

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL



COORDINADORES
DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ
MILAGROS CANO FLORES
BRISSA SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ
JOSÉ ADRIÁN ROMERO PEÑA



ISBN:978-607-99603-0-8

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

COORDINADORES

DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ
MILAGROS CANO FLORES
BRISSA SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ
JOSÉ ADRIÁN ROMERO PEÑA

AUTORES

ABIGAIL MARIN MORALES, ADAHÍ CONTRERAS FLORES, ADRIANA PÉREZ TELLO, ALEJANDRA MENDOZA REYNOSO, ALICIA PERALTA MAROTO, ANA GRACIELA PÉREZ SOLÍS, ANAHÍ ROSAS HERRERA, ANAÍ GRACIELA ARITZMENDI HERNÁNDEZ, ARIELA AGUIRRE LÓPEZ, ARTURO MUÑOZ CAMACHO, BRISSA SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ, CAMERINA QUEVEDO VALENZUELA, CARLOS EDUARDO HERNÁNDEZ PIÑERO, CARLOS HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, CESAR PACHECO GUTIÉRREZ, CLAUDIA HERNÁNDEZ ORTIZ, DAMARIS ITZAYANA GÓMEZ OLMOS, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ, DANIEL BELLO PARRA, DANIEL PÉREZ SOTO ROMERO, DIANA PATRICIA GONZÁLEZ SÁNCHEZ, DOREIDY MELGAREJO GALINDO, EBER JARDIEL PÉREZ ZUÑIGA, EDALID ALVAREZ VELÁZQUEZ, EFREN DAVID TURRIZA BORGES, ERIKA LUCERO LARA GÓMEZ, FERNANDO SOLER GÓMEZ, GUADALUPE DEL SAGRARIO FUENTES SALAZAR, HAYDEE NANCY ALVARADO ROMERO, ISABEL LIRA VÁZQUEZ, ISRAEL BECERRIL ROSALES, ITZEL JHOANY RIVERA AMAYA, JANETH PÉREZ MARTÍNEZ, JANETH RAMOS LÓPEZ, JAZMÍN BALDERRÁBANO BRIONES, JERSON MÜLLER TEJEDA, JORGE UBALDO JACOBO SÁNCHEZ, JOSÉ ADRIÁN ROMERO PEÑA, JUAN MANUEL ORTIZ GARCÍA, JUANA MÉNDEZ MONTEJO, KARLA IVONNE VÁSQUEZ MEDINA, LÁZARO DE JESÚS GARCÍA DÍAZ, LÁZARO SALAS BENÍTEZ, LIBNI JANAI SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, LINDA JOHANA GONZÁLEZ MORENO, LISSETH RIVERA AGUIRRE, LOIDA MELGAREJO GALINDO, LUIS ALBERTO DELFÍN BELTRÁN, LUIS CRUZ KURI, LUIS MANUEL CUEVAS PADILLA, LYTTY ITZAYANA HERRERA LINARES, MARGARITA LIMÓN MENDOZA, MARIA DEL CARMEN CHULIM LOPEZ, MARÍA ELENA PENSADO FERNÁNDEZ, MAYTE PULIDO CRUZ, METZY BEATRIZ GUEVARA HERNÁNDEZ, MILAGROS CANO FLORES, MONSERRAT COUTIÑO PAVÓN, MONTSERRAT ACOSTA CADENAS, NANCY ALARCÓN SOLÍS, PATRICIA GUADALUPE MORA NEGRETE, PEDRO JOSE RIVERO TURRIZA, RAÚL MANUEL ARANO CHÁVEZ, RAÚL PALMA MORA, RAZIEL MELLA VALDEZ, RENE ÁLVAREZ FERNÁNDEZ, ROSALÍA JANETH CASTRO LARA, SAULO SINFOROSO MARTÍNEZ, SINUHE DE JESÚS ABURTO SANTOS, VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY, VERANIA SENTIES BORBONIO, VICTOR EMMANUEL HIGAREDA ARANO, YESSICA CITLALI NAVA FERNÁNDEZ, YOLANDA RAMÍREZ VÁZQUEZ, ZULEYMA DOMÍNGUEZ DOMÍNGUEZ

