considerar, además, a los trabajadores domésticos. Es importante señalar que este estudio forma parte de una investigación para analizar el impacto que acciones del Estado han tenido en el empleo informal. Los pasos aplicados se indican a continuación:

1. Identificar la definición de informalidad, de acuerdo al INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e informática).
2. Realizar la búsqueda de información estadística. La búsqueda se realizó en las bases de datos de INEGI.

3. Determinar la segmentación de la informalidad y capturar de la información en base de Excel.

4. Aplicar técnicas estadísticas para determinar las tendencias de las series de tiempo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Definición de Informalidad. En un consenso entre la OIT y expertos internacionales se reconocen dos dimensiones de la informalidad (INEGI, 2019):

- La primera se refiere al tipo o naturaleza de la Unidad Económica: cuando ésta se dedica a la producción de bienes y/o servicios para el mercado operando a partir de los recursos de un hogar y sin llevar los registros contables básicos, se puede hablar de un Sector Informal o de negocios en pequeña escala no registrados y de empleo vinculado a dicho sector.
- La segunda dimensión es una perspectiva laboral y se refiere a todo trabajo que se esté realizando sin contar con el amparo del marco legal o institucional, no importando si la unidad económica que utiliza sus servicios son empresas o negocios no registrados de los hogares o empresas formales, por lo que se puede hablar de “empleo informal”.

Búsqueda de información estadística. La búsqueda se realizó en las bases de datos de INEGI. Se identificó a la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) como la instancia que recaba la información acerca de la población ocupada (Figura 1) en sus diversas modalidades de formalidad e informalidad.

Figura 1. Página de la Encuesta de Ocupación y empleo. (INEGI, 2019).

El INEGI (2020) hace uso de un esquema al que se le denomina Matriz Hussmanns (Figura 2) que implica un algoritmo en donde el enfoque de unidad económica aplica a las modalidades de trabajo independiente (empleadores y trabajadores por su cuenta) mientras que el enfoque laboral es el que aplica a modalidades de trabajo dependiente, tales como el trabajo asalariado. Es conveniente resaltar que la matriz Hussmanns fue una propuesta para medir el concepto de economía informal, definida como:

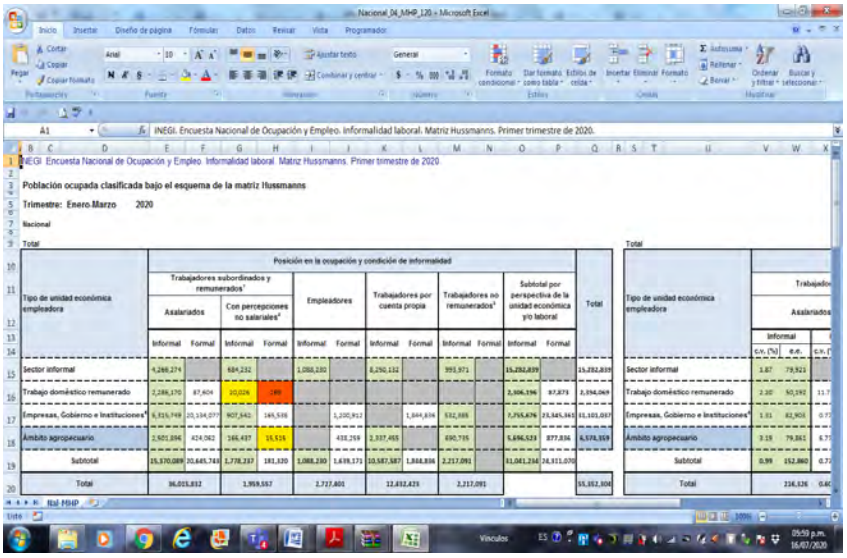
"Conjunto de actividades económicas desarrolladas por los trabajadores y las unidades económicas que, tanto en la legislación como en la práctica, están insuficientemente contempladas por sistemas formales o no lo están en absoluto. Las actividades de esas personas y empresas no están recogidas por la ley, lo que significa que se desempeñan al margen de ella; o no están contempladas en la práctica, es decir que, si bien estas personas operan dentro del ámbito de la ley, ésta no se aplica o no se cumple; o la propia ley no fomenta su cumplimiento por ser inadecuada, engorrosa o imponer costos excesivos" (CIT-OIT 90, 2002).

La matriz Hussmanns es una matriz bidimensional (Figura 2) donde se especifican todas las variables que se utilizarán en la medición del concepto de economía informal desde la doble perspectiva de las relaciones de producción y de las relaciones laborales. La matriz muestra información del sector informal y también del sector formal; el objetivo es demostrar la interrelación de ambos proporcionando información que no se tenía anteriormente (Ramos, 2015).

La matriz proporciona un marco que hace posible desglosar el total de empleo de acuerdo con dos parámetros: el tipo de unidad de producción (filas de la matriz) y el tipo de puesto de trabajo (columnas de la matriz). Las casillas de color gris oscuro hacen referencia a los puestos de trabajo que por definición no existen en el tipo de unidad de producción de que se trate; las casillas de color gris claro corresponden a los puestos de trabajo que se encuentran en el tipo de unidad de producción de que se trate, pero que no son pertinentes; las casillas blancas restantes son las que verdaderamente interesan, ya que hacen referencia a los tipos de casos de trabajo que constituyen los diferentes segmentos de la *economía informal* y, por

consiguiente, exigen orientación de investigación y medidas de políticas diferentes (Hussmanns, 2001).

Figura 2. Matriz Hussmanns. (INEGI, 2020)



Segmentación de la informalidad. Se capturó la información pertinente con las siguientes consideraciones:

- No se tomaría en cuenta el empleo doméstico, en ninguna de sus modalidades.
- La informalidad del sector informal está constituida por trabajadores subordinados y remunerados (asalariados y con percepciones no salariales, empleadores informales y trabajadores por cuenta propia). ***El sector informal s***e refiere a todas aquellas actividades económicas de mercado que operan a partir de los recursos de los hogares, pero sin constituirse como empresas con una situación identificable e independiente de esos hogares. El criterio operativo para determinar la situación no independiente de las unidades de producción con respecto al hogar, lo da la ausencia de prácticas contables convencionales, susceptibles de culminar en un Balance de Activos y Pasivos. El hecho que no se realicen estas prácticas está usualmente determinado por no haber una distinción entre el patrimonio del hogar y el de la empresa. Tampoco se distinguen los flujos de gasto del negocio de los del hogar (por ejemplo: electricidad, teléfono, uso de vehículos, etc.) (INEGI, 2005).

- La informalidad del sector formal está constituida por trabajadores subordinados y remunerados (asalariados y con percepciones no salariales). El sector formal está constituido por todas aquellas actividades económicas que se desarrollan en empresas constituidas en sociedad, corporaciones, instituciones públicas o privadas, negocios no constituidos en sociedad, pero que reportan ingresos ante la autoridad (INEGI, 2005).

Es conveniente señalar que el INEGI no presenta datos continuos del empleo, sino que sólo se publica cada trimestre la matriz Hussmanns con la información de ese trimestre.

La Tabla 1 presenta la información de informalidad por sector, así como la correspondiente a la formalidad, con objeto de compararlas. Es interesante resaltar los siguientes aspectos:

a) El empleo informal en las empresas formales constituye, en general, la tercera parte del empleo informal;

b) El empleo informal, en general, es aproximadamente el 50% del empleo total.

Los aspectos antes señalados quedan evidentes cuando la información se presenta en forma de porcentajes (Tabla 2).

Tabla 1. Empleo. Elaboración propia con información del ENOE (2020).

Trimestre	Sector Informal	Sector Formal (Empresas, gobierno, instituciones)	
	Trabajadores Informales	Trabajadores Informales	Trabajadores formales
Marzo 2005	10,517,678.00	5,085,076	16,271,427
Junio 2005	10,594,774.00	5,110,829	16,279,677
Septiembre 2005	10,687,160.00	5,227,987	16,434,798
Diciembre 2005	11,048,342.00	5,251,453	16,715,489
Marzo 2006	10,807,773.00	5,376,811	17,062,978
Junio 2006	10,740,371.00	5,673,618	17,080,601
Septiembre 2006	10,620,889.00	5,547,660	17,688,654
Diciembre 2006	10,666,360.00	5,535,874	17,873,324
Marzo 2007	10,703,840.00	5,450,162	17,809,354
Junio 2007	10,938,619.00	5,605,974	17,841,244
Septiembre 2007	10,854,268.00	5,478,824	18,022,055
Diciembre 2007	11,234,752.00	5,782,584	18,186,947
Marzo 2008	11,147,947.00	5,611,099	18,192,879
Junio 2008	11,388,208.00	5,893,735	18,214,050
Septiembre 2008	11,225,344.00	5,704,391	18,264,043
Diciembre 2008	10,973,154.00	5,855,792	17,986,602
Marzo 2009	11,439,807.00	5,847,725	17,794,925
Junio 2009	11,588,238.00	6,033,325	17,595,046
Septiembre 2009	11,755,025.00	5,895,838	17,803,967
Diciembre 2009	11,925,467.00	5,961,057	17,854,012
Marzo 2010	11,725,415.00	6,110,895	17,720,431
Junio 2010	12,226,937.00	5,983,463	18,004,593
Septiembre 2010	11,708,127.00	6,011,315	18,280,434
Diciembre 2010	11,217,439.00	6,260,931	18,025,081
Marzo 2011	11,878,270.00	6,068,568	18,157,395
Junio 2011	12,261,419.00	5,969,087	18,462,671
Septiembre 2011	12,303,510.00	5,980,857	18,442,347
Diciembre 2011	12,718,681.00	6,117,690	18,777,703
Marzo 2012	12,596,599.00	6,230,617	18,693,434
Junio 2012	13,001,715.00	6,253,764	19,124,668
Septiembre 2012	13,083,275.00	6,164,619	19,166,895
Diciembre 2012	12,350,799.00	6,447,610	19,056,023
Marzo 2013	12,718,953.00	6,058,096	19,272,291
Junio 2013	12,938,831.00	6,243,291	19,591,843
Septiembre 2013	12,685,853.00	6,302,417	19,601,415
Diciembre 2013	12,761,502.00	6,340,051	19,922,189
Marzo 2014	12,534,339.00	6,158,624	19,911,945
Junio 2014	12,366,565.00	6,094,001	20,171,163
Septiembre 2014	12,373,918.00	6,096,281	20,138,154
Diciembre 2014	12,610,645.00	6,100,609	20,232,588
Marzo 2015	12,527,792.00	6,403,048	20,364,380
Junio 2015	12,622,067.00	6,314,861	20,504,906
Septiembre 2015	12,827,482.00	6,415,527	20,642,233
Diciembre 2015	13,252,422.00	6,579,236	20,743,102
Marzo 2016	12,763,727.00	6,756,578	20,827,654
Junio 2016	12,958,696.00	6,608,293	21,242,266
Septiembre 2016	13,080,842.00	6,665,308	21,408,511
Diciembre 2016	13,211,534.00	6,518,243	21,477,416
Marzo 2017	13,239,774.00	6,760,072	21,413,165
Junio 2017	13,093,094.00	6,608,031	21,865,525
Septiembre 2017	13,014,267.00	6,963,838	21,699,490
Diciembre 2017	13,288,228.00	6,759,706	21,875,512
Marzo 2018	13,515,093.00	6,893,862	22,014,824
Junio 2018	13,765,967.00	7,003,794	22,479,565
Septiembre 2018	13,829,936.00	6,768,447	22,557,725
Diciembre 2018	13,852,710.00	6,917,998	22,633,134
Marzo 2019	14,009,744.00	7,042,643	22,468,517
Junio 2019	14,273,388.00	6,841,175	23,066,787
Septiembre 2019	14,161,360.00	6,860,023	23,067,936
Diciembre 2019	14,243,575.00	7,081,758	23,367,755
Marzo 2020	14,288,868.00	7,223,291	23,345,361

Fuente: Elaboración propia con información del ENOE (2020).

Tabla 2. Población ocupada, porcentajes respecto al total (informalidad + formalidad).

Trimestre	Sector informal[1]	Sector formal[2]	Total población ocupada informal, %	Total población ocupada formal, %
	Población ocupada informal, %%	Población ocupada informal, %		
Marzo 2005	33.00	15.95	48.95	51.05
Junio 2005	33.12	15.98	49.10	50.90
Septiembre 2005	33.04	16.16	49.20	50.80
Diciembre 2005	33.46	15.91	49.37	50.63
Marzo 2006	32.51	16.17	48.68	51.32
Junio 2006	32.07	16.94	49.00	51.00
Septiembre 2006	31.37	16.39	47.76	52.24
Diciembre 2006	31.30	16.25	47.55	52.45
Marzo 2007	31.52	16.05	47.56	52.44
Junio 2007	31.81	16.30	48.11	51.89
Septiembre 2007	31.59	15.95	47.54	52.46
Diciembre 2007	31.91	16.43	48.34	51.66
Marzo 2008	31.90	16.05	47.95	52.05
Junio 2008	32.08	16.60	48.69	51.31
Septiembre 2008	31.90	16.21	48.10	51.90
Diciembre 2008	31.52	16.82	48.34	51.66
Marzo 2009	32.61	16.67	49.28	50.72
Junio 2009	32.91	17.13	50.04	49.96
Septiembre 2009	33.15	16.63	49.78	50.22
Diciembre 2009	33.37	16.68	50.05	49.95
Marzo 2010	32.98	17.19	50.16	49.84
Junio 2010	33.76	16.52	50.28	49.72
Septiembre 2010	32.52	16.70	49.22	50.78
Diciembre 2010	31.60	17.63	49.23	50.77
Marzo 2011	32.90	16.81	49.71	50.29
Junio 2011	33.42	16.27	49.68	50.32
Septiembre 2011	33.50	16.28	49.78	50.22
Diciembre 2011	33.81	16.26	50.08	49.92
Marzo 2012	33.57	16.61	50.18	49.82
Junio 2012	33.88	16.29	50.17	49.83
Septiembre 2012	34.06	16.05	50.11	49.89
Diciembre 2012	32.63	17.03	49.66	50.34
Marzo 2013	33.43	15.92	49.35	50.65
Junio 2013	33.37	16.10	49.47	50.53
Septiembre 2013	32.87	16.33	49.21	50.79
Diciembre 2013	32.70	16.25	48.95	51.05
Marzo 2014	32.47	15.95	48.42	51.58
Junio 2014	32.01	15.77	47.79	52.21
Septiembre 2014	32.05	15.79	47.84	52.16
Diciembre 2014	32.38	15.67	48.05	51.95
Marzo 2015	31.88	16.29	48.18	51.82
Junio 2015	32.00	16.01	48.01	51.99
Septiembre 2015	32.16	16.08	48.25	51.75
Diciembre 2015	32.66	16.22	48.88	51.12
Marzo 2016	31.63	16.75	48.38	51.62
Junio 2016	31.75	16.19	47.95	52.05
Septiembre 2016	31.78	16.20	47.98	52.02
Diciembre 2016	32.06	15.82	47.88	52.12
Marzo 2017	31.97	16.32	48.29	51.71
Junio 2017	31.50	15.90	47.40	52.60
Septiembre 2017	31.23	16.71	47.93	52.07
Diciembre 2017	31.70	16.12	47.82	52.18
Marzo 2018	31.86	16.25	48.11	51.89
Junio 2018	31.83	16.19	48.02	51.98
Septiembre 2018	32.05	15.68	47.73	52.27
Diciembre 2018	31.92	15.94	47.85	52.15
Marzo 2019	32.19	16.18	48.37	51.63
Junio 2019	32.31	15.48	47.79	52.21
Septiembre 2019	32.12	15.56	47.68	52.32
Diciembre 2019	31.87	15.85	47.72	52.28
Marzo 2020	31.85	16.10	47.96	52.04

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI.

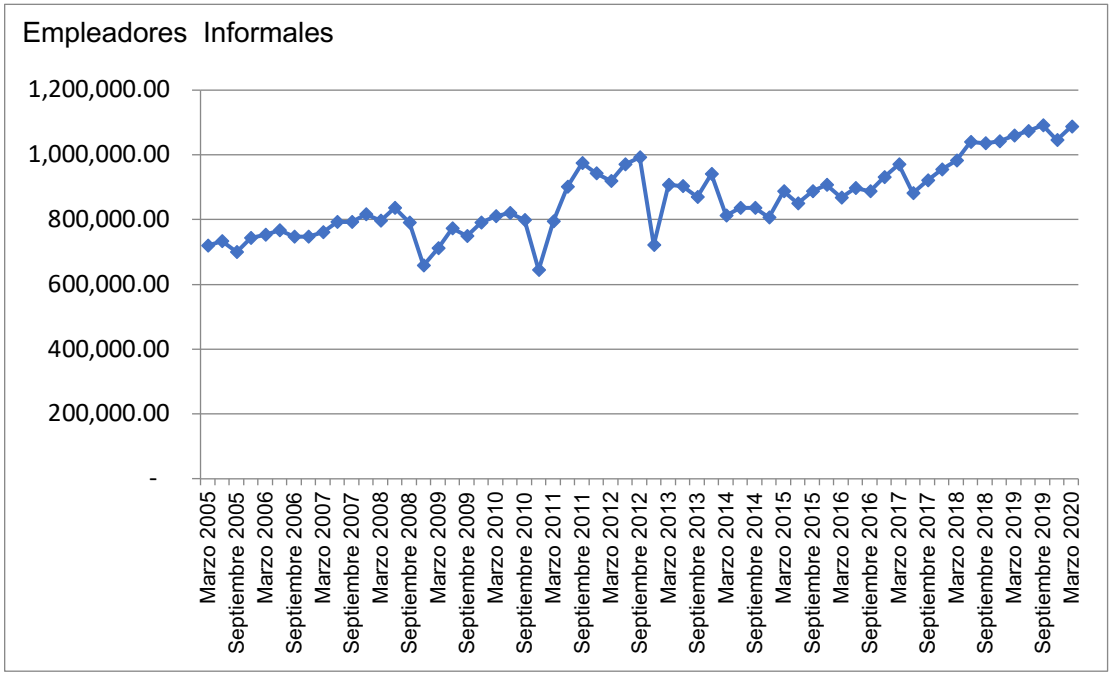
[1] Trabajadores subordinados y remunerados (asalariados y con percepciones no salariales), empleadores y trabajadores por cuenta propia.

[2] Empresas, gobierno e instituciones: asalariados, con percepciones no salariales, empleadores, trabajadores por cuenta propia.

Con objeto de tener una mejor apreciación del comportamiento general de la informalidad, en sus diferentes segmentos, se presentan las Figuras 1, 2, 3, 4, 5 y 6.

La Figura 1 muestra una tendencia positiva del número de empleadores informales durante el periodo 2005-2020, señalando un incremento promedio trimestral de 5200.21

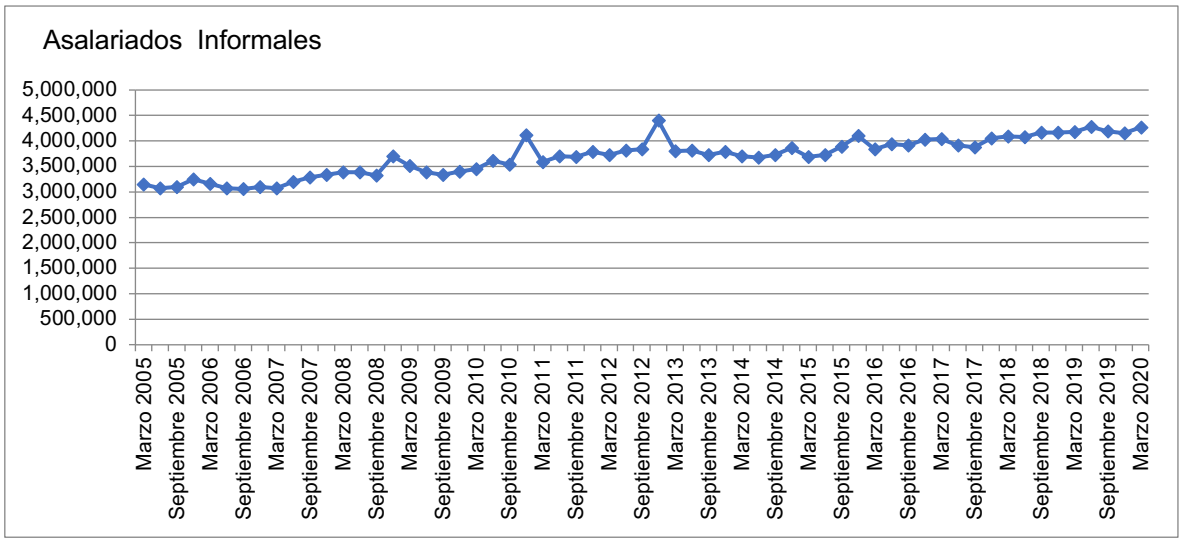
Figura 1. Serie de tiempo de los empleadores informales (2005-2020).



Fuente: Elaboración propia con información del ENOE.

La Figura 2 indica una tendencia positiva del número de asalariados informales durante el periodo 2005-2020, con un incremento promedio trimestral de 18,726.98. Los trabajadores asalariados son aquellas personas que trabajan para un patrón, empresa, negocio, institución o dependencia, regidos por un contrato escrito o de palabra a cambio de un jornal, sueldo o salario (INEGI, 2019); en este caso, se trata de asalariados en el sector informal.

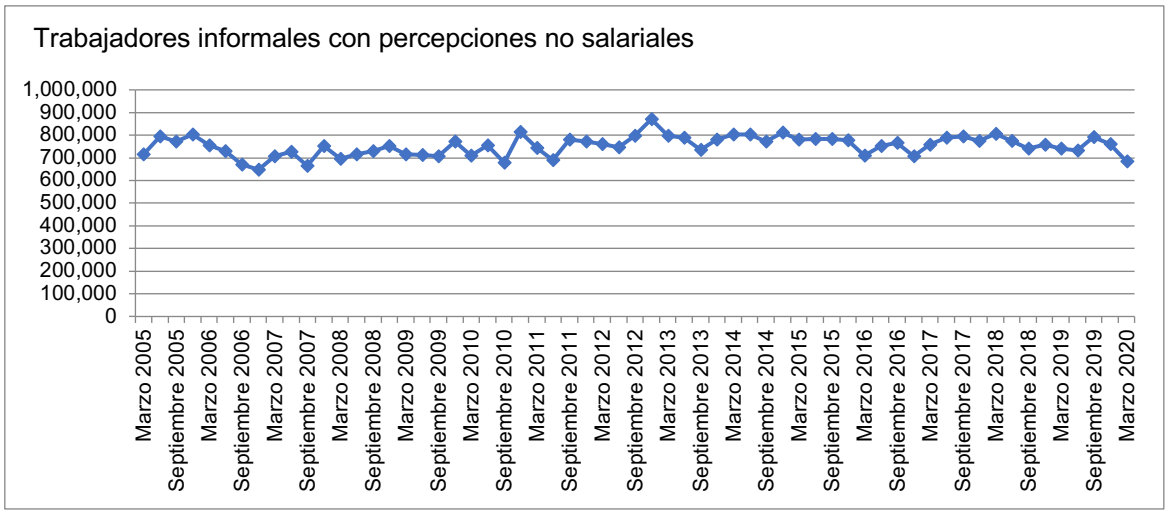
Figura 2. Serie de tiempo de los asalariados informales (2005-2020).



Fuente: Elaboración propia con información del ENOE.

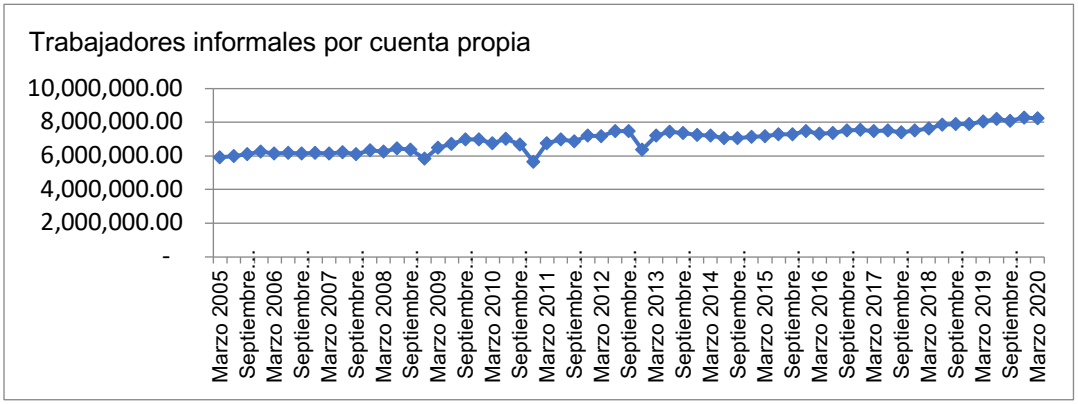
El número de trabajadores informales con percepciones no salariales tiene una tendencia positiva 2005-2020 (Figura 3), señalando un incremento promedio trimestral de 764.56. Estos trabajadores son aquellas personas que en el desempeño de su actividad reconocen depender de un jefe o superior, pero sin recibir un salario como forma de pago, percibiendo otras modalidades tales como comisiones, honorarios, destajo, propinas, etcétera e incluye a personas que no se pudo identificar cual era su posición en la ocupación (INEGI, 2005). La Figura 4 describe una tendencia positiva del número de trabajadores informales por cuenta propia durante el periodo 2005-2020, con un incremento promedio trimestral de 34,740.53. Un trabajador **por cuenta propia es la** persona ocupada que desempeña su oficio o profesión, sólo o asociado con otros; no tiene trabajadores remunerados a su cargo, pero puede disponer de trabajadores (familiares o no familiares) sin pago alguno (INEGI, 2005).

Figura 3. Serie de tiempo de los trabajadores informales con percepciones no salariales (2005-2020).



Fuente: Elaboración propia con información del ENOE.

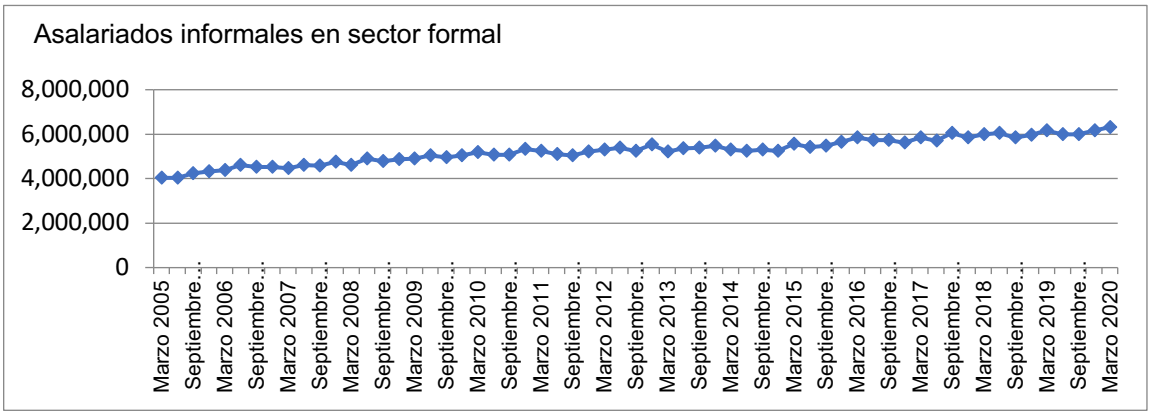
Figura 4. Serie de tiempo de los trabajadores informales por cuenta propia (2005-2020).



Fuente: Elaboración propia con información del ENOE.

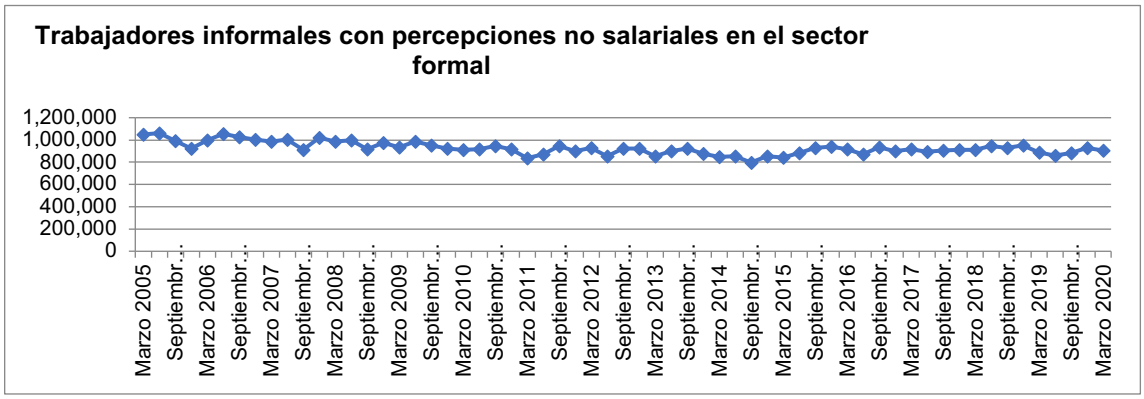
La Figura 5 indica el comportamiento del número de trabajadores asalariados informales en el sector formal durante el periodo 2005-2020, teniendo un incremento promedio trimestral de 30,740.04.

Figura 5. Serie de tiempo de los trabajadores asalariados informales en el sector formal (2005-2020).



Fuente: Elaboración propia con información del ENOE.

Figura 6. Serie de tiempo de los trabajadores informales con percepciones no salariales en el sector formal, (2005-2020).



Fuente: Elaboración propia con información del ENOE.

La Figura 6 muestra una tendencia negativa del número de trabajadores informales con percepciones no salariales en el sector formal durante el periodo 2005-2020, mostrando una disminución promedio trimestral de 1,967. 86.

CONCLUSIONES

Salazar y Azamar (2014) describen que, aunque México experimentó un extenso periodo de crecimiento económico sostenido durante el periodo de 1950 – 1982, existieron episodios de devaluación, inflación y un elevado endeudamiento externo, lo cual desembocó en la crisis de la deuda externa de 1982. Los datos señalan que para haber conservado la tasa de empleo formal que la economía mexicana tenía en 1982, entre este año y 1994 se deberían haber creado 14 millones de puestos de trabajo. Sin embargo, en ese periodo sólo se generaron dos millones de empleos formales, por lo que se estima que 12 millones de personas no tuvieron otra alternativa que encontrar ocupación en el sector informal (Fujii, 1999).

La precariedad del mercado de trabajo mexicano es resultado de la estrategia neoliberal aplicada en México desde 1983 hasta el presente, teniendo como objetivo hacer más competitivas a las empresas, con cargo a las normativas de inseguridad en el empleo, al aumento de la intensidad del trabajo, a la disminución de los salarios y a la desregulación de las condiciones de protección de los trabajadores. Esta última forma se asocia a la desigualdad del ingreso, a la pérdida de puestos de trabajo y a diversas maneras en que las condiciones de los trabajadores se convirtieron en precarias (Sotelo, 1998), entre las que sobresale la flexibilidad en los contratos laborales a favor de las empresas, conduciendo a una desprotección social progresiva (Martínez, Marroquín y Ríos, 2019).

Por una parte, las políticas macroeconómicas han estado unilateralmente orientadas al control de la inflación, descuidando el crecimiento sostenido del producto nacional y del empleo, con ello han desmantelando todas las garantías de protección al trabajo, y se ha mantenido una política salarial institucional claramente contraria a los trabajadores (Salazar y Azamar, 2014).

Martínez (2005) explica que el sector informal, es un sector dependiente del sector formal en varios aspectos:

- En parte de la constitución de su capital físico y humano, de sus insumos y de sus mercados.
- Recluta a buena parte de sus empresarios entre los antiguos asalariados del sector formal.
- Numerosas unidades de producción fueron creadas o se mantuvieron con los ahorros del sector formal.
- Una parte importante de los insumos de las unidades informales provienen del sector formal.
- Una parte considerable de su demanda proviene de asalariados del sector formal.

Martínez (2005) resume que, sin embargo, existen causas directas que impulsan el crecimiento de este tipo de economías, como son la carga impositiva, las aportaciones a la seguridad social, el aumento a las restricciones laborales y los niveles salariales de la economía oficial. “En países con tasas impositivas relativamente bajas, con menos leyes y normas, y donde se respetan y se hacen cumplir las disposiciones jurídicas, tiende a ser menor la magnitud de la economía clandestina”.

Finalmente, como se puede observar, se cumplió el objetivo originalmente planteado en el presente trabajo: identificar la segmentación y tendencia de la informalidad laboral en México. Se sugiere ampliar el periodo de estudio para identificar la evolución histórica de la informalidad en el sector formal (serie de tiempo) que la llevó a constituir la tercera parte de la informalidad laboral que se observó en el periodo de estudio. Lo anterior constituirá un buen referente para realizar el análisis de la actuación del Estado respecto a la informalidad laboral.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (2006). Antecedentes. Recuperado el 15 de julio de 2020 de www.diputados.gob.mx/cesop/

CIT- OIT 90 (2002), *Conferencia* I*nternacional del Trabajo. Informe VI: El trabajo decente y la economía informal*, Ginebra, OIT..

Cota, Y. R. & Navarro A. A. (2015). Análisis del Mercado laboral y el empleo informal mexicano. *Papeles de Población*, No. 85. México.

De la Peña, G. (1996). Corrupción e Informalidad. *Espiral.* Universidad de Guadalajara, México.

Flores, L. R., Zamora, S. y

Contreras, E. (2013). Transiciones entre el trabajo formal e informal y medios de intermediación laboral en México 2005-10. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado el 16 de junio de 2020 de https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Transiciones-entre-el-trabajo-formal-e-informal-y-medios-de-intermediaci%C3%B3n-laboral-en-M%C3%A9xico-2005-2010.pdf

Fujii, G.G. (1999). Flexibilización laboral y empleo en México. *Investigación Educativa,* LIX, México.

Hart, K. (1973). Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana. *The journal of Modern African*. Studies Cambridge University Press.

Hussmanns, R. (2001), *El sector informal y el empleo informal*, Ginebra, OIT.

INEGI (2019). México: estadísticas de informalidad laboral. Recuperado el 02 de junio de 2020, de https://www.cepal.org/sites/default/files/presentations/20190404_16._heredia-inegi.pdf

INEGI (s/f). Nuevas Estadísticas de Informalidad Laboral. Recuperado el 20 de junio de 2020 de https://www.snieg.mx/DocAcervoINN/documentacion/inf_nvo_acervo/SNIDS/ENOE/Informalidad_FINAL.pdf

Jiménez, M. (2013). La informalidad laboral en el sector formal Un análisis preliminar. INSTITUTO DE ESTUDIOS LABORALES Y DEL DESARROLLO ECONÓMICO (ielde), Argentina. Recuperado el 10 de junio de 2020 de https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/3135/items_upload-WPIelde_Nro10.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martínez, L. K. A., Marroquín, A. J. & Ríos, B. H. (2019). Precarización laboral y pobreza en México. *Análisis Económico,* vol. XXXIV, núm. 86, México.

Martínez, P. J. F. (2005). El sector informal en México. *El Cotidiano.* No. 130. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. México.

Martínez, S. J. (2008). Empleo Informal y Segmentación del Mercado de Trabajo Urbano en México. Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona. Recuperado el 16 de junio de 2020 de https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4017/jms1de1.pdf

OIT (2013). La medición de la informalidad: manual estadístico sobre el sector informal y el empleo informal. Ginebra. Recuperado el 5 de julio de 2020, de http://www.ilo.int/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_222986.pdf

OIT (2016). Organización Internacional del Trabajo. Recuperado el 26 de Enero de 2016, de http://www.ilo.org/global/topics/employment-promotion/informaleconomy/lang--es/index.htm .

Ramos, S. (2015). Sector informal, economía informal e informalidad. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo. 6 (11).

Rubio, M. (enero-junio de 2014). El trabajo informal en Colombia e impacto en América Latina. Observatorio Laboral, 7(13), 28.

Salazar , C.A. Azamar, A. A. (2014). Flexibilidad y precarización del mercado de trabajo en México. Política y Cultura. No. 42. México.

Sotelo, V. A. (1998). La precarización del trabajo: ¿premisa de la globalización? *Papeles de Población*, vol. 4, núm. 18. Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México

STPS (s/f). Glosario de términos laborales. Recuperado el 16 de junio de 2020, de http://www.stps.gob.mx/gobmx/estadisticas/Glosario/glosario.htm#inicio

PROPUESTA ESTRATÉGICA PARA MICROEMPRESAS ANTE COVID-19.

CELSO RAMÓN SARMIENTO REYES[1], MARIBEL MARTINEZ LEE[2], ISRAEL CRECENCIO MAZARIO TRIANA[3]

RESUMEN

La aparición del Covid-19 ha provocado incertidumbre en las empresas, al no contemplarse un aislamiento de la sociedad, lo que ha provocado un impacto drástico en sus economías. Ante esta situación, se ubican los siguientes aspectos: desconocimiento del tiempo de evolución de la pandemia, desconocimiento de la normatividad de aplicación y temor al futuro.

Considerando que las empresas que predominan en nuestro país son las microempresas (INEGI, 2018), es necesario que se profundice el analisis de ellas para coadyuvar a su permanencia ante la emergencia sanitaria que se vive actualmente. La base para este estudio es, por una parte, la investigación realizada sobre la caracterización en la permanencia y competitividad de las microempresas de Poza Rica, Veracruz, (2019) y, por otra parte, los Lineamientos Técnicos Específicos para la Reapertura de las Actividades Económicas (29/05 2020).

Para analizar la situación en las empresas y la manera en que pueden afrontar la reapertura de sus actividades, se presenta una propuesta estratégica dirigida al sector MiPymes (en particular a las microempresas) para apoyar en su reapertura y con ello potenciar sus probabilidades de permanencia. La propuesta está conformada por tres ejes: Lineamientos normativos para la nueva normalidad, Servicio al cliente y Administración Estratégica.

Palabras clave: microempresas, nueva normalidad, estrategia.

[1] Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico Superior de Poza Rica. celso.sarmiento@itspozarica.edu.mx

[2] Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico Superior de Poza Rica. maribel.martinez@itspozarica.edu.mx

[3] Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico Superior de Poza Rica israel.mazario@itspozarica.edu.mx.

ABSTRACT

The emergence of Covid-19 has caused uncertainty among businesses, as they do not contemplate isolation from society, which has had a drastic impact on their economies. In view of this situation, the following aspects are to be found lack of knowledge of the time of evolution of the pandemic, lack of knowledge of the regulations to be applied and fear of the future.

Considering that the companies that predominate in our country are the micro enterprises (INEGI, 2018), it is necessary to deepen the analysis of them to contribute to their permanence before the sanitary emergency that is lived at the moment. The basis for this study is, on the one hand, the research carried out on the characterization in the permanence and competitiveness of the micro enterprises of Poza Rica, Veracruz, (2019) and, on the other hand, the Specific Technical Guidelines for the Reopening of Economic Activities (29/05 2020).

In order to analyze the situation in the enterprises and the way in which they can face the reopening of their activities, a strategic proposal is presented, directed to the MiPymes sector (in particular to the micro enterprises) to support their reopening and with it to strengthen their probabilities of permanence. The proposal is made up of three axes: normative guidelines for the new normality, customer service and strategic management.

Keywords: microenterprises, new normality, strategy**.**

INTRODUCCIÓN

La enfermedad del Covid-19 ha impacto al mundo en todos los aspectos posibles (social, político o económico, etc.). Aunque algunas voces se han lanzado a predecir cómo será el mundo a partir de ahora (Han, 2020), lo cierto es que no se puede tener la certeza de que el mundo seguirá de esta manera o tomará otro giro drástico en el futuro; en este contexto, la incertidumbre es la principal protagonista de la actualidad.

Por lo tanto, la planeación en la administración de las empresas, a causa de la aparición de la pandemia por la enfermedad del Covid-19, se ha quedado corta respecto al desarrollo de sus actividades. Si bien en la actualidad las empresas

están familiarizadas con llevar sus actividades mediante un plan de negocios, análisis administrativo, plan estratégico y estudio de mercado; la pandemia ha cambiado esta manera de trabajo drásticamente y, por lo tanto, su situación económica. En este sentido, se presentan tres factores que impactan en la economía de las empresas:

1. La aparición de la enfermedad del Covid-19. Esta enfermedad ha provocado temor en la sociedad, de tal forma que la población ha tenido que adaptar sus actividades diarias de forma distinta a la que llevaban. En esta situación, las personas han dejado de frecuentar lugares en donde realizaban sus compras, por miedo a contraer dicha enfermedad. Esto ha causado una disminución en los clientes de las empresas de cualquier tamaño, en gran parte por la solicitud de los gobiernos de tomar medidas de aislamiento en casa, lo que ocasiona que las personas realicen compras en los negocios más cercanos a sus hogares, limitándose a comprar en negocios de su preferencia. Por otro lado, un causante de la disminución en los clientes es el cambio ideológico de compras, ya que la sociedad se ha enfocado a comprar productos comestibles e indispensables para vivir, debido a la disminución de los salarios (Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO, 2020).
2. La regulación normativa planteada por el gobierno. Se está llevando a cabo un protocolo que en ocasiones los empresarios no tienen idea de que existe, y no porque los documentos del gobierno sean confusos, sino por la falta de hábitos de lectura de la sociedad mexicana (Parametría, 2020).
3. El desconocimiento de la evolución de la pandemia. La falta de información, sobre el Covid-19 y su evolución, es causante de que no se pueda realizar una planeación de la actividad de la empresa, sin considerar un posible rebrote de la pandemia que puede generar la paralización de las actividades económicas nuevamente. Aunado a esto no se tiene claro científicamente cuanto dure la pandemia.

Estos tres aspectos impactan a cualquier empresa, y considerando que las empresas predominantes en nuestro país son las microempresas, es necesario que se profundice el analisis de ellas para que no desaparezcan ante este panorama.

Por tal motivo, y a partir de un estudio realizado sobre la caracterización de las microempresas de Poza Rica, con el fin de determinar las variables que impactan positivamente en su permanencia y en su nivel de competitividad (Sarmiento, Mazarío y Martínez, 2019), se proponen estrategias para apoyar la reapertura de las microempresas y con ello potenciar sus probabilidades de permanencia. La propuesta está conformada por tres ejes: Lineamientos normativos para la nueva normalidad, Servicio al cliente y Administración Estratégica, los cuales buscan, además de brindar herramientas para la planificación de las actividades en el contexto actual, facilitar el entendimiento de la situación de la pandemia COVID-19, para la nueva normalidad.

MARCO REFERENCIAL

Una pandemia es la propagación mundial de una nueva enfermedad, que impacta en todos los sentidos a una extensa variedad de territorios, en este caso la enfermedad del Covid-19 en el mundo. Cuando surge una pandemia todos los aspectos de la vida se ven afectados, de distinta manera y con diferente intensidad, el impacto se ve reflejado en los diferentes aspectos de la vida cotidiana. Así, la actividad económica del país también se ve afectada, identificándose algunos efectos importantes del impacto:

1. El primer efecto destacable es el confinamiento de las personas y su repercusión en la demanda de bienes y servicios de todo tipo. Uno de los sectores que más ha resentido los efectos es el turismo. Con la pandemia, el sector turístico fue de los primeros en cerrar actividades.

A fines del primer trimestre de 2020, derivado del cierre de varios países y de la correspondiente cancelación de vuelos a nivel mundial, se obtuvo una gran disminución en las regiones del país orientadas a las actividades turísticas. De igual manera, el turismo local también disminuyó debido a la reducción de la movilidad y la limitación de la economía a actividades esenciales.

La actividad turística en México es una de las principales fuentes de empleo, intercambio comercial, mantenimiento, difusión de arte y cultura, valoración de la ecología, entre otros, en el país. De acuerdo con la Organización Mundial, el número

de visitantes extranjeros que llegan a México creció de 23.3 millones en 2010 a 39.3 millones en 2017; y a 41.4 millones en 2018. Lo que apunta un ascenso económico de un 6.7% pasando, en ese último año, a 22 mil 510 millones de dólares estadounidenses. De acuerdo con estos datos, darse la idea de la importancia del sector turístico en el país no es difícil, por lo cual es mayor el efecto negativo que genera la pandemia en la economía mexicana debido a las medidas preventivas que se deben llevar acabo.

A fines del primer trimestre de 2020, derivado del cierre de varios países y de la correspondiente cancelación de vuelos a nivel mundial, se obtuvo una gran disminución en las regiones del país orientadas a las actividades turísticas. El inicio del confinamiento ha causado problemas no solo en los sectores turísticos sino también en los procesos productivos asociados a las cadenas globales de valor de algunos sectores manufactureros.

El Centro de Investigación y Competitividad Turística (Cicotur) de la Universidad Anáhuac señaló que: En caso de que se diera el peor escenario –una reducción del consumo turístico de casi 240 mil millones de pesos–, vale la pena, destacar que esta cifra es 25% más que lo que costaría la refinería Dos Bocas, 1.7 veces la inversión prevista para el tren maya, el 84% del saldo positivo de la Balanza Turística en 2019, un poco más que todo el presupuesto del Sector Salud en 2020, casi la mitad de las exportaciones petroleras en 2019, 47 veces el presupuesto del Sector Turismo federal y equivale a 12.3 puntos del PIB turístico (Madrid, 2020.5).

2. El segundo efecto destacable es la desaceleración económica en el país.

La actividad económica en el país se desaceleró significativamente como resultado de la suspensión de varias actividades, todo esto con el fin de acatar las normas preventivas contra la enfermedad del Covid-19, entre las que destaca el aislamiento social. Esta decisión inevitablemente afectó a varios sectores, entre los que se encuentran principalmente los sectores manufactureros y de servicios, que pausaron sus actividades labores temporalmente para garantizar el distanciamiento social, lo que trajo como consecuencia un aumento considerable del desempleo. De acuerdo con José Luis de la Cruz, director del Instituto para el Desarrollo Industrial y el Crecimiento Económico, el escenario más optimista es una caída del 4.6%, pero

los escenarios más pesimistas son de más de 8%, con una pérdida de empleos que podría llegar hasta un millón 400 mil, lo que significa que 6 millones de mexicanos van a sufrir la afectación por la falta de empleo.

De acuerdo a datos del Instituto de Estadística y Geografía (INEGI) dados a conocer en el mes de julio, el PIB de nuestro país cayó 17.3 % en el segundo trimestre del año, siendo esta la mayor caída desde que se registra la actividad económica del país (INEGI, junio 2020).

Por otra parte, diversas estimaciones establecen que el PIB nacional caerá alrededor del 9% durante todo 2020. Esta caída trae consigo la pérdida de empleo de muchas personas.

3. El tercer efecto destacable es el proceso de reapertura de las empresas.

En este momento, México se encuentra en un proceso lento y gradual de reapertura, ya que aún existen niveles altos de contagio, además de la posibilidad de un rebrote de la enfermedad. Esto implica, por lo tanto, una apertura parcial de actividades, tomando en cuenta cuatro dimensiones:

- Tipo de actividad (esencial o no esencial).
- Tamaño del centro del trabajo (pequeño, mediano, grande).
- Nivel de alerta sanitaria de la ubicación del centro de trabajo (semáforo de colores rojo, naranja, amarillo y verde).
- Características del centro de trabajo (identificar al personal con características de vulnerabilidad, al cuidado de terceros y espacio físico).

Todos los efectos ya antes mencionados, han provocado que la situación para las empresas, incluyendo las grandes, no sea fácil y que la población se limite a comprar lo indispensable, considerando los demás productos como no prioritarios y hasta superfluos.

Teniendo claro que la economía mexicana recae principalmente en las micro y pequeñas empresas, las cuales están poco formalizadas, es decir que en su mayoría son empresas que no están registradas o están en proceso de registro, es decir que no reportan sus operaciones ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT), o bien no tienen incorporados a sus trabajadores en el Instituto Mexicano del

Seguro Social (IMSS), es fundamental apoyar a las micro y pequeñas empresas en el proceso de reapertura en el contexto de la nueva normalidad.