EDITORIAL

©RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. 2021



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: 978-607-99603-0-8



Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.
(978-607-995621)
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.
No. de ejemplares: 2
Presentación en medio electrónico digital: PDF 10 MB
Fecha de aparición 13/12/2021
ISBN 978-607-99603-0-8

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

COORDINADORES

DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ

MILAGROS CANO FLORES

BRISSA SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ

JOSÉ ADRIÁN ROMERO PEÑA

AUTORES

ABIGAIL MARIN MORALES, ADAHÍ CONTRERAS FLORES, ADRIANA PÉREZ TELLO, ALEJANDRA MENDOZA REYNOSO, ALICIA PERALTA MAROTO, ANA GRACIELA PÉREZ SOLÍS, ANAHÍ ROSAS HERRERA, ANAÍ GRACIELA ARITZMENDI HERNÁNDEZ, ARIELA AGUIRRE LÓPEZ, ARTURO MUÑOZ CAMACHO, BRISSA SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ, CAMERINA QUEVEDO VALENZUELA, CARLOS EDUARDO HERNÁNDEZ PIÑERO, CARLOS HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, CESAR PACHECO GUTIÉRREZ, CLAUDIA HERNÁNDEZ ORTIZ, DAMARIS ITZAYANA GÓMEZ OLMOS, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ, DANIEL BELLO PARRA, DANIEL PÉREZ SOTO ROMERO, DIANA PATRICIA GONZÁLEZ SÁNCHEZ, DOREIDY MELGAREJO GALINDO, EBER JARDIEL PÉREZ ZUÑIGA, EDALID ALVAREZ VELÁZQUEZ, EFREN DAVID TURRIZA BORGES, ERIKA LUCERO LARA GÓMEZ, FERNANDO SOLER GÓMEZ, GUADALUPE DEL SAGRARIO FUENTES SALAZAR, HAYDEE NANCY ALVARADO ROMERO, ISABEL LIRA VÁZQUEZ, ISRAEL BECERRIL ROSALES, ITZEL JHOANY RIVERA AMAYA, JANETH PÉREZ MARTÍNEZ, JANETH RAMOS LÓPEZ, JAZMÍN BALDERRÁBANO BRIONES, JERSON MÜLLER TEJEDA, JORGE UBALDO JACOBO SÁNCHEZ, JOSÉ ADRIÁN ROMERO PEÑA, JUAN MANUEL ORTIZ GARCÍA, JUANA MÉNDEZ MONTEJO, KARLA IVONNE VÁSQUEZ MEDINA, LÁZARO DE JESÚS GARCÍA DÍAZ, LÁZARO SALAS BENÍTEZ, LIBNI JANAI SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, LINDA JOHANA GONZÁLEZ MORENO, LISSETH RIVERA AGUIRRE, LOIDA MELGAREJO GALINDO, LUIS ALBERTO DELFÍN BELTRÁN, LUIS CRUZ KURI, LUIS MANUEL CUEVAS PADILLA, LYTTY ITZAYANA HERRERA LINARES, MARGARITA LIMÓN MENDOZA, MARIA DEL CARMEN CHULIM LOPEZ, MARÍA ELENA PENSADO FERNÁNDEZ, MAYTE PULIDO CRUZ, METZY BEATRIZ GUEVARA HERNÁNDEZ, MILAGROS CANO FLORES, MONSERRAT COUTIÑO PAVÓN, MONTSERRAT ACOSTA CADENAS, NANCY ALARCÓN SOLÍS, PATRICIA GUADALUPE MORA NEGRETE, PEDRO JOSE RIVERO TURRIZA, RAÚL MANUEL ARANO CHÁVEZ, RAÚL PALMA MORA, RAZIEL MELLA VALDEZ, RENE ÁLVAREZ FERNÁNDEZ, ROSALÍA JANETH CASTRO LARA, SAULO SINFOROSO MARTÍNEZ, SINUHE DE JESÚS ABURTO SANTOS, VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY, VERANIA SENTIES BORBONIO, VÍCTOR EMMANUEL HIGAREDA ARANO, YESSICA CITLALI NAVA FERNÁNDEZ, YOLANDA RAMÍREZ VÁZQUEZ, ZULEYMA DOMÍNGUEZ DOMÍNGUEZ