En este sentido, Sarmiento, Mazarío y Martínez (2019), realizaron la investigación en el municipio de Poza Rica, ubicado en la zona norte del estado de Veracruz, dentro de la Región Totonacapan. Este municipio es considerado como el principal núcleo urbano de la zona norte del estado, el cual se ha caracterizado tradicionalmente por la actividad petrolera, además de una fuerte actividad comercial. El trabajo tuvo como objetivo general caracterizar a las microempresas, a partir de una encuesta aplicada a las mismas. Lo que permite, identificar las variables que impactan en su permanencia en el mercado, generando con ello la base para el diseño de estrategias empresariales en las áreas de oportunidad detectadas, coadyuvando con esto a potenciar el desarrollo de las microempresas, y a apoyar su permanencia en el mercado.

En este estudio se encuestó a 465 microempresas, del total de empresas, 220 las dirigen mujeres y 245 por hombres. Y los resultados obtenidos se resumen de la siguiente manera: la edad promedio de la persona responsable de la empresa es de 39.3, el número promedio de trabajadores es de 3.7 y los años promedio en el mercado de las empresas encuestadas es de 12.24. Referente a la escolaridad de la persona responsable, se encontró que 62 personas cuentan con educación básica, 50 tienen educación técnica, 27 cuentan con preparatoria incompleta, 130 concluyeron la preparatoria, 46 cuentan con estudios incompletos de licenciatura, 137 tiene la licenciatura terminada y 10 cuentan con posgrado. Por otra parte, en lo que respecta a la administración de la empresa, respecto a la planificación de las actividades de la empresa, 221 empresas afirman que siempre planifican las actividades anuales, y en el otro extremo, 96 empresas respondieron que nunca planifican sus actividades Finalmente, la relación de la permanencia de las empresas con la capacitación del personal y el uso de software administrativo es directa; es decir, la capacitación de personal y el uso de software administrativo impactan positivamente en la permanencia de las empresas.

De los resultados se desprende que la planificación estratégica es fundamental para la permanencia de las empresas, y más en un entorno tan incierto como el que se vive actualmente por la pandemia de COVID-19, ya que la reapertura de empresas requiere protocolos que rigen la operatividad de los negocios hoy en día, donde los principios rectores son: Privilegiar la salud, solidaridad y no discriminación, economía moral y eficiencia productiva, responsabilidad compartida (pública, privada y social). Considerando la existencia de incertidumbre acerca de la duración de la pandemia y la crisis económica que atraviesa nuestro país, se presenta la siguiente propuesta metodológica con el objetivo de apoyar a las microempresas (en particular del sector turístico), en la reapertura de sus negocios, ante la realidad actual. Con esto se busca coadyuvar en su proceso de planificación y con ello en permanencia en el mercado.

DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación según Sampieri (2010) es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno, es decir que parten de un cuestionamiento que se puede plasmar en una pregunta y al contestarse ésta surge lo que se va a desarrollar, lo cual será la guía, y se plasma en un objetivo general de la investigación; para el logro de este se llevan a cabo objetivos específicos.

La propuesta que se presenta tiene un enfoque cualitativo, el enfoque se basa en la información que se originó en una investigación, realizada a través de encuestas a microempresarios de la zona de Poza Rica, Ver. Asimismo, parte de la información que el Gobierno de la República ha emitido, principalmente del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Técnicos Específicos para la Reapertura de las Actividades Económicas (2020) publicado en el Diario Oficial de la federación el 29 de mayo del mismo año, y también por lo establecido por las secretarias y dependencias que intervienen en los lineamientos de COVID 19 como son, la Secretaria de Economía, de Trabajo y Previsión Social, Salud y el Instituto Mexicano del Seguro Social para ser aplicada a las empresas debido a la Pandemia de COVID 19. Con esto se presenten las estrategias que impacten a las microempresas para

potenciar sus probabilidades de permanencia. A continuación, se esquematiza la metodología para una mejor comprensión:

Objetivo general	Diseñar propuesta estratégica dirigida al sector MiPymes (microempresas) para su reapertura y potenciar sus probabilidades de permanencia, en base a tres ejes: Lineamientos normativos en materia de salud, Servicio al cliente y Administración Estratégica.
Objetivos específicos	Identificar las características generales de las microempresas Analizar los factores que impactan en la reglamentación administrativa, jurídica y de salud. Diseñar estrategias.
Pregunta	¿Cómo potenciar las actividades de la microempresa ante la pandemia COVID 19?
Aspectos	Elementos que tienen las microempresas Normatividad federal, estatal y municipal. Estrategias administrativas de apertura
Factores asociados	Caída de las ventas de las microempresas Falta de conocimiento de los microempresarios

JUSTIFICACIÓN

Sabiendo que la implementación de nuevos protocolos debe fundamentarse en la normatividad jurídica y va dirigida a brindar una mayor seguridad de los empleados, clientes y colaboradores, entonces el aspecto del servicio al cliente se vuelve fundamental (en sí ya lo es) para la empresa. Si el servicio al cliente “cambia” debido a la emergencia sanitaria, es necesario que los nuevos protocolos de sanidad se institucionalicen para que sean parte natural del actuar de la empresa, es decir, que se debe llevar a cabo una “nueva administración estratégica” para formalizar lo que se implemente.

Si bien la implementación de nuevos protocolos de sanidad es requisito para la reapertura de la empresa y su actividad, es importante tener presente que dicha implementación va a impactar en la cotidianidad de las empresas, por lo que es necesario establecer estrategias bajo los requerimientos normativos que establece el gobierno (fundamentalmente en materia de sanidad). Con esto el temor ante la pandemia disminuirá (esperando que desaparezca o al menos se aprenda a convivir con el virus) y se podrá cumplir con lo que establezcan las autoridades de todos los órdenes de gobierno para las microempresas; lo que generará confianza a la empresa y sus clientes, quienes tendrán un mejor servicio, acorde a la nueva

normalidad. Consideramos que esta propuesta puede potencializar las ventajas de la empresa y, por ende, su permanencia en el mercado.

La emergencia sanitaria (y sus consecuencias económicas) no sólo afecta a las empresas, sino a toda la población. Para salir lo más pronto y de la mejor manera posible de la crisis sanitaria y económica que se vive, es necesaria la colaboración de todos los sectores. En este proyecto los sectores empresarial y académico colaboran para que las microempresas puedan llevar a cabo el reinicio de sus actividades y con ello iniciar la recuperación de su situación financiera. Además, dada la importancia que las microempresas tienen en el crecimiento y desarrollo económico, su permanencia en el mercado es fundamental para el desarrollo regional.

La población en la que podrá diseñarse estrategias son las microempresas que permitan realizar el analisis, asimismo aquellas que participaron en la investigación caracterización de la microempresa de Poza Rica, Ver., y se limitara a los lineamientos jurídicos, administrativos que coadyuven al cumplimiento ante las dependencias de gobierno para disminuir egresos por futuras sanciones económicas o administrativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Gobierno de México. (2018). INEGI presenta resultados de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las MIPYMES (ENAPROCE) 2018. MEXICO. Recuperado el 3 de agosto de 2020, de: https://www.gob.mx/se/articulos/inegi-presenta-resultados-de-la-encuesta-nacional-sobre-productividad-y-competitividad-de-las-mipymes-enaproce-2018

HAN, B-C. (2020). La emergencia viral y el mundo de mañana. Recuperado el 3 de agosto de 2020, de: https://elpais.com/ideas/2020-03-21/la-emergencia-viral-y-el-mundo-de-manana-byung-chulhan-el-filosofo-surcoreano-que-piensa-desde-berlin.html.

Madrid, Francisco (Madrid, 2020). Centro de Investigación y Competitividad Turística (Cicotur) de la Universidad Anáhuac. Recuperado el 3 de agosto de 2020, de: https://www.anahuac.mx/mexico/cicotur/sites/default/files/2020-04/Doc10_Afectaciones_abril_Cicotur.pdf

Parametría, S.A. de C.V. (2012). Carta paramétrica. MÉXICO. Recuperado el 3 de agosto de 2020, de:

https://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=4560

Sarmiento Reyes, Celso Ramón; Mazarío Triana Israel Crecencio y Martínez Lee Maribel; “Caracterización de las microempresas de Poza Rica, Veracruz”, en REVISTA: Abordajes teóricos, impactos externos, políticas públicas y dinámica económica en el desarrollo regional - Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional, A.C. (pags. 624-638), MÉXICO; ISSN: 978-607-8632-06-0; DIRECCION ELECTRÓNICA: http://ru.iiec.unam.mx/4636/

Gobierno de México (2020) Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Técnicos Específicos para la Reapertura de las Actividades. Fecha: mayo 2020, Diario Oficial de la Federación.

https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5594138&fecha=29/05/2020

ANÁLISIS DEL USO DE LAS TIC EN LOS GRUPOS Y EQUIPOS DE TRABAJO EN LAS MEDIANAS Y GRANDES EMPRESAS DE LA REGIÓN DE XALAPA, VER.

LUIS ALEJANDRO GAZCA HERRERA[1], XIMENA MONTSERRAT ZÁRATE HERNÁNDEZ[2], CARLOS ALBERTO CASTILLO SALAS[3], FACUNDO ENRIQUE PACHECO ROJAS[4], GABRIEL ARTURO SOTO OJEDA[5]

RESUMEN

El presente artículo realiza un análisis sobre el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los grupos y equipos de trabajo en las medianas y grandes empresas de la región de Xalapa, Veracruz. El estudio se llevó a cabo desde un enfoque cuantitativo; para ello, se administró un instrumento con 21 ítems dividido por dimensiones e indicadores que miden el manejo e implementación de las tecnologías. Las unidades de análisis se determinaron con base, a una población infinita de unidades económicas, teniendo como resultado una muestra de 126 colaboradores en empresas, 48 grandes y 78 medianas. Los resultados obtenidos arrojaron que los colaboradores de las empresas consideran necesario la implementación de las TIC, en el mismo sentido la prueba de hipótesis estadística demostró que más del 70% de los colaboradores encuestados, consideran buena opción implementar tecnologías en el área donde laboran, donde se formalizan los grupos y equipos de trabajo, para dar solución a problemáticas o situaciones que se presenten. Como complemento a la investigación, se buscaron herramientas tecnológicas para apoyar la productividad en los equipos de trabajo, siendo aplicaciones accesibles, intuitivas y funcionales, que, con una correcta implementación podrán ahorrar recursos económicos y de tiempo dentro de las organizaciones.

Palabras claves: Grupos y equipos de trabajo, Medianas empresas, Grandes empresas, Tecnología de la información y comunicación, Productividad.

[1] Universidad Veracruzana. lgazca@uv.mx
[2] Instituto Universitario Veracruzano. ximena.zarate@iuv.edu.mx.
[3] Universidad Veracruzana. cacs3@hotmail.com
[4] Universidad Veracruzana. Facundo.epachecho@gmail.com
[5] Universidad Veracruzana. Gsoto@uv.mx

ABSTRACT

This article analyzes the use of Information and Communication Technologies (ICT) in groups and work teams in medium and large companies in the Xalapa, Veracruz region. The study was carried out from a quantitative approach; For this, an instrument with 21 items divided by dimensions and indicators that measure the management and implementation of technologies was administered. The analysis units were determined based on an infinite population of economic units, resulting in a sample of 126 employees in companies, 48 large and 78 medium. The results obtained showed that the collaborators of the companies consider the implementation of ICT necessary, in the same sense the statistical hypothesis test showed that more than 70% of the collaborators surveyed consider a good option to implement technologies in the area where they work, where work groups and teams are formalized to solve problems or situations that arise. As a complement to the research, technological tools were sought to support productivity in the work teams, being accessible, intuitive and functional applications, which, with a correct implementation, can save economic resources and time within organizations.

Keywords: Work groups and teams, Medium companies, Large companies, Information and communication technology, Productivity.

INTRODUCCIÓN

Conforme avanzan los tiempos, la tecnología sigue siendo un elemento de primera necesidad para todas las organizaciones, la significatividad que las nuevas tecnologías están adquiriendo en la sociedad nos lleva a realizar investigaciones sobre su importancia y el impacto en los procesos administrativos , es por lo que en esta investigación se realizó un análisis sobre las TIC en los grupos y equipos de trabajo en las organizaciones grandes y medianas de la ciudad de Xalapa Veracruz, sin importar su giro, puesto que en la actualidad se vuelve indispensable la implementación de nuevas herramientas para la evolución de todas las actividades dentro de la organización esto con el único propósito de obtener rentabilidad y mayor productividad. De acuerdo con Martínez (2017) la mejora en la productividad se puede generar de tres maneras: reduciendo los tiempos en la ejecución de

procesos, eliminando o sustituyendo total o parcialmente tareas dentro de esos procesos o incorporando nuevas funcionalidades que aportan valor al proceso ya existente, de esta manera, la productividad funciona como la relación entre valor generado y recursos utilizados y, aunque resulte una obviedad, el objetivo es maximizar el valor de servicio con el empleo óptimo de recursos, sin embargo, no hay que olvidar que el aspecto tecnológico representa un elemento fundamental en la mejora de la productividad.

De igual forma cuando se pretenden resolver ciertas situaciones o bien iniciar nuevos proyectos, se pueden enumerar una gran cantidad de beneficios que se tienen al trabajar en equipos y/o grupos dentro de la organización, se desarrollarán mejores relaciones interpersonales, se satisfacen logros personales y organizacionales simultáneamente. Actualmente los equipos de trabajo (Teamwork) son considerados imprescindibles para generar nuevas ideas y mejores soluciones, especialmente en los niveles gerenciales medios y altos de las empresas.

Sin embargo, sino se coordina de manera adecuada los elementos tecnológicos y organizacionales a la hora de integrar los grupos de trabajo y ponerlos en marcha se enfrentan diversos problemas por no tener los conocimientos necesarios para poder manejarlos y he aquí la importancia de la tecnología aplicada sobre estos mismos.

Con base en la problemática descrita, el objetivo de esta investigación fue realizar un análisis en las medianas y grandes empresas para identificar cómo consideran los grupos y/o equipos de trabajo la implementación de las TIC cuando se conforman favoreciendo el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

CONTEXTO TEÓRICO

La utilización de las TIC en las organizaciones como herramientas en los procesos administrativos han llevado a la realización más eficiente de todos los procesos, estas permiten el apoyo a la toma de decisiones tanto operacionales como gerenciales adoptando mejores tecnologías y aprovechando un nivel óptimo de producción, las TIC, como medios electrónicos de captura, procesamiento, almacenamiento y difusión de datos e información, facilitan su utilización en el

diseño de estrategias que favorecen el progreso de la organización (Alemna y Sam, 2006).

Se considera a las TIC, el medio por el cual los datos fluyen de persona o departamento hacia otros, y puede ser concentrada, desde la comunicación interna y líneas telefónicas, hasta sistemas de cómputo que generan reportes para varios usuarios (Obasan y Soyebo, 2012). Por su parte, Díaz (2011) define que es indudable el ambiente competitivo en el que se vive actualmente en el campo empresarial, ya que se requiere de promover los procesos y actividades de negocio que generan las ventajas competitivas de las empresas ante sus más fuertes competidores; el deseo de sobresalir ante la competencia ha permitido que se dé mayor importancia a las tecnologías de información y su alineación con las estrategias corporativas para mejorar sus procesos clave de negocio (citado en Quispe, Padilla, Telot y Nogeira, 2017).

Con base en un artículo de un diario de circulación nacional, menciona que el ineficiente uso de las TIC en la gestión empresarial, la falta de capacitación en el uso de nuevas tecnologías para simplificar el uso de la información, trabajar con datos duros en tiempo real y hacer más eficiente la toma de decisiones por los directivos, entre otros factores, genera un riesgo en el desempeño de las empresas (excelsior 2019), es por ello que el trabajo en equipo es una competencia necesaria para el éxito organizacional, se presentan enfoques y aportes desde diversas disciplinas (Nancarrow, Booth, Ariss, Smith, y Roots 2013). De acuerdo con los conceptos encontrados por Bayona y Cruz (2012), se define un grupo/equipo de trabajo como la agrupación de dos o más personas que interactúan en forma dinámica (cara a cara o virtual), interdependiente y adaptativa, en el que cada integrante tiene un rol específico y comparten la responsabilidad de sus resultados en un ámbito organizacional (citado en Rojas, Jaimes y Valencia, 2017).

La correcta combinación de los ámbitos tecnológicos y de la conformación de los grupos de trabajo, implican una mejora en la productividad y en los procesos productivos de la organización. La mejora significa una comparación favorable entre la cantidad de recursos utilizados y la cantidad de bienes, así como los servicios productivos. Por ende, la productividad es un índice que relaciona lo producido por

un sistema (salidas o producto) y los recursos utilizados para generarlo (entradas o insumos) (Carro y González, 2012).

MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó una investigación de tipo no experimental, aplicada, exploratoria, de campo y cuantitativa, con base descriptiva realizando una revisión teórica y literaria sobre los conceptos de TIC y trabajo en equipo.

Para poder tener un panorama amplio de la situación con las grandes y medianas empresas se realizó un proceso de investigación basado en encuestas a los colaboradores de las empresas de Xalapa, cuyas actividades comprende el trabajo en grupos o equipos de trabajo, con esto se buscó medir y conocer la opinión de ellos en el uso de las TIC y su relación en mejorar la productividad. Se diseñó un instrumento bajo el criterio de la escala de Likert, esto con el fin de medir la percepción de los indicadores de las dimensiones en cuanto a los conceptos y operatividad de los grupos de trabajo, así como del uso de la TIC, se creó un instrumento con veintiún ítems que permitió obtener resultados sobre las dimensiones: tecnología en los grupos y equipos de trabajo, capacidad de colaboradores con el uso de tecnologías y la tercera dimensión que consistió en implementación de las TIC.

Para determinara la fiabilidad del instrumento, se aplicó una prueba piloto de veinte cuestionarios, los resultados se analizaron con el coeficiente de Alfa de Cronbach utilizando el software SPSS, se calcularon los promedios de todas las correlaciones existentes entre los ítems del instrumento, obteniendo un valor de .783 y de acuerdo con la escala De Vellis representa un nivel respetable de confiabilidad (García y Cirilo 2006).

Las tablas 1 y 2 representan la fiabilidad de la escala del instrumento obtenido de una encuesta piloto aplicada a veinte colaboradores con veintiún ítems, el cual arrojó un valor de Alfa de Cronbach de .783 lo que representa un valor aceptable de acuerdo con George y Mallery (2003, p. 231).

Tabla 1. Resumen del procesamiento de los casos de las variables para colaboradores.

Resumen del procesamiento de los casos			
		N	%
Casos	Válidos	20	100.0
	Excluidos[a]	0	.0
	Total	20	100.0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia (2020) con SPSS

Tabla 2. Alfa de Cronbach para instrumento de colaboradores.

Estadísticos de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.783	.795	20

Fuente: Elaboración propia (2020) con SPSS

Con los resultados obtenidos se observa que se tiene un instrumento con buena consistencia, que es válido y confiable, por tal motivo se llevó a cabo la aplicación del mismo.

Al no encontrar una fuente secundaria fidedigna de información (INEGI, Secretaría de Economía, Bancomext, entre otros) para determinar la población (sujetos de estudio) de las medianas y grandes empresas en Xalapa, se definieron las unidades de análisis bajo una población infinita. Para la determinación del tamaño de la muestra se consideraron los siguientes datos:

En donde:

n=tamaño de la muestra

e= Error de estimación máximo aceptado= 8.7% =.087

p= Probabilidad de que ocurra el evento=.5

q= (1-p) Probabilidad de que no ocurra el evento

Z= Parámetro estadístico que depende de N (grado de precisión) = 95% en tablas 1.96

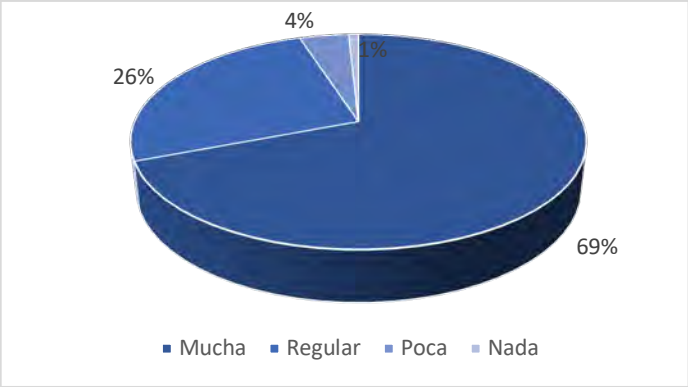
$$n = \frac{1.96^2 * .5 * .5}{.087^2}$$

El resultado de la muestra son 126 encuestas que se aplicaron a los colaboradores que han realizado actividades en grupos o equipos de trabajo, de las encuestas aplicadas 48 de ellas fueron a colaboradores de grandes empresas y 78 en medianas.

RESULTADOS

En este apartado se muestran los resultados descriptivos más significativos de la aplicación del instrumento, con base en el análisis de la información.

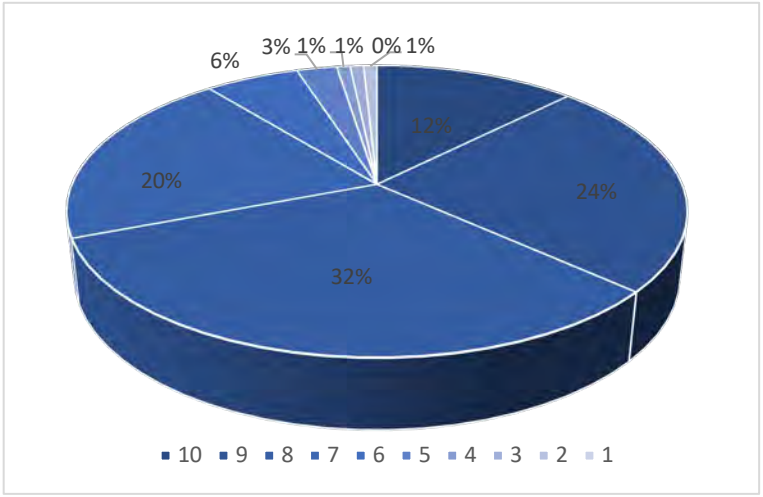
Gráfica 1. Beneficio de la TIC en la productividad en la Empresa.



Fuente: Elaboración propia (2020)

De los colaboradores que trabajan en grupos de trabajo siete de cada diez respondieron que las TIC benefician en la productividad en la empresa, sólo un cinco por ciento respondió que en poco o nada benefician.

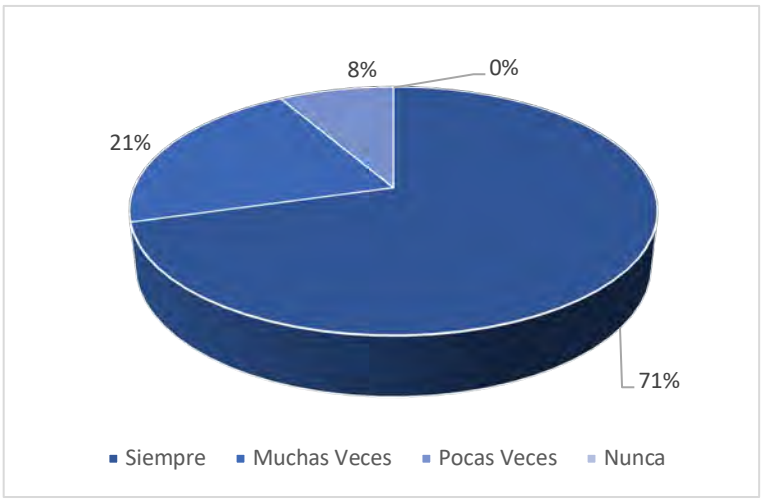
Gráfica 2. Cómo considera el colaborador su conocimiento en uso de las TIC (1 menor grado – 10 mayor grado)



Fuente: Elaboración propia (2020)

De acuerdo con la gráfica 2, nueve de cada diez colaboradores consideran que su calificación en el conocimiento en el manejo de las TIC es superior a siete, destacando un 24% con calificación de nueve.

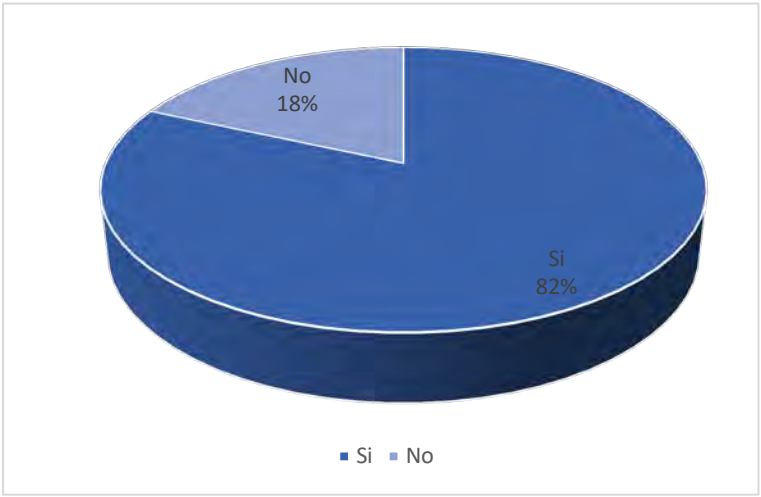
Gráfica 3. Frecuencia en la utilización de internet, aplicaciones y dispositivos móviles



Fuente: Elaboración propia (2020)

Con base en la gráfica 3 se puede visualizar que un 92% de los colaboradores utilizan aplicaciones, internet y dispositivos móviles que apoyan los procesos administrativos y el trabajo colaborativo en los grupos y equipos de trabajo.

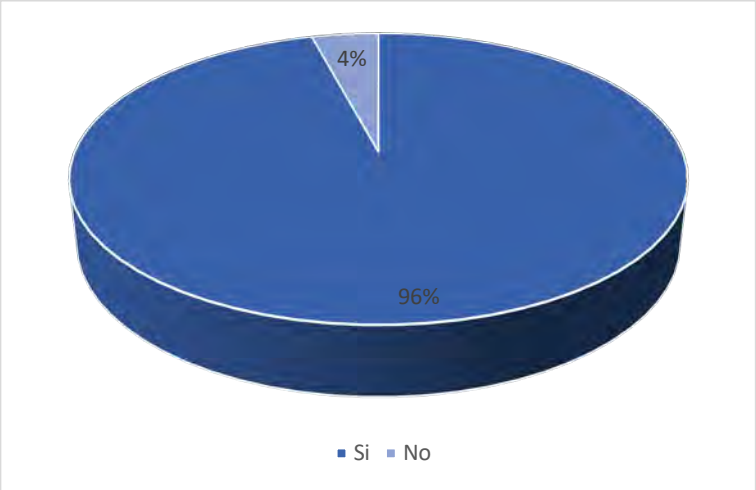
Gráfica 4. Las empresas cuentas con los recursos económicos para mejorar las TIC enfocadas a mejorar la productividad de los grupos de trabajo.



Fuente: Elaboración propia (2020)

Se puede apreciar en la gráfica 4 que el 82% de los colaboradores entrevistados respondieron que la empresa donde trabajan cuentan con los recursos económicos para mejorar el uso de las TIC encaminadas a mejorar la productividad cuando se integran en grupos de trabajo.

Gráfica 5. Considera necesario implementar la actualización de las TIC para elevar la productividad en los grupos de trabajo en las empresas.



Fuente: Elaboración propia (2020)

En la gráfica 5 se puede visualizar que el 95% de los encuestados considera que es necesario mejorar las TIC en la empresa, puesto que esto mejoraría la productividad en los grupos de trabajo.

Finalmente como parte de los resultados obtenidos, 66% de los colaboradores que respondieron consideran que las tecnologías de información benefician en sus empresas, mientras que el 24% creen que no benefician lo suficiente; así mismo la mejora de la tecnología en los grupos y equipos de trabajo tuvo un buen nivel de aceptación con un total de 66% de los colaboradores que creen que tendría mucha mejora la productividad y solo 26% piensa que no lo suficiente; por otra parte 91% de los colaboradores tienen la percepción que sería buena opción implementar tecnologías en el área de trabajo de los colaboradores. Por lo expresado con anterioridad la implementación de las tecnologías en los equipos y grupos de trabajo es una buena opción para colaboradores, mejorando la productividad y comunicación entre personal de las empresas que radican en la región de Xalapa, Veracruz.

PRUEBA DE HIPÓTESIS ESTADÍSTICA

Las hipótesis estadísticas son afirmaciones acerca de los parámetros, por lo que para probar la validez de una hipótesis de investigación es necesario plantearla en término de hipótesis estadísticas. Por su parte, en el enfoque de Neyman-Pearson, las pruebas de hipótesis se planten como un proceso de decisión entre dos hipótesis, en él se consideran una hipótesis alternativa (H1) que es la negación o complemento de la hipótesis nula (Ho). Se definen regiones de rechazo y no rechazo sobre la distribución muestral del estadístico de prueba y los siguientes tipos de errores que se pueden cometer (Inzunsa y Jiménez, 2013). Para la presente investigación se formularon las siguientes hipótesis a comprobar:

H1. Más del 70% de los colaboradores mencionan que es necesario la implementación de TIC para mejorar la productividad de los equipos de trabajo

Ho**.** Más del 70% de los colaboradores mencionan que no es necesario la implementación de TIC para mejorar la productividad de los equipos de trabajo

Tabla 3.- Estadísticas para una muestra

	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
ImplementarTIC	126	1.06	.230	.020

Fuente: Elaboración propia (2020) con SPSS

Tabla 4.- Prueba para una muestra

	Valor de prueba = 1					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia Inferior	Superior
ImplementarTIC	2.712	125	.008	.056	.02	.10

Fuente: Elaboración propia (2020) con SPSS

Con los resultados obtenidos en la prueba, se rechaza la hipótesis nula porque el Sig. (bilateral) (0.008) es menor que el nivel de significancia (0.05), por lo que se concluye que más del 70% de las personas encuestadas mencionan que es necesario implementar y actualizar las TIC en las empresas para laborar en grupos de trabajo.

PROPUESTA

Con base en los resultados obtenidos, es necesario realizar de manera inmediata la aplicación e implementación de las tecnologías de información en las organizaciones para que los colaboradores de los grupos de trabajo y niveles superiores mejoren en su productividad empresarial, recordando que las herramientas digitales tienen un gran impacto en las empresas y han servido para el mejor funcionamiento de estas.

Dentro de las aplicaciones especializadas se tiene a *Kaizala* la cual es una aplicación de chat que permite coordinar el trabajo con mayor eficacia, digitalizar los procesos empresariales, administrar y proteger los datos de los usuarios; *Planner* permite crear equipos, compartir objetivos y seguir el progreso fácilmente para colaborar en cualquier lugar y en cualquier dispositivo; *Forms* para crear encuestas, formularios, registros, entre otras cosas y que permite la recopilación y análisis de los datos de las herramientas que se elaboren; *Stream* la cual es una aplicación para facilitar la carga, la organización y el uso compartido de los vídeos en toda la empresa permitiendo así informar y motivar a los colaboradores; *Sway* es una programa que permite presentar diapositivas o vídeos en línea para trabajar de forma colaborativa; *Teams* el cual es un espacio de trabajo basado en chats que conecta personas, conversaciones y contenido para que los equipos trabajen más eficazmente; Yammer la cuál es una red social empresarial que se utiliza para mantener la comunicación privada dentro de la empresa.

De acuerdo con la empresa NEGOKAI, mencionan sobre las mejores herramientas tecnológicas para la organización de equipos de trabajo, en la tabla 5 se muestran las aplicaciones.

Tabla 5.- Herramientas tecnológicas para la organización en equipos de trabjo

Herramienta Tecnológica	Descripción
Trello	Es una app para planificar proyectos en equipo. Los tableros ayudan a planificar los proyectos, saber en qué estado se encuentra y también contribuye a la organización de las ideas. Es una herramienta de productividad con la que se puede añadir comentarios, colores y archivos en las tarjetas de las tareas y se puede compartir toda la información con los grupos de trabajo.
Notion	Permite sistematizar procesos mediante archivos, textos, vídeos o fotos y de esta forma se registra toda la información necesaria para supervisar las tareas del equipo/grupo de trabajo y la actividad semanas. Toda la información puede ser editada por varios colaboradores.
Asana	Una de las herramientas para trabajar en equipo más populares es Asana, en el cual se pueden crear espacios de trabajo. Se organiza en base a una serie de tareas, en las que puedes incluir descripciones, el timing, comentarios o subir archivos. Es un programa indicado para organizar equipos o departamentos pequeños dentro de empresas grandes.
Slack	Permite mantener conversaciones con los diferentes miembros del equipo y añadir archivos desde Google Drive. Básicamente incluye chats organizados temáticamente para agilizar asuntos del equipo de trabajo.
Google Drive	Es una herramienta gratuita que favorece el trabajo en equipo dado que organiza los archivos en la nube y facilita compartirlos, editarlos y asignar diferentes niveles de permisos en función de las necesidades y tareas de cada uno de los miembros del equipo.
Mindmeister	La versión gratuita ofrece un servicio con la creación de 3 mapas mentales, además de poder colaborar en la comunidad. Es ideal para asignar tareas a los distintos miembros del equipo, establecer prioridades, añadir fechas de entrega e indicar la evolución.
Kapost	Dentro del sector de redactores, Kapost es una herramienta muy útil para trabajar con otros perfiles iguales. Funciona básicamente como una sala de publicación donde se aprueban conceptos para que el editor jefe los compruebe y dé el visto bueno. Así a la hora de trabajar en equipo se incrementa la calidad de las publicaciones.
Base camp	Es un programa colaborativo para equipos, que organiza proyectos de forma sencilla, eficaz y posee una interfaz muy intuitiva. Se caracteriza, principalmente por la simplificación de los métodos de trabajo y por contribuir una circulación fluida de información entre los usuarios.

Fuente: NEGOKAI consultado de: https://negokai.com/herramientas-para-mejorar-el-trabajo-en-equipo-y-maximizar-la-productividad.html

Sin duda alguna la implementación de estas herramientas tecnológicas permitirá aumentar la productividad en los grupos/equipos de trabajo, siendo aplicaciones accesibles, intuitivas y funcionales, que con una correcta implementación podrán ahorrar recursos en las organizaciones incrementando la productividad.

CONCLUSIONES

Sin duda alguna, existen diversas aproximaciones al tema de cómo hacer que las personas trabajen dentro de una organización de manera colaborativa con el apoyo de las TIC, sin embargo, coincidiendo con Saldiña (2012) la situación se complica, si se tiene en cuenta la variedad de estructuras organizacionales y el grado de penetración de las TIC en cada una de ellas, es por ello y de acuerdo con Duran (2017) los equipos efectivos de trabajo deben de: 1.- Tener en cuenta las fortalezas y debilidades de cada miembro del equipo, para aprovechar los puntos fuertes como apoyo y para desarrollar el potencial de cada quien; 2.- Apreciar las habilidades de cada individuo, así como sus contribuciones y sus innovaciones; 3.- Respetar las diferencias que existen entre ellos, hacer de ellas una ventaja competitiva en vez de tomarlas como una fuente de conflictos; 4.- Animar a los demás colaboradores, en forma individual y como grupo, para que sigan adelante en sus esfuerzos y; 5.- Sin duda implementar las TIC en los grupos de trabajo para mejorar la productividad.

En conclusión, y coincidiendo con los resultados de la investigación de Arturo López Valerio se comprende que si existe una construcción correcta de equipos y grupos de trabajo estos se convierten en una actividad prioritaria. Si cada empleado entiende lo que sus compañeros hacen y cómo lo hacen para que el negocio pueda seguir funcionando, independientemente de las circunstancias, se propicia un ambiente ideal en el que el trabajo florece, las operaciones dan éxito. Y un más, si a todo esto se le añade el uso de tecnología dentro de los círculos de trabajo, por tal motivo se puede comprender el gran impacto que tendrían todas las organizaciones si y solo si añadieran a sus actividades diarias estas herramientas tecnológicas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alemna, A. y Sam, J. (2006) Critical issues in information and communication technologies for rural development in Ghana Information Development, 22 (4), pp. 236-239

Bayona, J., y Cruz, H., (2012). El concepto de equipo en la investigación sobre efectividad en equipos de trabajo. *Estudios Gerenciales,* vol. 28, no. 123, pp. 121–132.

Carro, Roberto y González Gómez, Daniel A. (2012). Productividad y competitividad. [Recurso de Aprendizaje]

Díaz Calderín M. (2011) Reflexiones sobre el desarrollo de las nuevas tecnologías en la organización y representación de la información. Ciencias de la información. 42(1):53-7.

Excelsior. (2019). *Dinero en imagen*. Obtenido de https://www.dineroenimagen.com/2013-05-01/19625#view-5

García Cadena, Cirilo H. (2006). La medición en ciencias sociales y en la psicología. Estadística con SPSS y metodología de la investigación. México. Trillas

George, D. y Mallery, P. (2003). spss for Windows step by step: A Simple Guide and Reference. 11.0 Update (4ª ed.). Boston: Allyn & Bacon.

INEGI. (s.f.). *INEGI*. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=30#tabMCcollapse-Indicadores

Inzunsa Cazares, S., & Vidal Jiménez Ramírez, J. (2013). Caracterización del razonamiento estadístico de estudiantes universitarios acerca de las pruebas de hipótesis. Revista Latinoamericana de Investigación en Matemática Educativa, 16 (2), 179-211. https://dx.doi.org/10.12802/relime.13.1622

Martínez, R. (2017). Instituto Tecnológico Hotelero. Obtenido de https://www.ithotelero.com/blog/como-la-tecnologia-puede-mejorar-la-productividad-de-tu-negocio/

Nancarrow, A., Booth, S., Ariss, T., Smith, P., & Roots, A. (2013). Ten principles of good interdisciplinary team work. Human Resources Health, vol. 11, no. 1, p. 19.

Obasan Kehinde A & Soyebo Yusuf A. (2012) Management information system as a catalyst to organizational performance in the 21st century: a study of selected banks in Nigeria. American Journal of Business and Management. 1(1):12-7.

Rojas; Jaime; Valencia (2018). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. Vol. 29 no. 6, p. 11.

Saldiña, A. L. (05 de 09 de 2012). *Tecnologías para mejorar la productividad.* Obtenido de https://www.uv.mx/personal/artulopez/files/2012/09/05-Groupware-y-Workflow.pdf

Quispe, Padilla, Telot y Nogeira (2017). Tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial de pymes comerciales. vol.38 no.1

ESTUDIO DOCUMENTAL DE LA PRODUCCIÓN DE AUTOPARTES PLÁSTICAS EN EL ESTADO DE MÉXICO: DESCRIPCIÓN DEL SECTOR PRODUCTIVO.

ILIANA DÍAZ DE LEÓN FLORES[1], VERÓNICA VELÁZQUEZ ROMERO[2], REBECA DÍAZ TÉLLEZ[3]

RESUMEN

Actualmente, nuestro país ha desarrollado grandes avances tecnológicos y se ha insertado como uno de los países más competitivos en cuanto a productividad. En este sentido, la industria automotriz ha volcado su interés por la búsqueda de proveedores que cumplan con los estándares de calidad más altos para sus procesos productivos. La producción de autopartes plásticas, ha venido desplazando productos obsoletos, es decir, que la innovación en el manejo de estos materiales, ha generado cambios significativos en la seguridad, estética y calidad de un automóvil. El presente trabajo, trata de describir el impacto que generan estos materiales y su cambio favorable que pueda generar en la producción de autopartes plásticas, la capacidad de las empresas proveedoras para adaptarse a esos cambios. La clasificación de esta investigación es según la dimensión cronológica, de carácter descriptivo, cuyas variables serán visualizadas para conocer el impacto que tiene este sector en nuestro país.

Palabras clave: Autopartes, resinas, plásticos, compuestos, impacto.

ABSTRACT

Currently, our country has developed great technological advances and has become one of the most competitive countries in terms of productivity. In this sense, the automotive industry has turned its interest in the search for suppliers that meet the highest quality standards for their production processes. The production of plastic auto parts has been displacing obsolete products, that is, innovation in the handling

[1] Tecnológico Nacional de México/Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco iliana.sub.a@tesco.edu.mx

[2] Tecnológico Nacional de México/Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco veronica.sub.sub.a@tesco.edu.mx

[3] Tecnológico Nacional de México/Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco rebeca.sub.a@tesco.edu.mx

of these materials has generated significant changes in the safety, aesthetics and quality of a car. This work tries to describe the impact generated by these materials and their favorable change that it can generate in the production of plastic auto parts, the ability of supplier companies to adapt to these changes. The classification of this research is according to the chronological dimension, of a descriptive nature, whose variables will be visualized to know the impact that this sector has in our country.
Keywords: Auto parts, resins, plastics, compounds, impact.

DESARROLLO

Problema de investigación.

¿Se producen autopartes plásticas en nuestro estado?, ¿Cuál es la producción real de autopartes plásticas en nuestra entidad?, ¿Cuál es el impacto productivo de autopartes plásticas dentro del estado? Especificando, ¿Cuál es el porcentaje real de elementos o partes plásticas que contiene un automóvil? Con estas interrogantes, podemos definir claramente nuestro objeto de análisis, el cual se centrará en las autopartes plásticas, su nivel productivo y el impacto de su desarrollo en nuestro país.

JUSTIFICACIÓN

Durante el primer trimestre del 2018, la industria automotriz y de autopartes en México represento el 2.9% del producto interno bruto (PIB) nacional y por otro lado también representó el 18.3% del PIB manufacturero (Logística, 2018). Las proyecciones que se tienen para este sector son mayores, de acuerdo con datos recopilados de Berrezueta y Noroña, en su artículo Análisis de una cadena de suministro de autopartes, describen que este sector creció cerca del 900% desde la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (Fernando Gomez Berrezueta, 2018).

El Estado de México, cuenta con cerca de 37 empresas de autopartes, que van desde asientos, sistemas de aire, hasta piezas de motores y sistemas eléctricos. Un automóvil está compuesto por aproximadamente 15 mil partes, las cuales son diseñadas y fabricadas por un bajo porcentaje de empresas y por otras

representadas por sus proveedores directos y así sucesivamente, que le va dando forma a la cadena de suministro (Opportimes, 2018). Se tienen datos importantes, sobre la gestión de autopartes en México, sin embargo, aún la información sobre autopartes plásticas, es un poco dispersa, y no se tiene claridad sobre este tema. La intención de realizar este estudio exploratorio es conocer e identificar el estatus de empresas dedicadas a este sector en particular y el nivel de demanda que se genera.

OBJETIVO

Conocer y analizar el nivel productivo de autopartes de plástico en el Estado de México, así como el impacto de la industria del plástico, su interacción de comercio, así como sus tendencias productivas, tecnológicas y geográficas, para el cumplimiento de su demanda de abastecimiento.

Objetivos específicos.

1. Conocer el nivel productivo del sector productivo de productos plásticos, y las características de las empresas que ofrecen estos servicios.
2. Identificar el índice de producción nacional de autopartes plásticas.

MARCO REFERENCIAL.

La utilización de los plásticos en el sector automotriz se ha desarrollado continuamente desde inicios del siglo pasado. Su crecimiento ha sido tan extenso, que continuamente se buscan nuevas formas de innovación o sustitución de autopartes, que cumplan con los requerimientos necesarios para su implementación.

La industria del plástico tiene muchas vertientes, ya que sus productos son derivados de mezclas de petróleo, gas natural, carbón, entre otros, los cuales son sometidos a través de procesos de polimerización, el cual los secciona en dos puntos, termoplásticos y termofijos. Los primeros tienen la característica de endurecerse o ablandarse a través de la generación de calor y sus componentes se derivan del polipropileno, polietileno, etc. Por otra parte, las características de los

termofijos van desde resistir temperaturas externas hasta la resistencia de ambientes químicos (C., 2010)

En Europa, el sector de autopartes y su aplicación se ha venido desarrollando desde los años cincuenta, y desde entonces, también se ha tomado en cuenta que los residuos de los vehículos sean reutilizados o se reciclen al final de su vida útil. A partir de esto, países como Alemania generan sus autopartes a base de fibras naturales moldeadas por procesos de compresión caliente o por inyección (Tadeusz Majewski, 2013)

La Tabla 1, muestra las ventajas que pueden generarse gracias a la implementación de autopartes plásticas y en la Tabla 2, se describen los principales materiales ocupados para la fabricación de autopartes plásticas y sus características (Rivero, 2018)

Tabla 1. Ventajas en la implementación de autopartes plásticas.

Disminución de peso	Mayor resistencia	Resistencia	Combinación	Propiedades
Entre el 17 y 50%	Cojinetes y casquillos	En depósitos de combustible y circuitos de refrigeración	Posible combinación con otros materiales para estética del producto	Adecuadas para el aislamiento eléctrico, térmico y acústico

Nota. Esta tabla describe las ventajas de la instalación de autopartes plásticas en automóviles. Elaboración propia con información de Ramos Rivero, Evolución del uso de los materiales plásticos en la industria automotriz.

Tabla 2. Principales materiales ocupados para la fabricación de autopartes plásticas y sus características.

MATERIALES	CARACTERÍSTICAS	USOS
Policarbonato (PC)	Material rígido y duro Resistencia al impacto Dimensionalmente estable Resistente a la intemperie y al calor	Parachoques Revestimientos interiores Posos de ruedas
Poliamida (PA)	Se presenta en varias densidades Resistente al desgaste Resistente a los disolventes	Rejillas Radiadores Retrovisores Revestimientos interiores
Polietileno (PE)	Polímero de mayor producción Resistente a producto químicos Resistente a elevadas temperaturas Resistente a la tracción y al impacto Excelente eléctrico	Baterías Paragolpes Revestimientos interiores
Polipropileno (PP)	Su comportamiento es superior en cuanto a altas temperaturas Buen aislante Resistente a la tracción y absorción	Paragolpes Revestimientos interiores Baterías
PP-EPDM (Etileno-propileno-dieno-monómero)	Elástico Absorción rápida de impactos Resistente a la temperatura Buenas propiedades eléctricas Resistente a ácidos y disolventes	Paragolpes Revestimientos exteriores e interiores Spoilers cantoneras

PVC (Cloruro de polivinilo)	Resistente a la intemperie y humedad Dimensionalmente estable Resistente a la mayoría de los ácidos	Pisos de autocares Cables eléctricos
ALPHA (ABS – Policarbonato)	Buenas propiedades mecánicas y térmicas Rígido Resistente Buena estabilidad dimensional	Spoilers y cantoneras Canalizaciones Rejillas
XENOY (PC-PBTP)	Estructura rígida Elástico Gran resistencia al impacto	Paragolpes Retrovisores Rejillas Revestimientos de pasos de rueda

Nota. Esta tabla describe las características y los principales usos de las autopartes plásticas, así como su definición. Elaboración propia con información de Ramos Rivero, Evolución del uso de los materiales plásticos en la industria automotriz.

ANTECEDENTES.

Un automóvil ha evolucionado enormemente desde su invención, y, por ende, los fabricantes, constantemente y año con año, generan nuevas propuestas de valor en sus productos, que hacen que la demanda crezca a pasos agigantados. La industria automotriz en nuestro país actualmente representa el segundo sector económico más importante, ya sea por su intercambio tecnológico como por la globalización que genera la demanda de este sector. De acuerdo con el trabajo de Vicencio, el desarrollo del sector automotriz se ha formado en varias etapas, descritas en la tabla 3.