INDICE

LA IMPORTANCIA DE LA CRISIS SANITARIA EN LAS MIPYMES DEL MUNICIPIO DE ÚRSULO GALVÁN, VERACRUZ

BRISSA SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ, JOSÉ MANUEL CASTILLO RAMÍREZ, JOSÉ ADRIÁN ROMERO PEÑA, ANA GRACIELA PÉREZ SOLÍS

1

INFRAESTRUCTURA EN EL SECTOR TURÍSTICO-HOTELERO DE LA LOCALIDAD DE LA ANTIGUA, MUNICIPIO DE LA ANTIGUA, VERACRUZ

BRISSA SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ, JOSÉ ADRIÁN ROMERO PEÑA, ANA GRACIELA PÉREZ SOLÍS

9

EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN EMPRESAS DE CIUDAD CARDEL, VERACRUZ

DOREIDY MELGAREJO GALINDO, LOIDA MELGAREJO GALINDO, ROSALÍA JANETH CASTRO LARA, JUANA MÉNDEZ MONTEJO

23

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE UNA MIPYME

MONSERRAT COUTIÑO PAVÓN, ZULEYMA DOMÍNGUEZ DOMÍNGUEZ, NANCY ALARCÓN SOLÍS, PATRICIA GUADALUPE MORA NEGRETE

34

ESTRATEGIAS DEL CONTROL INTERNO PARA UNA MIPYME: VENTAJAS Y DESVENTAJAS

ABIGAIL MARÍN MORALES, LINDA JOHANA GONZÁLEZ MORENO, ADRIANA PÉREZ TELLO, PATRICIA GUADALUPE MORA NEGRETE

46

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES MERCANTILES COMO ALTERNATIVA DE EMPRENDIMIENTO EN LOS NEGOCIOS

MARGARITA LIMÓN MENDOZA, MAYTE PULIDO CRUZ, ISABEL LIRA VÁZQUEZ

57

GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA MICROEMPRESA: ANÁLISIS DE ESTUDIO DE CASO ACADÉMICO

ALICIA ZÚÑIGA SÁNCHEZ, SINUHE DE JESÚS ABURTO SANTOS

77

VENTAJAS FINANCIERAS Y FISCALES DE LAS AGROEMPRESAS EN EL SECTOR CITRÍCOLA EN ALAMO, VERACRUZ

LÁZARO SALAS BENÍTEZ, EDALID ÁLVAREZ VELÁZQUEZ, ARTURO MUÑOZ CAMACHO, SAULO SINFOROSO MARTÍNEZ

89

REESTRUCTURACIÓN DEL SISTEMA DE ATENCIÓN A QUEJAS Y RECLAMOS

ISRAEL BECERRIL ROSALES, LÁZARO DE JESÚS GARCÍA DÍAZ

101

IMPLEMENTACIÓN DE LAS 5´S PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL ÁREA DE SERVICIOS DE UNA AGENCIA AUTOMOTRIZ

SABY MONSERRAT HERNÁNDEZ MEDINA, ISRAEL BECERRIL ROSALES

116

ESTADOS FINANCIEROS COMO FACTOR CLAVE EN LAS MIPYMES

DIANA PATRICIA GONZÁLEZ SÁNCHEZ, RAÚL PALMA MORA, VERANIA SENTIES BORBONIO, PATRICIA
GUADALUPE MORA NEGRETE
136

**DIAGNÓSTICO BAJO LA NORMATIVIDAD NACIONAL VIGENTE EN UNA EMPRESA
PRODUCTORA DE ALIMENTOS BALANCEADOS**

ALICIA PERALTA MAROTO, YESSICA CITLALI NAVA FERNÁNDEZ, DANIEL BELLO PARRA
148

**SOFTWARES UTILIZADOS POR LAS EMPRESAS PARA INCREMENTAR LA
PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LA MODALIDAD DE HOME OFFICE**

LIBNI JANAI SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, RAZIEL MELLA VALDEZ, CARLOS EDUARDO HERNÁNDEZ PIÑERO, RAÚL
MANUEL ARANO CHÁVEZ
160