Tabla 3. Ventajas en la implementación de autopartes plásticas

Fase 1	Fase 2 (1962-1976)	Fase 3 (1977-1989)	Fase 4 (1990-1993)	Fase 5	Fase 6
Surgimiento de la industria e inicio de sus operaciones.	Sustitución de importaciones	Competitividad internacional, protección comercial, promoción de exportaciones	Liberalización comercial	Tratado de libre comercio	Fortalecimiento de la competitividad, mediante un enfoque moderno
Principal característica es que la productividad es muy baja, poca inversión e infraestructura	Primer decreto automotriz. Menos del 20% de los componentes eran de origen nacional	Nuevas políticas regulatorias. Importante evolución de compañías transnacionales	Surge el Decreto para la modernización y promoción para la industria automotriz. Importación de vehículos nuevos	Con el TLCAN el retorno de las inversiones es mayor en México que en Canadá y Estados Unidos.	Necesidad de crear nuevos mecanismos para aumentar la competitividad

Nota. En esta tabla se describe de manera muy general, la trascendencia del sector automotriz y su paso por nuestro país. Elaboración propia con información de Vicencio Miranda, La industria automotriz en México.

La industria de autopartes, juega un papel muy importante dentro del sector, ya que durante los últimos años han surgido empresas nacionales proveedoras de autopartes de primer nivel. Con ello se apoya, que la manufactura de nuestro país, tiene la capacidad de generar calidad y cantidad de productos asociados a uno de los sectores más rentables de todo el mundo.

DISEÑO METODOLÓGICO

Este estudio documental radica en el conocimiento del nivel productivo de autopartes plásticas que actualmente se producen en México, como dato concentrado de un sin número de empresas que ofrecen sus productos derivados a los grandes fabricantes. El conocimiento de este sector aún es muy escaso, es decir, que se tiene un dato general sobre el concentrado de empresas que trabajan para este sector, pero no se conoce a detalle. Pero, por otra parte, es necesario identificar la magnitud o impacto que estas generan con sus productos. Por tanto, el enfoque de este estudio será de carácter descriptivo, ya que se cuenta con la información, pero se redireccionará para identificar esquemas de oportunidad. Se hará uso del DENUE, para concentrar y analizar aquellas empresas que puedan tener mayor impacto dentro de este sector.

Dentro de este proyecto se abordarán casos de estudio relacionados con el esquema de la producción de autopartes plásticas en México, de tal forma que se tenga un panorama más real, de las empresas que se dedican a la proveeduría de este sector, y que se describa la situación real del impacto que puedan generar con su participación.

Definición de variables

Las variables, son dependientes e independientes. En su mayoría cualitativas, relacionadas con el lugar, es decir, en cuanto al número de empresas que intervienen en el proceso productivo de autopartes plásticas. Las variables para este proyecto se definen de la siguiente forma:

- Producción de autopartes plásticas (cantidad de productos)
- Demanda de autopartes plásticas (Mercado)

De acuerdo con el planteamiento del proyecto, ¿Se producen autopartes plásticas en nuestro estado?, se desarrolla la siguiente hipótesis:

Hipótesis 1:

- Dentro del Estado de México, existen empresas dedicadas a la fabricación de autopartes plásticas, que proveen sus productos a grandes armadoras que también concentran sus operaciones en la misma entidad.

Variable independiente: demanda de autopartes plásticas dentro del Estado de México.

Variable dependiente: Existencia de empresas que fabriquen dichos productos.

¿Cuál es la producción real de autopartes plásticas en nuestra entidad?, se desarrolla la siguiente hipótesis.

Hipótesis 2:

- Dentro del estado de México, se encuentran cerca de 40 empresas dedicadas a la fabricación de autopartes, dentro de las cuales 20 producen suficiente demanda para cubrir el mercado.

Variable independiente: no. de empresas que fabrican autopartes dentro del Estado de México.

Variable dependiente: No. de empresas que fabrican autopartes plásticas y que además fungen como proveedores directos.

En este caso el estudio descriptivo deberá contar con la estadística descriptiva, dentro de la cual se describirá un conjunto de datos, por medio de procesos de tabulación y representaciones gráficas, en este caso se tomará el total de la población como la muestra.

Población y muestra.

La información se verá reflejada en un ensayo descriptivo, en el que, se realizará un estudio de tipo estadístico y demográfico del efecto en una muestra poblacional que estime la magnitud y distribución de este sector de manufactura y su impacto. Apoyándonos en el DENUE, se describe a continuación el número de establecimientos dedicados a la fabricación de productos de plástico, los cuales

suman 5031 empresas. Sin embargo, solo se muestran las entidades con mayor índice de productividad de productos de plástico – Tabla 4 - (Pineda, 2017)

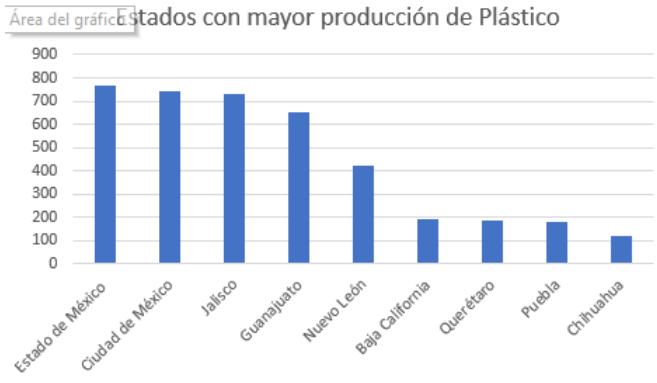
Tabla 4. Estados con más establecimientos de fabricación de productos plásticos.

Estados	Productos
Estado de México	766
Ciudad de México	742
Jalisco	733
Guanajuato	652
Nuevo León	421
Baja California	191
Querétaro	188
Puebla	180
Chihuahua	119

Nota. Panorama del alcance de la industria del plástico en el país, obtenido del Directorio estadístico nacional de unidades económicas (DENUE). Elaboración propia con información de Mauricio Pineda, Industria del plástico: escenario regional.

En promedio se fabrican 443 productos plásticos, en este caso es necesario analizar, cuantos de éstos son autopartes plásticas y en qué estado se producen más.

Figura 1. Diagrama de frecuencia, sobre los Estados con mayor producción de plásticos



Nota. Información obtenida del Directorio estadístico nacional de unidades económicas (DENUE), los estados con mayor representación de fabricación de productos plásticos. Elaboración propia con información de Mauricio Pineda, Industria del plástico: escenario regional.

La siguiente muestra describe las empresas que manufacturan autopartes plásticas y sus productos más representativos - Tabla 5 - (Daniel Murillo, 2018).

Tabla 5. Empresas de manufactura de autopartes plásticas

Nombre de la empresa	Productos
Macro Frenos y Cloutch S.A. de C.V.	Pasta para cloutch
Molduras del Sureste	Molduras para puertas, para interiores, para exteriores, de cajuela
Sorg Plastik Edo. México S.A de C.V.	Ceniceros, insertos, partes para autos
Jonhson Controls Automotive México, Planta Tlaxcala	Asientos automotrices
Grammer Automotive Puebla S.A. de C.V.	Cabeceras, descansabrazos y consolas centrales para automóviles
Sommer Allibert Duroplast S.A. de C.V.	Tableros automotrices, panel de puerta, piezas para consola
Partes de colisión automotriz Grupo Nieto	Puertas, defensas, salpicaderas
PMA S.A. de C.V.	Soportes de plástico
Plastic Ommnium	Salpicaderas, facias, rejillas, spoilers

Nota. Un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), describe que el promedio de porcentaje de capacidad de las plantas en el ramo de autopartes, desarrolló un crecimiento sostenido durante los últimos 10 años, pasando por el 78.7% en 2007 hasta el 87.3% en 2017. Elaboración propia con información de ASN Daniel Murillo y Aimee Torres, *El uso de los plásticos en la fabricación de los vehículos y sus componentes, es cada vez más frecuente.*

De igual forma, se muestran las autopartes plásticas reforzadas con fibras naturales - Tabla 6 - (Tadeusz Majewski, 2013)

Tabla 6. Autopartes plásticas reforzadas con fibras naturales por tipo de unidad

Fabricante	Partes
Audi (A2, A3, A4, A4 Avant, A6, A8)	Respaldos de asientos, paneles de puertas, revestimiento de cajuela, estantes, revestimiento de rueda de refacción
BMW (3,5,7 series)	Paneles de puertas, apoyacabezas, recubrimiento de techo, revestimiento de cajuela, respaldos de asientos, entre otros
Fiat (Punto, Brava, Marea, Alfa Romeo 146, 156)	Panel de puertas
Peugeot	Paneles de puertas frontales y traseras
Toyota	Paneles de puertas, respaldos de asientos, alfombrilla, cubierta de llanta de refacción
Volkswagen	Panel puertas, respaldos de asientos, acabado del panel la cajuela, revestimiento de cajuela
Mitsubishi	Paneles de puertas, piso de área de carga, paneles de instrumentos
Volvo	Acolchonado de asiento, espumas naturales, bandeja de piso de carga
Ford	Paneles de puerta, forro de cajuela, tablero de instrumentos, defensa, cubierta de motor.

Nota. Descripción de autopartes reforzadas con fibras naturales de los vehículos más comerciales en México. Derivado del estudio de Tadeusz Majewski y Andrzej Błędzki, colaboración propia con información de Tadeusz Majewski y Andrzej Błędzki, Desarrollo y aplicaciones actuales de los plásticos reforzados por fibras naturales.

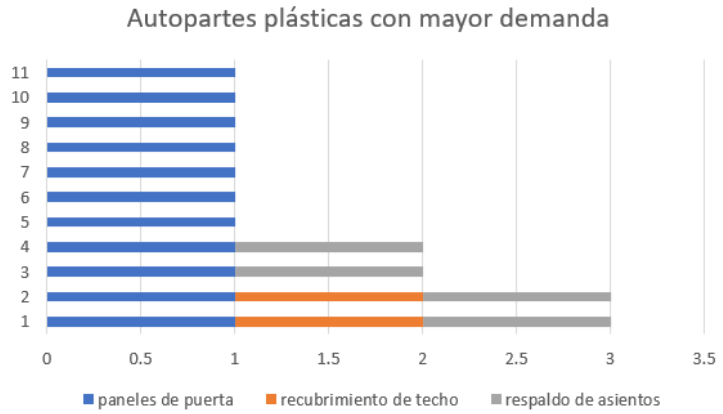
Las características de este estudio describen que no se tienen dimensiones específicas de la población de autopartes plásticas, ya que representan un valor estático, en un momento temporal, indica la carga del evento que soporta la población.

$$p = \frac{no.\,de\ eventos}{no.\,empresas\ totales} = \frac{18}{11} = 1.6$$

Recogida de datos, análisis y resultados.

De acuerdo al estudio de casos y basándonos en un análisis de prevalencia, es importante resaltar que la información antes presentada, es de gran importancia, ya que la autoparte plástica más representativa para este estudio son los paneles de puerta, tal como de denota en la siguiente representación gráfica (figura 1).

Figura 1. Autopartes con mayor demanda de producción.



Nota. De acuerdo al estudio estadístico realizado, se deduce que la autoparte plástica con mayor demanda o fabricación, corresponde a los paneles de puerta. Elaboración propia con información de Tadeusz Majewski y Andrzej Błędzki, Desarrollo y aplicaciones actuales de los plásticos reforzados por fibras naturales.

Instrumentos y equipos de apoyo

Para efectuar la investigación, se requiere de técnicas y herramientas que auxilien a la realización del estudio. Las técnicas son, recursos o procedimientos para

acercarse a los hechos y acceder al conocimiento, apoyándonos en instrumentos para guardar la información como pueden ser: un cuaderno de notas para el registro de observación y hechos, mapas, cámara fotográfica, software de apoyo; elementos estrictamente indispensables para registrar lo observado durante el proceso de investigación.

Cronograma.

La siguiente imagen (figura 2) representa un ejemplo de la organización del proyecto, es decir, actividades de investigación deben programarse de acuerdo al alcance la información

	2020												2021						
Actividad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul
Elaboración de protocolo*																			
Realización de directorio de empresas*																			
Revisión de literatura y búsqueda de información secundaria																			
Análisis de datos																			
Elaboración de artículo																			
Redacción de informes para el TECNM																			
Presentación del artículo en Congreso internacional (si es aceptado)																			
Publicación del artículo en revista arbitrada e indexada																			
Elaboración artículo																			
Entrega de reporte																			
Nota: *Etapas trabajadas para participar en convocatoris de proyectos TECNM y/o CONACYT como cuerpo académico.																			
TITULO DEL PROYECTO:	Innovación en la cadena de suministro en la industria de plásticos para el sector automotriz																		
OBETIVO GENERAL:	Elaborar una propuesta de análisis costo beneficio del proceso de innovación y adapatación tecnológica en la cadena de suministro de la industria de plásticos para el sector automotriz.																		

CONCLUSIONES

Considero que la investigación exploratoria de este documento, es un tema poco explorado en el ámbito industrial. De acuerdo a toda la investigación teórica, sabemos que puede ser un tema importante para la industria de este ramo, ya que la movilidad de la sociedad depende en gran medida de un sector común en nuestras vidas. Es posible que no toda la sociedad disponga de un vehículo para trasladarse de un lugar para otro. Pero en ciertos casos particulares, debo mencionar que, para algunas personas, este factor es importante, ya sea por cada estilo de vida, por las costumbres, o por necesidad se genere este cambio. Es una certeza que la industria automotriz constantemente abre nuevas formas de producción, y la tecnología empleada cada vez es más sofisticada, en el sentido de que sus cambios constantes permiten el cambio tecnológico que buscan las empresas para reducir sus costos productivos.

La importancia del sector automotriz, es que las cifras ascienden cada año, y gracias a sus nuevas formas de innovar. Es un sector que siempre está en constante cambio, ya que surgen nuevos productos que buscan lograr el objetivo entre los clientes y el medio ambiente. Tal vez por ello, es que su proceso continuo, no solo se enfoca en sus productos, sino también en sus procesos productivos.

Para las industrias, puede generar una disminución de costos, pero para la sociedad y el planeta puede representar una oportunidad de seguridad. Por qué mencionar esto a estas alturas del proyecto, porque es un ganar... ganar.

Mtra. Iliana Díaz de León Flores

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

C., S. C. (2010). Industria del plástico en el noroeste de México y Texas, 1995-2005. Recuperado de: Región y sociedad, 165-192.

Daniel Murillo, A. T. (11 de septiembre de 2018). Automotive Supply News. Recuperado de: Automotive Supply News: http://www.automotivesupplynews.com.mx/2018/09/11/el-impacto-del-plastico-en-las-autopartes/

Fernando Gomez Berrezueta, M. V. (2018). Análisis de una cadena de suministro de autopartes. Recuperado de: INNOVA Research Journal 2018, Vol. 3, 123-134.

Miranda, A. V. (enero - abril de 2007). La industria automotriz en México.

Pineda, M. (03 de 01 de 2017). Plastics Technology México. Recuperado de: Plastics Technology México: https://www.pt-mexico.com/columnas/industria-del-plstico-escenario-regional

Rivero, V. L. (2018). Evolución del uso de los materiales plásticos en la industria automotriz. Recuperado de: Revista de la Universidad Internacional del Ecuador, 16-27.

Sánchez, J. E. (2006). Un análisis del sector automotriz y su modelo de gestión en el suministro de las autopartes.Recuperado de: Instituto Mexicano del Transporte.

Tadeusz Majewski, A. B. (2013). Desarrollo y aplicaciones actuales de los plásticos reforzados por fibras naturales. En C. I. Somim, Memorias del XIX Congreso Internacional Anual de la Somim (págs. 675-682). Pachuca, Hidalgo: Somim

LA GOBERNANZA Y LA BIOTECNOLOGÍA EN EL SECTOR DE PRODUCCIÓN DE AUTOPARTES

VERÓNICA VELÁZQUEZ ROMERO[1], REBECA DÍAZ TÉLLEZ[2] , ANABEL MARTÍNEZ GUZMÁN[3]

RESUMEN

El presente trabajo forma parte del proyecto “Innovación en las cadenas de suministro en la industria de plásticos para el sector automotriz”, aceptado en la convocatoria del TecNM para Proyectos de Investigación Científica 2020, cuyo objetivo es Elaborar una propuesta de análisis costo beneficio del proceso de innovación y adaptación tecnológica en la cadena de suministro de la industria de plásticos para el sector automotriz y su posible impacto en el cambio climático. Para ello es necesario conocer quién y cómo se toman las decisiones, de qué manera se enfrentan los problemas el sector antes mencionado y así determinar la viabilidad de cambio en los materiales usados en la fabricación de autopartes. Esto último es lo que se presenta en este trabajo, se sigue una investigación tipo cualitativa, documental y explorativa y fundamentada en el análisis que hace el Foro Económico Mundial sobre inteligencia estratégica, se establece finalmente en esta primera fase del proyecto, la interrelación entre los conceptos clave del proyecto concluyendo como la gobernanza en el sector automotriz incide de manera positiva a la adaptación tecnológica para fabricar autopartes con biotecnología.

Palabras clave: Gobernaza, Autopartes, Plásticos automotrices, Biotecnología.

ABSTRAC

This work is part of the project "Innovation in process in the plastics industry supply chain's for the automotive sector", accepted in the call of the TecNM for Scientific Research Projects 2020, The aim of which is to prepare a proposal for a cost-benefit

[1] Tecnológico Nacional de México/Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco. veronica.sub.a@tesco.edu.mx

[2] Tecnológico Nacional de México/Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco. rebeca.sub.a@tesco.edu.mx

[3] Tecnológico Nacional de México/Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco.anabel.sub.a@tesco.edu.mx

analysis of the innovation and technological integration process of the plastics industry supply chain's for the automotive sector and its possible impact on climate change. For this, it's necessary to know whom and how decisions are made, how the aforementioned sector faces the problems and thus determine the materials used change viability in automotive spare parts'production. The latter is presented in this work, later a qualitative, documentary and explorative type of research, and based on the analysis made by the World Economic Forum on strategic intelligence, the interrelation between the key concepts of the project is finally established in this first phase of the project, concluding as applying an mechanism that allows identifying how governance in automotive sector positively impacts the technological integration of biotechnology in the automotive spare parts' production.

Keywords: Governance, Auto parts, Automotive plastics, Biotechnology.

INTRODUCCIÓN

El sector automotriz genera cerca de 900,000 empleos directos y exportaciones de 12,000 millones de dólares mensuales, entre vehículos terminados y autopartes. En el 2018 aportó el 20.7% del PIB manufacturero (González, 2019). Su evolución es constante, innovando sus formas de producir, adecuándose a los requerimientos que la globalización exige. Esta exigencia, ha promovido en dicho sector también la búsqueda de materias primas que sustituyan las partes metálicas por plásticas, siguiendo los objetivos principales de bajar costo y peso en el vehículo.

En México, la reglamentación con respecto al uso de plásticos y su sustitución por materiales amigables con el ambiente, promueve la búsqueda de materias primas alternativas que cumplan con los requisitos de seguridad, rendimiento, reducción del impacto ambiental y contención de costos en todo el ciclo de vida completo. Por lo que, las decisiones en el desarrollo de productos implican resoluciones sobre requisitos tecnológicos, así como económicos y ambientales.

Estos cambios en materias primas y procesos, implican cambios en la cadena de suministro, relacionados con el ciclo de vida, desde la transformación hasta su retiro o disposición final y su impacto ambiental.

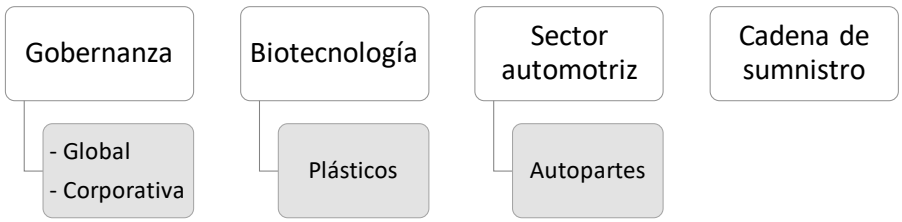
Este proyecto responde a la Convocatoria Proyectos de Investigación Científica 2020 emitida por el Tecnológico Nacional de México cuya finalidad es la de apoyar e impulsar la investigación científica, el desarrollo tecnológico e innovación. El proyecto intitulado “Innovación en la cadena de suministro en la industria de plásticos para el sector automotriz” tiene por objetivo: Elaborar una propuesta de análisis costo beneficio del proceso de innovación y adaptación tecnológica en la cadena de suministro de la industria de plásticos para el sector automotriz y su posible impacto en el cambio climático.

Del proyecto antes mencionado nace el presente trabajo cuyo objetivo es el de Describir la configuración de la gobernanza de la industria autopartista plástica en Estado de México, definiendo su estructura como cadena de valor regional. En esta fase y por la situación atípica que se vive a nivel mundial, se realiza una investigación documental y explorativa sobre los conceptos principales, gobernanza, sector de autopartes, plásticos automotrices y biotecnología. Finalmente se identifica su interrelación con la finalidad de comprender la gobernanza de la industria autopartista en el Estado de México.

DESARROLLO

El desarrollo de esta fase del proyecto sigue el análisis propuesto por el Foro Económico Mundial sobre Inteligencia estratégica, donde se explora la interrelación de las fuerzas que impulsan el cambio de las economías, las industrias y los asuntos globales, en la intensión de integrar de una forma cualitativa una investigación de tipo documental con los principales conceptos que guían este proyecto y su interrelación: Gobernanza, Biotecnología y Sector automotriz. Figura 1.

Figura 1. Estructura de la fundamentación teórica del proyecto.

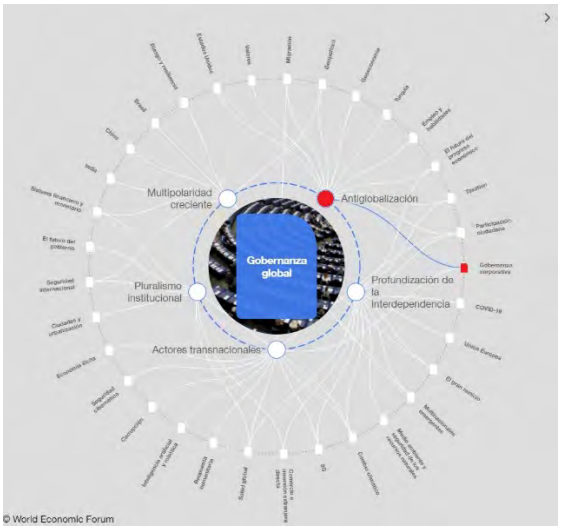


La gobernanza

La dinámica económica mundial que se vive actualmente obliga tener un medio que equilibre la interrelación entre las fronteras, este medio, es la gobernanza, que busca sociedades pacíficas y prósperas. Más que un concepto es una herramienta explicativa para las relaciones internacionales (Villamar, 2017), un nuevo modo de gestionar las políticas públicas, que se caracteriza por el grado de cooperación entre gobiernos y administraciones públicas (Zurbtiggen, 2011).

Sin embargo, aquellos que se han visto afectados por el impacto de la globalización, están en contra de los objetivos de la gobernanza global al suponer que se trata de otra estrategia de apoyo a intereses particulares de cierta elite. Esta antiglobalización afecta la coordinación mundial eficaz que se requiere para abordar con éxito los desafíos que, a su vez, arriesgan desencadenar una serie de gestiones inadecuadas, entre ellas la gobernanza corporativa (Figura 2) (Foro Económico Mundial, 2020).

Figura 2. La gobernaza global (Foro Económico Mundial, 2020)

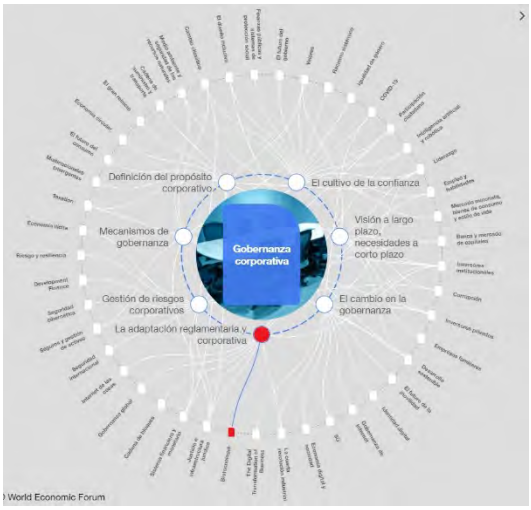


Al investigar cómo es que los individuos se organizan y coordinan dentro de organizaciones normalmente concebidas con fines de lucro, nace el concepto de gobernanza corporativa. Comprender quien toma las decisiones, quien tiene derecho a hacer uso del flujo de efectivo y determina el rumbo estratégico de la empresa, impactando no solo en la eficiencia de la empresa sino en la sociedad misma. (Rocha, 2011).

La gobernanza corporativa integra los intereses de todos los actores que intervienen en el logro de sus objetivos: accionistas, clientes, empleados, reguladores, comunidades locales y acreedores, genera una estructura con mecanismos internos y externos acordes a su contexto físico, económico y legal, logrando no solo ganancias para sí misma, sino para también para la sociedad. (Foro Económico Mundial, 2020). La gobernanza corporativa busca orientar las acciones de la empresa en función de su gestión operativa, sus operaciones, la gestión de proyectos, la mejora de sus procesos y la ciberseguridad; incorpora transparencia en todas las actividades, un fuerte monitoreo y balance, y un incremento en obligaciones fiduciarias de las organizaciones (CIO, 2018).

La gobernanza es responsable puede crear una cultura de confianza mutua cuidando la integridad personal y anteponiendo los intereses de la organización por encima de los de las personas. Debe existir integridad compartida. Se deben conocer las necesidades cortoplacistas y tener una visión a largo plazo, gestionar riesgos, evolucionando y generando los mecanismos adecuados a esa evolución y a su propósito. Aunado a lo anterior, se debe de ir adaptando a los cambios regulatorios, incluyendo aquellos “nacientes” como es la biotecnología, que seguramente traerá consigo nuevas regulaciones y necesidades de gobernanza corporativa (Figura 3).

Figura 3. La gobernanza corporativa. (Foro Económico Mundial, 2020)



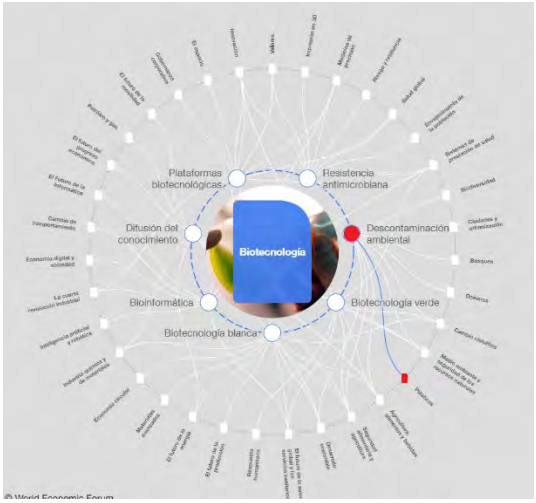
México, no queda fuera de esta nueva forma de estructuración, aunque, a decir de Rocha (2011) algunas prácticas corporativas solo queden en papel. Las empresas mexicanas se ven enfrentadas al desafío de la globalización y la complejidad que trae consigo, “en México no existen tantos casos debido al alto porcentaje de empresas bajo control familiar, de acuerdo con la *Revista Mexicana de Sociología*, donde sólo se necesita el 33% accionistas minoritarios para convocar una reunión extraordinaria del consejo de administración” CIO (2018).

La biotecnología

La OCDE define a la biotecnología como: “La aplicación de la ciencia y la tecnología a los organismos vivos, así como a partes, productos y modelos de los mismos, para alterar materiales vivos o no, con el fin de producir conocimientos, bienes o servicios” (OCDE, 2005). A decir de Morales y Amaro (2019) la biotecnología tiene la posibilidad de influir en la actividad de diversos sectores tradicionales generando una ventaja competitiva no solo para grandes economías sino también para países en desarrollo, al crear ciencia y capturar valor comercial. Sin embargo, existe una brecha en el desempeño entre países, que puede ser una limitante en el progreso futuro del sector en aquellas regiones que no generen capacidades adecuadas para su desarrollo. (Morales & Amaro, 2019).

Como tal, las aplicaciones de la biotecnología son muy prometedoras, se habla de su aplicación para resistencia antimicrobiana, de su potencial para aumentar el valor de la agricultura, del desarrollo de materiales y productos químicos no derivados de fósiles, como los polímeros sostenibles (Biotecnología blanca) entre otras aplicaciones (Figura 4). De estas aplicaciones su aporte para la descontaminación ambiental es de relevancia a este proyecto ya que lo que se busca es sustentar la manufactura de productos que no afecten el medio ambiente mediante el uso de la biotecnología.

Figura 4. La biotecnología. (Foro Económico Mundial, 2020)



México, ocupa uno de los últimos lugares en la estadística de la aplicación de la biotecnología de la OCDE. Se requiere de un diagnóstico, la evaluación y desarrollo de políticas públicas y privadas que permitan avanzar en el campo de la innovación biotecnológica (Morales & Amaro, 2019). En 2015, el gasto en ciencia y tecnología fue del 0.53% de PIB, porcentaje más bajo que el de países latinoamericanos con población

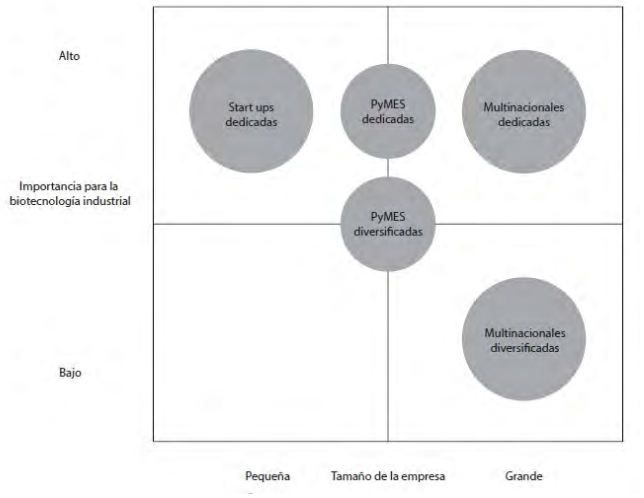
y tamaño territorial similar, como Brasil (1.08%) y Argentina (0.63%) y menor al promedio de la Unión Europea (1.96%) (Stezano, 2019).

A pesar de que en México se cuenta con estrategias que apoyan al desarrollo científico, tecnológico y la innovación, actualmente se tiene un contexto de incertidumbre para las empresas nacionales donde la tasa de retorno de las innovaciones no está garantizada, lo que se ve reflejado en la falta de incremento en la inversión privada en actividades de I+D, además se requiere de un análisis del impacto de los resultados obtenidos tras años de subsidio, de los apoyos a las empresas por parte de programas como el programa de Estímulos Fiscales a la Inversión en Investigación y Desarrollo Tecnológico (EFIDIT), el Fondo de Innovación Tecnológica (FIT), el Programa de Estímulos a la Innovación (PEI) entre otros impide determinar en qué medida la política ha sido exitosa o no (Villavicencio, 2019).

De acuerdo a Amaro y Sandoval (2019) se genera una estructura de gobernanza vertical en las industrias con alta concentración de mercados, en las que el conocimiento transferido es complejo, y la demanda de competencias de los proveedores es alta. En relación a las oportunidades. “Las oportunidades para las empresas mexicanas en la cadena de valor de la Industria Biotecnológica, se encuentran limitadas a nichos de mercado locales o únicos, y en particular, a la biotecnología farmacéutica en el mercado de biosimilares”, los mismos autores encuentran una relación entre el tamaño de empresa y la importancia para la biotecnología industrial según el tipo de empresa (Figura 5) (Amaro & Sandoval, 2019).

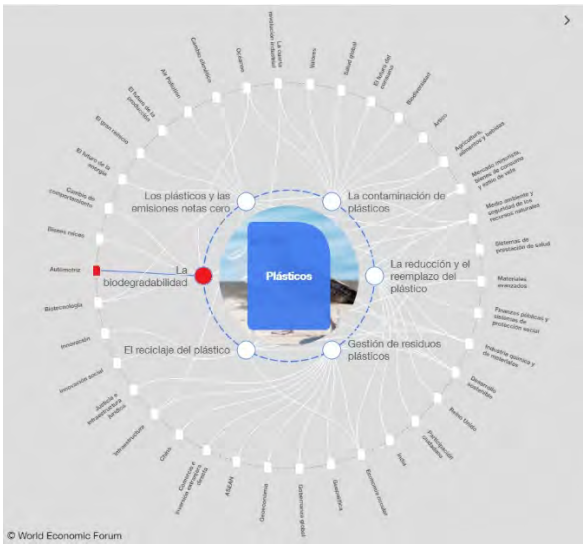
Aunado a la incertidumbre que se mencionó anteriormente, se añade la dificultad de la transferencia de tecnología del laboratorio al mercado, dados los permisos sanitarios se requieren y la regulación asociada a cada producto.

Figura 5. Tipo de empresa biotecnológica. Fuente OCDE, 2009 y 2011 y Festel 2018 citado por (Amaro & Sandoval, 2019).



En relación a los plásticos, la biotecnología busca atenuar la contaminación por el desecho de casi 175 millones de toneladas de plástico anuales. Los plásticos son esenciales para un futuro más limpio más limpio y sostenible, sin embargo, se requiere que, para su fabricación, no se utilicen materiales petroquímicos, políticas y regulaciones para reducir de manera responsable su consumo y su transición a una economía de plásticos más circular, es decir, se tiene que mejorar su biodegradabilidad (Figura 6). (Foro Económico Mundial, 2020).

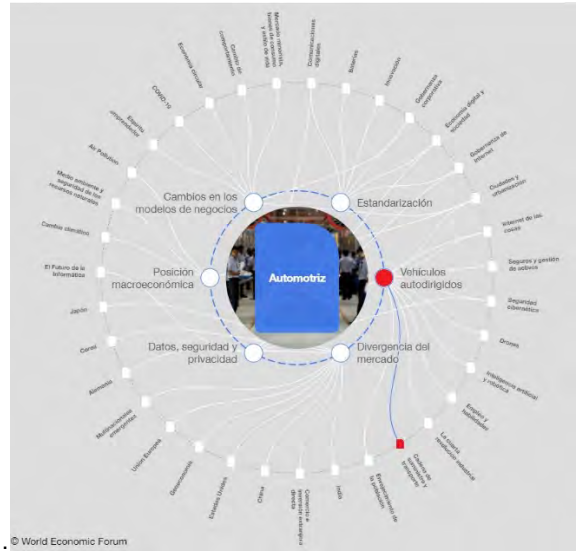
Figura 6. Los plásticos. (Foro Económico Mundial, 2020)



El sector automotriz

Los grandes fabricantes automotrices como son General Motors y Volkswagen, tienen a la industria automotriz altamente globalizada y las pequeñas empresas locales componen los sectores de ventas y distribución de la industria, empoderando a los consumidores que buscan una experiencia de transporte y no un bien material. Esta experiencia se traduce en especificaciones y normas para su fabricación y, con ello nuevos modelos de negocio y operativos que enfrenten los desafíos ambientales y sociales, (Figura 7) (Foro Económico Mundial, 2020)

Figura 7. Automotriz. (Foro Económico Mundial, 2020)



Desde hace más de tres décadas, México se ha visto inmerso en un proceso de apertura económica y comercial, cuya máxima expresión está representada por el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), puesto en marcha en 1994, fue el parteaguas que ha perfilado el desempeño y evolución de una de las industrias más representativas de México: la automotriz. (Carbajal & Moral , 2014). Dicho tratado fue sustituido por el T-MEC a partir del 1º de julio del 2020. Este nuevo tratado incorpora entre otros temas la competitividad, medio ambiente, incluyendo un capítulo donde se reconoce la importancia de la Pymes como promotoras del mantenimiento del dinamismo y la competitividad, además, pone a tención al fomento del contenido regional en las exportaciones de la región, poniendo énfasis en el sector automotriz (Secretaria de Economía, 2019).

A marzo del 2020 y, con un valor de 4 mil 750 millones de dólares, la industria automotriz se consolidó como uno de principales pilares de las exportaciones nacionales, los vehículos representaron cerca del 12% de total de productos exportados (Deloitte, 2020). Este crecimiento disminuyó en 1.6% para mayo, por la contingencia sanitaria, la entrada en vigor del T-MEC y las nuevas reglas para enviar vehículos a los países de Norteamérica, aunado a lo anterior, la industria automotriz se ve impactada por el aumento gradual del contenido regional, la exigencia del uso en la fabricación del 70% de acero y aluminio proveniente de Norteamérica y el valor del contenido laboral que señala un pago mínimo de 16 dólares por hora a los trabajadores.

El sector de autopartes

De las empresas de autopartes establecidas en México, 30% son de capital nacional y el 70% son de capital extranjero. Del total de empresas de autopartes, solo 345, son fabricantes de primer nivel y las restantes corresponden a fabricantes de insumos de materias primas de segundo y tercer nivel. (Secretaría de Economía, 2012).

Para el Estado de México, uno de los principales motores del crecimiento económico, la generación de empleos y el aumento de productividad, es la Inversión Extranjera Directa, donde la industria automotriz es una de las que más captaron tal inversión. La principal meta de este sector es la contención de costos en todo el

ciclo de vida de un vehículo incorporando nuevas formas de producir, cumpliendo con el objetivo de bajar costos y peso en el vehículo. Los plásticos son la respuesta a estos objetivos, además de agregar otras ventajas como son: insensibilidad del material a la corrosión, poca inversión, versátiles y flexibles, entre otras. En los años 50, 60 y 70, los automóviles tenían solo un 3% de materiales plásticos. En la actualidad, los automóviles convencionales están constituidos por poco más del 15% de material plástico entre paragolpes, rejillas, faros, guardabarros, spoilers, molduras, salpicadero, paneles o revestimientos de puerta entre otros, (CRO, 2019), Figura 8 .

Figura 8. Componentes del automóvil. (Autocarpro.in, 2016).

Cadena de suministro

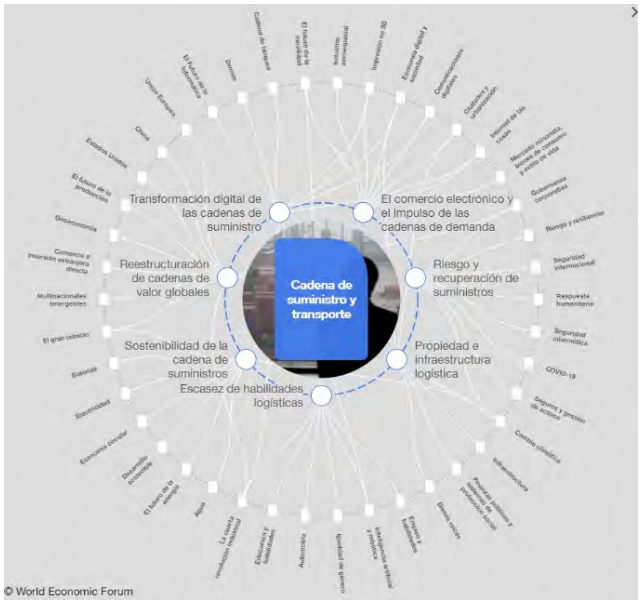
Gastón (2018), define la Cadena de suministro como:

Un sistema dinámico de organizaciones interconectadas por flujos materiales, financieros, humanos y de información, que favorece la inteligencia colectiva de sus miembros a través del uso de la logística, para alcanzar una fluida coordinación y colaboración en la sincronización de procesos que buscan satisfacer los requerimientos del consumidor final, maximizando el valor total creado para la organización de forma continua. p (37).

El sistema circulatorio de la economía mundial se fundamenta en las cadenas de suministro. Su rendimiento y complejidad van en aumento, conocer como impactan al ambiente y su vulnerabilidad han pasado a ser fuentes importantes de preocupación Figura 9. “Según Allied Market Research, el mercado global de la

logística está creciendo un 3,5 % cada año, y costará USD 12,3 billones para el año 2022 (Foro Económico Mundial, 2020). El numero d variantes que intervienen en un producto, está directamente relacionado con su complejidad y esta a su vez con el costo. El 44% de los encuestados por la University of Lüneburg en un estudio sobre complejidad, opinó, que en el caso de la industria automotriz, la complejidad es un importante costo (Schleich et al., 2007 citado por (Cedillo, 2018)).

Figura 9. Cadena de suministro y transporte. (Foro Económico Mundial, 2020)



RESULTADOS

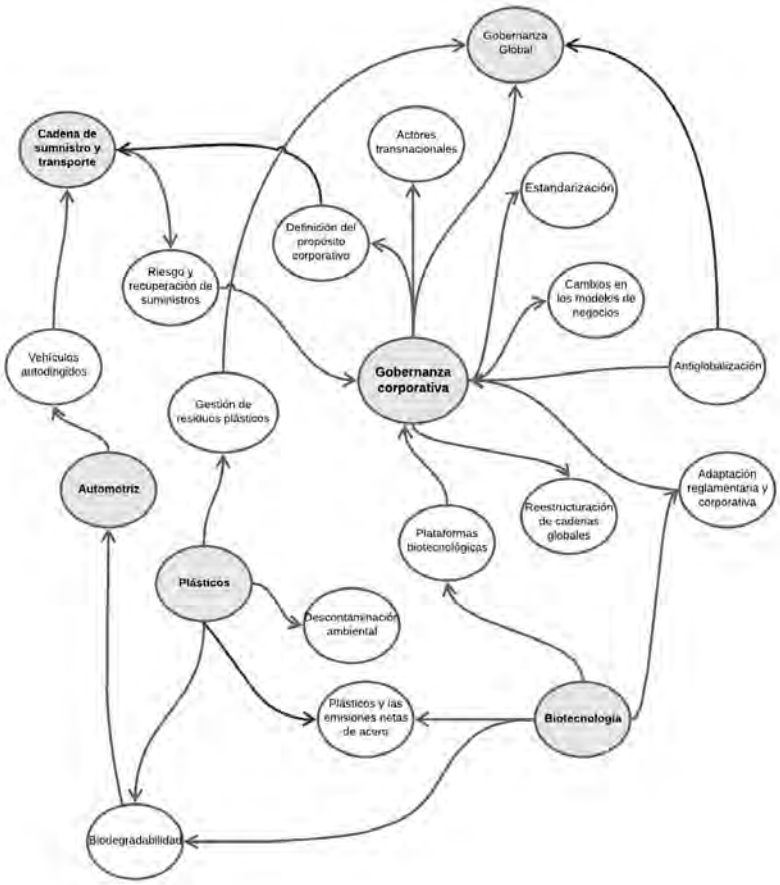
En esta primera fase de este proyecto se hace un análisis exploratorio de los conceptos fundamentales del problema de estudio, dadas las características que en este momento se está viviendo en el país no fue posible aplicar el instrumento que se diseñó para conocer más sobre la gobernanza en el sector automotriz y cómo ésta incide de manera positiva a la adaptación tecnológica para fabricar autopartes con biotecnología.

El análisis enlaza de que forma la gobernanza tiene incidencia sobre un aspecto tan importante como es el medio ambiente y lleva a la siguiente conclusión, Figura 10.

La gobernanza es un aplicado para el entendimiento de la gestión de las políticas públicas y que trasladado al ámbito empresarial se conoce como gobernanza corporativa. Es relevante entender las estructuras corporativas para así saber quién

toma las decisiones estratégicas de la empresa, como son el manejo de capital o la asignación de recursos. La gobernanza, entonces, tendrá como objetivo la definición de las metas de la empresa, ayudándole a sobrevivir, a ser competente y, además a comprender como es que impacta a la sociedad.

Figura 10. Interrelación de conceptos.



Fuente: elaboración propia con información de FEM (2020)

Las grandes empresas, normalmente transnacionales, impactan en las cadenas de valor con su jerarquía imponiéndose a las pequeñas empresas, lo que afecta en el desarrollo tecnológico. Bajo un esquema de gobernanza, con políticas de operación que no promueven la participación con las pequeñas empresas o empresas locales las utilizan, se benefician de su tecnología, de su I+D y algunas veces se apropian de ella, pero no se comprometen a más. Lo que provoca que las pequeñas empresas o empresas locales se vuelvan “volátiles” con un estimado de vida de 5 años donde difícilmente tengan un retorno de la inversión en tecnologías.

Por lo que se hace necesario generar políticas y reglas que permitan conjugar esfuerzos, de tal forma que se genere un “ganar ganar” y se promueva el desarrollo tecnológico.

La preocupación por el medio ambiente hace aún más relevante el desarrollo de tales políticas, políticas que coadyuven a aumentar los índices actuales de I+D en relación a la generación de nuevos materiales y formas de producción que sean amigables con el ambiente. En este sentido, la biotecnología es un área de oportunidad en México, para explorar nuevas formas de producir sin contaminar, de encontrar materiales biodegradables, en este caso para el sector automotriz.

El sector automotriz ha ido intercambiando piezas metálicas por piezas plásticas, sin embargo, aún no se cuenta con materiales biodegradables. Algunas piezas son fabricadas con un compuesto de poliéster reforzado de fibra de vidrio, conocido como SMC (Sheet Moulding Compound), al cual, y por solicitud expresa del cliente se le agrega un porcentaje de aceite de soya a la resina poliéster, para cumplir con el requerimiento de que algún material tenga algún contenido natural y a decir de un entrevistado del área automotriz, no hay desarrollos biotecnológicos para ésta área.

Además de no estar definido el retorno de los componentes plásticos automotrices después de concluido su ciclo de vida útil, aquí es donde la cadena de suministro toma importancia, ya que puede participar activamente la logística inversa de tales componentes. Sin embargo, se regresa al punto de partida, se requiere de una gobernanza corporativa bien estructurada, con políticas bien definidas y orientadas a la colaboración con grandes, pero sobretodo pequeñas empresas y empresas locales para el fomento de la innovación, desarrollo y permanencia en el mercado de todos los actores.

En el caso del Estado de México, se tienen grandes oportunidades de desarrollo, actualmente es uno de los principales referentes en el sector automotriz, sin embargo, su gobernanza está claramente definida por las grandes corporaciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Amaro, R. M., & Sandoval, C. S. (2019). Industria Biotécnológica, concentración y oportunidades para las empresas mexicanas en el panorama mundial de encadenamientos productivos. En S. M. Morales, & R. M. Amaro, La biotecnología en México. Innovación tecnológica, estrategias competitivas y contexto institucional (págs. 127-144). Facultad de economía. UNAM.

Autocarpro.in. (2016). Autocard Professional. Essential reading for de automotive industry. Obtenido de http://www.autocarpro.in/IMG/137/6137//car-part500-699x380.jpg?1405682720

Banco Mundial. (2017). Gobernanza y las leyes, cuadernillo del "Panorama General". Washington DC: Creative Commons de Reconocimiento CC BY 3.0 IGO. doi:10.1596/978-1-4648-0950-7.

Carbajal, S. Y., & Moral , B. L. (julio-diciembre de 2014). El desempeño del sector automotriz en México en la era TLCAN. Un análisis de 20 años. Paradigma económico(Año 6. No. 2), 95-126.

Cedillo, C. M. (2018). Diseño de la Cadena de Suministro. Certificación AML Proglobal., (págs. 1-105). México.

CIO. (24 de agosto de 2018). CIO México. Recuperado el 16 de 07 de 2020, de https://cio.com.mx/la-gobernanza-corporativa-importante-ponerla-en-practica/

CRO. (2019). Central Recambio Original. Recuperado el 04 de agosto de 2020, de http://www.recambiooriginal.com/blog/recambios-originales/mecanica/evolucion-uso-plasticos-automovil/

Deloitte. (2020). Sector Automotriz. Los caminos frente al T-MEC. Mexico: Deloitte. Obtenido de https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/sector-automotriz-frente-T-MEC.html

Amaro, R. M., & Sandoval, C. S. (2019). Industria Biotécnológica, concentración y oportunidades para las empresas mexicanas en el panorama mundial de encadenamientos productivos. En S. M. Morales, & R. M. Amaro, La biotecnología en México. Innovación tecnológica, estrategias competitivas y contexto institucional (págs. 127-144). Facultad de economía. UNAM.

Autocarpro.in. (2016). Autocard Professional. Essential reading for de automotive industry. Obtenido de http://www.autocarpro.in/IMG/137/6137//car-part500-699x380.jpg?1405682720

Banco Mundial. (2017). Gobernanza y las leyes, cuadernillo del "Panorama General". Washington DC: Creative Commons de Reconocimiento CC BY 3.0 IGO. doi:10.1596/978-1-4648-0950-7.

Carbajal, S. Y., & Moral , B. L. (julio-diciembre de 2014). El desempeño del sector automotriz en México en la era TLCAN. Un análisis de 20 años. Paradigma económico(Año 6. No. 2), 95-126.

Cedillo, C. M. (2018). Diseño de la Cadena de Suministro. Certificación AML Proglobal., (págs. 1-105). México.

CIO. (24 de agosto de 2018). CIO México. Recuperado el 16 de 07 de 2020, de https://cio.com.mx/la-gobernanza-corporativa-importante-ponerla-en-practica/

CRO. (2019). Central Recambio Original. Recuperado el 04 de agosto de 2020, de http://www.recambiooriginal.com/blog/recambios-originales/mecanica/evolucion-uso-plasticos-automovil/

Deloitte. (2020). Sector Automotriz. Los caminos frente al T-MEC. Mexico: Deloitte. Obtenido de https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articles/sector-automotriz-frente-T-MEC.html

Foro Económico Mundial. (2020). World Economic Forum. Recuperado el 15 de 07 de 2020, de https://intelligence.weforum.org/

González, L. (2019). El economista. Recuperado el 4 de 08 de 2020, de https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Industria-automotriz-vale-mas-que-industria-de-alimentos-20190712-0007.html

Morales, S. M., & Amaro, R. M. (2019). La biotecnología en México. Innovación tecnológica, estrategias competitivas y contexto institucional. México: Facultad de Economía. UNAM.

OCDE. (2005). Recuperado el 20 de 07 de 2020, de https://www.oecd.org/centrodemexico/publicaciones/biotecnologia.htm

Rocha, G. J. (abril-junio de 2011). Consejos de administración y gobernanza corporativa en México. Revista Méxicana de Sociología(2).

Secretaría de Economía. (2012). Industría Automotríz. Monografía, México.

Secretaria de Economía. (2019). Resumen del Tratado de libre comercio México-Estados Unidos-Canadá (T-MEC). México: Secretaria de Economía.

Stezano, P. F. (2019). Políticas de ciencia, tecnología e innovación para la industria farma-biotecnológica mexicana. En La biotecnología en México. Innovación tecnológica, estrategias competitivas y contexto institucional. Facultad de economía. UNAM.

Villamar, N. Z. (enero-abril de 2017). Gobernanza Global y (su propio) desarrollo. Relaciones Internacionales de la UNAM(127), 135-149.

Villavicencio, C. D. (2019). Los desafios de la politica de innovación en México. En S. M. Morales, & R. M. Amaro, La biotecnología en México. Innovación tecnológica, estrategias competitivas y contexto institucional (págs. 53-92). México: Facultad de economía. UNAM.

Zurbtiggen, C. (2011). Gobernanza: Una mirada desde América Latina. Perfiles Latinoamericanos, 39-65.

IMPACTO DEL COVID EN EL SECTOR RESTAURANTERO DE LA MATA DE TAMPAMACHOCO EN TUXPAN, VERACRUZ

LÁZARO SALAS BENÍTEZ[1], EDALID ÁLVAREZ VELÁZQUEZ[2] SAULO SINFOROSO MARTÍNEZ[3].

RESUMEN

A partir de que la enfermedad del Coronavirus (Covid 19) se propago mundialmente, nadie se imaginó el impacto que se generó no tan solo a nivel de la salud, sino en la economía de los países y de las empresas. Se describirá un breve marco teórico de la enfermedad y su transición hasta convertirse en una pandemia mundial, y en el momento que llega a nuestro país, como se toman las medidas preventivas en el sector comercial y de servicios. Continuando se hará un contexto del sector restaurantero en la Mata de Tampamachoco de Tuxpan, Veracruz. Se diseñará un instrumento con cierto número de ítems, para aplicarlos a una muestra por conveniencia del sector restaurantero. En el que finalmente se conocerán los resultados, sus conclusiones y recomendaciones a partir de los resultados, para conocer el impacto del Covid en este sector.

Palabras clave: Covid, Impacto, economía, sector restaurantero.

ABSTRACT

Since the Coronavirus disease (Covid 19) spread worldwide, no one imagined the impact that was generated not only at the health level, but also in the economies of countries and companies. A brief theoretical framework of the disease and its transition to become a global pandemic will be described, and when it arrives in our country, how preventive measures are taken in the commercial and services sector. Continuing there will be a context of the restaurant sector in the Mata de Tampamachoco de Tuxpan, Veracruz. An instrument will be designed with a certain number of items, to be applied to a convenience sample of the restaurant sector. In

[1] Universidad Veracruzana. lasabe.2380@gmail.com
[2] Universidad Veracruzana, ealvarez@uv.mx
[3] Universidad Veracruzana. ssinforoso@uv.mx

which the results, its conclusions and recommendations based on the results will finally be known, to know the impact of Covid in this sector.

Keywords: Covid, Impact, economy, restaurant sector.

OBJETIVO

Identificar el impacto del COVID en el sector restaurantero de la Mata de Tampamachoco en Tuxpan, Veracruz.

INTRODUCCIÓN

México como país, en los dos últimos siglos ha padecido: guerras, intervenciones extranjeras, estallidos sociales, desastres naturales (temblores, inundaciones y huracanes) y económicas (inflación, devaluación, pérdida de poder adquisitivo, deuda externa), así como el contagio de enfermedades virales (Sida, Dengue, Influenza, Varicela) pero ninguna tan grave ni destructiva como es el Coronavirus, mejor conocido como Covid 19. Esta enfermedad ha generado la mayor cantidad de muertes, que de acuerdo a la Organización Mundial de Salud ascienden a más de 867 mil personas en todo el mundo, sin embargo, su impacto ha derivado en afectaciones económicas en muchos sectores, entre ellos el restaurantero en la comunidad de la Mata de Tampamachoco, del municipio de Tuxpan, Veracruz.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En términos generales, la enfermedad del Covid 19 ha afectado a nivel mundial no tan solo en el sistema de salud, sino que su impacto ha afectado la economía en los diferentes sectores productivos, además en el distanciamiento social, cierre temporal de empresas y negocios, suspensión de clases, desabasto y encarecimiento, incertidumbre y miedo a lo desconocido. Todo lo anterior, ha derivado que poblaciones enteras, tengan nula actividad social y económica, lo que ha originado que su principal actividad de fuente de ingresos se reduzca a una falta de reactivación económica, por no generar ventas por el cierre temporal de negocios y las medidas sanitarias por el distanciamiento social, como es el caso de la Mata de Tampamachoco del municipio de Tuxpan, Veracruz donde el sector

restaurantero vive de la afluencia turística y de los consumidores locales que degustan de la gastronomía de esta localidad, y que ha originado la ausencia de los mismos.

JUSTIFICACIÓN

Como se ha descrito, la enfermedad del coronavirus Covid 19, no tan solo ha dañado el ámbito de la salud, sino que ha creado incertidumbre y miedo a la enfermedad, además de un deterioro y una recesión de tipo económico, derivado por el cierre temporal de empresas y negocios en actividades económicas no esenciales, así como el distanciamiento social y el confinamiento en casa por suspensión de clases, el desabasto y encarecimiento de ciertos productos y servicios.

El fin de este trabajo es: Identificar el impacto del COVID en el sector restaurantero de la Mata de Tampamachoco en Tuxpan, Veracruz. En su primera parte describiré como surge esta enfermedad y como se disemina como pandemia mundial; que decisiones toma la Organización Mundial de la Salud y otros organismos internacionales. Y a partir de que se presenta el primer contagio en nuestro país, qué medidas sanitarias y políticas administrativas se gestionan para el cierre temporal de empresas y negocios en actividades económicas no esenciales, así como el distanciamiento social y el confinamiento en casa al suspenderse las clases a nivel nacional. Finalmente se conocerá el impacto del Covid 19 en el sector restaurantero en la comunidad de la Mata de Tampamachoco en Tuxpan, Veracruz; para terminar con los resultados y las conclusiones.

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS), el Coronavirus (Covid 19) es una enfermedad viral que fue notificado por primera vez en Wuhan (China) el 31 de diciembre de 2019 al presentarse un conglomerado de casos de neumonía y que en los humanos causa una infección respiratoria que pueden ir desde un resfriado

común hasta enfermedades más graves como el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS) y el síndrome respiratorio agudo severo (SRAS).

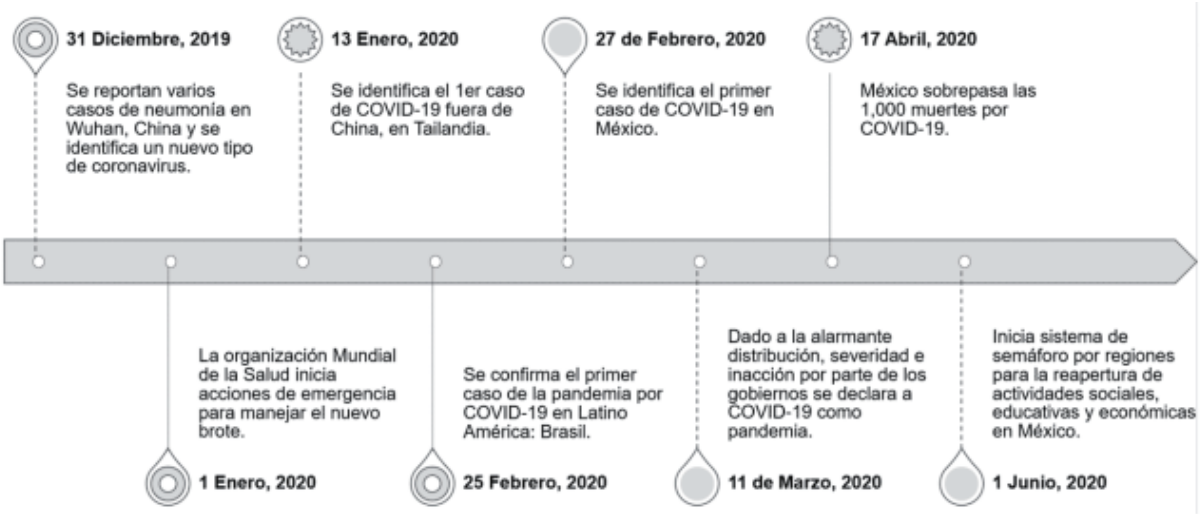
A principios del mes de enero del 2020 se realiza una evaluación del riesgo y una serie de recomendaciones, con las pruebas de laboratorio e información proporcionada por China a la OMS sobre la situación de esta nueva enfermedad, tomando como base la experiencia con otras epidemias similares (SRAS y MERS), se dan ciertas orientaciones preventivas y medidas de control sanitario ante la diseminación y rápido contagio de este nuevo coronavirus, declarándose un estado de emergencia.

Con el propósito de contener la propagación del contagio infeccioso del Covid-19 a otros países, China decidió suspender todos los medios de transporte, cerrando aeropuertos, estaciones de autobuses y ferrocarril, prohibiendo salidas aéreas, marítimas y terrestres; sin embargo, el 13 de enero del 2020 se identifica en Tailandia (posteriormente en Japón y Corea del Sur) el primer caso de la enfermedad fuera del país chino. A partir de ahí, se empieza a propagar de manera rápida e intensa a países tales como: Rusia e India en Asia; España, Reino Unido e Italia en Europa; Israel, Irán e Iraq en Medio Oriente. Posteriormente, se reporta el suceso de contagio en Latinoamérica (Brasil), para finalmente presentarse el 27 de febrero del 2020 el primer caso de Covid 19 en México, como se describe en la figura 1.

Figura 1. Línea del tiempo de contagio mundial de Covid 19. Fuente: OMS

A partir de que se identifica el caso inicial de Covid 19 en México, con el reporte de contagio de tres personas que viajaron a Bergamo, Italia a una convención, se dan los primeros contactos de contagio cuando ellos retornan a sus lugares de origen en territorio nacional (Sinaloa, CDM y Estado de México). Dado el aumento alarmante de contagios, la Organización Mundial de Salud declara la enfermedad como pandemia, y el gobierno mexicano declara a partir del 20 de Marzo del 2020 la suspensión de actividades no esenciales, cerrándose: industrias, dependencias de gobierno, instituciones educativas, centros de entretenimiento (cines, espectáculos, juegos deportivos, museos), centros de culto religioso, entre otros lugares donde el público en general pudiese tener riesgo de contagio, además de que se inició el confinamiento para quedarse en casa, hasta finales del mes de Mayo. Ya en el siguiente mes, se inicia el sistema de semáforo por regiones en el país, para la reapertura gradual de ciertos sectores económicos y la normalización de actividades esenciales, como se ve en la figura 2.

Figura 2. Línea del tiempo en México del Covid 19. Fuente: GOB.MX



MARCO CONTEXTUAL

Actualmente el sector restaurantero, en la congregación de la Mata de Tampamachoco, del Municipio de Tuxpan, Veracruz; constituye una de sus principales actividades como fuente de empleo, ya que cerca de sus 445 habitantes se dedica a la pesca y a la industria restaurantera; dicha comunidad se encuentra ubicada en lado poniente de la Laguna del mismo nombre, en el municipio de

Tuxpan, Veracruz localizado en el norte del Estado mexicano de Veracruz, ubicada en la región conocida como la Huasteca a 191 km al sur de Tampico, a 60 km al norte de Poza Rica y a 320 km de la Ciudad de México; por su cercanía a la Ciudad de México, Puebla, Querétaro y otras ciudades del altiplano, es seleccionado como un destino turístico para degustar su variada gastronomía en pescados y mariscos. De acuerdo con datos de INEGI (2018) y de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados (CANIRAC), se tiene un censo de 30 restaurantes en dicho lugar, como se muestra en la figura 3.

Figura 3. Restaurantes de la Mata de Tampamachoco. Fuente: Google Maps.

Impacto del COVID en el sector restaurantero de la Mata de Tampamachoco en Tuxpan, Veracruz

La presencia del COVID 19 en el país, ha sido decisivo para repercutir en un daño económico y social en el sector restaurantero de la Mata de Tampamachoco en Tuxpan, Veracruz, siendo otros los siguientes factores:

- El miedo y la incertidumbre al contagio a la enfermedad ya que puede ocasionar incluso la muerte, en el ámbito de la salud.

- Con motivo del distanciamiento social y el confinamiento en casa, ha generado no tan solo el cierre temporal de los negocios, quedándose sin una fuente de ingreso, sus trabajadores.
- Además de un deterioro y recesión económica, en la propia comunidad, considerando que es una de sus principales actividades.
- La restricción de ingreso de turistas o personas de otra procedencia, ha impedido la asistencia y el consumo de los servicios gastronómicos del sector restaurantero.
- En términos generales, las medidas sanitarias han provocado las nulas ventas de este sector y su afectación de manera económica, de salud y social.

Ante este fenómeno mundial y de crisis sanitaria, esta pandemia de COVID ha generado cierto impacto no únicamente en el ámbito de la salud, sino en el orden económico, laboral, social e incluso en el cumplimiento de las obligaciones fiscales. A continuación, se detalla las diferentes implicaciones de lo descrito anteriormente en la tabla 1.

Tabla 1. Impacto del Covid en el sector restaurantero de la Mata de Tampamachoco.

Área	Descripción
Económico	Deterioro en la perdida adquisitiva en los trabajadores Falta de liquidez y solvencia en los integrantes de la comunidad Deterioro y recesión económica en la comunidad Nula actividad entre proveedores y el sector restaurantero Aumento en el quebranto de gastos operativos fijos (renta, luz, servicios, impuestos) y en cuentas por pagar Costos por la contingencia (vigilancia, nomina, atención medica)
Salud	Esta enfermedad tiene un alto índice de contagio y de muerte El colapso en el sistema de salud, por la falta de espacios, médicos especialistas e insumos en medicamentos La incertidumbre y el miedo al contagio Las medidas sanitarias insuficientes y su falta de cumplimiento Alto índice de riesgo en la población, por vulnerabilidad en obesidad, enfermedades crónicas, entre otros aspectos
Laboral	Incertidumbre y miedo a perder el empleo Reducción de su sueldo o incluso no percepción de salario Inestabilidad laboral y económica Disminución de la calidad de vida Dificultad para emplearse en otro centro de trabajo
Fiscal	Por la falta de liquidez, retraso en los pagos de impuestos Incumplimiento en las obligaciones fiscales Disminución en el monto de la base gravable Acoso de la autoridad fiscal en revisiones y cobros de impuestos Incertidumbre y miedo a tener auditorias y pago de multas excesivas

Social	Por el cierre temporal o definitivo del centro de trabajo, se ha generado incertidumbre y miedo a la pérdida de empleo Por el distanciamiento social, se tiene en la comunidad estrés y ansiedad, además de violencia intrafamiliar Pérdida del poder adquisitivo familiar, ya que hay pocos o nulos ingresos, y los gastos del hogar han aumentado

Fuente propia

Lo anterior conduce a una concientización, de que la sociedad y este sector restaurantero se ve afectada, no solo en el ámbito de la salud, sino que tiene implicaciones como se ha visto en el punto anterior, en lo económico, social, laboral, fiscal y quizás en otras área más. Que el tiempo ha transcurrido afectando la vida cotidiana de la población y hasta que no se encuentre una vacuna a corto plazo, se tendrá la tranquilidad, la seguridad y una estabilidad de normalidad entre todos los sectores afectados por esta pandemia mundial.

MÉTODO

Tipo de estudio, muestra e instrumento

El presente trabajo es descriptivo de tipo cuantitativo, no experimental no probabilística, en el que se aplicó una muestra a conveniencia, entre 20 propietarios del sector restaurantero de la Mata de Tampamachoco de la Ciudad de Tuxpan, Veracruz, donde se aplicó una encuesta con solo 8 preguntas de opción múltiple y en escala de Likert, para conocer su percepción del impacto del COVID durante el periodo de contingencia en este ramo económico, mostrándose en el último apartado los resultados y gráficos de los mismos.

Descripción

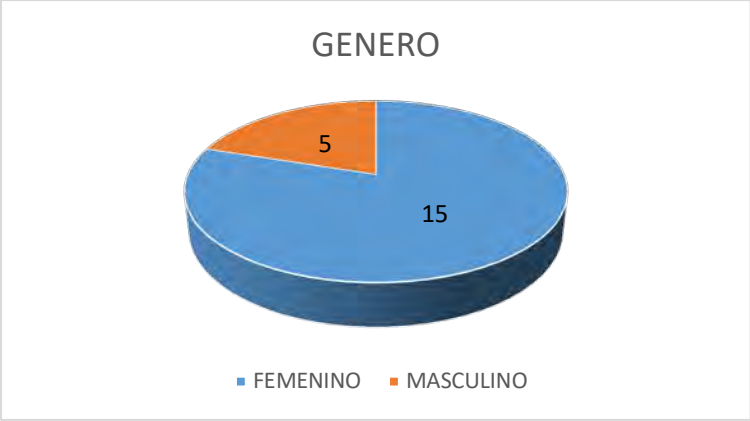
La encuesta que se aplicó consta de 8 preguntas de opción múltiple y con escala de Likert, los días 10 y 11 de Julio del 2020.

En el primer apartado, son datos generales y posteriormente, la percepción de los encuestados sobre el del impacto del COVID durante el periodo de contingencia, del sector restaurantero de la Mata de Tampamachoco de la Ciudad de Tuxpan, Veracruz, relativo a: su conocimiento, su contexto, sus implicaciones, entre otros aspectos.

RESULTADOS

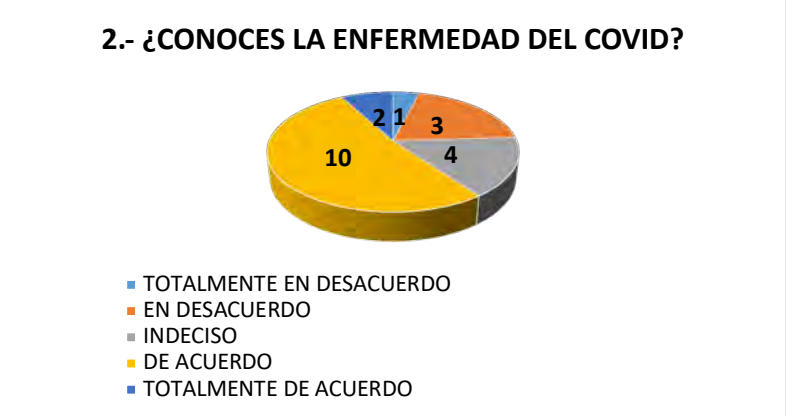
El resultado final de la investigación, se detalla con los datos más relevantes y su representación gráfica, interpretando los resultados obtenidos con el instrumento de medición, a través de la encuesta que fue aplicada a 20 propietarios del sector restaurantero de la Mata de Tampamachoco la Ciudad de Tuxpan, Veracruz. Para una mejor interpretación de la información, se tienen las siguientes gráficas:

Gráfica 1: Género de los encuestados



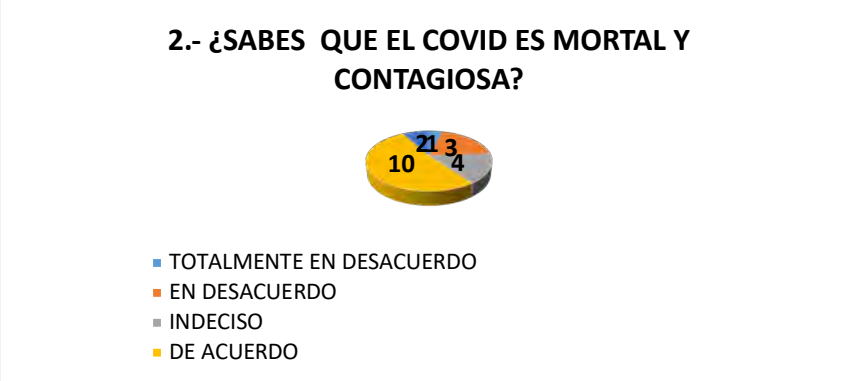
En la gráfica 1, se observa que la mayoría de los encuestados, son mujeres (15)

Gráfica 2: Grado de conocimiento del COVID



En la gráfica 2, se observa que la mayoría de los encuestados, conocen la enfermedad

Grafica 3: Grado de conocimiento del contagio y mortandad del COVID



En la gráfica 3, se observa que la mayoría de los encuestados conocen, que la enfermedad es contagiosa y mortal

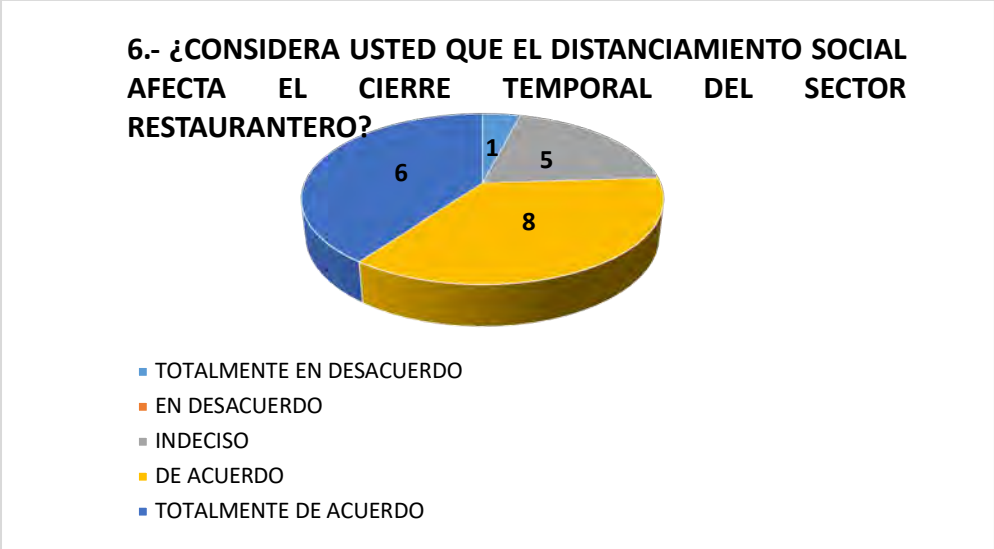
Grafica 4: Percepción de que el distanciamiento social afecta las empresas

En la gráfica 4, se observa que la mayoría de los encuestados están de acuerdo de que el distanciamiento social afecta las empresas

Grafica 5: Percepción de que el distanciamiento social afecta la economía del sector restaurantero

En la gráfica 5, se observa que la mayoría de los encuestados están de acuerdo de que el distanciamiento social afecta la economía del sector restaurantero

Grafica 6: Percepción de que el distanciamiento social afecta el cierre temporal del sector restaurantero



En la gráfica 6; se observa que la mayoría de los encuestados están de acuerdo de que el distanciamiento social afecta el cierre temporal del sector restaurantero

Grafica 7: Percepción de que el distanciamiento social afecta laboral y fiscalmente el sector restaurantero

En la gráfica 7, se observa que la mayoría de los encuestados están de acuerdo de que el distanciamiento social afecta laboral y fiscalmente el sector restaurantero

Grafica 8: Opinión acerca de la difusión de las medidas sanitarias son insuficientes

En la gráfica 8, se muestra que la mayoría de los encuestados están de acuerdo, de que son insuficientes la difusión de las medidas sanitarias.

CONCLUSIONES

México es uno de los países, con mayor índice de vulnerabilidad por contar con una población de adultos mayores y con enfermedades crónicas degenerativas tales como la diabetes, sinusitis, obesidad, entre otras; por lo que a partir de que el Coronavirus hizo presencia en territorio nacional a principios del 2020 y que desde mediados del mes de Abril se dieron la cifra de mil defunciones, incrementándose la curva de contagio con las implicaciones de distanciamiento social y el cierre temporal de que aquellas actividades no esenciales por el periodo de contingencia (Marzo 20 al 1° de Junio), motivo a un confinamiento forzoso por el tema de prevención sanitaria para evitar el crecimiento de contagios y de mortandad, pero con consecuencias no solo carácter social, sino económica a través del cierre de negocios, como es el caso del sector restaurantero en la Mata de Tampamachoco de la Ciudad de Tuxpan, Veracruz ocasionando una recesión en su actividad principal de la comunidad, además de una incertidumbre y miedo en el ámbito de la salud, laboral y en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.

Como parte de este estudio, la muestra de los encuestados en su calidad de propietarios de negocios del sector restaurantero en la Mata de Tampamachoco de la Ciudad de Tuxpan, Veracruz, se consideran los siguientes puntos:

- ✓ La mayoría tiene conocimiento del COVID como enfermedad mortal y contagiosa.
- ✓ Identificaron que las medidas de distanciamiento y confinamiento, provoco una recesión económica afectando el poder adquisitivo de todos
- ✓ Se generó una incertidumbre y miedo, por el tema del cierre temporal al darse el despido del personal y en su caso del pago de nómina y gastos operativos
- ✓ El no cumplimiento de sus obligaciones laborales, fiscales y de proveedores.

Este trabajo de investigación, finalmente le da a conocer al sector restaurantero de la Mata de Tampamachoco de la Ciudad de Tuxpan, Veracruz, los siguientes aspectos:

- Se detone la economía local y regional.
- Generación de estrategias para conservar empleos directos e indirectos.
- Detonación de competitividad y productividad.
- Beneficios de tipo social, económico, tributario y administrativo.
- Implementación de programas de estímulos fiscales y de ayuda no gubernamental.
- Un mejor bienestar social en la economía familiar

RECOMENDACIONES

Es pertinente generar programas de difusión (cursos, folletos, orientaciones, asesorías, etc.) y de apoyo social y económico (orientado a nivelar el poder adquisitivo y la economía de la comunidad y del sector restaurantero) y un mayor acercamiento con los interesados por las autoridades hacendarias con estímulos fiscales y del sector productivo con proyectos de apoyo económico, para detonar el problema, financiero, legal, de salud y de índole social, para el bienestar social en la economía familiar, y combinándolo con el respaldo de programas gubernamentales, se incrementaría el desarrollo económico del sector restaurantero de la Mata de Tampamachoco de la Ciudad de Tuxpan, Veracruz

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arredondo A., Viridiana Vanesa. “Los Estímulos Fiscales como herramienta de deducibilidad en las empresas”. Revista Contaduría Pública. México. Edición Julio 2016.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) Del confinamiento a la reapertura: Consideraciones estratégicas para el reinicio de las actividades en America Latina y el Caribe en el marco del Covid 19. 2020. Washington, D.C.

Deloitte (2020).Restaurarte ante el COVID – 19. Riesgos e implicaciones potenciales para la industria de restaurantes. Webcast de la Industria Restaurantera. Mayo, 2020.(CANIRAC) Camara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados.

Durán, A., & Flores, P. (2009). Estímulos fiscales y su tratamiento para efectos del impuesto sobre la renta. México DF: Instituto Mexicano de Contadores Públicos

Grupo Interinstitucional de Investigación (GIDI) Impactos de Covid 19 en las Empresas en Baja California. Resultados finales al 7 de Mayo de 2020

Salas B., Lázaro. Ponencia “Los estimulas fiscales: una percepción de sus beneficios en el sector cooperativo pesquero, en la Congregación de la Mata de Tampamachoco, del municipio de Tuxpan, Veracruz, 2019,

Global CEO Survey México 2019

Folleto Informativo de los Estímulos Fiscales. Servicio de Administración Tributaria. 2019.

Ley del Impuesto Sobre la Renta

https://coronavirus.gob.mx/

https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Cronolog%C3%ADa_de_la_pandemia_de_enfermedad_por_coronavirus_de_2019-2020

https://hipertextual.com/2020/01/coronavirus-china-cronologia

https://www.inegi.gob.mx

https://www.who.int/es/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=CjwKCAjwwab7BRBAEiwAapqpTC4lSaZCgU7j4PLeHTpGSE96cVx7KXIVIkVglOMdY5jJJO33R73VFhoCAs8QAvD_BwE

ACTITUD ASUMIDA DE LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE BOCA DEL RÍO DURANTE EL ASILAMIENTO SOCIAL PROVOCADO POR LA PANDEMIA; PROTAGONISTAS DE IDEAS EMPRENDEDORAS O SIMPLE ESPECTADORES.

CÉSAR AUGUSTO SEVERINO PARRA[1], VERÓNICA USCANGA HERNANDEZ[2], ZANDRA ELIZABETH FRANCO CRUZ[3], EVELIN SALGADO MORALES[4]

RESUMEN

El impacto de la pandemia y su incertidumbre también ha afectado de forma significativa a los sistemas de educación en el mundo. De la noche a la mañana, colegios y universidades han tenido que pasarse a la virtualidad, muchos sin contar con los recursos suficientes para hacerlo, y con estudiantes sin la capacidad de conectarse a internet en sus casas ante la ausencia de dispositivos electrónicos y/o una red wifi. Alumnos y maestros han tenido que acoplarse, sin que eso signifique que en tan poco tiempo ya se dio una adaptación efectiva a dicho cambio.

El objetivo de este trabajo de investigación es conocer si los jóvenes estudiantes del Instituto Tecnológico de Boca del Río están llevando a cabo acciones de emprendimiento en sus casas durante esta cuarentena obligada por la pandemia, entendiendo por emprendimiento cualquier actividad que le de valor agregado a sus vidas, no necesariamente el adquirir dinero producto de esas acciones.

Se diseñó para esto un cuestionario que consta de 5 preguntas y se aplicó a 200 estudiantes del ITBOCA.

Palabras claves: Pandemia, protagonistas, ideas emprendedoras.

[1] Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río. cesarseverino@ bdelrio.tecnm.mx
[2] Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río. veronicauscanga@bdelrio.tecnm.mx
[3] Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río zandrafranco@bdelrio.tecnm.mx
[4] Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Boca del Río evelynsalgado@bdelrio.tecnm.mx

ABSTRACT

The impact of the pandemic and its uncertainty has also significantly affected education systems around the world. Overnight, colleges and universities have had to go virtual, many without having enough resources to do so, and with students without the ability to connect to the internet at home in the absence of electronic devices and / or a wifi network. Students and teachers have had to adapt, without this meaning that in such a short time there has already been an effective adaptation to said change.

The objective of this research work is to know if the young students of the Boca del Río Technological Institute are carrying out entrepreneurial actions in their homes during this quarantine forced by the pandemic, understanding by entrepreneurship any activity that adds value to their lives, not necessarily acquiring money from those actions.

A questionnaire consisting of 5 questions was designed for this and it was applied to 200 ITBOCA students.

Key words: Pandemic, protagonists, entrepreneurial ideas

INTRODUCCIÓN

La pandemia del COVID 19 ha sido definida por varios analistas como el cisne negro, esto porque estos animales son conocidos como una figura que representan hechos altamente improbables, sin embargo, hay opiniones en contra a esta afirmación, hay estudios hechos desde el 2007 que hablan sobre futuras pandemias que son originadas por la apertura de las fronteras debido a la globalización. El mismo Bill Gates lo predijo en marzo del 2015 a través de la plataforma Ted talk, mencionando que la próxima catástrofe mundial no sería un ataque nuclear de proporciones colosales, sino la propagación de un virus altamente contagioso.

Pero a pesar de que es un hecho que queda demostrado era predecible, no significa que estuviéramos preparados para afrontarlo, la OMS el 11 de marzo del año en curso sorprendió al mundo con la noticia de que entrabamos en cuarentena, nadie sabía lo que esto podría durar.

Miles de medidas improvisadas por los gobiernos de la mayoría de los Estados del mundo han oscilado entre el éxito y el fracaso como respuesta a esta pandemia global. Unos (la mayoría) restringiendo al máximo el contacto social, imponiendo cuarentenas rigurosas; otros (la minoría) confiando en que sus ciudadanos acatarán las recomendaciones en prevención para evitar la propagación del virus.

En México como en prácticamente todo el mundo la pandemia nos sorprendió en el primer trimestre del año, cuando estábamos en un ciclo escolar presencial y de pronto nos fuimos a casa porque era necesario el aislamiento social para preservar la salud y la vida.

Cuando inicio la cuarentena, se comentó que posiblemente era por dos semanas, luego se amplió por más tiempo e incluso hay incertidumbre acerca de la fecha en que los jóvenes estudiantes de nuestro país y el mundo puedan regresar a sus clases. Hay probabilidades de regresos escalonados o intermitentes. Es decir, la pandemia no se irá, tendremos que convivir con ella. Los tiempos por venir ya no serán iguales. Esto nos obliga a tener presentes nuevos escenarios que incluyen: nuevas formas de convivencia, de estudio, nuevas relaciones personales, nuevos hábitos, en fin, una serie de cosas que antes de la pandemia no hacíamos, ni vislumbrábamos hacer, nos cambió la vida.

Ante este nuevo escenario muchas son las actitudes que las personas podemos tener, seguramente la mayoría ha pasado momentos de esperanza, pero también de desesperanza, de calma, pero también de desesperación, nos hemos frustrado, tranquilizado, abandonado en una realidad que no nos presenta demasiadas alternativas para crecer y desarrollarnos si no lo queremos ver así. El celular ha sido un aliado del que quiere crecer y formarse, pero también ha sido el compañero que te hace perder tu tiempo sin hacer nada de provecho. En las universidades del mundo ya se ha dado la deserción de quienes no pretenden o no pueden adaptarse a estos cambios, y lo más lamentable de todo es que noticias nacionales e internacionales han dado a conocer lo impensable; suicidios de jóvenes quienes se sienten abrumados ante esta realidad y que al no saber cómo salir de ella lo hacen por la puerta falsa.

Los principales impactos a corto y mediano plazo que nos vamos a encontrar, y que ya se están produciendo en los jóvenes como consecuencia de la situación de la crisis sanitaria y la suspensión de las clases presenciales, son la angustia y la ansiedad, así como alteraciones del sueño y la alimentación, tanto por defecto como por exceso.

Por otro lado, y para concebir de mejor forma este trabajo de investigación, debemos entender lo que significa "emprender". El emprender es la capacidad de concebir e incubar en la mente ideas creadoras, germinadoras y multiplicadoras, capaces de generar el impulso para la acción proactiva de esas ideas elaboradoras, es un acto de la creación y procesada por el pensamiento proactivo.

Emprender puede ser visto como aquel que crea una empresa o una organización, sin embargo, el concepto es mucho más vasto; implica características específicas, beneficios y desventajas y una serie de conceptos para tener en cuenta.

Muchas veces, ante la pregunta de qué es un emprendedor, se piensa en las personas que se enfocan a componer una idea de negocio y desarrollarla. Es una imagen certera, pero acaso limitada. Más allá de eso, se refiere a aquellas personas que son capaces de generar proyectos, ponerlos en marcha y asumir con autonomía y responsabilidad las consecuencias que de ellos se derivan, aunque el emprendimiento no genere o reditúe en lo económico.

Se tiene la idea errónea de que un emprendedor tiene solo ideas de negocios, sin embargo, no es así, también genera ideas que colaboran a grandes cambios en lo personal como en las organizaciones, sin que esto signifique que exista una ganancia representada en dinero.

La investigación de esta problemática se realizó por el interés de conocer cuál ha sido la postura asumida por los jóvenes estudiantes del Instituto Tecnológico de Boca del Río ante la pandemia y el aislamiento social que esta ha provocado. Acaso han caído en la desesperación y la desesperanza y no han hecho nada valioso con sus tiempos, o han tomado la valiosa decisión de emprender algo, lo que sea, cualquier idea que les aporte un valor agregado a sus vidas y a la de los demás.

Por otra parte, este trabajo pretende identificar cuáles han sido esas actividades realizadas por los estudiantes de la escuela antes mencionada durante la pandemia, ¿Cómo han aprovechado su tiempo? Si acaso lo están haciendo.

DESARROLLO

El 11 de marzo del 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2020) declaró al brote del virus SARS COV-2 (Covid-19) como una pandemia. Se informó a lo largo del mundo en todos los noticieros sobre su elevado potencial de propagación internacional, emitió alertas con referencia a las consecuencias e impacto en los sectores de salud pública, sociales y económicos en las naciones. En aquella fecha, el virus, cuyo origen se localizó en China en diciembre del 2019 (Chen et al., 2020) ya se había propagado a 114 países en un lapso de 2 semanas contabilizando más de 118 000 casos de personas infectadas dejando a su paso 4 291 defunciones.

En nuestro País, el COVID 19 llegaría a finales de febrero del año en curso, el Gobierno a través del Subsecretario de Salud dio a conocer la noticia del primer caso de contagio de coronavirus, por lo que se tuvieron que tomar medidas inmediatas para tratar de controlar su propagación, aunque sin mucho éxito. Dentro de las medidas principales que se tomaron, estuvo la difusión de un programa sobre las medidas básicas de higiene como el lavado de manos constantemente en todo el país. Se difundieron cuáles eran los síntomas que podrían presentar las personas que contrajeran la enfermedad, se instó al uso del cubrebocas como medida muy necesaria, se identificó al sector de la población más vulnerable, siendo los adultos que pasan los 60 años, se subrayó la importancia de la vigilancia puntual de los pacientes que pudieran presentar dificultades respiratorias, cuyos casos requerirían hospitalización (López-Mejía, 2020) y a mediados del mes de marzo se anunció lo que al momento era impensable; suspensión de clases de todos los niveles educativos en México como ya lo estaban haciendo en otras partes del mundo.

Cuando el 17 de marzo se comunica la suspensión de las clases se presumía que era para un periodo de 2 a 4 semanas, sin embargo, el tiempo se fue prolongando mientras nos enterábamos que el número de personas fallecidas iba en un considerable aumento sin que pareciera haber solución visible. Esto provocó que el

ciclo escolar enero-junio del 2020 se concluyera de manera virtual en todos los niveles educativos.

Ante esta nueva realidad enfrentada, muchas eran las posturas y actitudes que tomarían los jóvenes estudiantes de las diferentes universidades del país. Con lo complejo de adaptarse de manera rápida al cambio de lo presencial a lo virtual, y ante la falta de la tecnología en muchas regiones del país, que les ayudará a aprender como lo hacen de manera presencial, las dificultades llegarían en breve.

El confinamiento ha sido una de las estrategias de salud pública internacionales para detener la propagación del Covid-19, la cual consiste en el aislamiento social y resguardo de las personas en sus hogares, implicando un cambio drástico en las actividades y en los comportamientos en la vida cotidiana, entre ellos, el trabajo y la educación en línea, así como las restricciones en la práctica de actividades fuera de casa, obligando a los ciudadanos a implementar nuevas formas de vida dentro del hogar ante esta contingencia (World Health Organization, 2020). Desde la perspectiva de diversos estudios científicos realizados en diferentes naciones, el confinamiento durante las pandemias provoca impacto psicológico en las personas. Diversos estudios de años atrás demuestran que, ante la problemática de aislamiento social sufrida por un grupo de personas, se empiezan a presentar diversos trastornos que perjudican en gran medida a las personas involucradas.

El presente trabajo de investigación pretende conocer cuál ha sido la postura asumida por los jóvenes estudiantes del Instituto Tecnológico de Boca del Río ante la pandemia y el aislamiento social que esta ha provocado. ¿Se han comportado como verdaderos agentes de cambio, siendo protagonistas a través del emprendimiento de ideas novedosas que les ayude en su crecimiento y desarrollo profesional como personal? O ¿Se han convertido en simple espectadores de la vida, que únicamente ven pasar el tiempo y los días sin generar nada provecho o productivo para sus propias vidas y la de los demás? ¿Ha sido el celular, las redes sociales, el internet, un aliado para el desarrollo de nuevas habilidades? O, todo lo contrario, ¿Un distractor que no les colabora en nada?

Es una investigación de carácter descriptivo porque recoge información sobre cuáles fueron las posturas de ellos ante la dificultad del aislamiento social y las consecuencias que esto trae como la tristeza, ira, desesperanza, miedo, pasividad, etc. La investigación abarca tanto aspectos cuantitativos como cualitativos.

Se aplican encuestas a una muestra de la población de 200 estudiantes de las carreras de Administración de Empresas y Gestión Empresarial del ITBOCA. Es un proyecto de investigación porque la finalidad que persigue es conocer la actitud asumida por los estudiantes ante el aislamiento social que provoca la pandemia COVID 19. Se recolectaron datos a lo largo de la intervención en su contexto natural, mediante encuestas virtuales a las personas seleccionadas como muestra, teniendo como propósito el describir variables y analizar su incidencia e interrelación. El método utilizado para la recolección de información es a través de la técnica es la encuesta por medio de una plataforma virtual (Hernández, Fernández y Baptista, 2006) en Quijano, R. et. al, (2012).

El instrumento que se utilizo es el siguiente:

Buenos días, estamos realizando un estudio para conocer cuáles fueron las principales actividades que estas realizando en tu vida cotidiana durante el aislamiento social provocado por la pandemia COVID 19.

1. En estos momentos de crisis de salud mundial, ¿Te encuentras cumpliendo la cuarentena como lo sugieren las autoridades de salud del país?

a) Si b) No

2. ¿Cuentas con alguna forma de internet en tu hogar?

a) Si b) No

3. Durante el ciclo escolar enero-junio 2020 ¿Realizaste tus actividades académicas en tiempo y forma?

a) Si b) No

4. Señala del 1 al 5 según tu orden de realización las actividades que estas haciendo en tu casa o lugar en el que estas llevando a cabo la cuarentena

_____ Leer libros _____ Hacer ejercicio

_____ Ver la Tv _____ Trabajar

_____ Distraerte en el celular _____ Dormir la siesta

_____ Labores sociales _____ Emprender tus ideas

_____ Ver cómo pasa el tiempo _____ Nada importante

_____ Arreglos a la casa (pintar, limpiar) _____ Fortalecer tu espiritualidad

_____ Preparar mi regreso a clases _____ Convivir por watsapp

_____ Solo comer _____ Planeando mi futuro

_____ Pelear con mis hermanos/Familia _____ otro _____

5. ¿Consideras que has aprovechado el tiempo durante la cuarentena?

a) Si b) No

Si la respuesta es sí; ¿Cómo lo has aprovechado?

_____

_____

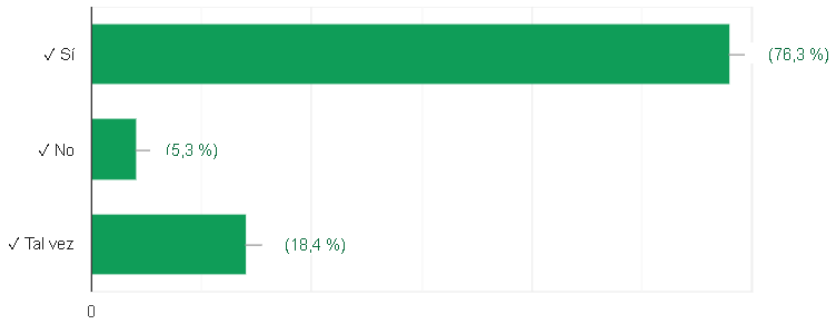
_____

_____

RESULTADOS

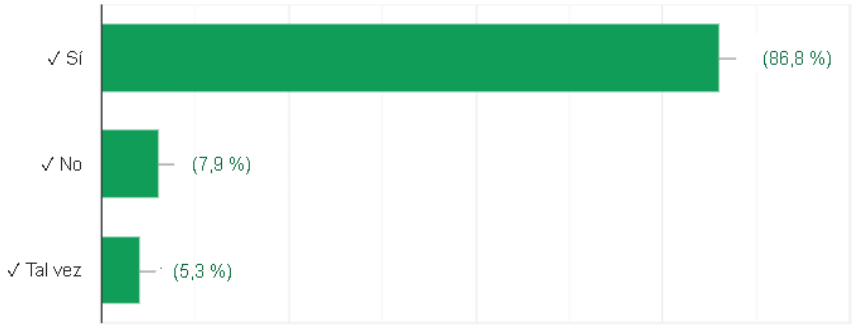
A continuación, se muestran los resultados arrojados en graficas de barra de la encuesta aplicada a 200 estudiantes del Instituto Tecnológico de Boca del Rio, esta encuesta fue aplicada por medio de un formulario de Google, el cual fue enviado a través del correo electrónico institucional de cada estudiante, con relación a las principales actividades que estuvieron realizando durante el aislamiento social provocado por la pandemia COVID 19, fueron los siguientes:

1. En estos momentos de crisis de salud mundial, ¿Te encuentras cumpliendo la cuarentena como lo sugieren las autoridades de salud del país?



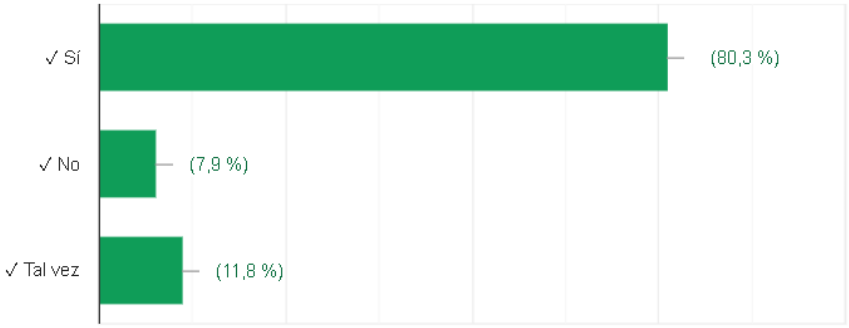
La respuesta de nuestros estudiantes a la pregunta anterior fue la siguiente: el 76.3% menciona si están cumpliendo con las medidas que indico la autoridad de salud, el 5.3% manifiesto no hacer caso y el 18.4% su respuesta fue tal vez.