**HOME OFFICE, UN ARMA DE DOBLE FILO: IMPULSAR LOS BENEFICIOS Y DISMINUIR LOS
INCONVENIENTES DE ESTA NUEVA HERRAMIENTA EN LAS ORGANIZACIONES**

ANAHÍ ROSAS HERRERA, ITZEL JHOANY RIVERA AMAYA, KARLA IVONNE VÁSQUEZ MEDINA
174

**TWITCH: LA PLATAFORMA DE STREAMING Y RED SOCIAL PARA CREADORES DE
CONTENIDO**

GUADALUPE DEL SAGRARIO FUENTES SALAZAR, FERNANDO SOLER GÓMEZ, RAÚL MANUEL ARANO
CHÁVEZ
188

**LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN APLICADOS EN LA TOMA DE DECISIONES EN LAS
ORGANIZACIONES Y SU RELACIÓN CON EL COVID 19.**

CARLOS HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, LUIS ALBERTO DELFÍN BELTRÁN, RAÚL MANUEL ARANO CHÁVEZ
204

**CONDICIONES LABORALES Y CALIDAD DE VIDA: UN ACERCAMIENTO AL ESTADO DEL
ARTE**

DANIEL PÉREZ SOTO ROMERO, MILAGROS CANO FLORES
229

**REGIMEN DE INCORPORACIÓN FISCAL: IMPACTO GENERADO EN EL COMERCIO
INFORMAL Y RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS**

JANETH PÉREZ MARTÍNEZ, VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY
247

**MOTIVACIÓN COMO FACTOR DE PRODUCTIVIDAD EN LAS EMPRESAS DE CIUDAD
CARDEL, VERACRUZ**

DOREIDY MELGAREJO GALINDO, LOIDA MELGAREJO GALINDO, JERSON MÜLLER TEJEDA, ROSALÍA JANETH
CASTRO LARA, DAMARIS ITZAYANA GÓMEZ OLMOS
258

**IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN DESTINOS
TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ÚRSULO GALVÁN, VERACRUZ.**

LOIDA MELGAREJO GALINDO, DOREIDY MELGAREJO GALINDO, ROSALÍA JANETH CASTRO LARA, VICTOR
EMMANUEL HIGAREDA ARANO
268

ANÁLISIS DE FACTORES QUE IMPACTAN EL ÍNDICE DE ROTACIÓN DE PERSONAL EN UNA SUCURSAL AUTOMOTRIZ

ANAÍ GRACIELA ARITZMENDI HERNÁNDEZ, ALEJANDRA MENDOZA REYNOSO, VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY
281

ESTUDIO DE ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE EMPRESARIOS MADEREROS DE LA REGIÓN ORIENTE DE MICHOACÁN

VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY, ANAÍ GRACIELA ARITZMENDI HERNÁNDEZ, ALEJANDRA MENDOZA REYNOSO
291

AVANCES EN ESTUDIO PARA IDENTIFICAR PRODUCTOS CUYA TRANSFORMACIÓN EN LOS POLOS DE DESARROLLO DEL ISTMO DE TEHUANTEPEC REPRESENTA VENTAJAS COMPARATIVAS EN EL MARCO DEL TMEC.

LUIS MANUEL CUEVAS PADILLA, LUIS CRUZ KURI
308

ANÁLISIS DE LAS ÁREAS FUNCIONALES DE LAS MIPYMES EN EL MUNICIPIO DE FELIPE CARRILLO PUERTO, QUINTANA ROO.

PEDRO JOSE RIVERO TURRIZA, EFREN DAVID TURRIZA BORGES, MARÍA DEL CARMEN CHULIM LÓPEZ
324

FACTORES QUE GENERAN EL TECHO DE CRISTAL EN LA ALTA DIRECCIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR INDUSTRIAL DEL CORREDOR BRUNO PAGLIAI DEL PUERTO DE VERACRUZ