2. ¿Cuentas con alguna forma de internet en tu hogar?



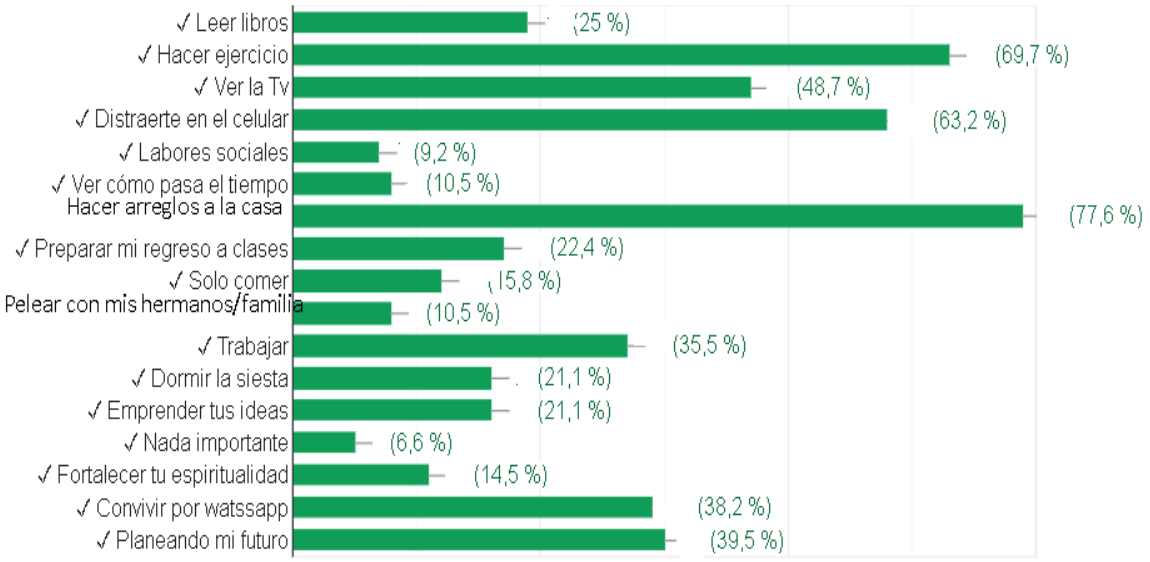
Los estudiantes manifiestan que en su mayoría si cuentan con internet en su hogar, el porcentaje que representa lo anterior es del 86.8%, un 7.9% manifiesta que no y un 5.3% manifiesta que tal vez.

3. Durante el ciclo escolar enero-junio 2020 ¿Realizaste tus actividades académicas en tiempo y forma?



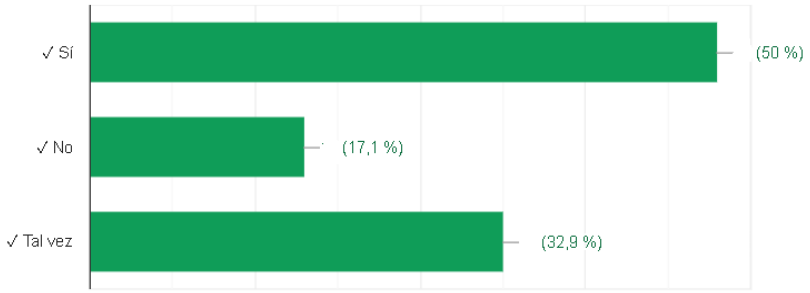
El 80.3% de los estudiantes afirman que en el periodo escolar enero-junio 2020 realizaron sus actividades académicas en tiempo y forma, siendo un porcentaje muy bajo del 7.9% el que afirma que no lo realizo. El otro 11.8% manifiestan que tal vez.

4. Señala 5 actividades que mas estés realizando en tu casa o lugar en el que estas llevando a cabo la cuarentena.



Las 5 actividades que más dijeron los estudiantes estar realizando fueron las siguientes: el 77.6 % se dedicó a realizar arreglos a su casa, el 69.7% manifestó aprovecho para hacer ejercicio, el 63.2% se distrajo con su celular, el 48.7 se ocupó en ver televisión y la última actividad a la que se dedicaron nuestros estudiantes en el aislamiento social fue a planear su futuro.

5. ¿Consideras que has aprovechado el tiempo durante la cuarentena?



Con relación a la pregunta que se les hizo a los estudiantes en cuanto a que si consideraban haber aprovechado el tiempo durante la cuarentena el 50% manifestó que si, el 17.1% asegura que no y el 39.9 % respondió que tal vez.

Si la respuesta es si; ¿Cómo lo has aprovechado?

ayudando a mi mama

Ayudando en casa y trabajando bajo las medidas preventivas

Haciendo algo de provecho para no estar deprimida de alguna forma

Apoyando en los labores del hogar, arreglando la casa, haciendo de comer

Fue no

Haciendo actividades de todo tipo

Arreglar un poco mi casa, convivir un poco más con mi familia y trabajar tranquilamente

Trabaje en mi aspectos que había descuidado de mi persona

Con mi familia e invertir mi tiempo en mi misma

Aprendiendo algunos oficios

En ayudar a mis papas

Puse un nuevo negocio virtual que estando en la normalidad anterior no hubiera hecho.

Realizando pendientes, que antes no había tenido el tiempo suficiente para realizarlos

Mi respuesta no fue Sí. Pero pienso que tal vez lo he aprovechado ya que he echo algunas cosas productivas y saludables pero creo que pude a ver aprovechado mucho mejor mi tiempo aprendiendo inglés, o algo más que me sirviera en el futuro.

Haciendo más actividades

He estado realizando diplomados para mejorar mi currículum

Mi respuesta anterior fue no

CONCLUSIONES

En las respuestas anteriores los estudiantes manifestaron la gran mayoría, que se dedicaron a hacer actividades que si no hubiese habido confinamiento no las hubieran realizado, manifestaron que hicieron algo productivo durante este periodo, solo muy pocos comentan no haber realizado ninguna actividad de provecho.

Aunque los jóvenes estudiantes estuvieron haciendo actividades de provecho, no hubo una respuesta favorable para las actividades de emprendimiento, puesto que la actividad que principalmente contestaron estuvieron haciendo son labores domésticas o quehacer en casa, esto lógicamente porque son jóvenes estudiantes quienes todavía viven en casas con sus padres y son estos quienes los pusieron a realizar estas actividades, de ahí la respuesta que predominó fue la de hacer ejercicio, aunque es considerada una actividad de emprendimiento personal, dista mucho de ser algo que contribuya en el futuro de los jóvenes más allá de tener buena condición física y/o buen cuerpo. El 63.2% manifestó pasar el tiempo distrayéndose con el celular, sin hacer nada mas de provecho, lo que los convierte en espectadores de sus vidas y no protagonistas de las mismas.

Debido el resultado, los autores consideran que aún se debe trabajar demasiado con los estudiantes del Instituto Tecnológico de Boca del Río para desarrollar en ellos la filosofía del emprendedor y puedan con esto formarse el espíritu del emprendedor de tal manera que puedan ser protagonistas de su propio futuro.

Lo importante para fomentar la motivación de una persona es que sea intrínseca, es decir, que nazca de la necesidad de la propia persona, porque lo externo a uno mismo, no hace que yo me esfuerce para alcanzar una meta que no es la mía. Traducción: si nuestros jóvenes universitarios se quedan en el “yo estudio y aprovecho mi tiempo de varias formas, incluyendo emprendiendo ideas de negocios, porque me lo dicen mis padres y no porque yo quiera” no habrá muchos avances.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Guía de hábitos inteligentes. I.C. Robledo. (2020)

El libro negro del emprendedor, no digas que nunca te lo advirtieron. Fernando Trías de Bes (2016) sexta edición. Editorial Empresa activa.

Cambia el chip. Clip Heath y Dan Heath. Editorial Gestión 2000

LA SUCESIÓN DIRECTIVA Y SUS PROBLEMAS EN EMPRESAS FAMILIARES EN LAGOS DE MORENO, JALISCO

SANDRA AIDEE OLIVARES BAUTISTA[1], MARÍA EUGENIA AMADOR MURGUÍA[2], RAFAEL MARTÍNEZ PELÁEZ[3]

RESUMEN

En México, micro, pequeñas y medianas empresas son generadoras de 7.4 de cada 10 puestos de trabajo y contribuyen con el 40% del Producto Interno Bruto (PIB). Muchas de estas empresas son dirigidas por una familia y/o sucesión de la misma, por lo tanto, es muy importante conocer y entender su realidad. Se pueden encontrar un gran número de estudios que muestran que uno de los mayores problemas que enfrentan estas empresas son el proceso de sucesión debido a la falta de un plan de sucesión, miedo a equivocarse y no dejar al idóneo, problemas de relación de poder entre el resto de los miembros de la familia, miedo o resistencia a perder el poder, no soltar en realidad el poder en el sucesor, entre otros factores más. En el presente estudio se analiza el proceso de sucesión en 80 empresas familiares ubicadas en Lagos de Moreno, ampliando el conocimiento en el tema.

Palabras Clave: empresa familiar, problemas en empresas familiares, sucesión familiar.

ABSTRACT

In Mexico, micro, small and medium enterprises generate 7.4 out of 10 jobs and contribute 40% of the country's total gross domestic product (GDP). Many of these companies are managed by a family and/or succession of it. As a consequence, it is very important to know and to understand their reality. In the literature, we can find many papers where explain the problems related to the process of succession, as the lack of a succession plan. In the present study, the succession process is

[1] Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico José Mario Molina Pasquel y Henríquez. sandra.olivares@lagos.tecmm.edu.mx

[2] Universidad de Guadalajara. eugenia.amador@academicos.udg.mx

[3] Universidad De La Salle Bajío. rmartinezp@delasalle.edu.mx

analyzed in 80 family businesses located in Lagos de Moreno, expanding knowledge on the subject.

Keywords: family business, problems in family businesses, family succession

INTRODUCCIÓN

El sostén económico y generador de empleos en Lagos de Moreno Jalisco se concentra en el comercio y los servicios en un 47% y 42% respectivamente y sólo un 11.6% en el sector industrial (IIEG 2018), y un crecimiento poblacional de 2005 2015 de menos de 2% anual, estos datos muestran cierta estabilidad, pero también estancamiento, y por las actividades económicas predominantes, destacan las micro y pequeñas empresas, que al tener poca competencia, no se da la necesidad de luchar por sostenerse en el mercado y estar buscando renovarse o reinventándose constantemente, situación que si se da en la medida en que una ciudad se va industrializando, de ahí la necesidad de llevar a cabo esta, ya que Lagos de Moreno ha tenido un dinamismo económico sin precedente a partir de su inclusión en el corredor industrial de bajío (Olivares, 2016), en el que se han instalado hasta el día de hoy 20 empresas trasnacionales de proveeduría automotriz, generando aproximadamente 12,000 empleos directos.

Lo anterior ha permitido un desarrollo importante en el municipio; sin embargo, también ha significado la necesidad de un cambio en la cultura organizacional de las micro y pequeñas empresas familiares locales, que les permita hacer frente a los cambios que han comenzado a generarse y que muchas de estas empresas, incluso aún no se percatan; y por otro lado también significa crear proyectos de investigación por parte de la academia, que brinden las metodologías, herramientas, estrategias, y el acompañamiento preciso para alcanzar un buen desempeño.

En este contexto local, se requiere estudiar las situaciones que viven las empresas familiares en temas de sucesión directiva y los problemas asociados con la finalidad de poder identificar las situaciones más frecuentas; así como, el impacto y/o consecuencias que se presentan al interior de la empresa. Así mismo, se pretende conocer la planeación que existe por parte del director(a) de la empresa en la

estrategia de sucesión, conociendo la colaboración e involucramiento por parte de generaciones posteriores en las actividades de cada empresa.

La contribución principal del artículo se centra en la identificación del impacto que se tiene en las empresas familiares durante el proceso de sucesión, presentando las situaciones familiares que se han vivido, evidenciando la falta de planeación, y ausencia de capacitación y/o preparación para los futuros sucesores.

ANTECEDENTES

El estudio de las empresas familiares va tomando cada día mayor seriedad e importancia, son más las investigaciones e investigadores que se interesan en ellas, y esto debe de ser seguramente por su gran importancia en la contribución que tienen en las economías de sus países. Davis (2006) uno de las principales autoridades en el estudio de empresas familiares, afirma que en América Latina estas empresas representan aproximadamente el 70% de las compañías y son generadoras del 50% de empleos de la región. Al respecto INEGI (2014) indica que estas empresas en el mundo, representan entre 60 y 90% de todas las unidades económicas.

Este comportamiento no es único de los países latinos, sino que en todas partes del mundo se dan situaciones parecidas; por ejemplo, la organización internacional FUNDES (2011) muestra como en Francia, el 60.5% de las empresas son familiares, en Italia representan el 75%, en Alemania son el 82% mientras que en Reino Unido representan el 76%. Por otro lado, Corona y Del Sol (2015), así como el Instituto de la Empresa Familiar (IEF, 2019) muestran que el 89% de las empresas españolas pueden ser consideradas como familiares, por otro lado, en Estados Unidos, estudios hechos por Neubauer y Lank (2003) y la firma KPMG mencionan que el 90% de empresas familiares están controladas por una familia.

En México Ferrón (2016) comenta que no existe un censo de empresas familiares, sin embargo, se estima que cerca del 90%, excluyendo a la microempresa, son familiares y que contribuyen con un 67% del empleo del país. Como podemos observar las empresas familiares son una fuente importante en el desarrollo de cualquier país, generando empleo, ingresos e incluso innovación, en tiempos de

crisis también, muchas de estas, son las que más resisten. Estas nacen con el fin de generar autoempleo, pero también con el sueño de crear un patrimonio y facilitarle la vida a la futura descendencia. Aunque, también es cierto que cada día y debido a la importancia que hoy se le da al emprendimiento, nacen de un proyecto o plan universitario, facilitando su formación y desarrollo.

Empresa familiar

La empresa familiar es para Gravinsky (2000) aquella en la que la propiedad, dirección y control de las operaciones se encuentra en manos de una familia, quienes toman las decisiones asumiendo la responsabilidad que esto conllevará. Para Osornio Macías (2016) ésta es la unión del esfuerzo y capital familiar, en donde cada uno de los miembros de la familia adquiere distintos roles, pero también están dispuestos a tomar riesgos, compartiendo un sueño, en busca de oportunidades, para el autor, estas empresas familiares están dispuestas y consientes de adaptarse constantemente a los cambios que enfrentarán.

Por otro lado, E. Santamaría (2014) menciona que estas empresas son muy vulnerables a las condiciones del mercado y los problemas familiares, aunado a la falta de un sistema administrativo, un inadecuado sistema de operación, manejo ineficiente de sus recursos, falta de control de la familia. KPMG (2013) menciona que muchas veces les falta capital o conocimientos, tienen poca claridad para tomar decisiones sobre las compras, los empleados y el dinero, carecen de Políticas y lineamientos sobre lo que dueños y familiares pueden hacer o deben evitar, por lo que al comenzar a enfrentar los primeros tropiezos los dueños se sienten abrumados, tendiendo a abandonan sus sueños, siendo esta una de las causas principales de la mayoría de los fracasos y desaparición de la empresa familiar.

Steckerl (2005) comenta que son varios los autores que coinciden en que la mayoría de los problemas que enfrentan las empresas familiares surgen de los conflictos que hay entre los valores de la familia y los de la empresa, siendo los de la familia profundamente emocionales, tornándose más complicados en la segunda y tercera generación al involucrarse más de una familia. Pasando de una empresa de un solo dueño a una empresa de hermanos, a una de primos (tercera generación), y luego a una empresa de primos segundos, como también lo menciona Ginebra (2005),

enfrentando en cada transición sus propios desafíos que amenazan constantemente la preservación de la empresa.

Continuando con Steckerl, menciona que la estructura de una empresa familiar en un principio es muy simple, el fundador es quien toma las decisiones; casi siempre improvisando, sus metas por lo general son a corto plazo, ya que siempre se está luchando por la supervivencia, no hay ninguna planificación formal y su temor al fracaso y perder todo, lo hace ser quien controla, maneja y sabe casi todas las tareas que en la empresa se realizan, pero esto también lo hace estar convencido de que es el único que lo conoce todo, que él tiene la razón y que quien no opina igual, es porque no sabe nada del negocio. En este sentido encontramos un gran número de empresas en la que el fundador ejerce una política autocrática, dañando en ocasiones la unión familiar, por lo que muchos de los hijos mejor se alejan, mostrando un desapego hacia la empresa que algún día heredarán.

Una distinción importante que hace Ginebra (2005) entre la empresa familiar frente a otros grupos que hacen empresa y que es importante considerar son las siguientes cuatro variables distintivas:

1. La relación de afecto: Se trata de lazos que perdonan, que salvan una situación, que buscan el bien recíproco y a él se someten.
2. Enorme comprensión: Todos saben cómo piensa el otro; casi se oyen pensar…Se precisa muy poca comunicación formal para conocer la opinión del otro…
3. Aceptación de la autoridad: De la autoridad del padre, o de la madre, o del hermano que le precede a uno…
4. Finalidad común: La familia es una unidad de convivencia donde cada uno se realiza y se desarrolla; es una unidad básica y profunda. Y el sentido de esta unidad tiende a expresarse en una finalidad común; por lo menos durante muchos años. Para la consecución de esta finalidad común los familiares viven un importante espíritu de sacrificio (P. 22).

Aunque esta situación es latente por lo general mientras el padre mantiene vida activa al lado del hijo o de los hijos que están a cargo de la empresa, respaldando sus decisiones, no así cuando él se retira definitivamente y mucho menos en la

tercera generación, pues el involucramiento de otras familias y sus nuevos valores y costumbres hace que haya una diversificación de prácticas laborales y objetivos.

Problemas más comunes encontrados en empresas familiares

La empresa familiar en México como en el resto del planeta tiene una gran influencia en aspectos socioeconómicos y culturales, entre otros más. Cada una de ellas tiene una personalidad distinta, una cultura organizacional que la diferencia del resto; sin embargo, son varios los problemas que las aquejan y que las hacen buscar soluciones a partir de su propia experiencia, de su junta familiar, e incluso de como el fundador (padre y/o madre) decide solucionar e impone su autoridad. Muchos también ponen atención en cómo han resuelto sus conflictos empresas vecinas o conocidas.

Hay distintos estudios que han analizado y clasificado conflictos más comunes entre las empresas familiares, recordemos que no importa el tamaño o el tiempo de vida, ya que todas han pasado o pasarán por un proceso de evolución parecido.

Al respecto Ginebra (2005), hace referencia a que no puede negarse que existen problemas específicos en las empresas familiares, llamándolas debilidades. El nepotismo es uno de ellos y es una práctica muy común en donde se tiende a favorecer a los parientes, por sobre una mejor elección de quien ocupa puestos de toma de decisión, o bien pagar un mejor sueldo a un miembro de la familia o pariente, aún sin que lo merezca. Otra práctica es el endeudamiento, no permitiendo, por ninguna causa la injerencia externa. La autocracia es una característica que se presenta en el fundador, quien tiende a ver a los hijos “más pequeños” de lo que en realidad son. Se da también un problema muy grande cuando se trata el tema de delegar, dado que el fundador, posee un elevado afán de logro y siente que todavía puede hacer muchas cosas, El paternalismo es otro de los problemas que menciona el autor, no dejando crecer y madurar a los hijos por su afán de resolver y resolverles los problemas en los que se meten o está el hecho de no dejarlos tomar decisiones sino tienen su aprobación. La anquilosis en las cabezas es otro problema frecuente, refiriéndose al ritmo del relevo, siendo este más biológico que por un análisis que convenga a la empresa. También se opta por la contratación de *gente pequeña* para no opacar el liderazgo del sucesor o

sucesores. Observa también una gran resistencia al cambio, especialmente lo que tiene que ver con tecnologías. Por último, para Ginebra la resistencia a abrir el capital accionario es otro de los problemas que afectan muchas veces el crecimiento de las empresas familiares, sintiendo que atentan contra la propia naturaleza familiar generando reacciones emocionales muy fuertes.

San Martín y Durán (2017) mencionan que las denominadas pequeñas y medianas empresas (PyMEs) en su gran mayoría son familiares, siendo las que tienen una menor esperanza de vida debido a sus múltiples problemáticas, mencionan también la necesidad de jerarquizar esas problemáticas para ser atendidas y solucionadas, de ahí que ellos realizaron un estudio de la situación actual de la empresa familiar en los 32 estados de México, con una aplicación de 1.496 encuestas. Algunos de los resultados presentados por estos autores y de gran relevancia para nuestro tema son:

- Planeación estratégica: Los resultados obtenidos mostraron que sólo el 39% de las empresas encuestadas cuentan con una planeación estratégica.
- Incursión en nuevos mercados y productos: Muchos estudios sostienen que este tipo de empresas por su carácter familiar tiende a diversificarse muy poco, sin embargo, los resultados de San Martín y Durán muestran que "*el 55% de las empresas familiares han ingresado a nuevos mercados durante los últimos tres años, cifra que llama la atención ya que demuestra que la mayoría de las empresas familiares no son tan adversas al riesgo como se podría suponer*" (P.42), sin embargo, comentan también que el volumen de ventas a nivel nacional es muy bajo.
- Plan de formación: Los resultados los llevaron a concluir que la empresa familiar tiene una visión muy corta al no preocuparse por la formación de los familiares y mucho menos para el resto de los empleados, perdiendo competitividad.
- Formación de los directivos: "*Cuando mucho la mitad de los directivos familiares tienen un nivel académico de educación superior. Esto pone de manifiesto la falta de preparación de la dirección en las empresas familiares mexicanas*" (P. 64).

- Sucesión: El momento de sucesión o cambio generacional es uno de los más críticos, ya que esta transición implica "*el transferir, tanto el derecho de propiedad como la dirección de la empresa a otros miembros de la familia*" los estudios arrojaron que el 73% de la muestra no contaba con un plan de sucesión, por lo tanto, no se encuentran preparadas para enfrentar el cambio, haciendo más grandes las dificultades que suelen presentarse en el momento en que el patriarca se retira o fallece. Un dato que vale la pena destacar, en este sentido, es que el 55% no sabe qué hacer en caso de ausentarse los tomadores de decisiones ya sea por incapacidad o muerte, Así mismo el 49% de las empresas mexicanas no cuentan con un mentor que prepare al sucesor.
- Protocolo familiar: También llamado constitución de la familia, se trata de un documento en el que se anuncia de manera clara los valores y la relación entre los familiares, así como las políticas que los regirán. Este tiene como objetivo generar y mantener estabilidad entre la empresa y la familia, llevándolas a alcanzar su desarrollo en beneficio de las siguientes generaciones. El resultado del estudio analizado muestra que sólo el 7% de las empresas familiares cuentan con su protocolo familiar y un 8% lo están elaborando, entre el 85% se encuentran las que no lo tienen, creen que no es necesario, lo están pensando, no lo consideran necesario o no aplica para ellos.
- Proceso de selección: El 72% de las empresas familiares mexicanas no compiten por un puesto de dirección simplemente, este se obtiene sólo por el apellido, sin considerar si se tiene la capacidad o no, para el puesto.
- Conflictos: Uno de los principales conflictos que se dan en las empresas familiares según San Martín y Durán son los niveles de remuneración, el siguiente es quien puede y quien no puede trabajar en la empresa, le sigue el rol que la familia política debe tener o no en la empresa y, por último, quien puede y quien no puede tener acciones.

En el estudio realizado por Durán y San Martín (2013), en 2012, menciona que los mayores conflictos en el 60% de este tipo de empresas son las discusiones sobre el futuro estratégico de la empresa y en el 59% el desempeño de los miembros de la familia es una constante que genera problemas.

Cambio generacional: Para Hellriegel (1995) la sucesión en una empresa debe de ser tratada desde un principio, partiendo de la premisa que el emprendedor desea que su obra perdure permanentemente, y si este se planteará correctamente y con mucho tiempo de anticipación la sucesión ocurriría como algo natural y esperado. Sin embargo, en la gran mayoría de las empresas familiares esto no sucede así, convirtiendo el acontecimiento de sucesión como un hecho traumático. Al respecto Trevinyo (2010) también opina que al ser la sucesión un proceso largo y continuo, no se debe de pensar que este proceso termina en el cambio, sino que el nuevo sucesor al tomar las riendas del negocio, deberá comenzar a preparar a su relevo. El mismo autor define a la sucesión como un proceso dinámico en el cual los roles y tareas del predecesor y el sucesor evolucionan independientemente

Ginebra (2005) menciona que en muchas empresas familiares el cambio de mando genera una revolución, que indudablemente da inicio a la incertidumbre entre los que en ella trabajan.

La sucesión o cambio generacional es para Gallo (1998), San Martín y Durán (2017) uno de los principales problemas que enfrentan las empresas familiares y que les lleva a sus fracasos en crecimiento y continuidad. Belausteguigoitia (2010) refiere que los empresarios no planifican, ni tampoco eligen con tiempo a sus sucesores, mencionando que en un estudio publicado en 2003 por el Raymond Institute, se determinó que sólo el 42% de los fundadores que dejarán la empresa en los siguientes cinco años ya ha elegido a su sucesor, mientras que en el resto, es decir el 58% no lo han contemplado, causando que el cambio sea sin planificación y de una manera muy precipitada, guiando sus esfuerzos por acciones improvisadas. Al respecto San Martín y Durán (2017) como ya se mencionó y en un estudio más reciente hecho en los 32 estados de la republica a 1,496 empresas familiares, encontraron que el 73% de las empresas no cuenta con un plan de sucesión.

Flores y Vega (2010) analizaron empresas familiares en Tijuana, encontrando que más de la mitad de los hijos si visualiza reemplazar a sus padres cuando estos decidan retirarse y el 70% de los padres esperan ser sucedidos por sus hijos. Sin embargo y a pesar de tener esta visión de cambio generacional, reconocen no tener contemplado ningún plan para que este cambio se de en las mejores condiciones,

e incluso están conscientes de que el cambio traerá problemas, como la desintegración familiar, el estancamiento o la quiebra.

A nivel internacional Neubauer y Lank (2003) opinan que aproximadamente dos terceras partes del total de las empresas familiares que no han pasado de la primera generación son vendidas o quiebran ante la carencia de competitividad, logrando perdurar en manos de la descendencia sólo entre el 5% y el 15% hasta la tercera generación.

Para Le Breton-Miller. et al. (2004), opinan que la sucesión debe verse como un proceso, y que para ser exitoso lleva entre cinco y siete años, contemplando una distribución justa de los activos entre una generación y la que lo recibe, asegurando un liderazgo efectivo y promoviendo la armonía y unión familiar.

La firma DELOITTE (2010) en su experiencia afirma que son varios los factores que llevan a una empresa familiar a su cierre o venta, destacando: los resultados financieros obtenidos, la falta de visión estratégica, impactando de manera importante la globalización del mercado, sin embargo, mencionan que la falta de previsión para llevar a cabo la sucesión del negocio es uno de los factores que mayores problemas acarrea tanto a la familia como al patrimonio (Navarrete, 2008).

METODOLOGÍA

A partir de la revisión de la literatura, se plantea la siguiente pregunta principal que guiará la investigación:

PI: En empresas familiares localizadas en Lagos de Moreno, Jalisco, que han tenido un cambio generacional, ¿Cuáles han sido los principales problemas en la sucesión directiva?

Con la pregunta de investigación principal definida, se plantean las siguientes hipótesis de investigación:

H1: La sucesión directiva en MiPYMES, no se encuentra contemplada en más del 65% de los casos en la ciudad de Lagos de Moreno, Jalisco.

H2: En MiPYMES con más de 40 años de vida productiva, se cuenta con la colaboración de dos generaciones al año 2019 en casos de la ciudad de Lagos de Moreno, Jalisco.

H3: En más del 90% de las empresas familiares, la dirección se encuentra a cargo de un miembro de la familia en los casos de la ciudad de Lagos de Moreno, Jalisco.
Con la pregunta de investigación principal y las hipótesis definidas, se redactó el objetivo general, como sigue:
O: Identificar los problemas relacionados con la sucesión generacional en la dirección de empresas familiares en la ciudad de Lagos de Moreno, Jalisco, mediante el enfoque cuali-cuantitativo para comprender la situación que viven las MiPYMES de la localidad.
El tipo de investigación es descriptiva, bajo un enfoque cuanti-cualitativo de carácter exploratorio. El instrumento utilizado en la recolección de datos es una encuesta con 26 preguntas de opción múltiple. La encuesta fue aplicada a los dueños, en 80 MiPYMES familiares en Lagos de Moreno, Jalisco, durante los meses de marzo y junio de 2019.
La encuesta se encuentra conformada por las siguientes secciones: a) general, se solicita información acerca de la fecha de creación de la empresa, nombre y giro; b) sucesión, se solicita información relacionada a las generaciones que laboran en este momento en la empresa y planeación sobre la sucesión; c) papel de la mujer en la empresa, se solicita información sobre el puesto laboral, liderazgo de la mujer y nivel de estudios; y d) conflictos generacionales, se solicita información sobre los problemas y/o conflictos ocasionados durante el proceso de sucesión.

RESULTADOS

De las empresas en estudio el 43% son micro y un 41% son pequeñas, y tan sólo el 16% fueron medianas; es importante mencionar que 8 empresas tienen más de 50 empleados; sin embargo, por sus utilidades anuales, no son consideradas como medianas.
Los giros son muy diversos, destacando fábricas de dulces de leche, producción de quesos, crema, mantequilla, pastelería-panificadora, carnes secas, restaurantes, fábricas de ropa para bebe y dama, empresas forrajeras, fábricas de guantes, fábricas de botas y/o zapatos, producción de suelas para zapatos entre otras, siendo los giros principales de las empresas familiares que integran la muestra.

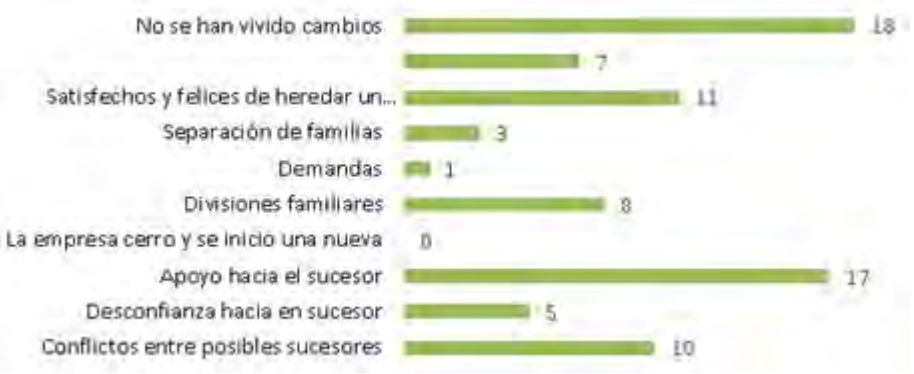
Se encontró que en Lagos de Moreno, el 31% de las empresas familiares, llevan funcionando 20 años, el 28% han logrado permanecer por 50 años, un 25% 10 años y el resto tiene menos de 8 años. Los resultados demuestran que 47 empresas de las 80 consultadas tienen una vida larga en el mercado, lo que hace suponer que se encuentran colaborando por lo menos dos generaciones.

Confirmamos la suposición anterior, ya que la muestra indicó que en el 94% de las empresas familiares colaboran varios miembros de la familia, destacando que en el 65% de las mismas ya están compartiendo la 1era y 2da generación.

Lo que llevó a preguntar sobre los distintos escenarios que se vivieron en el cambio generacional (véase gráfica 1), destacando que los conflictos entre los sucesores y división familiar suman un 22.5%, 6% mencionan que hubo desconfianza hacia el sucesor, 2% separación familiar, incluso en una se llegó al extremo de demandarse por no estar de acuerdo con la decisión; el 22% refiere que no se ha dado la sucesión, tratándose en su mayoría de las empresas que tienen menos de 20 años. 21% destacaron el apoyo al sucesor, el 15% manifestaron encontrarse satisfechos y felices de heredar la empresa familiar, un 2.7% dice que sus padres (los fundadores) viven tranquilos y felices por su solvencia y la estabilidad familiar, en el caso de Lagos de Moreno ninguna empresa ha cerrado por causa del cambio en la sucesión y nueva administración.

Hay que destacar que en una gran parte de las empresas familiares Laguenses el fundador no ha dejado de estar involucrado en la toma de decisiones, ni tampoco en las actividades, argumentando; con mucha razón, que aún son fuertes, pueden y, desean continuar trabajando.

Gráfica 1. Escenarios durante el cambio generacional



Al respecto de la gráfica anterior se realizó una pregunta, a las empresas familiares en donde convergen más de la primera generación y esta fue ¿Alguna vez los fundadores llegaron o han llegado a comentar, estar arrepentidos de haber construido la empresa o negocio, ya que eso trajo muchos conflictos familiares?, el 8.8% respondieron abiertamente que sí, un 11 % comento que algo muy parecido, y el resto dijo que no, sin embargo, más de 15 dejo entre ver que sí, por su lenguaje corporal y titubeó. A estas empresas también se les preguntó que, si pudieran darnos un estimado del tiempo, en el que ellos consideran se vivió o ha vivido en un estado de conflictos entre los distintos miembros de la familia, a lo que respondieron no tener con exactitud cuánto tiempo, lo que si comentaron fue que han sido años y muy cansado y desgastante pero que han aprendiendo a sobrellevarse, pero que aún persisten los problemas.

A los responsables-administradores-gerentes de la empresa familiar (sucesor o dueño) se les pidió mencionaran algunos de los problemas que ocurren con mayor frecuencia con sus hermanos-hermanas o hijos, destacando: falta de responsabilidad, no se comprometen a ayudar en el trabajo en un cien por ciento, todos quieren mandar, cuando les conviene se comportan como empleados, o como dueños; según sea el caso, se llevan con los empleados, humillan a los empleados, toman dinero de la caja sin pedir permiso, toman producto para regalarlo a sus amistades y no lo reportan, toman materia prima para beneficio propio (especialmente a las empresas dedicadas al giro de los alimentos), discusiones de leves a muy fuertes entre los distintos hermanos que se encuentran involucrados en la empresa, se ha llegado a los golpes y en una de las empresas el gerente dijo estar demandado por un hermano.

Se preguntó también si tenían o habían encontrado alguna técnica o estrategia para solucionar los conflictos familiares y el 33% organizan reuniones para dialogar y llegar a la solución del problema, mientras que el 21% lo que han hecho es dejar pasar los problemas, creyendo que con el tiempo se solucionarán; sin embargo, en muchos casos con el tiempo los problemas han generado malos entendidos que empeoran las relaciones familiares. El 13% hizo referencia a que él tenía que solucionar y poner paz cuando se dan conflictos entre sus hermanos, otro 13% dijo

"me respetan y soluciono", 10% han buscado el apoyo de un experto como mediador, acudiendo incluso al sacerdote de su iglesia, otro 10% refieren no tener problemas graves que ameriten una intervención.

En cuanto a los planes de sucesión, se destaca que en primer lugar que se tuvo o tiene contemplado a un hijo varón en un 55% de los casos, mientras que, a una hija, sólo en un 9%; esta diferencia tan grande es un tema que requiere una investigación aparte, ya que, hay varias arista que habría que explicar, debido a que cuando a los emprendedores fundadores, se les pregunta sobre el papel de la mujer en la empresa y sus respuestas son de una gran apertura a la mujer; pero… ¿por qué? sólo un 9% contemplo para la sucesión de la dirección de la empresa a los hijos varones. Otra variable importante es que en un 20% aún no se contempla la sucesión, siendo una respuesta entre las empresas más jóvenes, ya que en la mayoría son matrimonios jóvenes en donde los hijos son pequeños y por otro "el pensar que seremos eternos", además de no tener una cultura de la prevención para construir planes de sucesión (Icaza y Yance, 2015); tan recomendados por los asesores expertos e investigadores del tema.

Al cuestionar a los empresarios sobre, ¿si próximamente se diera un cambio en su empresa, este sería?, el 56% respondió, que de crecimiento, porque la empresa se va fortaleciendo con el apoyo familiar, recordemos que, el 93% de las empresas en estudio, están involucradas más de una generación, lo que podría significar un apoyo adicional en muchos sentidos; por ejemplo, cuando los hijos crecen se convierten en mano de obra de confianza, en algunos casos el fundador o fundadores delegan algunas actividades a los hijos, más casi nunca responsabilidades, subemplean a los sobrinos "para ayudarlos", ayudándose a sí mismos, son estas alguna de las razones por lo que ven como una fortaleza el que la familia crezca y se multiplique. El 34% hicieron referencia que próximamente dejaran parcial o definitivamente la dirección a su sucesor.

La gráfica 2 muestra que los mayores retos que tendrán que enfrentar estas empresas familiares en su futuro inmediato, es el de mejorar la administración y organización de su empresa, ya que el carecer de esas competencias les ha llevado a padecer sus más grandes problemas; afirman 25 de las empresas en estudio, bajo

este mismo tenor tenemos que 15, comentan sobre su necesidad de mejorar el liderazgo y 10 la toma de decisiones y sólo 15 explicaron que su reto más grande es crecer, cuidando estar unidos, en familia. 2 empresas refirieron crisis económica, 2 hacer frente a la competencia, 2 rotación de personal; para 3 poco interés y disposición de los sucesores, serán los retos que deberán enfrentar.

Vale la pena destacar que los problemas más grandes que deben enfrentar el 50% tienen que ver más con la falta de organización, de liderazgo, de toma de decisiones y de ausencia de información (registros).

Lo que permite ver la necesidad para las micro y pequeñas empresas de Lagos de Moreno trabajar en colaboración empresa-institución de nivel superior y gobierno en el diseño, desarrollo e implementación de estrategias basadas en el desarrollo organizacional, gestión estratégica, diseño organizacional y/o planeación estratégica, etc., para garantizar el buen desempeño y equilibrio emocional de este grupo de empresas en bien del desarrollo local y nacional.

Gráfica 2. Principales desafíos que pueden enfrentar las MiPYMES.

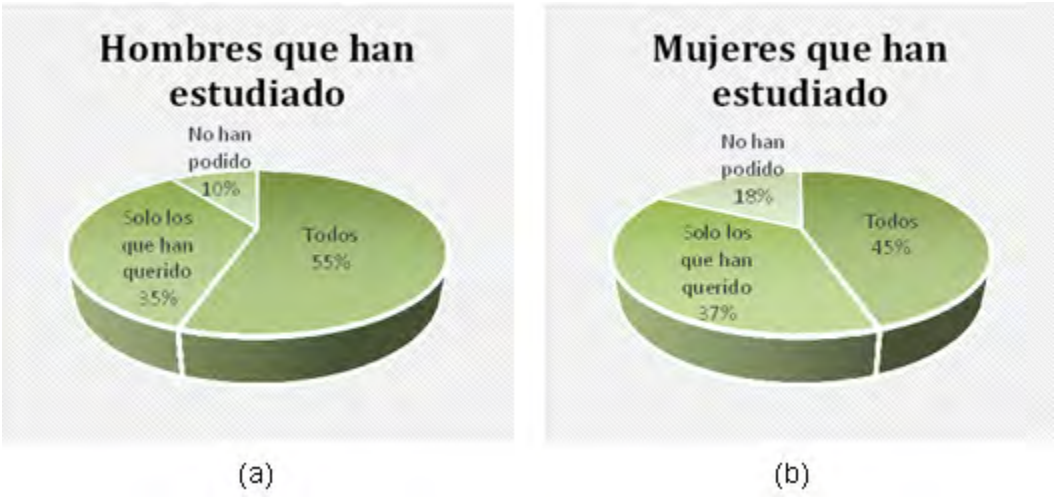
La gráfica 3 muestra que el 55% de los hombres y el 45% de las mujeres han estudiado, el 35% de los hombres y 37% de las mujeres, afirmó el encuestado “han estudiado los que han querido” comentaron que el 10% de hombres no tuvieron oportunidad de estudiar porque no pudieron, así mismo respondieron que el 18% de las mujeres no pudieron estudiar, porque no había tiempo o faltaba el dinero.

Algo curioso es que, al conversar con las mujeres ellas comentan “orgullosas” que dieron prioridad a sus hermanos varones; siendo esto típico de la cultura de la localidad pues se solía en décadas pasadas, que los varones salieran a otras ciudades a estudiar, mientras las mujeres se hacían cargo de los trabajos de los hombres con tal de que ellos lograran obtener una licenciatura. De los que

estudiaron sólo poco más de la mitad de los varones han puesto en práctica los conocimientos de su carrera, en el caso de las mujeres menos de la mitad.

Las carreras que destacan especialmente en las mujeres es la administración de empresas (38 mujeres la han estudiado), Auxiliar administrativo (17), auxiliar de recursos humanos (28) y mercadotecnia (16), en los hombres: administración de empresas (4), de las siguientes, entre uno o dos estudiaron: veterinaria, ingeniero civil, derecho, electrónica, diseño gráfico, arquitectura entre muchas otras.

Gráfica 3. Porcentaje de hijas(os) que han concluido una licenciatura.



En cuanto a la planeación estratégica se realizaron preguntas muy básicas, como se observa en la Tabla 1, en esta zona del país las micro y pequeñas empresas familiares no le han dado importancia a la creación de una estructura organizacional adecuada, a pesar de que en promedio el 50% de los hijos involucrados en las empresas son profesionistas y la carrera de administración fue la que tuvo mayor preferencia (sobre todo entre las mujeres), para ser estudiada, demostrando que efectivamente no han puesto en práctica sus conocimientos, por lo tanto, esto refleja no tener, primero una identidad propia entre sus empleados y clientes, falta de información, información incompleta y dudosa.

Tabla 1. Estructura básica de una empresa.

Su empresa:	**No**	**Si**
¿Cuentan con organigrama?	61/**76.25%**	19
¿Tiene bien definida su misión, visión, valores?, ubicadas para que sus clientes y empleados las observen.	59/**73.75%**	21
Ya tiene una imagen corporativa (logotipo, slogan)	41/**51.25%**	39
¿Cuentan con un contrato debidamente establecido?	61/**76.25%**	19

Su proceso de selección de personal no sigue ningún protocolo al ser contratados, como se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2. Evidencia de falta de un protocolo de contratación.

Empresas familiares	**¿Su proceso de contratación es?:**
16	Solo es necesario mostrar buena actitud
11	Sólo se tiene una plática y si sentimos que es bueno lo contratamos
42	Sólo se pide solicitud elaborada
8	Sólo se aceptan recomendados
3	solo trabajan familiares

Por último, se preguntó, si contaban con algún empleado que ejerciera un puesto de liderazgo, a lo que el 77.5% respondió que no, al respecto les preguntamos que, si estarían dispuestos a contratar a un asesor externo que les dé el acompañamiento profesional para mejorar su toma de decisiones y liderazgo, capacitándolos para que en el futuro apliquen sus propias competencias en el desarrollo de su empresa, contestando el 81.3% que con gusto lo harían.

DISCUSIÓN

Son muchos los estudios de gran importancia que se han hecho sobre las empresas familiares; desde su conformación, su evolución, el tiempo que llevan presentes en el mercado, su impacto en generación de empleos y por tanto en la economía de sus países, y también sobre los principales problemas que las aquejan, como aquellos que se dan durante la sucesión. En el caso de México, creemos que uno de los más relevante; por su alcance, es el realizado por los investigadores del Centro de Investigación de Empresas Familiares (CIEF) Duran y San Martín (2013) “Estudio comparativo de la empresa familiar en México en el contexto mundial”, de la Universidad de las Américas de Puebla (UDLAP), quienes han venido publicando estudios sobre estas empresas durante varios años atrás. Radiografía de la empresa Familiar en México, hace un retrato muy completo de lo que son por un lado las empresas familiares para México, su importancia, su presencia en todos los

sectores económicos, etc. La presente investigación no tiene comparativa con la magnitud del estudio hecho por San Martín y Duran (2017), sin embargo, contribuye en ampliar el conocimiento a través de los resultados presentados.

Se comentó que, en Lagos de Moreno por sus características propias, el grosor de las empresas son micro y pequeñas, 45% y 39% respectivamente, y el estudio hecho a 1496 empresas de los 32 estados, revelando que, el 57% de las empresas familiares en México son microempresas y el 29% son pequeñas, en suma, tenemos que el 86% o son micro o son pequeñas y en caso de lagos suman el 84% en conjunto, muy similar. Otra coincidencia que encontramos muy interesante y que de alguna manera le va dado validez a este proyecto, es que el estudio de los doctores muestra que Jalisco es el cuarto estado de la republica con empresas familiares con más de 20 años, y nuestro estudio revelo que el 59% tiene entre 20 y 50 años de vida, mientras que, en Jalisco, según estudio en comparación, el 3% de las empresas familiares tienen menos de 4 años, en lagos el 6% tienen 5 años, dato muy similar.

En tanto a la planeación estratégica los resultados guardan gran similitud entre los estudios, destacando que en México el 71% de las empresas familiares no tienen un plan estratégico y en Lagos al cuestionarles sobre temas de planeación estratégica, las respuestas rebasan el 71%, revelando que el 76.25% carecen de planeación, información, organización, etc., razón por la que Jalisco (como quedó registrado en *Radiografía de la empresa familiar en México*) sólo cuenta con que de sus micro y pequeñas empresas sólo el 24% cuentan con una planeación estratégica.

Un tema que ya tenemos en estudio es sobre el papel de la mujer en empresas Laguenses así que sólo mencionaremos que, en Jalisco, específicamente en Lagos de Moreno sólo a 7 Mujeres el fundador les entrego la sucesión, mientras que en general en México de cada 100, 23 mujeres asumen la dirección de la empresa familiar (no queremos hacer un juicio sin antes realizar estudios más profundos para entender el porqué de la diferencia).

En cuanto a la formación académica de las hijas(os), los resultados arrojaron que 50% han estudiado una licenciatura en Lagos de Moreno, Jalisco. Mientras que en

Jalisco (San Martín y Duran, 2017) encontraron que la formación académica rebasa el 30%, lo que si fue relevante es que sólo la mitad ha implementado sus conocimientos en la empresa familiar.

Sobre los conflictos familiares, se observa que en las empresas de Lagos de Moreno, Jalisco, alcanzan un 31.5%, evidenciando la complejidad en el proceso de sucesión en empresas familiares.

CONCLUSIONES

Como podemos observar son muchos los rasgos comunes entre las empresas familiares, unos de los más importantes observados, no sólo de México es el apego a la familia, el respeto y la admiración al fundador y esa visión de preservar la empresa familiar y pasarla a las siguientes generaciones, da sentido a un sentimiento de orgullo y estatus, varias de estas empresas tienen una relación más humana y cercana con sus colaboradores, aunque también es común la resistencia al cambio, no refiriéndonos necesariamente al de la sucesión (Handler 1994), sino además a cualquier cambio organizacional, existiendo una aversión al riesgo. Sin embargo, como asesores empresariales y trabajando de la mano de estas empresas hemos experimentado y comprobado que una vez que ganas su confianza, ellos permiten, “de manera cautelosa y lenta” en un principio, la intervención para la generación e implementación de nuevas formas de trabajo, ayudándoles a través de la demostración de buenos resultados a disipar la incertidumbre, y entonces comienzan a interesarse y generar el cambio, mejorando su toma de decisiones y liderazgo.

En esta investigación además de identificar los problemas más comunes que se dan en la sucesión en empresas familiares Laguenses, identificamos que los problemas más graves no derivan necesariamente y en su totalidad de la sucesión, mucho tiene que ver con la ausencia de todo tipo de información interna y del poco control administrativo, con mayor frecuencia en la micro empresa; creemos que el no tener claro los movimientos de los recursos financieros, humanos, materiales, entre otros; tampoco permite tomar buenas decisiones.

Entonces una; pero no la única, de las decisiones cruciales para asegurar la permanencia de la empresa es quien va a continuar al frente del legado, asegurándose de hacerlo bien y para esto como muchos de los autores o asesores citados lo dicen, se debería contar con un plan de sucesión y especialmente, tomar conciencia que en cuanto se inicia un negocio o se hereda la gerencia, también se debe comenzar a formar a los posibles sucesores, no sólo enviarlos a la universidad, sino crear conciencia y apego a su empresa, para que al regresar implementen sus conocimientos en bien de la misma.

Generar una cultura en la que se acepte la designación más prudente y profesional, asegurando la permanencia de la empresa y de todos los que se benefician de ella: familia-colaboradores-proveedores-cliente y economía nacional. Hacerlo bien, significa que se tienen todos los elementos y control de la organización, ya que esto permitirá disminuir problemas tales como los identificados en el levantamiento de la información de esta investigación, por mencionar algunos: enfrentamiento familiar, separación familiar, tristezas, enfermedades y dolores de cabeza de los fundadores (en su vejes), acarreados por los enfrentamientos entre sus hijos y/o nietos, falta de interés de los sucesores por el patrimonio, falta de compromiso y trabajo codo a codo, comportamiento a conveniencia, prepotencia sobre los colaboradores, todos quieren mandar, aunque no lo hagan en forma correcta, desacreditación de o de los hermanos (creando un entorno laboral negativo y confuso, con errores constantes), al no haber un control sobre el dinero, productos, materiales, estos son tomados por la familia sin reportar o no reportando correctamente (mermando utilidades). Son estos los problemas de mayor frecuencia, sin embargo, insistimos que se deberá trabajar en crear; para estas empresas familiares de tanta importancia y tradición, modelos a seguir, su diseño organizacional, su planeación estratégica o bien todo un plan de desarrollo organizacional, pero no bastará en crearlos y dejarlos en papel hay que ir a la empresa y con paciencia habrá que trabajar para hacerles ver que existen las formas correctas de actuar, sólo hay que guiarlos y acompañarlos y lo más importante enseñarlos a que sean ellos, capaces de generar su propio cambio y renovarse constantemente, favoreciendo aún más la economía de sus países.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CORONA, J., Del Sol, I. (2015). La empresa Familiar en España. España. Instituto de la Empresa Familiar.

DAVIS, J. A. (2006). Dentro del ADN de la empresa familiar. Harvard Business Review, 84(8), pp. 44-48.

DELOITTE (2010). Sucesión en la Empresa Familiar, Boletín Gobierno Corporativo. Ed. LID México.

DURAN, E. J., San Martín R. J. (2013). Estudio comparativo de la empresa familiar en México en el contexto mundial. Revista de estudios en contaduría, administración e informática. 2(5), pp. 21-54.

FLORES-ORTIZ, M.V., Vega-López, A. (2014). Factores claves que influyen en el proceso de sucesión en las empresas familiares del sector textil en Tijuana, B.C., México. Revista Internacional Administración & Finanzas, 7(7), pp. 91-110.

FUNDES (2011). http//www.fundes.org/?lang=es

GALLO, M.A., Gallo Laguna de Rins, M.A. (1998). La sucesión de la empresa familiar. Colección de Estudios e Informes. No. 12. LaCaixa, Barcelona, España.

GINEBRA, J. (2005). Las empresas familiares, su dirección y su continuidad. Panorama Editorial.

GRAVINSKY, S (2000). Mi tienda en el nuevo milenio, 2da Ed. México: Del verbo emprender.

HANDLER, W.C. (1994). Succession in family business: A review of the research. Family Business Review, 7(2), 133-157.

HELLRIEGEL, D., Slocum, J., Woodman, R., (1995). Comportamiento Organizacional, (8ª. ed). México: Soluciones empresariales.

ICAZA RIVERA, D.P., Yance Carbajal, C.L. (2015). Planes de sucesión y continuidad de las empresas familiares del Cantón Milagro. Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana.

IIEG Lagos de Moreno Diagnóstico del Municipio mayo 2018 en https://www.iieg.gob.mx/contenido/Municipios/LagosdeMoreno.pdf

INEGI (2004). Censos económicos. México http://www,inegi.gob.mx/est/contenido/proyectos/censo/ce2004/cuadrosce04.asp

INEGI (2014). Micro, pequeña, mediana y gran empresa, estadística de los establecimientos 2014. Recuperado el 18 de abril de 2019 en http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825077952.pdf

IEF (INSTITUTO DE LA EMPRESA FAMILIAR). La empresa familiar en cifras. El tipo de compañías con más presencia en España y en el mundo, Recuperado el 30 de abril de 2019 en http://www.iefamiliar.com/cifras/1

KPMG. Empresas Familiares en México: El desafío de crecer, madurar y permanecer. Recuperada el 19 de abril de 2019 en https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/mx/pdf/2016/12/Empresas%20Familiares%20en%20M%C3%A9xico%20el%20desaf%C3%ADo%20de%20crecer%20madurar%20y%20permanecer.pdf

LE BRETON-MILLER, I., Miller, D., and Steier, L.P. (2004). Toward an Integrative Model of Efective FOB Succession. Entrepreneurship Theory and Practice, 28(4), pp. 305-328.

NAVARRETE JIMÉNEZ, Ma. M. (2008). Implicaciones de los factores de carácter familiar, empresarial y de propiedad en la transición generacional en las empresas familiares mexicanas fabricantes de pinturas y tintas. XIII Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas.

NEUBAUER, F., Lank A. (2003). The family business: Its governance for sustainability. Palgrave Macmillan, United Kingdom.

OLIVARES B.S, García A.L, Hernández M.L (2016). Cambios estratégicos y adaptabilidad, son los nuevos retos que enfrentaran las MIPYMES de quesos y dulces laguenses, en los próximos años. Pistas educativas 38(116), pp. 90-99.

OSORNIO MACÍAS, M. (2016). Conflictos más comunes en empresarios familiares del ramo de la industria lechera en Lagos de Moreno, Jalisco, México. Observatorio de la economía latinoamericana.

SAN MARTÍN, R.J., Durán E.J. (2017). Radiografía de la empresa familiar en México. Ed. UDLAP. México

STECKERL GUERRERO, V. (2005). Modelo aplicativo de una empresa familiar que relaciona valores del fundador, cultura organizacional y orientación al mercado. Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.

SANTAMARÍA FREIRE, E. (2014). La estructura de la familia empresaria y las repercusiones en la sucesión de las empresas de la provincia de Tungurahua, Ecuador. 13th Summer Institute on the PRSCO 2014.

LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA COMO HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO DE LAS MIPYMES: ESTUDO DE CASO

SANDRA ELBA DELGADO SOTO[1], NORMA DELIA REYES MUÑOZ[2] , ERNESTO LINCE OLGUIN[3]

RESUMEN

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en su censo 2019, en México el 94.9% de los establecimientos son tamaño micro; 4.9% son pequeños y medianos (Pymes) y el 62.6% del total de los establecimientos son informales. El objetivo de esta investigación es conocer la importancia del proceso de planeación estratégica como herramienta esencial para el crecimiento y desarrollo de las MiPyMes del sector de refaccionarias agrícolas y automotrices , el tipo de investigación que se desarrollo fue cualitativa y descriptiva, el objeto de estudio es una empresa que se dedica a la comercialización de refacciones agrícolas y automotrices, ubicada en un municipio de la zona norte de Veracruz, la MiPyMe, actualmente es una emperesa familiar dirigida por su propietario, actualmente cuenta con cuatro empleados. El presente estudio se basa en la formulación de un plan estratégico que permita mejorar los procesos internos de la empresa y que esto le permita ser más competitiva en el mercado en el cual opera. Las técnicas para la recolección de datos fueron el cuestionario, la observación directa y documental. El resultado obtenido fue el diseño e implementación del plan estratégico de la MIPyME el cual sirvió de apoyo para el logro de sus objetivos con la finalidad de que le permita una ventaja competitiva sobre la mayoría de sus competidores

Palabras clave: Planeación, Estrategia, MiPyMes, Competitividad, Objetivos

[1] Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Tantoyuca. sandra.delgado@itsta.edu.mx

[2] Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Tantoyuca. norma.reyes@itsta,edu,mx

[3] Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Tantoyuca. ernesto.lince@itsta.edu.mx

ABSTRAC

According to the National Institute of Statistics and Geography (INEGI) in its 2019 census, in Mexico 94.9% of the establishments are micro-sized; 4.9% are small and medium-sized (PyMes) and 62.6% of the total establishments are informal. The objective of this research is to know the importance of the strategic planning process as an essential tool for the growth and development of MSMs in the agricultural spare parts sector, the type of research that was developed was qualitative and descriptive, the object of study is a company which is dedicated to the commercialization of agricultural and automotive spare parts, located in a municipality in the north of Veracruz, the MiPyMe, is currently a family business run by its owner, it has three employees. This study is based on the formulation of a strategic plan that allows improving the internal processes of the company under study and that this allows it to be more competitive in the market in which it operates. The techniques for data collection were the questionnaire, direct observation and documentary. The result obtained was the design and implementation of the strategic plan of the MIPyMe which served as support for the achievement of its objectives in order to allow it a competitive advantage over most of its competitors

Keywords: Planning, Strategy, MySMEs, Competitiveness, Objectives

INTRODUCCIÓN

La planeación estratégica juega un papel muy importante en el desarrollo de alternativas formales para mejorar el desempeño organizacional en las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMes), toda empresa tiene que darle importancia al cumplimiento de sus planes, meta, objetivos para los cuales fueron creadas y tener claro hacia donde se dirigen considerando un tiempo determinado para lograrlo. Actualmente en México, en su mayoría las MiPyMes, son empresas familiares dirigidas y administradas por sus propietarios sin estructura organizacional definida las cuales carecen de planes estratégicos que les permita seguir un curso de acción hacia el logro de objetivos, esto se debe al desconocimiento de factores fundamentales que se deben tener en cuenta para garantizar el buen funcionamiento de la organización y su permanencia en el

mercado. En las microempresas es común encontrar la falta de una estructura organizacional, manuales de descripción de puestos que permitan una clara descripción de funciones, tareas y responsabilidades. Por otra parte, son pocos sus departamentos internos, recurren a despachos independientes para el cumplimento de sus obligaciones fiscales, algunas de ellas operan de manera informal ya que no cuentan con grandes recursos financieros, materiales y humanos. Los propósitos de la planeación estratégica son principalmente la elaboración de una guía que permita trazar las vías mediante las cuales se alcanzarán cada uno de los propósitos de la organización en cada una de sus áreas, permitiendo tener claros cada uno de sus objetivos y la manera como estos serán llevados a cabo. Según, Noriega, *et., al* (2019) en su investigación la planeación estratégica y la competitividad del sector restaurantero en ciudad del Carmen, Campeche, México; permitió determinar que la planeación estratégica tiene un impacto significativo, de las dimensiones de la competitividad de las empresas restaurantes de Ciudad del Carmen.

La planeación estratégica también conocida por algunos autores como dirección estratégica, administración estratégica es un conjunto de decisiones y acciones administrativas que determinan el rendimiento a largo plazo, ya que contar con un plan estratégico es de suma importancia para saber hacia dónde se quiere dirigir la empresa no solo el gerente tiene que estar involucrado sino todos los miembros de la organización , es un trabajo en equipo y para lograrlo se necesita que exista un plan bien estructurado. En relación a la estrategia, Narciso, *et., al* (2014) mencionan que “para la escuela de planificación, la estrategia proviene de un proceso controlado y consciente de planificación formal en el cual se fijan plazos, programas y presupuestos que responden de manera óptima a los objetivos de la empresa.

Lozano, *et.al* (2017) en su trabajo de investigación Modelo práctico de plan estratégico de mercadotecnia para la micro y pequeñas empresas de transformación, diseñaron un modelo que es una lámina que describe los puntos sobre las que una empresa de transformación micro y pequeña, identifica áreas de oportunidad con base en la retroalimentación de la información generada del microambiente interno y externo y el macro ambiente.

Como menciona, Carrión (2007), “Las empresas tienen grandes dificultades para entender la complejidad del entorno al que se enfrentan y prever tendencias a largo plazo. Pero aquellas que son capaces de percibir e interiorizar los cambios que se producen en el entorno tienen más éxito que las demás”. Por su parte Münch (2014) menciona algunas ventajas de utilizar la planeación, las cuales consisten en permitir la definición del rumbo de una empresa, así también permite reducir los niveles de incertidumbre y establece un sistema racional para la toma de decisiones. La planeación sirve de base para manejar la empresa, fomenta la eficiencia al no permitir la improvisación, opera como sistema de control, coadyuva en el incremento de la motivación entre los colaboradores de la empresa, al momento que conocen hacia donde se dirigen sus esfuerzos y por último menciona que optimiza el aprovechamiento del tiempo y los recursos en todos los niveles de la organización. Sin importar el giro o tamaño de la empresa la planeación es importante debido a que a través de esta se pueden evitar o minimizar los riesgos que depara el futuro y permite aprovechar mejor los recursos de cualquier organización.

Según Wheelen y Hunger (2007) presentan un modelo básico de la administración estratégica y consta de cuatro elementos básicos:

- Análisis ambiental
- Formulación de la estrategia
- Implementación de la estrategia
- Evaluación y control

Algunas investigaciones sobre metodologías del plan estratégico llegaron a la conclusión que no existe un formato o modelo de estrategia empresarial “perfecto”, ya que cada proceso estratégico debe ser diseñado o adaptado a lo que es necesario para cada entidad.

La falta de planeación estrategia no ha permitido el desarrollo de la Refaccionaria Agrícola Los Reyes, debido a que es administrada y dirigida actualmente por su propietario el cual carece de conocimientos de técnicas y herramientas administrativas adecuadas para dirigir a la organización. Con el desarrollo de la planeación estratégica para la empresa Refaccionaria Agrícola Los Reyes utilizando herramientas administrativas adecuadas, se pretende crear un modelo a seguir en

éste tipo de organizaciones que logre posicionarse en el mercado y ser competitiva. Implementar una planeación estratégica estableciendo un plan detallado, con la ayuda de todos los niveles de la organización para así lograr el objetivo de insertarla según su misión en el contexto que se encuentra y tener claro hacia a donde se quiere dirigir, establecer un análisis FODA para estructurar o reestructurar en caso necesario y poder evolucionar con los cambios futuros y así poder tomar decisiones de manera acertada para lograr el éxito y mantenimiento de la misma.

DESARROLLO

Este estudio se llevó a cabo en una MiPyMe que se ubica en un municipio de la zona norte del estado de Veracruz, dedicada a la compra y venta de refacciones agrícolas y automotrices actualmente cuenta con tres empleados, opera con capital propio, no cuenta con análisis de ventas ni de utilidades. El tipo de investigación que se realizó tuvo un enfoque cualitativo, no experimental, transversal, y descriptivo. La unidad de análisis elegida para la investigación fue el propietario de la empresa y los empleados, de ventas, caja y cobranza. Se obtuvo información, por medio a una hoja de verificación que se muestra en el Cuadro 1 que respondió el propietario obteniendo información clara y oportuna sobre su situación actual en lo que respecta a la planeación estratégica.

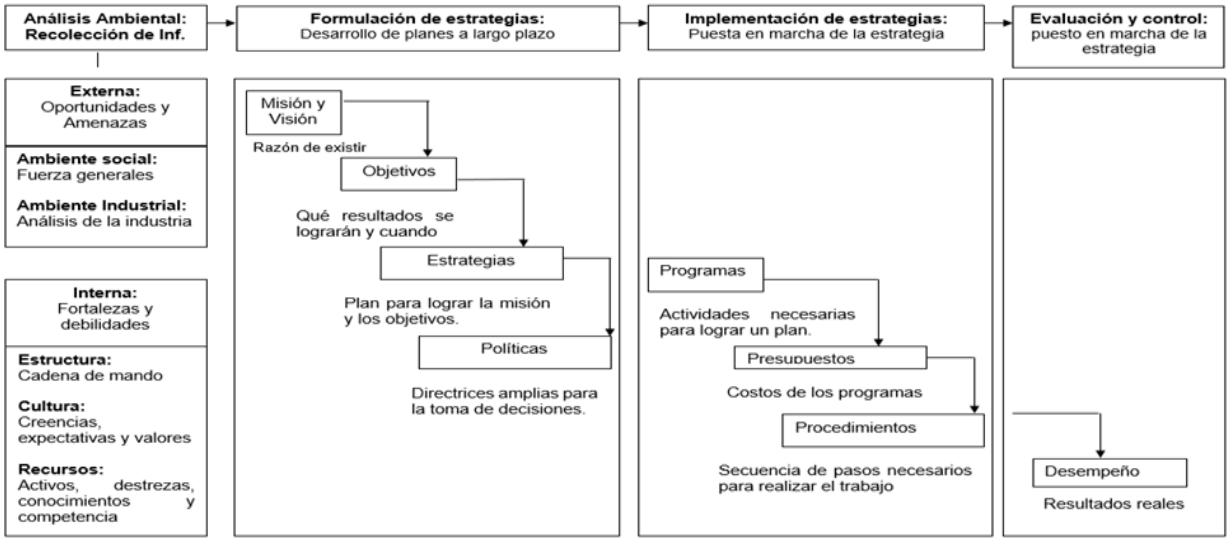
Tabla 1. Hoja de verificación

No.	Concepto	SI	NO	OBSERVACIONES
1	¿La responsabilidad de la planeación de la organización recae en el gerente general?	X		
2	¿La empresa cuenta con una visión?	X		
3	¿Se han logrado al compartir esta visión? (efectos como elevar la moral y el espíritu en equipo).		X	
4	¿La empresa cuenta con una misión?	X		
5	¿Representa algo para la organización la misión?		X	
6	¿La empresa cuenta con sus valores establecidos?		X	
7	¿La empresa cuenta con objetivos?		X	
8	¿Los objetivos se formulan internamente?		X	
9	¿La empresa cuenta con metas y estas son un sustento de la misión?		X	
10	¿Son coincidentes con los objetivos?		X	
11	¿Se cuenta con estrategias y son acordes con los objetivos y metas trazadas?		X	
12	¿Se cuenta con políticas definidas?		X	
13	¿Cuenta con una estructura actual de la organización? (Organigrama)		X	

Fuente: Los autores

En base a los resultados obtenidos con la hoja de verificación donde se identificó que la MiPyMe no contaba con un proceso adecuado de planeación estratégica que le permitiera un direccionamiento hacia el logro de sus objetivos, así como no contaba con una estructura formal definida, debido a que los empleados no respetaban las líneas de autoridad y de comunicación en el desarrollo de sus funciones con esto se procedió a diseñar el proceso de planeación estratégica el cual se muestra en la Figura 1

Figura 1 Proceso de Planeación Estratégica



Fuente: Tomado de Wheelen y Hunger (2007)

Para dar inicio con el plan estratégico adecuado para la empresa y con la finalidad de conocer su ambiente interno y externo se llevó a cabo el análisis ambiental utilizando para la recolección de la información un Análisis FODA, el cual se muestra en el Cuadro 2, que sirvió para analizar la situación competitiva , a facilitar el ajuste entre amenazas y oportunidades externas con las debilidades y fortalezas, ya que en la mayoría de los casos las empresas acuden a la necesidad de tener un plan estratégico ,como resultado de la percepción de crisis, problemas o amenazas . Otros aspectos que se tomaron en cuenta fueron el análisis de la industria, factores políticos-legales, factores económicos y factores tecnológicos

Cuadro 2: FODA de la MIPyME

Análisis Externo	**Análisis Interno**
Oportunidades: Clientes leales Convenios con otras empresas Alcanzar un buen posicionamiento en el mercado Única en venta de refacciones Agrícolas Ubicación en un municipio con más de 100 comunidades dedicadas a la agricultura y ganadería Crecimiento económico del municipio Venta directa al H. Ayuntamiento	Fortaleza: Única refaccionaria agrícola Piezas originales Precios actualizados Variedad de productos Buena Ubicación Suficientes Activos Años de experiencia en el sector Variedad de productos Proveedores confiables que ofrecen marcas Reconocidas
Amenazas: Tiempo de espera para el cliente en los pedidos. Competidores directos e indirectos Generar más intereses del préstamo bancario No recupera en tiempo sus cuentas por Cobrar Empleados no Comprometidos Empresas con capital extranjero Auto-Zone Empresas con Planes Estratégicos	Debilidades: Falta de estructura organizacional Dar crédito sin investigación previa. Falta de control Deudas con el banco y proveedores Falta de estrategias de ventas y financieras No cuenta con información financiera confiable Falta de Control en Inventarios No cuenta con manual de funciones, ni descripción de puestos Carece de análisis de ventas Información financiera a destiempo para tomar decisiones Sin cultura organizacional

Fuente: Los Autores

Posteriormente al Análisis del ambiental atraves de la técnica del FODA se procedió a diseñar e implementar técnicas de organización como son el organigrama, manual de funciones, manual de procedimientos, análisis y descripción de puestos, con la finalidad de agrupar, dividir y asignar funciones, autoridad, responsabilidades y jerarquía a cada uno de los empleados de la organización, no exista duplicidad de funciones para el logro de los objetivos. Así mismo se diseñaron formas para documentar lo que ha pasado dentro de la empresa, para que sirvan de apoyo en el presente y futuro para tomar decisiones asertivas, debido a que dichos documentos tienen información formal de lo que sucede día a día. Continuando con la metodología propuesta para el diseño del plan estratégico idóneo a las necesidades de la empresa se prosiguió a la formulación de las estrategias y a la implementación de las mismas.

RESULTADOS

Como resultado de esta investigación en la microempresa Refaccionaria Agricola los Reyes

después de la aplicación de la metodología propuesta se logró diseñar el plan estratégico que permitió la elaboración del plan de mejora, para lo cual se tomaron en cuenta los resultados del diagnosticó que arrojo el FODA. A continuación, se presenta en el Cuadro 3 la propuesta de la filosofía, misión, visión, valores, objetivos, metas, estrategias y políticas.

Cuadro 3: Formulación de Estrategias

FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS	
MISIÓN	Comercializar refacciones agrícolas y automotrices para el mantenimiento de Tractores y vehículos. Ofrecer al cliente lo que necesita contando con una gran variedad de productos de buena calidad y a un precio competitivo. Formando un equipo de trabajo en esquemas de lealtad y respeto al cliente.
VISIÓN	Consolidar a la refaccionaria a nivel regional como una refaccionaria agrícola y de autopartes que pone a disposición del cliente productos de calidad, a un precio competitivo y con una atención al cliente eficiente.
VALORES	Credibilidad Respeto Honestidad Compañerismo Lealtad Trabajo en equipo
OBJETIVOS	Objetivo general: Ofrecer un servicio integral de acuerdo a las necesidades de cada usuario, optimizando la satisfacción del mismo y a su vez obtener una adecuada rentabilidad, garantizando así nuestra permanencia y crecimiento en el mercado. Objetivos específicos: Lograr la satisfacción del cliente por medio de nuestros productos. Mantener una variedad de productos a un precio accesible. Aumentar las ventas anuales.
METAS	Obtener una buena complacencia del cliente. Aumentar las ventas mensuales Tener actualizado el inventario de productos Dar certeza al cliente de que podrá encontrar el producto que necesita.
ESTRATEGIAS	Estar en contacto con los proveedores para poder agilizar los pedidos. Realizar 1 vez al mes promociones para aumentar las ventas. Realizar una investigación previa para el otorgamiento de crédito. Invertir en un software para registrar el inventario. Introducir nuevos productos. Determinar un precio con el que se gane la aceptación rápida del producto
POLÍTICAS	La administración deberá determinar y mantener el enfoque hacia el cliente, para satisfacer sus necesidades. Si se realiza una modificación o propuesta en la estructura organizacional debe ser aprobada por el gerente general. Cada encargado de cada área deberá dar cuentas cada semana de lo que realizo al gerente general. Los gerentes de cada área son responsables de documentarse sobre sus principales actividades y procesos. Cuando algún producto salga dañado se tiene que reportar de preferencia al proveedor en un máximo de 24 horas. Los inventarios de almacén se realizarán por lo menos 2 veces al año. El personal para el puesto de auxiliar contable debe ser de sexo femenino.

Fuente: Los Autores

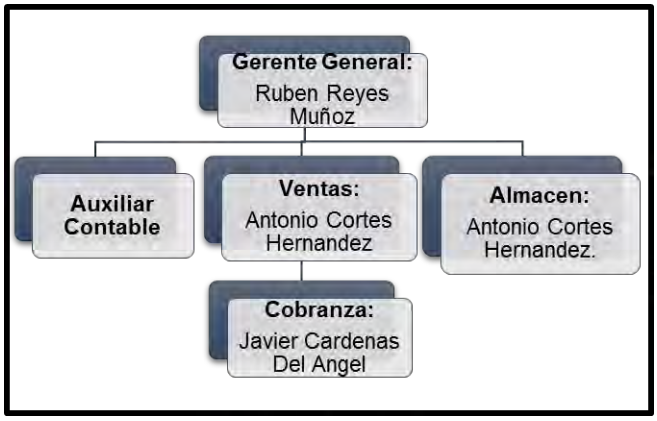
El plan estratégico propuesto se dio a conocer a todos los empleados, así mismo se difundieron su misión, visión y objetivos, que se pueden apreciar en la Figura 2 colocándolos en un lugar visible tanto para clientes internos y externos de la organización.

Figura 2: Misión y Visión propuesta en el Plan Estratégico

Fuente: Los Autores

Con la finalidad hacer más eficientes las operaciones de le microempresa, se propuso un organigrama funcional que se muestra en la Figura 3 con las siguientes distribución y división de funciones, Algunas deficiencias encontradas en el departamento de almacén fue la falta de políticas y procedimientos mismos que se diseñaron e implementaron con este estudio , no contaba con una adecuada área del almacén, los productos no son fácilmente localizados, no hay adecuado control de productos, no existía un software que ayudara a contabilizar el inventario, mismo que adquirió el propietario al considerarlo necesario e importante para el control del mismo.

Figura 3 Organigrama de la microempresa



Fuente: Los Autores

Un elemento importante dentro de la organización es el gerente general para lo cual se describieron algunas de sus principales funciones, mismas que se plasmaron en un manual.

Gerente General

Funciones:

1 Dirigir, coordinar, controlar la administración y la operación de la empresa enfocándose a cumplir los requerimientos de los clientes internos y externos además de salvaguardar los intereses de la organización; maximizando todos los recursos disponibles con el fin de disminuir costos de operación e incrementar las utilidades.

2 Dirigir a la organización a través de la delegación, supervisión y estimulación del personal de la empresa

3 Establecer un sistema de coordinación y comunicación orientada al cumplimiento de las metas establecidas por la dirección general a corto mediano y largo plazo.

4 Tener visión sobre el futuro y planear estrategias organizacionales que permitan mejorar la calidad de los servicios día con día.

5 Verificar que los reglamentos internos, que las normas y reglamentos de los diferentes organismos, no sean violados.

6 Alcanzar la máxima satisfacción del cliente, garantizando al mismo tiempo la rentabilidad de la empresa

7 Solucionar todo tipo de conflictos que se presenten entre los trabajadores

8 Delegar funciones y responsabilidades al personal que labora en la empresa

9 Supervisar que todas las operaciones se realicen en forma correcta.

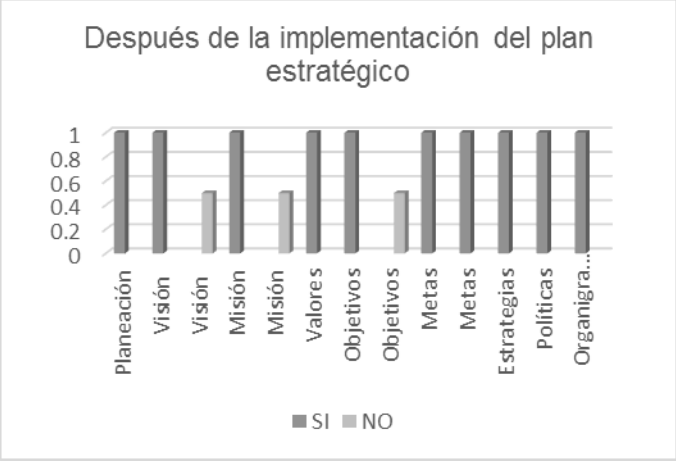
10 Mantener juntas periódicas con el personal.

11 Establecer planes de ventas quincenales, mensuales y anuales que permitan mantener una actuación ascendente y con mejora continua.

12 Contribuir a mantener y mejorar la comunicación interna.

Así mismo se implantó un control de las ventas en algo más que una libreta, no existía un calendario de vencimiento de impuestos, no contaba con normas para facturación, las remisiones y facturas eran emitidas al mismo tiempo, no existía una supervisión de lo que se iba a facturar por alguien más que no sea el empleado responsable del departamento, no se entregaba una relación de la facturación al contador. No tenía actualizada su información financiera, ya que el proceso contable no lo consideraban importante. Se recomiendo utilizar Excel para llevar el registro

de ventas electrónicamente por seguridad, programar las fechas de vencimiento de impuestos, llevar un control de remisiones y facturas en tiempo, el gerente general debía de autorizar las facturas, así como realizar un listado de facturas al contador. El auxiliar contable debe llevar un control de todos los ingresos diarios, se estableció un fondo fijo para gastos menores como medida de control interno, realizar arqueos de caja sorpresivos al responsable del área, con la finalidad de evitar fraudes. Realizar conciliaciones bancarias mensuales para el manejo de la cuenta bancaria. Con todo lo mencionado anteriormente se ha reducido el riesgo de la empresa de no alcanzar sus objetivos, este plan proporcionó al gerente y a los trabajadores una visión de lo que se puede lograr a futuro, así como una motivación, colaboración y trabajo en equipo buscando el logro de los objetivos planteados. En la Figura 4 se pueden observar algunos elementos del plan estratégico implementado dentro de la micro empresa Refaccionaria Agrícola Los Reyes.



Después del resultado obtenido se propone este modelo de planeación estratégica el cual puede ser aplicado a cualquier MIPyME, no importa su giro o actividad, régimen fiscal en que tribute, ni su constitución legal. Este modelo ayuda a detectar las deficiencias de cada una de sus áreas analizando sus procesos y proponer mejoras a las mismas con la finalidad de establecer sus objetivos organizacionales y cumplimento de metas financieras.

CONCLUSIONES

Hoy en día las MiPyMes, juegan un papel muy importante en la economía de nuestro país y en la zona norte del estado de Veracruz, no es la excepción pues son estas las que generan empleos y se adecuan a los cambios que exige la globalización, muchas de ellas compiten con empresas extranjeras. Este estudio permitió conocer más acerca del proceso de planeación estratégica para el sector específico de la empresa objeto de estudio, rescatando que en su mayoría son dirigidas por sus propietarios , careciendo de estructuras formales, de técnicas y herramientas administrativas que apoyen su crecimiento y desarrollo una herramienta útil como se comprobó es el proceso de planeación estratégica, el cual les permite mejorar con el propósito de posicionarse y consolidarse en el mercado en el cual operan a través del establecimiento de su misión, visión, valores, metas, objetivos y estrategias bien definidas y diseñadas de acuerdo a las características de cada una de ellas considerando el sector al cual pertenecen para que estén a la vanguardia De los resultados anteriores podemos concluir que el problema más importante es la conducción y orientación hacia el futuro de una empresa, a corto, mediano y largo plazo, dicha conducción es responsabilidad esencial del propietario, o en su caso del director general. Se puede concluir que con esta investigación se lograron los objetivos a corto plazo de la empresa, repercutiendo en su rentabilidad y éxito empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Chiavenato I, (2011)" Planeación Estratégica Fundamentos y Aplicaciones", Río de Janeiro, Brasil: McGrawHill.

Ciro Barrera, D. F. (2020). Propuesta de un modelo de planeación estratégica para la empresa víveres y chocolates el rey SAS

González, M. H., & Cruz, Y. R. (2016). La Dirección Estratégica y el Cuadro de Mando Integral como herramienta de apoyo a la Gestión Empresarial en la Empresa de Proyectos de Arquitectura e Ingeniería de Matanzas. Revista de Arquitectura e Ingeniería, 10(2), 1-9.

Gómez Xul, G. D. L. Á., Quijano Gutiérrez, S. M., & Arteaga Castillo, J. E. (2018). PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS MIPYMES DE ESCÁRCEGA COMO HERRAMIENTA COMPETITIVA.

Guzmán Javier, A., Torres Valdez, J. C., & García Contreras, M. L. (2020). INCIDENCIA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y LA GESTIÓN EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS QUE OFRECEN SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA CIUDAD DE OAXACA DE JUÁREZ. TURyDES, 12(28).

Lozano-González, E. A., & Torres-Avalos, G. A. (2017). Modelo práctico de plan estratégico de mercadotecnia para micro y pequeñas empresas de transformación en Lagos de Moreno, Jalisco. Ra ximhai, 13(3), 405-416.

Murillo, R. S. (2010). Enfoque conceptual de la dirección estratégica. Perspectivas, (26), 153-178.Múnch, L., García., (2014) Fundamentos de Administración 10ª Edición, México, TrillasNoriega, M. D. L., Hernández, L. Z., & Pérez, L. A. P. (2019). LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR RESTAURANTERO EN CIUDAD DEL CARMEN, CAMPECHE, MÉXICO.

Narciso, J. E. C., & Pulido, M. A. C. (2014). Una mirada a la Evolución Histórica de la Estrategia Organizacional. Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo, 1(3).
https://www.regent.edu/acad/global/publications/real/vol1no3/3-narciso.pdf
Recuperado el 15 Julio 2020

Sánchez Macías, J. A. (2018). Modelo de dirección estratégica y crecimiento empresarial para la empresa "mi mascota" en la ciudad de Santo Domingo, 2016 (

Wheelen, T., Hunger, D., (2007); "Administración Estratégica de Política y de Negocios", México: Pearson Prentice Hall.

CONSIDERACIONES PARA UNA EDIFICACIÓN SUSTENTABLE EN LAS ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS DE MÉXICO

JOSEFINA CUEVAS RODRÍGUEZ [1]

RESUMEN

México es un país con una riqueza natural y cultural incomparable, el once por ciento de la superficie de su territorio ha sido protegida administrativamente para su conservación por considerarse un hábitat que debe preservarse. En este entorno también se emplazan comunidades que la habitan, por lo que es factible solicitar permisos para actividades de construcción., para ello debe presentarse un estudio técnico junto con los planos constructivos y la autorización del estudio de impacto ambiental, sin que existan lineamientos para demostrar que el proceso constructivo afectó en mínima medida.

Tomando en consideración la relevancia de las áreas naturales protegidas en el presente y el futuro, por el disfrute que proporcionan en beneficio de la salud, así como, por ser fuente de diversos recursos resulta importante reflexionar sobre las consideraciones generales que debieran sumarse al estudio técnico para solicitar una autorización de construcción en estas regiones, evidenciando un mínimo impacto ambiental en el uso del suelo y la selección de materiales, diseño del paisaje, tecnologías constructivas y tipología, acordes con la riqueza cultural y natural del entorno.

Palabras clave: Arquitectura, áreas naturales protegidas, desarrollo sustentable.

ABSTRACT

Mexico is a country with an incomparable natural and cultural wealth, eleven percent of the surface of its territory has been administratively protected for its conservation because it is considered a habitat that must be preserved. Communities that inhabit it are also located in this environment, so it is feasible to request permits for

[1] Universidad Veracruzana. jcrfauv@gmail.com

construction activities. For this, a technical study must be submitted along with the construction plans and the authorization of the environmental impact study, without there being guidelines for demonstrate that the construction process affected to a minimum extent. Taking into consideration the relevance of protected natural areas in the present and the future, for the enjoyment they provide for the benefit of health, as well as, as a source of various resources, it is important to reflect on the general considerations that should be added to the technical study to request a construction authorization in these regions, evidencing a minimum environmental impact in the use of the land and the selection of materials, landscape design, construction technologies and typology, in accordance with the cultural and natural richness of the environment.

Keywords: Architecture, protected natural areas, sustainable development.

INTRODUCCIÓN

México forma parte de los doce países que cuentan con el ochenta por ciento de la biodiversidad en el planeta y su preservación tuvo su origen en la década de los años treinta, bajo la presidencia del General Lázaro Cárdenas, con la creación de reservas forestales y parques nacionales (Yáñez, 2007). También se crearon leyes para su protección que definen las instancias administrativas de las Áreas Naturales Protegidas (ANP).

En estas regiones se emplazan los asentamientos de muchas comunidades, que en su mayoría existían antes del decreto de ANP, por lo que frecuentemente el espacio ha sido y es modificado para hacerlo habitable y sólo en el caso de edificaciones para ciertas actividades vinculadas con la explotación de recursos o turismo y para gente externa a las ANP se solicita un permiso para actividades de construcción acompañando los planos con un estudio técnico., si a esta situación se le suma la práctica de construir sin licencia municipal, la falta de supervisión de las obras en proceso para verificar la existencia de permisos y la ausencia de seguimiento de las construcciones para que, en el caso de contar con licencia, cuenten también con la autorización del estudio técnico el panorama es preocupante tomando en cuenta la relevancia que debe tener la protección ambiental y el cuidado del paisaje. Por lo

anterior, resulta fundamental analizar diversas consideraciones a tenerse en cuenta que debieran llegar a regularse de modos diversos para garantizar una conservación de estas valiosas regiones.

Antecedentes y estado actual de las ANP

Durante el sexenio del presidente Lázaro Cárdenas (1934-1940) se produjeron importantes acciones, como la reforma agraria que desapareció los latifundios y creó los ejidos o tierras comunales, la creación de diversas reservas forestales y principalmente, el decreto de la conservación de las ANP bajo la administración del Departamento de Reservas y Parques Nacionales. En la década de los años setenta la UNESCO implementó el programa “El hombre y la biósfera” y también se celebró la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente Humano, favoreciendo la generación de un paradigma emergente que vinculaba la conservación con el desarrollo y la sociedad, lentamente, la población se manifestó a favor del cuidado de diversas zonas reconocidas por la riqueza de su vegetación propiciando la creación de políticas para su protección., y en el sexenio presidencial de 1982 a 1988 se creó la Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE) encargada de administrar las ANP (Castañeda, 2006).

En enero de 1988 se promulgó la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Medio Ambiente (LEGEEPA) para su administración federal, con la participación de los gobiernos municipales. Es así que las Áreas Naturales Protegidas (ANP) son aquellas “…zonas del territorio nacional y aquéllas sobre las que la nación ejerce su soberanía y jurisdicción, en donde los ambientes originales no han sido significativamente alterados por la actividad del ser humano o que requieres ser preservadas y restauradas…” (Congreso de la Unión, 1988:Art. 3º. Fracc. II), indicando en el artículo 46 sus tipos y características:

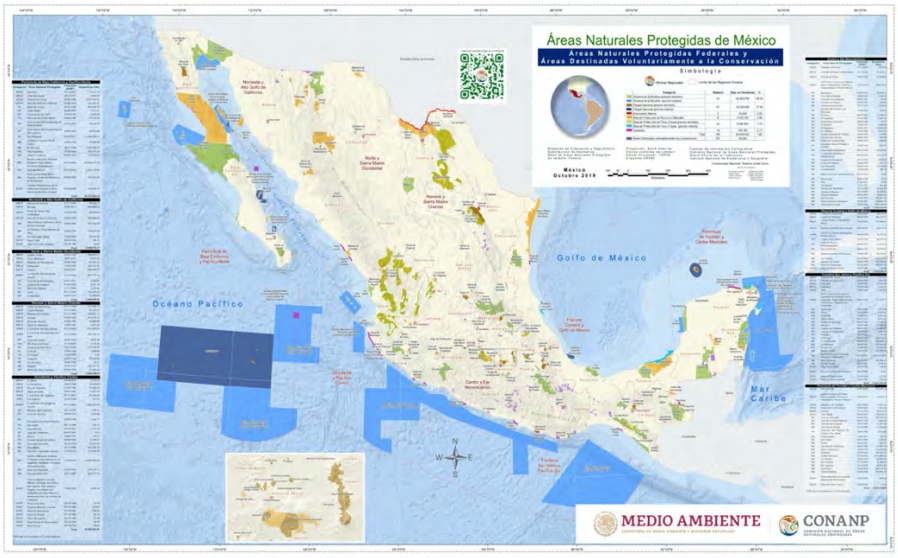
- Reservas de la biósfera
- Parques nacionales
- Monumentos naturales
- Áreas de protección de recursos naturales

- Áreas de protección de flora y fauna
- Santuarios
- Parques y reservas estatales
- Zonas de conservación ecológica municipal
- Áreas destinadas voluntariamente a la conservación

No se permite la creación de nuevos centros de población dentro de ellas. Sin embargo, muchas áreas se decretaron en regiones ya pobladas "…bajo regímenes de tenencia social de la tierra, ya sea ejidal o comunal, y quienes en ellas habitan son por tanto poseedores, por derecho, tanto de territorios como de recursos" (Paz, 2008: 53), sintiendo la autonomía tanto de modificar y/o ampliar su residencia como de hacer uso de los recursos naturales para el autoconsumo y hasta el comercio.

La LEGEEPA posibilitó la constitución de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONAP) como la responsable de conservar las 182 regiones del país, marinas y terrestres, decretadas para su conservación por poseer una diversidad de flora y fauna invaluable (ver imagen 1), como parte de un programa supervisado por la Secretaría del Medio Ambiente (SEDEMA). Esta instancia emite comunicados de las acciones que se llevan a cabo para la protección de la biodiversidad con acciones que van desde la conservación de los diversos ecosistemas y especies hasta programas de empleo temporal para favorecer un desarrollo sostenible para los miembros de las comunidades emplazadas en estas áreas, que equilibre el desarrollo económico con el cuidado ambiental y el beneficio de la comunidad aledaña.

Imagen 1. Señaladas con color amarillo o verde las Áreas Naturales Protegidas de México, en agosto de 2020.



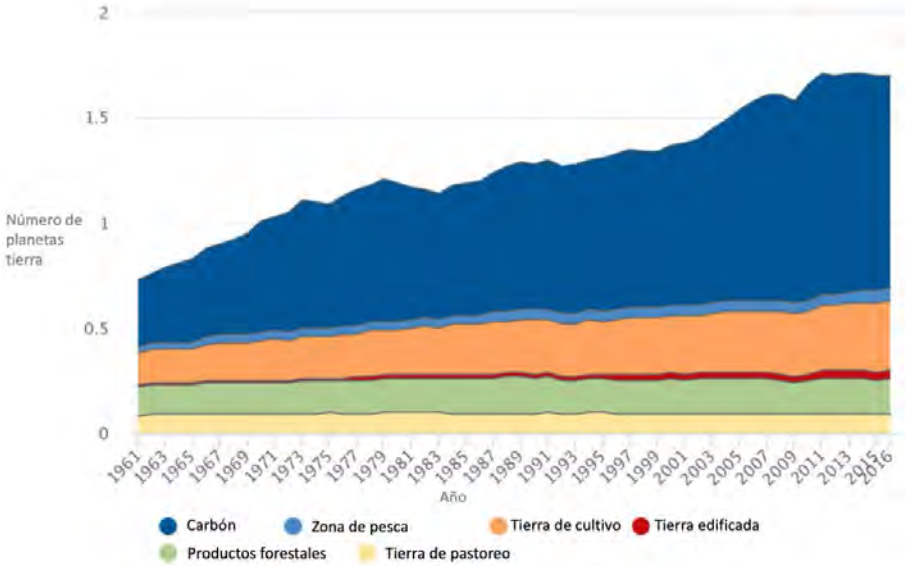
El impacto ecológico de la edificación

La medición del impacto de la vida humana en el planeta es relativamente reciente, en la década de los años noventa Wackernagel y Rees, de la Universidad de Columbia Británica, crearon el concepto de huella ecológica para representar el consumo humano de recursos biológicos y el gasto generado en un ecosistema en comparación con la capacidad productiva de la biósfera en el transcurso de un año (Ewing, 2008), y desde entonces, se ha utilizado en innumerables campos. La huella ecológica de las tierras urbanizadas o construidas en el planeta se estimó en el año 2005 en 1.65 millones de kilómetros cuadrados, considerándose en el año 2008 que estos terrenos transitaron de tierras de cultivo a edificadas (cfr. ibídem: 8).

La huella ecológica de la superficie edificada se calcula con base en el área de tierra cubierta por infraestructura: transporte, vivienda, industria y áreas de reserva de energía, porque independientemente de la ubicación de una edificación el proceso constructivo ha tenido un impacto que ha dejado una huella por el consumo de materiales, por la contaminación generada durante el proceso y por cubrir el suelo con los espacios habitables impidiendo la recarga de los mantos acuíferos y el crecimiento de vegetación, entre otros aspectos.

En la imagen 2 puede observarse la forma en que paulatinamente la huella de las construcciones en el planeta se ha ido incrementando en el transcurso del tiempo, desde el año 1961 hasta el año 2016, y si bien es cierto no se compara con otros tipos de uso del suelo o actividades como el uso del combustible fósil es innegable que afecta el ambiente., cada país tiene una reserva de recursos naturales y especies animales denominada biocapacidad, pero si su nivel de consumo es mayor a la biocapacidad entonces hace uso de recursos de otros países y tiene un déficit, reconociéndose como un deudor ecológico., mientras que, el país que le facilita los recursos es un acreedor ecológico (Global Footprint Network, 2020a). En el año 1965 México tenía un superávit de biocapacidad de 1.2 hag debido a que su consumo era menor a la producción eco sistémica, mientras que en el año 2015 tuvo un déficit de -1.4 hag al consumir más recursos que su capacidad para renovar sus ecosistemas (Ídem, 2020c), hecho por demás preocupante ante las amenazas que pueden vulnerar las ANP, por lo que, es urgente tomar medidas en todos los aspectos para proteger la biodiversidad de estas regiones.

Imagen 2. Huella ecológica global de los diferentes usos del suelo en relación con los recursos que se producen en los ecosistemas del planeta en el transcurso de un año, resaltando el consumo del combustible fósil como el de mayor impacto, así como, un crecimiento en la huella ecológica del suelo urbanizado



Regulaciones para la construcción en las ANP

En el ámbito constructivo se reconocen diversas amenazas que impactan la vida de los ecosistemas en las ANP, especialmente, la creación de nuevos asentamientos humanos, la construcción de autopistas y carreteras, la invasión de tierras, el desarrollo urbano, la tala ilegal y el aprovechamiento de material pétreo (Comisión de Áreas Naturales Protegidas, 2018), siendo estos dos últimos utilizados recurrentemente como materiales de construcción.

Existen regulaciones para construir en estas zonas, con excepción de la construcción de viviendas unifamiliares para las comunidades asentadas en ellas, eximiéndose también (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2000):

- Actividades de autoconsumo o de consumo doméstico de los pobladores asentados en el área;
- Espacios destinados a la conservación de las ANP;
- Para obras de infraestructura urbana y desarrollo habitacional de los asentamientos urbanos ubicados en las ANP;
- Edificaciones para vivienda en áreas agrícolas o ganaderas;

Sin embargo, si alguien desea construir en una ANP, sea o no habitantes de ella, debiera seguir el mismo proceso administrativo que quienes construyen en ámbitos urbanos. Pero la realidad es que el trámite de las licencias y permisos de construcción la realiza gente externa a las ANP posteriormente a una evaluación del impacto ambiental, que en el artículo 28 de la LGEEPA se precisa como "…el procedimiento a través del cuál la Secretaría de Desarrollo y Medio Ambiente (SEDEMA) establece las condiciones a que se sujetará la realización de obras y actividades que puedan causar desequilibrio ecológico o rebasar los límites (…) para proteger el ambiente…" con base en la información que el interesado presenta relacionada con las "…circunstancias relevantes ambientales vinculadas con el proyecto."(Secretaría de Desarrollo y Medio Ambiente, 2000: art. 9º).

La manifestación del impacto ambiental debe contemplar las posibles afectaciones que pudiera tener el sitio de emplazamiento y la forma en que se mitigarán, el pronóstico a futuro y las opciones que se tienen para coadyuvar a reducir cualquier afectación ambiental o ecosistémica. Y en caso de que las actividades a desarrollar

conlleven cierto peligro deberá anexarse un estudio de riesgo, debiendo precisar los posibles escenarios y las medidas precautorias, las áreas a proteger que circundan instalaciones y las medidas de protección (ídem). Durante el proceso de análisis la SEDEMA puede hacer consultas públicas solicitando al interesado la publicación de una síntesis del proyecto del que se trate en un periódico de alta circulación estatal, pudiendo opinar al respecto cualquier ciudadano, para que finalmente la SEDEMA dictamine si se autoriza o no la ejecución del proyecto.

Un estudio de impacto ambiental y un estudio de riesgo no garantizan que la construcción de una edificación respete la biodiversidad, a menos que exista una supervisión rigurosa. Y si a lo anterior se suma que los habitantes de una ANP no tienen que pasar por esta evaluación al construir quedan serias dudas de la conservación real de estas regiones.

Adicionalmente, la LGEEPA precisa que para que el particular o el representante legal de cualquier asociación interesada en construir tramite la licencia respectiva ante el municipio que corresponda deberá presentar un estudio técnico que contenga el análisis de la vocación natural del suelo y el área, la posibilidad de su uso urbano, la forma en que se utilizarán los recursos naturales en el caso de la prestación de servicios, las funciones productivas, el título de propiedad, la ubicación, los planos constructivos y la autorización del estudio de impacto ambiental que emite la SEDEMA. Lo anterior es razonable, pero debieran considerarse otros aspectos que debieran sumarse al estudio de impacto ambiental.

En el año 2012 se promulgó la Ley General de Cambio Climático para definir las políticas públicas en materia de adaptación al cambio climático, la mitigación ambiental para implementar medidas que tiendan a reducir las emisiones de carbono y la huella ecológica (Congreso de la Unión, 2012), pero aún queda un largo camino por recorrer. Esta Ley integró el Sistema Nacional de Cambio Climático entre la federación, las entidades federativas y los municipios, y conformó la Comisión Intersecretarial de Cambio Climático presidida por el titular del poder ejecutivo y conformada por los titulares de todas las secretarias responsables del manejo y conservación del medio ambiente, atribuyendo a la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente la inspección y vigilancia para disminuir las emisiones de

carbono, precisando que se promoverán políticas y acciones de mitigación para "Expedir disposiciones jurídicas y elaborar políticas para la construcción de edificaciones sustentables, incluyendo el uso de materiales ecológicos y la eficiencia y sustentabilidad energética" (ibídem, art. 34, inciso i).

También existe el reglamento en materia del registro nacional de las emisiones que producen los diferentes procesos productivos, como el subsector de la construcción, siendo sujetos obligados de entregar reportes para remediar la contaminación por residuos cuando la suma anual de sus emisiones sea igual o superior al equivalente a 25,000 toneladas de bióxido de carbono (Secretaría del Medio Ambiente, 2014). Para calcular la cantidad de residuos de genera una construcción se puede tomar como referente que por cada metro cúbico de construcción se calculan 1.5 toneladas de residuos (Sistemas de Ingeniería y Control Ambiental, 2011). Por lo que, una edificación cuyo volumen de construcción sea igual o superior a 16.66 metros cúbicos debe entregar un reporte de su manejo.

Consideraciones para que una edificación favorezca la sustentabilidad

La construcción del hábitat humano conlleva varias etapas y cumple un ciclo de vida., en el caso de llevarse a cabo por personal especializado, como los arquitectos o ingenieros civiles, las fases para crear un espacio habitable en una ANP son:

a) La planeación, que se concreta con las representaciones escritas y gráficas a través de un documento denominado proyecto.

b) El estudio de impacto ambiental, que realizan consultores ambientales, para que sea autorizado por autoridades de la SEDEMA. Y si aplica, el estudio de riesgo.

c) El estudio técnico precisado en el apartado que antecede, ante la autoridad municipal para gestionar la licencia de construcción para su autorización.

d) La adquisición y almacenaje de materiales de construcción.

e) La construcción realizada por obreros y supervisada por personal calificado.

Y como se ha mencionado, los pobladores asentados en las comunidades insertas en las ANP están exentos de presentar el estudio de impacto ambiental, el estudio técnico y el estudio de riesgo, sin embargo, dada la importancia de los ecosistemas para la vida futura de la humanidad todo aquél que habita en una ANP debiera cumplir con las mismas exigencias.

Por lo anterior, debieran considerarse los siguientes aspectos a través de un Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al ambiente en materia constructiva, de manera que:

A. El estudio técnico para solicitar una autorización de construcción en estas regiones evidencie un mínimo impacto ambiental en el uso del suelo y la selección de materiales renovables, diseño del paisaje, tecnologías constructivas y configuración formal en concordancia con la tipología formal de la región y un uso eficiente de los recursos materiales antes, durante y después del proceso constructivo.

B. El proyecto arquitectónico debe hacer uso de ecotecnias, que son tecnologías que permiten "…aprovechar eficientemente los recursos naturales y materiales y permitir la elaboración de productos y servicios, así como el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y materiales…" (Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas, 2006: s.d), confiriendo diversos beneficios al minimizar el impacto ambiental, es por ello que, se ha fomentado su uso en las diversas iniciativas productivas de desarrollo de proyectos, destacando las siguientes (Comisión de Áreas Naturales Protegidas, 2018):

- Baño seco, que no requiere agua y produce fertilizantes;
- Pozo de infiltración, para almacenar agua de lluvia;
- Sistemas de captación de agua, producto de la lluvia, para uso humano o agrícola;
- Biodigestor como depósito para convertir los residuos orgánicos en fertilizantes, y a la vez, producir biogás;
- Celdas solares;

C. Una vez otorgada la licencia de construcción debe existir una supervisión rigurosa de las autoridades competentes que compare el proyecto arquitectónico, el estudio de impacto ambiental, el estudio técnico y el de riesgo con la realidad constructiva, y en su caso, aplique las sanciones correspondientes en caso de incumplimiento. Esta responsabilidad la ha conferido la Ley General de Cambio Climático a la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente; y más aún, mantener supervisiones periódicas que verifiquen la protección ambiental.

D. Un manejo de los residuos producto del proceso constructivo que considere su ciclo de vida (Sistemas de Ingeniería y Control Ambiental, 2011):

a. Que su proceso de generación genere el mínimo impacto ambiental,

b. Que su recolección y transporte sea realizado por gente de la región con un pago justo, para favorecer el desarrollo económico.

c. Que su disposición se realice separándolos por tipo de material, evitando la quema que contribuya a incrementar la huella por emisiones de carbono, considerando los bancos de residuos existentes en la región y evitando en el banco de residuos sólidos urbanos, propiciando en lo posible el reciclaje para generar nuevos materiales.

CONCLUSIONES

Si bien es cierto que la normativa existente en materia de equilibrio ecológico, protección al ambiente y cambio climático reconoce que las medidas para transitar a un cambio son paulatinas es necesario sentar las bases y regular el proceso constructivo de las edificaciones en las ANP que considere un desarrollo sustentable en sus dimensiones: social, económica y ambiental mediante:

- El desarrollo de un proyecto arquitectónico que se emplace en el terreno respetando, en lo posible, la riqueza natural y utilice materiales renovables y ecotecnias, que respete y se integre a la tipología constructivo formal de la región;
- El empleo de gente de la región en el proceso constructivo, en la adquisición de materiales, de preferencia locales, que estén certificados garantizando que su fabricación o procesamiento tengan un manejo responsable de cuidado al ambiente;
- Un manejo de los residuos producto de la construcción que primordialmente considere el reciclaje o que su destino sea un banco de depósitos especialmente creado para ello.

Parecen medidas sencillas, pero es necesario un cambio de paradigma que permee en los diseñadores y constructores del hábitat superando el patrón consumista y económico prevaleciente, en el que las ganancias económicas se ponderan sobre el respeto y cuidado a los ecosistemas con los que compartimos este planeta. De no asumir una actitud responsable se seguirá incrementando la huella ecológica de

la edificación y urbanización, creándose un superávit en el consumo que continúe rebasando la posibilidad de nuestra nación para renovar los recursos en la medida de su gasto. Y es en el seno de las instituciones que forman a las siguientes generaciones de arquitectos e ingenieros, de economistas y de profesionistas vinculados con la construcción en donde se puede consolidar una cultura ética de respeto y cuidado a la biodiversidad de las ANP y de todas las regiones del país y el planeta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Todas las páginas web fueron consultadas en el mes de julio del año 2020.

Castañeda R., J. (2006) Las áreas naturales protegidas de México, de su origen precoz a su consolidación tardía. En Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, Vol. X, núm. 218 (13).

Comisión de Áreas Naturales Protegidas (2018) Prontuario de Iniciativas Productivas Comunitarias en Áreas Naturales Protegidas. México, D.F.: Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Congreso de la Unión (1988) Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Medio Ambiente. Ciudad de México: Diario Oficial de la Federación. Reformada 05-06-2018.

Congreso de la Unión (2012) Ley General de Cambio Climático. Ciudad de México: Diario Oficial de la Federación. Reformada 13-07-2018.

Comisión de Áreas Naturales Protegidas (2018) Prontuario de Iniciativas Productivas Comunitarias en Áreas Naturales Protegidas. México, D.F.: Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Ewing B., S.; Goldfinger, M. Wackernagel, M. Stechbart, S. et al. (2008) The ecological footprint atlas 2008, version 1.0. Oakland, CA, USA.: Global Footprint Network.

Global Footprint Network (2020a) Data and Methodology. Recuperado de https://www.footprintnetwork.org/resources/data/

Global Footprint Network (2020b) Glossary. Recuperado de https://www.footprintnetwork.org/resources/glossary/

Global Footprint Network (2020c) Ecological deficit/reserve. Recuperado de http://data.footprintnetwork.org/?_ga=2.62280745.485885281.1596553170-248756541.1596553170#/

Paz S., M. F. (2008) De áreas naturales protegidas y participación: convergencias y divergencias en la construcción del interés público. En Nueva Antropol, vol. 21 no. 68, México ene/jun.

Secretaría del Medio Ambiente (2000) Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al ambiente en materia de evaluación del impacto ambiental. México: Diario Oficial de la Federación (Reformada en 2014).

Sistemas de Ingeniería y Control Ambiental (2011). Estudio de análisis, evaluación y definición de estrategias de solución de la corriente de residuos generada por las actividades de construcción en México. Informe Final. Recuperado de http://biblioteca.semarnat.gob.mx/anium/Documentos/Ciga/Libros2011/CD000933.pdf

Secretaría del Medio Ambiente (2014) Reglamento de la Ley General de Cambio Climático en Materia del Registro Nacional de Emisiones. México: Diario Oficial de la Federación

Yáñez M., C.F. (2007) Las Áreas Naturales Protegidas en México, criterios para su determinación. Caso estudio: Sierra tarahumara, Estado de Chihuahua. México, D.F., AI México.

Recuperada de http://sig.conanp.gob.mx/website/pagsig/anp/nal/mapasprevios/mapa_actualizado_anps_PREVIO.htm

Recuperada de https://www.footprintnetwork.org/resources/data/

LA PRÁCTICA PROFESIONAL COMO UNA PROPUESTA TRILATERAL PARA EL DISEÑO Y OPTIMIZACIÓN DE PRODUCTOS Y PROCESOS EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA REGIONAL

MAURO ANTONIO VILLANUEVA LENDECHY[1], GABRIEL ARTURO SOTO OJEDA[2], CARLOS ALBERTO CASTILLO SALAS[3], IVÁN DE JESÚS CEBALLOS GRAJALES[4], LUIS ALEJANDRO GAZCA HERRERA[5], FACUNDO ENRIQUE PACHECO ROJAS[6]

RESUMEN

Este trabajo muestra una revisión sobre la importancia de la práctica profesional como un vínculo entre gobierno-escuela-industria. Tomando como eje motor la vinculación universitaria y a la carrera de QFB como pieza clave en alianza con la industria farmacéutica para el diseño y optimización de productos. El desarrollo de este trabajo contempla una revisión del panorama en Veracruz y se centra en la facultad de QFB, para proponer a la práctica profesional como vinculo trilateral para el diseño y optimización de productos y procesos para la industria farmacéutica regional.

Palabras Clave: Triple hélice, Trilateral, Vinculación, Prácticas profesionales.

ABSTRACT

This work shows a review on the importance of professional practice as a link between government-school-industry. Taking as a driving force the university link and the career of QFB as a key element in alliance with the pharmaceutical industry for the design and optimization of products. The development of this work includes a review of the panorama in Veracruz and focuses on the QFB faculty, to propose professional practice as a trilateral link for the design and optimization of products and processes for the regional pharmaceutical industry.

[1] Universidad Veracruzana. mvilanueva@uv.mx
[2] Universidad Veracruzana. gsoto@uv.mx
[3] Universidad Veracruzana. carlocastillo@uv.mx
[4] Universidad Veracruzana. ivceballos@uv.mx
[5] Universidad Veracruzana. lgazca@uv.mx
[6] Universidad Veracruzana. fpacheco@fundacionuv.org

Key Words: Triple helix, Trilateral, Bonding, Professional practices.

INTRODUCCIÓN

De cara al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 (PND-2019-2024), sus Principios Rectores, Ejes Generales y la Visión de país hacia 2024, las instituciones Públicas y Tecnológicas de Educación Superior (IPyTES) tienen un papel protagónico para asumir dichos retos, dar respuesta y ser pertinentes en el desarrollo integral, equitativo, incluyente, sustentable y sostenible que persigue el país en los próximos años, no solo en materia de calidad educativa en "El bienestar general de la población", el cual se busca alcanzar a través de la construcción de un modelo viable de desarrollo económico, de ordenamiento político y de convivencia entre los sectores sociales; ante ésta situación, las IPyTES han asumido promover nuevas formas de estimular la generación y aplicación de conocimiento con el propósito de fortalecer dinámicas académicas sustentadas en el trabajo colaborativo, manifestándose lo anterior en la estructuración de equipos disciplinarios que respondan de forma creativa, asertiva y pertinentemente con una agenda común e intereses compartidos en redes temáticas transdisciplinares, asimilación del trabajo colaborativo de administración y organización que les permitan coadyuvar a los objetivos de desarrollo de nuestro país vinculados a los Objetivos de Desarrollo sostenible de la agenda 2030.

En consistencia, los principales elementos que hacen a la Universidad Veracruzana un referente de la educación superior en México, es el papel de liderazgo en éstos temas; de tal manera que en sus líneas de acción se encuentran fortalecer la formación integral de los estudiantes a través de una visión sistémica de temas transversales e impulso de las acciones de vinculación que impactan en la formación de sus alumnos y el apoyo al desarrollo socioeconómico local, regional y nacional; su visión innovadora como pilar en la formación de futuras generaciones profesionales le ha llevado al compromiso con su comunidad estudiantil para generar estrategias de innovación en los ámbitos conceptual, académico, tecnológico y de gestión, motivo por el cual su Plan General de Desarrollo 2030 (PGD-2030) (Ladrón de Guevara, 2017) se encuentra alineado y responde

pertinentemente a las necesidades de un estado y un país “ávido” de bienestar general a través de proyectos regionales, estatales y sectoriales.

El objetivo de este trabajo es exponer la importancia de la vinculación Universidad-Empresa-Gobierno (UN-EM-GO) tomando como referencia el PND-2019-2024, el PGD-2030, así como otros referentes teóricos y empíricos aplicados principalmente en países desarrollados, de manera que su análisis permita contrastar las áreas de oportunidad detectadas en la facultad de Química Farmacéutica Biológica (Universidad Veracruzana), mismas que le permitan responder asertiva y pertinentemente a la industria farmacéutica y sectores relacionados, instalados en el estado de Veracruz.

DESARROLLO

Para el desarrollo de este trabajo se contempla abordar los siguientes puntos:

A) Importancia de las relaciones academia-empresa-gobierno: retos en la vinculación

B) Los modelos de hélice para el desarrollo integral y sustentable

a) factores clave en la triple hélice

b) modelo de la cuádruple o tetra hélice

C) Desarrollo regional en el estado de Veracruz

D) Industria farmacéutica nacional y en el estado de Veracruz

E) Universidad Veracruzana: retos de la vinculación academia-gobierno-industria

a) Factores clave

F) Facultad de QFB: acciones de vinculación en la industria farmacéutica local

G) Práctica profesional en QFB: retos y realidades

H) Cadena de valor: oportunidades de vinculación para el diseño y optimización de productos y procesos

I) Modelo trilateral propuesto

Importancia de las relaciones academia-empresa-gobierno: retos en la vinculación

El objetivo de bienestar planteado en el PND-2019-2024 es garantizar el ejercicio de los derechos económicos, sociales, culturales y ambientales, en poblaciones y

territorios y brindar atención a grupos discriminados para reducir las brechas de desigualdad sociales y territoriales.

Por tanto, el objetivo de desarrollo económico del país se centra en incrementar productividad y promover uso eficiente y responsable de los recursos para contribuir a un crecimiento económico equilibrado que garantice un desarrollo igualitario, incluyente, sostenible a lo largo de todo el territorio.

En dicho ámbito, la producción y aplicación del conocimiento son elementos que hacen que las IPyTES dada su hegemonía histórica en los cambios y revoluciones que han transformado a la humanidad, asuman un papel protagónico y puedan contribuir con excelencia académica y creatividad al bienestar y transformación del país.

La investigación científica y tecnológica mediante la participación de universidades, tecnológicos, gobierno, sociedad civil, científicos y empresas es un aspecto fundamental del desarrollo de las regiones del país posibilitando la intensificación y diversificación de las actividades económicas en la zona de influencia de las Instituciones de Educación Superior (IES), como eje transformador del bienestar social y económico.

Sin embargo, uno de los principales problemas a los que se enfrentan las universidades, es la escasa vinculación tecnológica con la sociedad, de manera que sea factible realizar proyectos de alto impacto económico y tecnológico en la región, permitiendo incrementar las ventajas competitivas que necesitan las empresas en un entorno globalizado y cada vez más demandante.

Por tal motivo, la importancia de la vinculación universidad-empresa-gobierno-uno de los ejes de las IES es la vinculación, aceptada por algunos tratadistas como la cuarta función sustantiva- se ha manifestado en las políticas públicas a partir del impulso hacia la innovación, donde se disputa el quehacer de la universidad en la generación, aplicación y transferencia de conocimiento (Vite, 2009).

Durante las últimas décadas, México ha mostrado persistentes altibajos en la vinculación universidad-sector productivo; así como, poca inversión en ciencia, tecnología e innovación en comparación con otros países, lo que refleja la creciente disminución en las tres últimas administraciones públicas federales en cuanto a

producción y aplicación del conocimiento. De esta manera, la vinculación se ha vuelto una premisa fundamental en el cumplimiento de los objetivos trazados en los planes educativos, compartidos con el sector productivo y el gobierno.

Todas estas estrategias pueden ser consideradas como punto de inicio para la generación de nuevas actividades productivas, que se implanten en los planes de desarrollo; Senge (1990) expresa que pensar sistémicamente permite entender la percepción que se tiene del mundo y de sí mismo; la creación de organizaciones inteligentes es un ámbito donde la gente descubre continuamente cómo crea su realidad. Ahora lo que compete es integrarlos en un modelo en donde se haga alusión a la participación de los diferentes órganos que conforman la región.

Los modelos de hélice para el desarrollo integral y sustentable

La interacción entre las instituciones educativas, la industria y el gobierno, conforman lo que para Etzkowitz (2008), representan un proceso de innovación para el desarrollo de economías basadas en el conocimiento con el fin de acceder a la innovación y al desarrollo social. Se le da el nombre de Triple hélice, conformando un nuevo formato de creación de organizaciones en las que se promueve la innovación; para ello, se requiere de la participación de las universidades, empresas y autoridades gubernamentales. Promueve mejoras a la economía local, desarrollo de acuerdos de crecimiento regional y el establecimiento de consejos tecnológicos. Este modelo es el camino ideal para que la universidad tradicional avance hacia el desarrollo de una universidad emprendedora, y aporte, de ese modo, mayores beneficios a la sociedad en sentido general (Etzkowitz, 1998).

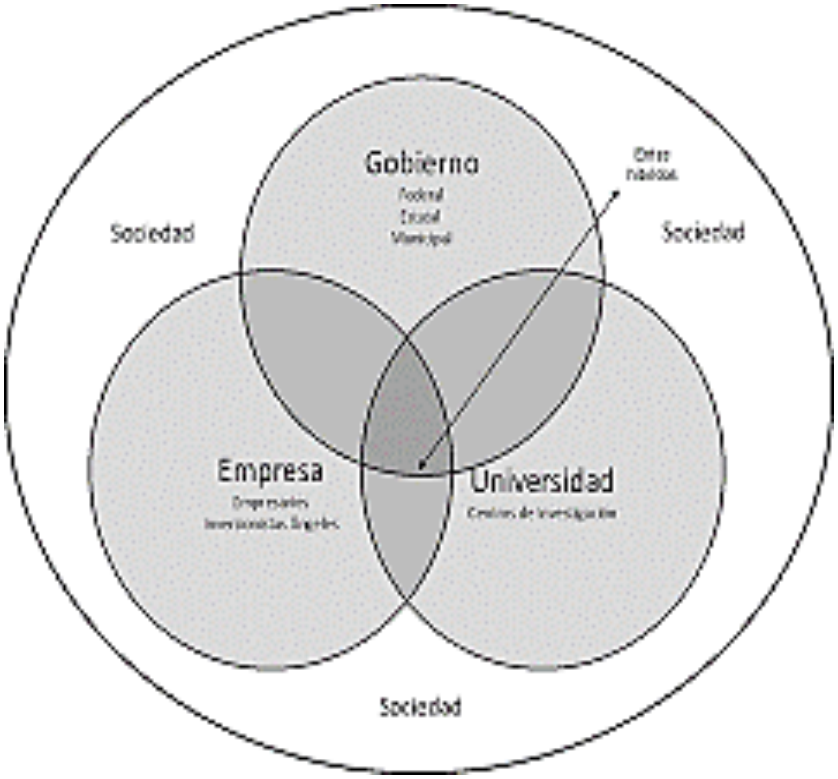
Factores clave en la triple hélice

La Triple Hélice se caracteriza por ser liderada por la Universidad, donde una buena parte de las políticas que regulan al modelo, son extraídas de las que se realizan dentro de la institución educativa; donde además de enseñar e investigar, se emprenda y se innove.

Para Villalta y Pallejá (2003), la universidad es una incubadora natural de empresas, pues tiene acceso a recursos que no le resultan tan caros, además de estudiantes quienes pueden asumir la responsabilidad de arrancar nuevos proyectos.

Esta fortaleza, sin embargo, en México no se explota al máximo, ya que la mayoría de los alumnos de las universidades por lo general reciben una educación pasiva; motivo por el cual, primeramente, se requiere introducir a dicho ambiente innovador, a los alumnos de las universidades y apoyarlos en la generación de nuevas ideas de desarrollo.

Figura 1. Modelo de la triple hélice



Para la aplicación de este modelo híbrido de triple hélice, el primer paso requerido es la colaboración entre las diferentes instituciones más comprometidas con la innovación, ellas generarán ideas mediante la aportación de sus roles tradicionales. Las tres esferas que componen el modelo comienzan a interactuar con el fin de renovar la economía local, mediante la mejora del desempeño de la industria existente; el objetivo es que ofrezcan sus funciones al beneficio del conjunto, logrando así la generación de nuevos conocimientos, dando mayor importancia a la tecnología que permita el desarrollo local.

Es entonces que el modelo Triple Hélice, participa en la transferencia de tecnología, donde su función principal para innovar estriba en la capacidad de generar crecimiento de las empresas existentes como nuevos nichos de mercado o

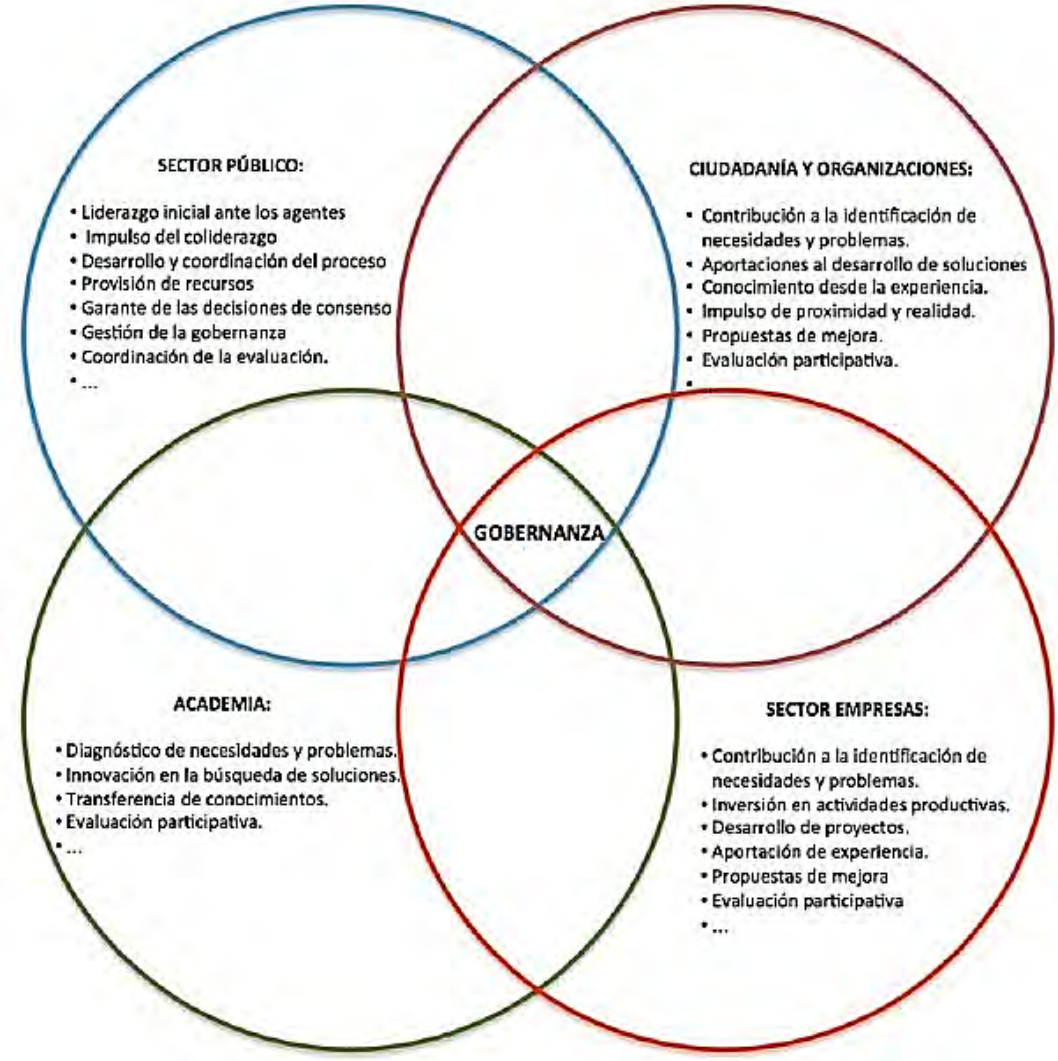
transformando los existentes. Para lo cual la universidad capacita a las organizaciones en las incubadoras y a las personas en las aulas; la industria se integra con la docencia y la investigación; y el gobierno, vincula apoyos para el establecimiento de fuentes productivas y propone las reglas sociales, siendo el oferente de capital de riesgo para ayudar a iniciar nuevas empresas. El objetivo del modelo de la Triple Hélice es la identificación de los mecanismos específicos y las relaciones institucionales, a través de la cual, esta transformación se lleva a cabo (Chang, 2010).

Parte importante del impacto se persigue en este modelo se logra mediante equipos multidisciplinarios y transdiciplinarios donde los investigadores involucren estudiantes de los diferentes niveles, aplicando sus conocimientos de manera práctica. Una de las limitantes para esto ha sido la falta de recursos económicos, ya que las universidades a pesar de la gran cantidad de necesidades poseen un limitado presupuesto, una solución viable ha sido mediante el modelo de la triple hélice, donde la universidad aporta conocimiento, la iniciativa privada aporta recursos económicos y conocimiento técnico tácito y el gobierno los recursos económicos restantes.

Modelo de la cuádruple o tetra hélice

Sin pretender discutir ampliamente sobre aspectos “evolutivos” sobre los modelos tri y cuádruple hélice (o inclusive quíntuple”), es importante mencionar su aspecto de contribución en la participación de los actores primordiales en una región o país, de manera que dichas contribuciones generen valor, desarrollo y bienestar. Una cuádruple hélice surge de la interacción del público en una sociedad basada en la cultura y en los medios de comunicación (Carayannis y Campbell, 2009). Para problemas globales, como el cambio climático, este modelo ha sido desarrollado por Carayannis y Campbell (2010) hasta una quíntuple hélice, en la cual interactúan además esferas sociales a través de los medios de comunicación y de la sociedad civil (figura 2).

Figura 2. Modelo de la cuádruple hélice



Desarrollo regional en el Estado de Veracruz

Veracruz posee características favorables que lo diferencian a nivel nacional e internacional en los ámbitos geográfico, económico y cultural. Es una de las 6 entidades federativas que más aportan al Producto Interno Bruto (PIB) del país, en 2013 dicho indicador representó el 5.3 % con respecto al total nacional. El PIB del estado ascendió a más de 812 mil millones de pesos en 2013. Las actividades terciarias, entre las que se encuentra el comercio y servicios inmobiliarios, aportaron 56 por ciento al PIB estatal en 2013.

El sector con mayor aportación al PIB Estatal fue el de la industria manufacturera con 20.3 por ciento. Los sectores estratégicos son: metalmecánica, agroindustrial, químicos, bioquímica, minería, turismo, petróleo, gas y petroquímica. Mientras que a futuro se espera que sean: logística, servicios médicos, puertos, energías renovables, productos para la construcción y proveedores automotrices.

Industria farmacéutica nacional y en el Estado de Veracruz

El sector farmacéutico se enfoca a la investigación, desarrollo, producción y comercialización de productos químicos o biofármacos utilizados para la prevención o el tratamiento de enfermedades. Algunos de los productos que conforman al sector son: los fármacos, las vacunas y antisueros, las vitaminas y las preparaciones farmacéuticas para uso veterinario entre otros. Es uno de los más grandes y redituables a nivel mundial.

En este trabajo, para delimitar a la Industria farmacéutica que compone dicho sector se utiliza el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN**/) 2103, la industria farmacéutica pertenece al sector manufacturero y se cataloga en el subsector 325 Industria química, la cual comprende entre otras a la rama 3254 y subrama 32541 Fabricación de productos farmacéuticos, misma que se compone por dos clases: 325411 Fabricación de materias primas para la industria farmacéutica y 325412 Fabricación de preparaciones farmacéuticas.

Las unidades económicas de esta rama se dedican a la fabricación de medicamentos farmacéuticos y botánicos, productos antisépticos de uso farmacéutico, sustancias para diagnóstico, complementos alimenticios, plasmas y otros derivados de la sangre y productos médicos veterinarios. La definición anterior también comprende la fabricación de otras sustancias adicionales a los medicamentos, las cuales también son consideradas como parte de la farmacéutica, e introduce la separación entre el uso humano y veterinario.

La industria cuenta con empresas nacionales y transnacionales, caracterizándose ésta ultimas por su inversión en grandes cantidades en Investigación y Desarrollo, con la finalidad de mejorar sus productos y crear nuevos tratamientos.

México cuenta con una tradición industrial en materia de manufactura de productos farmacéuticos y con gran presencia en diversos países a donde se exportan los productos elaborados en el país bajo estrictas normas. Internamente la colaboración entre gobierno e industria ha evolucionado favorablemente entre ambos sectores estableciendo acuerdos de colaboración más visionarios en beneficio de ambas partes y sobre todo de los pacientes. La industria farmacéutica se encuentra en un contexto de gran impulso para su crecimiento y fortalecimiento.

La Industria farmacéutica es una actividad económica estratégica en el país, ya que es la séptima actividad más importante de las Industrias manufactureras, de un total de 291 clases de actividad, según su producción. Es un sector prioritario para el país más aún con la posible salida de inversiones en algunos sectores; es atractivo ya que la salud de la población requiere de productos que generen resultados favorables innovadores costo efectivos empresas sólidas y flexibles; bajo supervisión los procesos operativos y que aseguren un control de riesgos de distinta índole tanto regulatorios.

La industria farmacéutica es altamente especializada y genera en nuestro país un impacto directo en 161 ramas de la actividad económica, de un total de 259, que incluye ramas tanto del sector primario, del secundario y de comercio y/o servicios. El tamaño de las empresas en esta industria es más grande que el tamaño promedio de empresas de manufactura; con cerca de 116 personas ocupadas por unidad económica contra alrededor de 10 respectivamente. Las empresas de la Industria farmacéutica son más grandes que el promedio de la economía y el de las Industrias manufactureras; tiene en promedio 121.4 personas ocupadas; las Industrias Manufactureras 10.4, y a nivel nacional la economía tiene 5.1 personas ocupadas por unidad económica y las remuneraciones son mayores que las pagadas en las Industrias manufactureras y que el promedio de la economía (2.34 veces más que el del total nacional y 1.95 veces más que otras industrias manufactureras).

En nuestro estado de Veracruz, se sabe de la presencia de laboratorios dedicados a la elaboración de medicamentos y se encuentran documentadas diferentes iniciativas y proyectos del gobierno estatal para fomentar la vinculación y desarrollo regional de este tipo de industria a fin de atraer inversiones, dar valor agregado a sus productos, incrementar e intensificar las actividades productivas.

Resulta de interés, que no se encuentran referencias acerca de sus indicadores de desarrollo y crecimiento, casos de éxito de dichas acciones de vinculación y más preocupante que dicho sector industrial no se encuentre considerado en agendas estatales y regionales de innovación impulsadas principalmente por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

Streger, S.A. es un laboratorio farmacéutico nacional dedicado a la elaboración de medicamentos y productos biológicos, fue fundado en el año de 1966, y desde el año de 1986 su planta de producción se encuentra ubicada en la Congregación de Consolapa, en el municipio de Coatepec, en el estado de Veracruz; dentro de sus principales objetivos están en el de producir, comprar, vender, distribuir, maquilar y exportar, dichos productos cumpliendo con certificaciones y con los estándares nacionales e internacionales de seguridad, higiene y precisión.

Cuenta con 11 tipos o variedades terapéuticas de medicamentos haciendo un total de 24 tipos de medicamentos actualmente disponibles a la venta; además de ser reconocida como una industria estratégica en la región, se distingue por ser una empresa socialmente responsable.

Por el tipo de actividades de transformación o manufactura, su cercanía física con la Universidad Veracruzana y sobre todo por el perfil de egreso de los estudiantes de la Facultad de Química Farmacéutica Biológica, hacen que sea un medio propicio para fortalecer la vinculación con la Universidad Veracruzana a través de proyectos multi y transdisciplinarios de índole industrial, que apoyen el desarrollo de sus ventajas competitivas, tecnológicas y de innovación; tales son los casos de éxito de otras IES en la zona centro y occidente del país con la industria farmacéutica local (20 IES, 3 Institutos, 7 Tecnológicos de estudios superiores y 1 Centro de Investigación).

Universidad Veracruzana: retos de la vinculación academia-gobierno-industria

La universidad pública tradicional sigue teniendo un enfoque hacia la formación, la investigación, la generación de conocimiento y la difusión de la cultura como los ejes fundamentales de su quehacer institucional.

Sin embargo, las condiciones actuales y las características sociales y económicas de la sociedad mexicana han puesto en el punto de discusión el tema polémico y recurrente de la relación entre universidad, empresa y gobierno, como una relación que debería fortalecerles a las tres entidades bajo un enfoque de cooperación interinstitucional que favorezca el desarrollo de las regiones y por consecuencia a la sociedad y economías que los contienen (Campos, 2006).

En consistencia, los principales elementos que hacen a la Universidad Veracruzana un referente de la educación superior en México, es el papel de liderazgo en éstos temas, de manera que dentro de sus líneas de acción se encuentran fortalecer la formación integral de los estudiantes a través de una visión sistémica de temas transversales e impulso de las acciones de vinculación que impactan en la formación de sus alumnos y el apoyo al desarrollo socioeconómico local.

Su visión innovadora como pilar en la formación de futuras generaciones profesionales le ha llevado al compromiso con su comunidad estudiantil para generar estrategias de innovación en los ámbitos conceptual, académico, tecnológico y de gestión, motivo por el cual en su Plan General de Desarrollo 2030 (Ladrón de Guevara, 2017), incluye como programa estratégico el impulso de la labor de vinculación, emprendimiento e incubación de empresas socialmente responsables y como metas que al menos un 5% de alumnos por programa educativo al año participen en programas de emprendimiento e innovación.

En consistencia, este reto lo ha asumido también la UV, desde su Modelo Educativo, el cual se basa en una vinculación estrecha entre docencia e investigación, facilitando el aprendizaje de los estudiantes a partir de propuestas de solución a determinados problemas que se presentan en el contexto real de su campo profesional, y en el uso de tecnologías en los procesos y ambientes de aprendizaje (Ladrón de Guevara, 2013). La vinculación, de acuerdo con definiciones básicas de la ANUIES (2008), refiere a estrategias y acciones institucionales que involucran al

personal académico y a los estudiantes de todas las disciplinas en programas y acciones conjuntos entre las instituciones educativas y la sociedad (Moreno, 2011).

Factores clave

La función social de la Universidad está cambiando de fuentes de conocimiento y cultura a desarrolladores de recursos profesionales. De ahí que algunos se han convertido en universidades de investigación, acumulando grandes capitales de conocimiento y capacidades de investigación. Por el contrario, los cambios de México en esa dirección están estancados y en algunos casos siguen en declive (Arechavala Vargas, 2011).

México tiene un serio problema en la capacidad de evolución y adaptación de sus universidades y ha manifestado la incapacidad de entender el valor de la ciencia y la tecnología, es decir, el papel de la universidad en el desarrollo del país. Por lo tanto, en los últimos años las administraciones académicas se han preocupado por integrar y difundir información sobre productos y servicios de investigación (Llorens Baez, 1992).

Para hacer frente a dichos desafíos, la Universidad Veracruzana deberá mantener y propiciar la integración de equipos de trabajo multidisciplinarios, con un perfil doble es decir académicos-investigadores que hayan incursionado en la iniciativa privada, con experiencia en temas de emprendimiento o consultoría a empresas y que sean capaces de brindar soluciones innovadoras con un impacto en la competitividad de las industrias; además deberán ser capaces de trabajar con investigadores de diversas disciplinas en la búsqueda de soluciones a problemas que demanda la realidad de nuestro país.

Facultad de QFB: acciones de vinculación en la industria farmacéutica local

La Facultad de Química Farmacéutica Biológica (QFB), es una entidad académica de la Universidad Veracruzana dependiente del Área Académica Técnica, situada en el campus Xalapa y que cuenta autonomía administrativa. Su organigrama cuenta con 15 diferentes coordinaciones, en las que se encuentra la Coordinación de Vinculación y Servicio Social, la cual ha mantenido comunicación con diversas instituciones en las que los estudiantes pueden integrarse para realizar estancias académicas y profesionalizantes, lo anterior para fortalecer las competencias

laborales de los futuros egresados y contribuir a su integración en el sector productivo.

La apertura de espacios para la práctica de la tecnología farmacéutica en las empresas SAAV y Streger, empresas del sector farmacéutico, ha permitido recibir estudiantes en diversas modalidades de estancias, para la adquisición de competencias en esta área; dentro de las modalidades de estancias destacan las experiencias educativas de Servicio Social y las prácticas profesionales; sin embargo, tras un análisis en el Plan Estratégico de la Entidad Académica (PLADEA 2017-2021) es necesario incrementar el número de convenios establecidos y firmados de acuerdo con la normatividad universitaria, así como, formalizar los existentes; lo que consolidaría la participación de la Facultad en dicho sector productivo.

Práctica profesional en QFB

La calidad de la capacitación profesional que logren los estudiantes en el estudio de la carrera va a depender no sólo de la formación teórica sino también, como demandan los propios alumnos, de las prácticas realizadas que les permitan, realmente, transformar el conocimiento académico en conocimiento profesional; en este sentido la Universidad tiene la misión de formar profesionales capacitados para desempeñar una función social y el componente práctico de los currículums juega un papel de primer orden (Ruiz, 2004).

De acuerdo con el boletín “Que son las prácticas profesionales y porqué es importante realizarlas”, de la Universidad Veracruzana, la práctica profesional suele constituirse como el primer paso de un estudiante en el mercado laboral, se trata de una etapa que combina cuestiones típicas de un empleo (la necesidad de alcanzar un cierto grado de productividad, la obligación de acatar las órdenes de un superior, etc.) con elementos más vinculados a la formación y al aprendizaje.

Para una organización o empresa, ofrecer una práctica profesional constituye la oportunidad de formar empleados que luego se incorporarán a la plantilla permanente; la práctica profesional es esencial para que los estudiantes puedan desarrollar sus habilidades en un trabajo. Esta le permite aplicar sus conocimientos y aprender más sobre el área en la que ha decidido desarrollarse.

Conforme su programa de estudios, la práctica profesional en la facultad de QFB, campus Xalapa, es una experiencia educativa dentro del plan de estudios 2012 y se cursa en la última etapa de la formación disciplinar, permitiendo al futuro profesionista integrarse al ámbito laboral público o privado, en diversos sectores tales como: Industrial, Salud, Educación, Procuración de Justicia, Docencia, Investigación y Servicios Comunitarios entre otros, en donde aplicará los conocimientos propios de la carrera, para lo cual realizaran una estancia de 120 h como mínimo bajo la asesoría, supervisión y evaluación de su jefe inmediato y del docente de la EE.

La evaluación del curso considera el desempeño de los estudiantes durante el mismo, la entrega del Programa de Trabajo y Reporte de las actividades, participación en las sesiones plenarias de reflexión sobre las actividades realizadas, autoevaluación y evaluación del desempeño por el jefe inmediato superior, así como la entrega del informe escrito y la presentación oral en un foro donde compartan sus experiencias y aprendizajes ante sus compañeros y maestro responsable de esta experiencia educativa.

Cadena de valor: identificando oportunidades de vinculación para el diseño y optimización de productos y procesos

Las constantes transformaciones tecnológicas han hecho que los mercados a nivel mundial busquen e implementen estrategias que permitan a las empresas satisfacer las exigencias de los consumidores y usuarios de bienes y servicios; para ello, es preciso conocer a la organización y/o sector económico con el propósito de potenciar sus fortalezas y reducir sus debilidades, estas acciones son posibles con base en un análisis serio de la cadena de valor.

La cadena de valor es una herramienta y marco referente que permite describir y analizar el desarrollo de las actividades que realiza una empresa o un sector económico, para generar valor al cliente final. De acuerdo con Michael Porter (1987), se denomina cadena de valor al conjunto de actividades de una empresa que van añadiendo valor a un producto conforme éste pasa por cada una de ellas. Analizar cada uno de los eslabones permite identificar las fortalezas, sobre todo,

aquellas que pueden convertirse en ventajas competitivas; así mismo, reconoce los eslabones más débiles y sus repercusiones con el propósito de mejorarlos.

El análisis de la cadena de valor consiste en asignarle un valor y un costo (dinero y tiempo) a cada uno de los eslabones (actividades) de la cadena, la cual se compone desde el diseño de un producto hasta los servicios de postventa; por lo que clasifica sus actividades en dos grandes rubros: i) actividades primarias o de línea y, ii) actividades de apoyo o soporte.

Las actividades primarias, son aquellas que están relacionadas con la producción y comercialización del producto, como recepción, almacenaje, distribución de insumos; transformación de materias primas en el producto final; almacenamiento del producto y su distribución; marketing, ventas y servicios. Las actividades de apoyo no están directamente relacionadas con la producción y comercialización, pero son actividades que añaden valor y que se encuentran como parte de la infraestructura de la empresa, como las áreas de planeación, finanzas, cobranza, compras, recursos humanos; actividades de investigación y desarrollo, etc.

La cadena de valor de la industria farmacéutica se caracteriza por el desarrollo de nuevos conocimientos, es decir, una parte importante del valor agregado de la cadena de valor son los conocimientos que la propia industria genera y que son necesarios para innovar productos, realizar ensayos clínicos, desarrollar formas de administración y procesos más confiables y eficientes (Cambiotec, 2018).

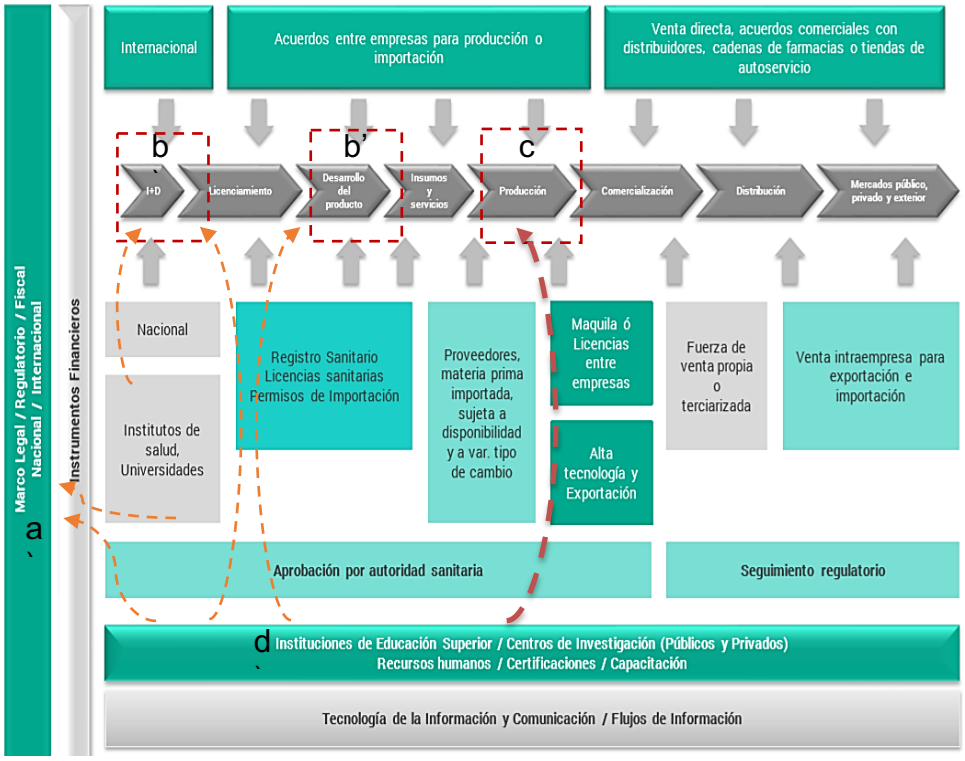
En la figura 3 se muestra dentro de la cadena de valor para la comercialización de un producto farmacéutico, el ambiente interno y externo y las posibles interrelaciones de las IES a lo largo de la misma; es de destacarse: a) el ámbito Legal/Regulatorio/fiscal (Gobierno), b) el ámbito empresarial nacional e internacional a lo largo de toda la cadena de valor, desde la Investigación, Diseño y Desarrollo (b, b'), producción (c) hasta la venta intra-empresa para exportación e importación (Industrial) y d) las IES (Academia)/Centros de Investigación (Públicos y privados).

En la industria, investigación y desarrollo (I+D) de medicamentos son piezas claves, puesto que de ellos depende la generación de conocimiento para nuevas terapias o para mejorar las ya existentes. Las medicinas modernas pueden manufacturarse

(procesos) sólo a través de I+D complejos y en múltiples etapas. La industria une bajo el mismo techo todas las funciones necesarias para el descubrimiento, desarrollo y manufactura de un medicamento. Respecto al proceso de I+D, la creación de un nuevo producto corresponde a una primera etapa, mientras que su desarrollo como fármaco utilizable médicamente tiene que ver con un segundo momento. El éxito definitivo de una nueva molécula depende no solo de su originalidad y propiedades atractivas, sino también de si es puesta rápidamente en el mercado (Páez, 2011).

Conforme lo anterior, la cadena de valor es una importante herramienta de visualización la que permite identificar las posibles áreas de interacción y permite la Universidad, gracias a los modelos de hélice de Etzkowitz y Leydessdorff, responder con sus recursos, infraestructura y conocimientos al diseño y optimización de productos (I&D) y procesos (producción, I&D).

Figura 3. Cadena de valor en la industria farmacéutica: posibles interrelaciones de las IES para la Investigación + Diseño (b), desarrollo (b') y producción (c, procesos) de un producto farmacéutico. Adaptado de Cambiotec, 2018.

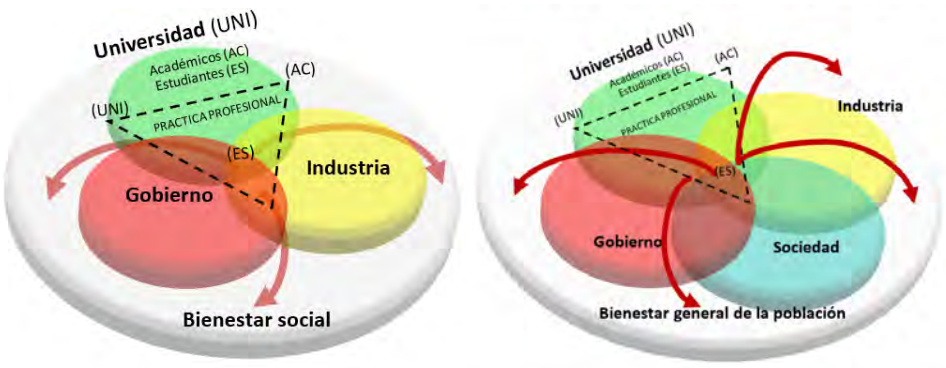


Modelo trilateral propuesto

De la figura anterior se desprende un área de oportunidad en la vinculación academia-industria-gobierno y propiamente desde la práctica profesional en donde el estudiante de QFB pueda involucrarse mediante proyectos que agreguen valor y enfocados a resolver una problemática real dentro de la industria local; es una actividad que conlleva un alto nivel de compromiso por parte de los actores principales; así como de un pensamiento creativo y disruptivo para enfrentar los nuevos paradigmas en relación a las actividades por emprender en la vinculación propuesta.

Como se muestra en la figura 4, es una visión trilateral (UNI-AC-ES) dentro de los modelos de hélice antes descritos; ubicado en el centro del actuar híbrido de las hélices y a la periferia de ellas, se encuentra el estudiante a través de la práctica profesional como principal actor para promover un cambio en las estructuras del bienestar social (modelo triple hélice) y de la población (modelo cuádruple hélice) siendo la universidad (UNI) y el académico de la experiencia educativa (AC) la estructura que interactúa con el estudiante (ES) brindándole asesoría especializada y las facilidades para la realización de los proyectos producto de la necesidades del gobierno, industria y la sociedad.

Figura 3. Modelo trilateral propuesto para los modelos de triple y cuádruple hélice. Elaboración propia.



CONCLUSIONES

La licenciatura de QFB por su características y particularidades puede funcionar como un modelo que permita articular la participación empresa-escuela-gobierno a través de la experiencia educativa de práctica profesional para el diseño y optimización de productos y procesos en la industria, beneficiando así a la industria farmacéutica local, permitiendo la adquisición de competencias profesionalizantes en los alumnos de QFB y una participación de los académicos en los proyectos relacionados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvídrez, L. C. C. Triple Hélice como herramienta de apoyo para la integración de la universidad al desarrollo Regional de la Nueva Vizcaya.

Cambiotec (2018). Diseño el marco estratégico para la estructuración del sistema mexiquence de innovación y la implementación de la agenda de innovación del Estado de México. En: http://comecyt.edomex.gob.mx/media/filer_public/f7/c8/f7c8568e-5c04-4d91-9f9d-ef01c3a66d4b/competitividad_sector_salud.pdf

Cauzor, R. X. G., Barajas, E. R. G., & Ariza, J. M. R. (2017). Impacto de un modelo triple hélice en el Centro Universitario del Sur, Universidad Guadalajara. Revista Caribeña de Investigación Educativa (RECIE), 1(1), 7-17.

Chang, H. (2010). El modelo de la Triple Hélice como un medio para la vinculación entre la universidad y la empresa. Revista Nacional de Administración, ISSN 1659-4932, Vol. 1, Nº. 1, 1(1), 85-94.

Hernández, L. C., Verástegui, J. L., & Melo, N. A. P. (2014). La gestión de la triple hélice: fortaleciendo las relaciones entre la universidad, empresa, gobierno. Multiciencias, 14(4), 438-446.

KPMG (2017). La industria farmacéutica mexicana. Actualidades https://www. delineandoestrategias.com.mx/la-industria-farmaceutica-mexicana-actualidades.

Ladrón de Guevara, S. (2017). Plan General de Desarrollo 2030. Universidad Veracruzana.

Ladrón de Guevara, S. (2013). Programa de Trabajo Estratégico 2013-2017. Universidad Veracruzana.

Moreno, Z. M., & Maggi, P. R. (2011). Estrategias de vinculación de las universidades mexicanas con las empresas. In XI Congreso Nacional de Investigación Educativa, memorias (1110). Monterrey, México: ANUIES.

Páez Moreno, R. (2011). La investigación de la industria farmacéutica: ¿condicionada por los intereses del mercado?. Acta bioethica, 17(2), 237-246.

Peña, A. J. M, María R. R., Valencia P. L. R, Pastrana P. A., Castañeda O. A., Hernández S. (2013). Elementos principales para generar proyectos de gestión tecnológica en esquema de triple hélice desde las facultades. Ciencia@UAQ.

Pérez, R. J. B. La vinculación industria-academia entre entidades públicas y el modelo de las hélices (Doctoral dissertation, Universidad Nacional Autónoma de México).

Porter, Michael (1987), Ventaja competitiva. Creación y sostenimiento de un desempeño superior, México, Ed. Continental.

Presidencia de la República. Consultado el 18-08-20 en Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024. https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2019/05/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2019-2024.pdf

Ruiz, E. M. (2004). Formación práctica de los estudiantes de Pedagogía en las universidades españolas. Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado, 8(2), 0.

Solleiro, J. L., Terán, A., López, R., Inurreta, Y., & Castillo, J. (2018). La competitividad de la industria farmacéutica en el Estado de México (CamBiotec). Estado de México.

Universidad Veracruzana. Consultado el 18-08-20 en Bolsa de trabajo Universidad Veracruzana. https://www.uv.mx/bolsadetrabajo/files/2012/12/Que-son-las-practicas-profesionales.pdf

Villalta, J. y Pallejá, E. (2003). Universidad y Desarrollo Territorial en la Sociedad del Conocimiento. Barcelona: Universidad Politécnica de Cataluña.

LA IMPORTANCIA DE LA APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE CONTROL INTERNO PARA UNA GESTIÓN EFICAZ Y EFICIENTE DENTRO DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

ALICIA CORINA GARCÍA MOYANO ROMERO[1], KARLA PAOLA GARCÍA MOYANO ROMERO[2]

RESUMEN

La importancia de la aplicación de técnicas de control interno para una gestión eficaz y eficiente dentro de la administración pública.

Para tomar la responsabilidad de un cargo en la estructura orgánica de algún ente público es importante aprender a priorizar las diversas actividades o encomiendas, a identificar las metas de carácter urgente, importantes; y los objetivos a corto, mediano y largo plazo. Además, otro aspecto a considerar es que el servidor público comprenda en dónde está parado, cuáles son las áreas que están a su alrededor, con cuáles tiene que vincularse- coordinarse para cumplir metas comunes, y a partir de ello priorizar.

En este sentido, uno de los aspectos importantes para el correcto cumplimiento de las metas, en la administración pública, y como parte de una planeación estratégica eficaz y eficiente, es la aplicación de técnicas de control interno que nos sirvan como una guía en la realización de actividades y con ello podernos dar cuenta del cumplimiento de metas y objetivos propias del cargo del servidor público, además de alcanzar los objetivos institucionales, prevenir y administrar los riesgos identificados.

Palabras clave: control interno; gestión pública; eficiencia; eficacia; planeación estratégica.

[1] Colegio de Estudios Avanzados de Iberoamérica. cory-gmr@hotmail.com

[2] Colegio de Estudios Avanzados de Iberoamérica. kpgmr@hotmail.com

ABSTRACT

The importance of the application of internal control techniques for effective and efficient management within the public administration.

To take responsibility for a position in the organic structure of a public entity, it is important to learn to prioritize the various activities or assignments, to identify urgent, important goals; and short, medium and long term objectives. In addition, another aspect to consider is that the public servant understands where he is standing, what are the areas that are around him, with which he has to link-coordinate to achieve common goals, and from there prioritize.

In this sense, one of the important aspects for the correct fulfillment of the goals, in the public administration, and as part of an effective and efficient strategic planning, is the application of internal control techniques that serve as a guide in the realization activities and thus be able to account for the fulfillment of goals and objectives of the position of the public servant, in addition to achieving institutional objectives, preventing and managing the identified risks.

Keywords: internal control; Public Management; efficiency; effectiveness; strategic planning.

INTRODUCCIÓN

Asumir responsabilidades dentro de la administración pública, sobre todo, cuando se ocupa un lugar dentro de una estructura orgánica, es importante tener una visión global de cuáles son las obligaciones a cumplir para la ejecución de metas y objetivos. Una vez que el servidor publico tiene idea de ello, necesita implementar técnicas que le ayuden a verificar el cumplimiento, detectar errores, prevenir riesgos y evaluar resultados.

En este articulo se hace énfasis en la importancia de la implementación de herramientas de control interno para una gestión eficaz y eficiente, que brinde mejores resultados a los ciudadanos, que minimice los errores, que coadyuve a una rendición de cuentas con claridad, y dar cumplimiento a la misión y visión institucional.

El Control como parte del Proceso Administrativo

Para Pacheco (2008) las organizaciones requieren de ciertos medios de regulación utilizados para que se acompañe y avale el desempeño y orienten las decisiones organizacionales. De acuerdo a la teoría de la administración (Terry, 1999), el así llamado proceso administrativo abarca los subprocesos de:

Planeación: Aquellas actividades tendientes a determinar objetivos, políticas, procedimientos y programas. Intenta definir lo que se propone lograr la organización, sus plazos y formas.

Organización: Consiste en aquellas actividades necesarias para obtener y aprovechar los recursos necesarios para el funcionamiento de la organización. Se fijan funciones, autoridades, responsabilidades y relaciones del personal de las diferentes dependencias.

Dirección: Es la función de asignar responsabilidades, decidir, implementar las medidas necesarias y resolver las necesidades emergentes para dotar de consistencia a las actividades de la organización y alcanzar los objetivos propuestos.

Control: Son aquellas acciones para verificar el cumplimiento en los plazos, cantidades, modalidades y cualquier otra característica establecidas para los productos y objetivos de la organización.

Evaluación: Analiza los resultados y compara con lo que inicialmente se había planificado. Explica las desviaciones, asigna responsabilidades.

El control permite corregir desviaciones a través de indicadores cualitativos y cuantitativos dentro de un contexto. Con ello se puede lograr el cumplimiento de los objetivos organizacionales. “El control se entiende no como un proceso netamente técnico de seguimiento, sino también como un proceso informal donde se evalúan factores culturales, organizativos, humanos y grupales”.

La norma oficial define el Control Interno como: El conjunto de medios, mecanismos o procedimientos implementados por los titulares de las dependencias y entidades, así como por los demás servidores públicos en el ámbito de sus respectivas competencias, con el propósito de conducir las actividades correspondientes hacia el logro de los objetivos y metas institucionales; obtener información confiable y

oportuna, y cumplir con el marco jurídico aplicable a las mismas" (Acuerdo de la Secretaría de la Función Pública publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de julio de 2010, por el que se emiten las Disposiciones en Materia de Control Interno y se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno).

Los controles se establecen para contrarrestar riesgos potenciales, por riesgo se denomina a la probabilidad de ocurrencia y el posible impacto de que un evento adverso (externo o interno) obstaculice o impida el logro de los objetivos y metas institucionales.

La administración de riesgos es el proceso sistemático para establecer el contexto, identificar, analizar, evaluar, atender, monitorear y comunicar los riesgos asociados con una actividad, mediante el análisis de los distintos factores que pueden provocarlos, con la finalidad de definir las estrategias y acciones que permitan controlarlos y asegurar el logro de los objetivos y metas de las instituciones de una manera razonable (Serrano, 2016).

El control interno

Uno de los temas más importantes del desarrollo de las organizaciones públicas es el que corresponde al control interno, especialmente en estos tiempos en que se reconoce la necesidad de fortalecer las instituciones para contrarrestar el problema de corrupción que tanto lastima a la sociedad mexicana, así como se tiene que emplear de forma intensiva el conocimiento para la creación de valor público.

El control interno es un proceso dinámico, integrado y continuo en el que los componentes interactúan entre sí desde la etapa de diseño, implementación y operación. Dos instituciones no pueden tener un control interno idéntico, debido a distintos factores como son, entre otros, la misión, las disposiciones jurídicas y normativo aplicables, el plan estratégico, el tamaño de la institución, la tolerancia al riesgo y las tecnologías de información con que cuentan, así como el juicio profesional empleado por los responsables para responder a las circunstancias específicas.

El control interno es un proceso efectuado por el Órgano de Gobierno, el Titular, la Administración y los demás servidores públicos de una institución, con objeto de

proporcionar una seguridad razonable sobre la consecución de los objetivos institucionales y la salvaguarda de los recursos públicos, así como para prevenir la corrupción (Auditoría Superior de la Federación, 2014). Estos objetivos y sus riesgos relacionados pueden ser clasificados en una o más de las siguientes categorías:

- Operación. Se refiere a la eficacia, eficiencia y economía de las operaciones.
- Información. Consiste en la confiabilidad de los informes internos y externos.
- Cumplimiento. Se relaciona con el apego a las disposiciones jurídicas y normativas.

Estas categorías son distintas, pero interactúan en un sistema creando sinergia que favorecen el funcionamiento de un área administrativa para lograr su misión y mandato legal.

La Auditoría Superior de la Federación, en su documento rector *Marco Integrado de Control Interno* (2014), menciona que "el control interno incluye planes, métodos, programas, políticas y procedimientos utilizados para alcanzar el mandato, la misión, el plan estratégico, los objetivos y las metas institucionales. Asimismo, constituye la primera línea de defensa en la salvaguarda de los recursos públicos y la prevención de actos de corrupción".

En tal virtud, el control interno coadyuva a que los servidores públicos que están a cargo de un área de una institución, puedan lograr los resultados programados a través de la administración eficaz de todos sus recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos.

Identificar atribuciones establecidas para la identificación de metas y objetivos

Cuando un servidor público asume un cargo de la estructura orgánica del ente público, es imprescindible que como primer paso, conozca y estudie las atribuciones de su puesto y de su área, por lo que debe investigar el Reglamento Interior del ente, los manuales administrativos, las leyes aplicativas y todo el marco legal; así podrá visualizar en dónde está parado, los diferentes actores que están a su alrededor, sus alcances, su grado de responsabilidad y con ello identificar las metas y objetivos que debe cumplir.

Una vez que ya se tiene claridad de las facultades del cargo que desempeña, se procede a la aplicación de técnicas de control interno que coadyuven a la planeación, organización y ejecución de las actividades, como el cronograma de actividades, el programa de trabajo o la instalación de un comité de planeación estratégica y control interno que se encargue de dar seguimiento a las metas y objetivos.

El control interno hacia una gestión eficaz y eficiente

El control interno conforma un sistema integral y continuo aplicable al ambiente interno de un área o institución, llevado a cabo por su personal, provee una seguridad razonable, más no absoluta, de que los objetivos de la institución serán alcanzados.

Por lo tanto, el control interno, es reconocido como una parte trascendental de la gestión eficaz y eficiente de procesos operativos para guiar las actividades de un área administrativa y no como un sistema separado dentro de ésta. En este sentido, el servidor publico debe realizar lo siguiente:

a) Establecer los objetivos a largo, mediano y corto plazo.

b) Asignar de manera clara a determinadas áreas o a servidores públicos responsables de las mismas, la responsabilidad de:

- Implementar controles adecuados y suficientes en toda la institución,
- Supervisar y evaluar periódicamente las herramientas de control interno que se implementen, y
- Mejorar de manera continua el control interno, con base en los resultados de las evaluaciones.

De esta manera, es responsabilidad de las diferentes áreas administrativas, servidores públicos de que existan controles adecuados y suficientes para el desempeño de sus actividades, atribuciones que marca la normatividad y las funciones específicas, los cuales contribuyen al logro eficaz y eficiente de los objetivos.

Técnicas de control interno a implementar

Una vez que el servidor público, tiene claridad de sus atribuciones, funciones, actividades generales y específicas, su interrelación con otras áreas, sus objetivos y metas, entonces es importante implementar controles que nos ayuden a dar un seguimiento al cumplimiento de estas encomiendas.

Las técnicas de control van a ayudar a proporcionar una seguridad razonable en la consecución de objetivos y metas; promover la eficacia y eficiencia en las operaciones, programas, proyectos con una adecuada delimitación de funciones; administrar los riesgos que pueden comprometer el logro de objetivos y metas; dar cumplimiento con el marco jurídico aplicable; propiciar un ambiente de ética e integridad; salvaguardar, preservar los recursos públicos en condiciones de integridad, transparencia y disponibilidad para los fines y usos correspondientes; generar confiabilidad, veracidad y oportunidad en la información relativa al manejo de los recursos; fortalecer la transparencia y rendición de cuentas en la gestión pública.

Formulación de un plan estratégico

Para dar inicio a la administración del cumplimiento de metas y objetivos, es importante elaborar un plan estratégico que de manera coherente y ordenada encamine los esfuerzos de los recursos humanos, materiales, financieros y de tecnología hacia la consecución de las diversas actividades, considerando siempre las disposiciones jurídicas y alineándose a las metas y objetivos del ente.

En este plan estratégico se especifican las diferentes actividades a realizar, las unidades administrativas responsables, la persona que va a ejecutar a acción, la fecha de inicio y el tiempo programado de realización.

El plan estratégico permite identificar de manera clara y objetiva las actividades a realizar, en virtud de que están pormenorizadas cada una de ellas, y los plazos en que se ejecutarán por las diversas áreas administrativas; lo que permitirá verificar que las actividades se efectúen en términos de eficacia y eficiencia, a través de productos, reportes e informes que serán generados como evidencia de su cumplimiento.

Otras técnicas de control interno

Es importante que dentro de las diferentes unidades administrativas existan manuales de procedimientos, que estén documentados y de manera formal los pasos a seguir para la consecución de las diversas actividades.

Otra de las técnicas es la creación de un órgano colegiado de control interno que dé cumplimiento cabal de las metas y objetivos de un área administrativa cuyo objetivo sea observar el avance y ejecución, en tiempo y forma, de las diversas metas.

CONCLUSIÓN

En toda organización es importante considerar el proceso administrativo con la utilización de los recursos y por ende el logro de objetivos.

Como parte del proceso administrativo, una de las fases importantes es el control, para tener el registro del cumplimiento de las metas y objetivos; identificar áreas de oportunidad; prevenir y corregir riesgos y; mejorar la gestión de una organización.

En la administración publica, es importante que los servidores públicos tengan conocimiento de sus atribuciones, funciones, actividades; que sepan priorizar por orden de importancia el logro de las metas; y para ello se deben implementar mecanismos de control que puedan coadyuvar a mantener un seguimiento adecuado.

El control interno será responsabilidad de cada institución del Estado y de las personas jurídicas de derecho privado que dispongan de recursos públicos y tendrá como finalidad crear las condiciones para el ejercicio del control, es un proceso integral aplicado por la máxima autoridad, la dirección y el personal de cada entidad, que proporciona seguridad razonable para el logro de los objetivos institucionales y la protección de los recursos públicos (Gamboa, J. 2016).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Auditoría Superior de la Federación (2014). Marco Integrado de Control Interno. Disponible en: https://www.asf.gob.mx/uploads/176_Marco_Integrado_de_Control/Marco_Integrado_de_Cont_Int_leyen.pdf fecha de consulta: 02 de septiembre de 2020.

Gamboa, J. (2016). Importancia del control interno en el sector público. 2020, de Revista Publicando Sitio web: https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/316 fecha de consulta: 02 de septiembre de 2020.

Serrano, J. (2016). El control interno de la Administración Pública: ¿elemento de estancamiento o de desarrollo organizacional?, México: IAP.

Pacheco M.C. et al. (2008), El proceso administrativo Control, disponible en: http://es.slideshare.net/Maria_Carolina/control-en-el-proceso-administrativo-presentation fecha de consulta: 02 de septiembre de 2020.

PLAN ESTRATEGICO DE UNA MICRO EMPRESA PANIFICADORA EN EL MUNICIPIO DE ÚRSULO GALVAN

MARCO ANTONIO DIAZ RAMOS[1], MARIA DE LOS ANGELES ACOSTA SOBERANO[2], VERONICA ROMO LÓPEZ[3]

RESUMEN

Toda empresa diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, esto planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa. Es decir, su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores. Ha de destacarse que el presupuesto refleja el resultado obtenido de la aplicación de los planes estratégicos, es de considerarse que es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas por las empresas.

También es importante señalar que la empresa debe precisar con exactitud y cuidado la misión que se va regir la empresa, la misión es fundamental, ya que esta representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado y va a suministrar a los consumidores.

La planificación estratégica busca mejorar las competencias de las empresas, agregando la visión, misión y valores, realizando un diagnostico que permita conocer la situación de la misma, formulando objetivos, estrategias e indicadores plasmado en un plan de acción que permita posicionar a la empresa y ser más competitivos.

Palabras claves: Empresa, planeación, plan, estrategia.

[1] Tecnológico Nacional De México/ Instiuto Tecnológico De Úrsulo Galván. mandira13@hotmail.com
[2] Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. angya.soberano@hotmail.com
[3] Tecnológico Nacional De México/ Instiuto Tecnológico De Úrsulo Galván

ABSTRACT

Every company designs strategic plans to achieve its objectives and goals, these plans can be short, medium and long term, depending on the scope and magnitude of the company. That is, its size, since this implies how many plans and activities must be carried out by each operating unit, either at higher or lower levels. It should be noted that the budget reflects the result obtained from the application of the strategic plans, it is considered that it is essential to know and correctly execute the objectives in order to achieve the goals set by the companies.

It is also important to note that the company must accurately and carefully specify the mission that the company will govern, the mission is fundamental, since represents the operational functions that it will perform in the market and will supply to consumers.

Strategic planning seeks to improve the competences of companies, adding the vision, mission and values, making a diagnosis that allows knowing the situation of the same, formulating objectives, strategies and indicators embodied in an action plan that allows positioning the company and be more competitive.

Key words: Company, planning, plan, strategy

INTRODUCCIÓN

Las mypimes nacen del esfuerzo de un anhelo de crear un negocio donde los emprendedores y empresarios en base a sus conocimientos o habilidades emprenden un pequeño negocio sin hacer una planeación que se les marque el rumbo, sino se marcan los rumbos no sabremos a dónde se debe llegar, ni cómo llegar sin la organización previa la empresa se pierde, la mayoría de las veces la empresa no comprende sus cultura o sus diferenciales

Aunque en que al principio se hayan definido la misión y valores, es común que se pierdan con el paso de los años., se puede ver el potencial de negocio y ver más allá de los obvio para salir adelante en el mercado se vuelve un reto complejo y laborioso.

Toda empresa diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa. Es decir, su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores. Ha de destacarse que el presupuesto refleja el resultado obtenido de la aplicación de los planes estratégicos, es de considerarse que es fundamental conocer y ejecutar correctamente los objetivos para poder lograr las metas trazadas por las empresas.

La planificación estratégica busca mejorar las competencias de las empresas, agregando y Combinando valores, para con esto ser más competitivos. Siendo la razón que motivó a realizar un estudio de la panificadora Fer de la localidad de Úrsulo Galván, a fin de Administrarla técnicamente a través de la aplicación de la planificación estratégica. El propósito de esta investigación, se basó en determinar las diferentes etapas de un plan estratégico determinando un diagnostico que nos permitiera ver la situación que prestan la empresas, analizando sus fortalezas y Debilidades, oportunidades y amenazas; posteriormente se determinó la filosofía de la empresa o identidad organizacional donde se determinaron la visión, misión y los valores porque esta manera de pensar es la que va a orientar la toma de decisiones y las directrices estratégicas, posteriormente se determina las estrategias, las acciones y metas e indicadores y el plan de acción.

DESARROLLO

La industria panificadora es un arte, que lleva miles de años de ejercicio y ha estado presente en la evolución y transformación de nuestras sociedades. Es a través de este oficio, que se obtiene el pan, el cual es considerado sinónimo de alimento en muchas culturas y hace parte de la dieta alimentaria y forma de expresión cultural y religiosa en muchos pueblos del mundo.

Las técnicas de fabricación y los ingredientes utilizados para la elaboración del pan, son influenciadas por la cultura, la tradición y las características culinarias de los pueblos, los cuales varían de un lugar a otro, dándole una condición propia y única.

Uno de los alimentos que más se consume a diario en todo el mundo, como complemento de todo tipo de comidas es el pan. No hay producto que tenga tras de sí, una historia tan larga y llena de simbología como los es el pan. La falta de pan, a través de la historia siempre se ha considerado sinónimo de hambre y es difícil imaginar la alimentación diaria sin su presencia o como acompañante de las mismas.

La presente investigación es del tipo descriptiva, su objetivo es elaborar un Plan Estratégico que permita al sector panadero del Municipio de Ursulo Galván posicionarse en el mercado en las preferencia de los clientes, ofreciéndoles pan blanco y pan de dulce y pan de repostería que forma parte de alimentación de las familias Galvanences, el municipio contempla 30,727 habitantes lo conforman 45 comunidades, tiene áreas potenciales como la agricultura, comercio, el turismo de paya y arqueológico, dentro de la cultura emprendedora se ha establecido pequeñas empresas en el ramo de la panadería que de una otro manera dan respuesta a las necesidades de las comunidades. Estos esfuerzo en ocasiones se van perdidos sino existe una orientación y visión hacia donde se quiere ir por parte de la empresa y cuáles son los caminos a seguir dentro de una mercado tan competitivo, ante esta situación se puede preguntar ¿Existe en el sector panadero estrategias claras y definidas que marquen un camino que le permitan posicionarse y mantenerse en el mercado?

Ante la necesidad de fortalecer al pequeño empresario de poder diagnosticar su situación actual ante las metodología para elaborar un plan estratégico, a la empresa denominada panadería Fer que se encuentra ubicada en la calle jacarandas s/n de la colonia campestre, tiene treinta año de existencia surtiendo pan a las diferentes comunidades de Ursulo Galván fue una de la primeras y ha logrado Sobrevivir en base a los distingo como el sabor del pan, precios accesibles y calidad del productos, es un pan de se elabora de tipo blanco y de dulce, además de repostería, y lo que le da la características es que horneado a la leña lo cual lo hace de la preferencias de los consumidores, cuenta con maquinaria y un taller pequeño de ocho por cinco metros cuadrados, cuanta con cinco trabajadores, su producción es de alrededor 1800 panes diarios y se trabaja todos los días. El costo

del pan anda entre 3, 5 y 10 pesos, se ha labrado un prestigio entre el, mercado de consumidores lo que hace preferido.

Se estableció la filosofía de la empresa que le diera la identidad de la misma ante los clientes que conocieran que es, como piensa y cómo se comporta en el mercado y su entorno a través su filosofía.

VISÓN

Ser líder en la producción de panes y repostería de calidad, que permita incrementar el posicionamiento en mercado, con un equipamiento de vanguardia que permita darles productos de excelencia a nuestros clientes.

MISIÓN

Elaborar un pan que pueda satisfacer las preferencias del consumidor que sea un producto de alta calidad y que se llegue a alcanzar la excelencia y lograr el liderazgo en el sector panadero de la región.

VALORES

- Respeto
- Lealtad
- Honestidad
- Responsabilidad
- Compromiso
- Trabajo en equipo

EL DIAGNOSTICO DE UNA EMPRESA

El conocer cómo se encuentra el estado de una empresa, necesitamos realizar un diagnóstico el cual es un proceso de análisis donde se permite conocer la situación real de la organización, donde se detentan sus fortalezas y debilidades con el fin de corregir estas y aprovechando las fortalezas. Se realizó un análisis FODA que nos permita ver como se encuentra la empresa

Figura 1 Análisis FODA

El principal objetivo de aplicar la matriz FODA dentro de la panadería “FER”, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. La matriz de análisis FODA permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra panadería.

ANÁLISIS DEL ENTORNO (PESTEL + PORTER)

Es un instrumento que facilita la investigación y que ayuda a las empresas a definir su entorno, analizando una serie de factores cuyas iniciales son las que le dan el nombre. Se trata de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos.

Esta herramienta, que se puede aplicar a numerosos casos, facilita la descripción en detalle del contexto en el que operará la organización. Y ayuda a comprender el crecimiento o declive de un mercado, las dificultades y retos que puede presentar, así como a orientar la dirección y la posición del negocio de forma sencilla, sistemática y pautada.

Figura 2. Análisis del Entorno PESTEL + PORTER

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

Los objetivos estratégicos son los fines o metas desarrollados a nivel estratégico y que la organización pretende lograr en un periodo determinado de tiempo. Podría decirse que los objetivos son los que determinan qué es lo realmente importante en su estrategia organizacional. Así, se basan en la visión, la misión y los valores de su organización y son ellos los que determinan las acciones y medios que se ejecutarán para cumplirlos. Los objetivos estratégicos deben ser, principalmente, claros, coherentes, medibles y alcanzables.

OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL

Determinar un posicionamiento en mercado como líder en sector panadero del Municipio de Úrsulo Galván de acuerdo a las preferencias de los clientes, ofreciéndoles pan blanco, pan dulce y pan de repostería de excelente calidad y sabor.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS POR AREAS FUNCIONALES

Figura 3 Cuadro de objetivos Funcionales

AREA FUNCIONAL	OBJETIVO AREA FUNCIONA
MERCADO	Realizar un sondeo en el mercado meta con el fin de conocer comportamiento, gustos y preferencias del consumidor acerca del sector panadero
funciona	Mejorar la infraestructura de la panadería, con el fin de aumentar el espacio de trabajo y con ello lograr una mayor producción y aumento en las ventas.
RECURSOS HUMANOS	Eficientar los procesos administrativos fortaleciendo la capacitación del personal para la producción de pan que permita estar actualizado en las demandas del mercado.
FINANZAS	Mejorar la rentabilidad de la empresa, llevar a cabo la planeación de presupuestos, así como llevar un registro contable que permita mejorar la toma de decisiones futuras.

ESTRATEGIAS FUNCIONALES

La estrategia funcional se encamina a diseñar los procesos, ayuda a conocer la ruta de las acciones, pone de manifiesto la forma en que se debe realizar las acciones. Muchas de las empresas descuidan la estrategia funcional sin embargo es la estrategia más importante y debe ir alimentada y respaldada de las otras estrategias.

Por definición los principales tipos de estrategia funcional son:

Estrategias de producción: Según Alfredo M. se debe realizar lo siguiente para la estrategia de producción

1. Estandariza todo el flujo de tu proceso, es decir que todas las actividades siempre se hagan de la misma forma y con la misma cantidad de insumos esto te ayudara a controlar los costos y de tener una calidad constante.
2. Capacita a todos tus empleados, esto ayudara a que seas consistente ayudando a controlar costos y calidad.
3. Implementa un programa de mantenimiento preventivo a tus equipos, esto ayudara a que no tengas paros por fallas de equipo, además de que podrás detectar a tiempo equipos que estén a punto de descomponerse y retirarlos para mantenimiento mayor, reduciendo los costos por reparación.
4. Mantén un control de calidad en todos tus insumos, cuidando que todos cumplan con los criterios que estableces, rechazando aquellos que no lo

hagan, pon candados y controles en los insumos que pueden ser robados por el personal.

5. Aplica un criterio disciplinado de selección, orden y limpieza en todo tu establecimiento, rotulando, identificando áreas y equipos, y siempre limpieza, limpieza.

Estrategias de Financiación: se basa en las diferentes acciones encaminadas a la búsqueda de una financiación sólida.

Estrategias de Recursos Humanos: Esta estrategia va encaminada a la búsqueda del personal cualificado para lograr los objetivos trazados en nuestra organización, no obstante cada empresa tiene su estrategia de recursos humanos, pero todos concurren en un mismo punto, el de ser líderes. A la hora de diseñar una estrategia de RRHH habrá además que diseñar:

- Estrategias de afectación: reclutamiento interno o externo, contratación fija o temporal etc.
- Estrategias retributivas: ¿cómo retribuimos al personal?
- Estrategias de formación: ¿queremos empleados polivalentes o muy especializados? ¿O ambas cosas a la vez?
- Estrategias de valoración: ¿evaluamos al personal según los comportamientos o según los resultados

Estrategias de Comercialización: son estrategias diseñadas para orientarnos sobre la actividad de compraventa que va a llevar a cabo la empresa durante su actividad empresarial.

ESTRATEGIAS FUNCIONALES PARA LA PANADERÍA "FER".

Estrategias de producción:

1. Diseñar los manuales de procedimientos y la estandarización de los procesos.
2. Llevar un control de calidad para los productos.
3. Capacitar periódicamente a los empleados.

Estrategias de financiación:

1. Análisis del punto de equilibrio y financiero de la panadería.
2. Análisis de los niveles general de endeudamiento.
3. Análisis del riesgo de los créditos concedidos a clientes.
4. Análisis de la rentabilidad y del nivel de beneficios.

Estrategias de recursos humanos:

1. Promover la proactividad de cada persona en la empresa.
2. Llevar un control en las contrataciones del personal.
3. Mantener un clima organizacional adecuado.

Estrategias de comercialización:

1. Implementar estrategias de precios tales como promociones, descuentos, etc.
2. Diseñar rutas de distribución.
3. Contemplar las estrategias de comunicación con los clientes

ACCIONES DE LAS ESTRATEGIAS FUNCIONALES DE LA PANADERÍA "FER".

Estrategias de producción:

1. Evaluar y anotar cada uno de los procedimientos que se hacen para la producción de cada uno de los tipos de panes que salen a la venta.
2. Observar las características de cada uno de las líneas de panes con el fin que cumpla con la uniformidad correcta.
3. Destinar una fecha específica para que los empleados conozcan los procesos o las herramientas de futuras líneas de producción que puedan salir al mercado.

Estrategias de financiación:

1. Revisar y realizar los estados financieros de la panadería para conocer información de utilidad.
2. Conocer si sus niveles de ventas logran alcanzar sus costos de producción, costos de ventas, entre otros costos para conocer su punto de equilibrio.
3. Identificar si la panadería le ofrece créditos a sus clientes que compran por mayoreo y a su vez si estas personas cubren el total de la deuda.

Estrategias de recursos humanos:

1. A través de la comunicación entre jefe y empleado se puede recolectar mucha información para que las personan sean más proactivas en sus labores a desempeñar

2. Debemos de tener en cuenta que los datos de nuestro personal es de suma importancia para cualquier acontecimiento que se puede generar dentro de la panadería.

3. Se debe de implementar dinámicas para que todos los empleados se conozcan y trabajen en conjunto para así lograr una mejor productividad.

Estrategias de comercialización:

1. Incursionar en la publicidad digital es un factor de suma importancia para llegar a los clientes de manera rápida y económica.

2. Se debe de entregar los productos en tiempo y forma por eso se debe de ejecutar una ruta de distribución eficaz para optimizar el tiempo y los recursos.

3. La comunicación es de suma importancia para conocer las necesidades de los clientes y así tratar de cubrirlas con productos contemplando el introducir otra clase de pan o mejorar alguna de las líneas, etc.

INDICADORES DE LAS ESTRATEGIAS FUNCIONALES DE LA PANADERÍA "FER".

Realizar un plan de acción para el área de producción:

1. Diseño de los manuales de procedimientos y la estandarización de los procesos:

Figura 4 Cuadro de ficha de indicador manual de procedimiento

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.1 Cantidad de horas de trabajo que se realizaron debido a la cantidad producida de pan.
Objetivo 1	Realizar un plan de acción para el área de producción.
Descripción General	Cantidad total de horas de trabajo, respecto al total de cantidad producida de pan dentro esas horas de trabajo.
Observaciones	(Tiempo de trabajo / Cantidad producida)*100.

2. Llevar un control de calidad para los productos:

Figura 5 Cuadro de ficha de indicador control de calidad de productos

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.2 Satisfacción al cliente debido al volumen de ventas.
Objetivo 1	Realizar un plan de acción para el área de producción.
Descripción General	Satisfacción al cliente, respecto al volumen de ventas.
Observaciones	(Satisfacción al cliente / Volumen de ventas)*100.

3. Capacitación periódica a los empleados:

Figura 6 Cuadro de ficha de indicador capacitación de personal

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.3 El conocimiento adquirido genera la productividad laboral.
Objetivo 1	Realizar un plan de acción para el área de producción.
Descripción General	Conocimiento adquirido, respecto a la productividad lograda.
Observaciones	(Conocimiento/ Productividad)*100.

Realizar acciones encaminadas a la búsqueda de una financiación sólida:

1. Análisis del punto de equilibrio y financiero de la panadería:

Figura 7 Cuadro de ficha de indicador punto de equilibrio

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.1 Margen de beneficios debido a los costos fijos totales.
Objetivo 1	Realizar acciones encaminadas a la búsqueda de una financiación sólida.
Descripción General	Margen de los beneficios, respecto a los costos fijos totales.
Observaciones	(Margen de beneficios/ Costos fijos totales)*100.

2. Análisis de los niveles general de endeudamiento:

Figura 8 Cuadro de ficha de indicador niveles de endeudamiento

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.2 Porcentaje de deudas debido al pasivo total que ofrece la liquidez para contrarrestar la deuda.
Objetivo 1	Realizar acciones encaminadas a la búsqueda de una financiación sólida.
Descripción General	Porcentaje total de deudas que tiene la panadería, respecto al pasivo total.
Observaciones	(Porcentaje de deudas /Pasivo total)*100.

3. Análisis del riesgo de los créditos concedidos a clientes:

Figura 9 Cuadro de ficha de indicador análisis de riego de créditos

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.3 Créditos de los clientes debido al riesgo financiero.
Objetivo 1	Realizar acciones encaminadas a la búsqueda de una financiación sólida.
Descripción General	Créditos de los clientes, respecto a los riesgos financieros que esta puede provocar a la panadería.
Observaciones	(Créditos de clientes/ Riesgo financiero)*100.

4. Análisis de la rentabilidad y del nivel de beneficios:

Figura 10 Cuadro de ficha de indicador análisis de rentabilidad

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.4 Utilidad generada y ventas que se realizaron debido a la rentabilidad de la panadería.
Objetivo 1	Realizar acciones encaminadas a la búsqueda de una financiación sólida.
Descripción General	Utilidad generada y cantidad de ventas, respecto a la rentabilidad de la panadería.
Observaciones	(Utilidad generada y ventas / Rentabilidad)*100.

Identificar el personal calificado para lograr los objetivos trazados en nuestra organización:

1. Promover la proactividad de cada persona en la empresa.

Figura 11 Cuadro de ficha de indicador proactividad de personas

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.1 Objetivos implementado en la panadería debido a los objetivos logrados.
Objetivo 1	Identificar el personal cualificado para lograr los objetivos trazados en nuestra organización.
Descripción General	Objetivos implementados dentro de la panadería, respecto a los objetivos logrados.
Observaciones	(Objetivos implementados en la panadería / Objetivos logrados)*100.

2. Llevar un control en las contrataciones del personal.

Figura 12 Cuadro de ficha de indicador control en contrataciones de personal

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.2 Filtros de contratación debido al tiempo de contratación.
Objetivo 1	Identificar el personal cualificado para lograr los objetivos trazados en nuestra organización.
Descripción General	Filtros de contratación, respecto a los tiempos de contratación del personal.
Observaciones	(Filtros de contratación /Tiempo de contratación)*100.

3. Mantener un clima organizacional adecuado:

Figura 13 Cuadro de ficha de indicador clima organizacional

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.3 Los grupos focales crea un ambiente de confianza.
Objetivo 1	Identificar el personal cualificado para lograr los objetivos trazados en nuestra organización.
Descripción General	Grupos focales, respecto a un ambiente de confianza dentro de la panadería.
Observaciones	(Grupos focales / Ambiente de confianza)*100.

Orientar la actividad de compraventa que va a llevar a cabo la empresa durante su actividad empresarial:

1. Implementar estrategias de precios tales como promociones, descuentos, etc.:

Figura 14 Cuadro de ficha de indicador estrategias de precios

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.1 Publicidad debido a las ventas que impacta al cliente.
Objetivo 1	Orientar la actividad de compraventa que va a llevar a cabo la empresa durante su actividad empresarial.
Descripción General	Publicidad, respecto a las ventas que esto impacta al cliente.
Observaciones	(Publicidad / Ventas / Satisfacción al cliente)*100.

2. Diseñar rutas de distribución:

Figura 15 Cuadro de ficha de indicador rutas de distribución

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.2 Ruta debido al tiempo de entrega.
Objetivo 1	Orientar la actividad de compraventa que va a llevar a cabo la empresa durante su actividad empresarial.
Descripción General	Ruta, respecto al tiempo de entrega.
Observaciones	(Ruta /Tiempo de entrega)*100.

3. Contemplar las estrategias de comunicación con los clientes:

Figura 16 Cuadro de ficha de indicador estrategias de comunicación

FICHA DEL INDICADOR	
Elemento	**Caracterís ticas**
Indicador	1.3 Tiempo de vida del cliente debido a la satisfacción del cliente.
Objetivo 1	Orientar la actividad de compraventa que va a llevar a cabo la empresa durante su actividad empresarial.
Descripción General	Tiempo de vida del cliente, respecto a la satisfacción del cliente.
Observaciones	(Tiempo de vida del cliente / Satisfacción al cliente)*100.

CONCLUSIONES

Es importante resaltar que toda empresa debe tener herramientas para lograr los planes estratégicos, con respecto a la empresa en mención se necesita urgente de una planeación precisa para el logro de las metas y objetivos que en un futuro se quieren alcanzar. El control y la evaluación de las estrategias se deben hacer constantemente ya que este es el éxito de una buena planeación y de esta manera es más fácil detectar a tiempo cualquier error que se esté dando.

La panadería “Fer” se ha desarrollado principalmente como empresa familiar, con técnicas rudimentarias en sus procesos de producción y con opciones de crecimiento reducidas. Tiene como principales clientes y consumidores, a los habitantes del sector en que se encuentran ubicadas.

La panadería “Fer”, no incrementa los precios de sus productos, así aumenten los de la materia prima por parte de sus proveedores, con el fin de no afectar el consumo por parte de sus clientes.

Busca mejorar el consumo, a través del valor agregado en el producto. No obstante algunas lo están haciendo a través de la innovación y variedad de ingredientes y la mejor forma de alcanzar ese objetivo es elaborando productos de panadería, galletería, bizcochería y pastelería que favorezcan la salud y el bolsillo del consumidor.

Las transformaciones o cambios que se espera lograr con el desarrollo del Plan son la optimización y agilización de la gestión y adopción de decisiones y la reducción del retraso procesal del sistema de peticiones y casos; la expansión del mecanismo de soluciones amistosas; el fortalecimiento del mecanismo de medidas cautelares; el mejoramiento del acceso de usuarios a la panadería; con el mecanismo fortalecido y el sistema creado para el seguimiento de recomendaciones y estándares de la ciudadanía para la efectividad del proceso de venta

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fred R. David, (2008). Conceptos de Administración estratégica. Decimoprimera edición. México: Pearson Prentice Hall.

Porter, Michael.(1985). Estrategia competitiva. México: CECSA.

Porter, Michael.(1987). Ventaja competitiva. México: CECSA.

Thompson, Arthur A. Jr. y A. J. Strickland III. (2008). Administración estratégica.

Textos y casos. 15ª edición. México: Mc Graw Hill.

Betancourt Tang, J.R.: (2006) Gestión Estratégica: Navegando Hacia El Cuarto

Paradigma Edición electrónica gratuita. Texto completo en

www.eumed.net/libros/2006c/220/

Mometolo, A. (2017). Estrategias empresariales. Recuperado de: https://www.emprendices.co/estrategias-empresariales/

Espinosa, R. (2015). Matriz de Ansoff, estrategias de crecimiento.

Recuperado de: https://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento

Izquierdo, B., Schuster, J. (2008). Construcción de indicadores para la competitividad. Distrito Federal, México.

Recuperado de https://www.redalyc.org/pdf/4560/456045208006.pdf

EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.
CEL 2282386072
PONCIANO ARRIAGA 15, DESPACHO 101.
COLONIA TABACALERA
DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC
C.P. 06030. MÉXICO, D.F. TEL. (55) 55660965
www.redibai.org
redibai@hotmail.com

Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (607-8617)
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.
No. de ejemplares: 200
Presentación en medio electrónico digital: Cd-Rom formato PDF 10 MB
Fecha de aparición 26/11/2020
ISBN 978-607-8617-88-3
Derechos Reservados © Prohibida la reproducción total o parcial de este libro en cualquier forma o medio sin permiso escrito de la editorial.

INNOVACIÓN EMPRESARIAL ESTRATÉGICA

CASOS Y APLICACIONES

COORDINADORES

Celso Ramón Sarmiento Reyes, Iliana Díaz de León Flores, Sandra Aidee Olivares Bautista, Verónica Velázquez Romero.

AUTORES

Adrián Romero Peña, Alicia Corina García Moyano Romero, Ana Graciela Pérez Solís, Anabel Martínez Guzmán, Carlos Alberto Castillo Salas, Carolina Sac Nicte Méndez González, Celso Ramón Sarmiento Reyes, César Augusto Severino Parra, Edalid Álvarez Velázquez, Ernesto Lince Olguin, Esteban Cruz Luis, Evelin Salgado Morales, Facundo Enrique Pacheco Rojas, Gabriel Arturo Soto Ojeda, Guadalupe Perez Cervantes, Iliana Díaz de León Flores, Israel Crecencio Mazario Triana, Iván de Jesús Ceballos Grajales, Josefina Cuevas Rodríguez, Karla Paola García Moyano Romero, Lázaro Salas Benítez, Leonardo Flores Barrios, Loida Melgarejo Galindo, Luis Alejandro Gazca Herrera, Marco Antonio Diaz Ramos, Margarita Dávila Hernández, Maria de los Angeles Acosta Soberano, María Eugenia Amador Murguía, Maribel Martinez Lee, Mauro Antonio Villanueva Lendechy, Norma Delia Reyes Muñoz, Oralia Elorza Martínez, Rafael Martínez Peláez, Rebeca Díaz Téllez, Rosalía Janeth Castro Lara, Samuel Garrido Roldán, Sandra Aidee Olivares Bautista, Sandra Elba Delgado Soto, Saulo Sinforoso Martínez, Uriel Cambrón Hernández, Vanessa Alejandra Delgado May, Veronica Romo López, Verónica Uscanga Hernandez, Verónica Velázquez Romero, Ximena Montserrat Zárate Hernández, Zandra Elizabeth Franco Cruz.

RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.

RED IBAI

ISBN: 978-607-8617-88-3