ARIELA AGUIRRE LÓPEZ, YOLANDA RAMÍREZ VÁZQUEZ
335

TECNOLOGÍA DIGITAL: HACIA UN CAMBIO DE CULTURA EN LAS ORGANIZACIONES EDUCATIVAS

ANA AURORA FERNÁNDEZ MAYO, JOSEFINA CUEVAS RODRÍGUEZ
342

EL TRADING COMO ALTERNATIVA DIGITAL FINANCIERA PARA INVERSORES EMERGENTES

ERIKA LUCERO LARA GÓMEZ, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ, EBER JARDIEL PÉREZ ZUÑIGA
357

PASOS EN EL DISEÑO Y ORGANIZACIÓN DE UNA PERSONA MORAL

CAMERINA QUEVEDO VALENZUELA, CLAUDIA HERNÁNDEZ ORTIZ, HAYDEE NANCY ALVARADO ROMERO
375

ORIENTACIÓN EN PROYECTOS DE RESIDENCIA PROFESIONAL DE ING. EN GESTIÓN EMPRESARIAL EN EL ITSX PARA BRINDAR IMPACTO EN EL CRECIMIENTO DE LAS MIPYMES VINCULADAS AL ITSX

JANETH RAMOS LÓPEZ, RENE ÁLVAREZ FERNÁNDEZ, CESAR PACHECO GUTIÉRREZ, ADAHÍ CONTRERAS FLORES, LISSETH RIVERA AGUIRRE
399

ANÁLISIS DE DATOS PARA MARKETING DIGITAL: CASO DE ESTUDIO MIPYMES DEL MUNICIPIO DE ÚRSULO GALVÁN, VERACRUZ.

MONTSERRAT ACOSTA CADENAS, JAZMÍN BALDERRÁBANO BRIONES, METZY BEATRIZ GUEVARA HERNÁNDEZ, LYTZY ITZAYANA HERRERA LINARES
420

LA IMPORTANCIA DE LA CRISIS SANITARIA EN LAS MIPYMES DEL MUNICIPIO DE ÚRSULO GALVÁN, VERACRUZ

BRISSA SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ¹, JOSÉ MANUEL CASTILLO RAMÍREZ², JOSÉ ADRIÁN ROMERO PEÑA³, ANA GRACIELA PÉREZ SOLÍS⁴.

RESUMEN

Las grandes barreras que hoy en día azotan a la empresa es que cuenta con poco personal, en ocasiones se siguen teniendo fallas técnicas, las medidas de seguridad de los trabajadores no se cumplen en orden y se tiene poca adaptabilidad en ocasiones de emergencias sanitarias. Esto mismo amenaza en gran medida a la empresa ya que la competencia en el mercado es cada vez más reñida y la economía en el país es muy inestable ocasionando en gran medida inflación y desempleo, esto ha ocasionado que el súper neto se vea intimidado por las marcas más reconocidas, que cuentan con un lugar muy prestigioso dentro del nicho.

Palabras Clave: Barreras, Competencia, Desempleo.

ABSTRACT

The great barriers that today plague the company is that it has few personnel, sometimes there are still technical failures, the safety measures of the workers are not complied with in order and there is little adaptability in times of health emergencies.

This same threat to a great extent to the company since competition in the market is increasingly fierce and the economy in the country is very unstable, causing inflation and unemployment to a large extent, this has caused the net super to be intimidated by the most recognized brands, which have a very prestigious place within the niche.

Keywords: Barriers: Competition, Unemployment.

¹ Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. brissasanchez@hotmail.com

² Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. bebote20_17@hotmail.com

³ Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván.
a.romero@itursulogalvan.edu.mx

⁴ Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. gracik_06@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

La presente investigación postula la importancia y el efecto que tuvo la pandemia de covid-19 en las MiPymes del municipio de Ursulo Galván, ya que muchos negocios de toda la región cerraron sus puertas durante periodos prolongados el año pasado, ya que las sociedades implementaron confinamientos por COVID-19 y se le pidió a la gente quedarse en casa.

Debido a que no se cuenta con recursos algunos de esos negocios no volverán a abrir, ya que la situación que se estaba viviendo no les permitió seguir con sus actividades y tampoco obtener recursos de sus ventas.

Se logra visualizar las estrategias de prevención que están implementando las MiPymes para poder seguir laborando de una manera segura. También se menciona a la transformación digital, esta es de suma importancia para las empresas y el cómo va ayudando y capacitando en nuevos ámbitos a las empresas.

También existen retos a los que se enfrentan las Pymes, uno de los principales desafíos a afrontar en la nueva realidad son clientes con poder de compra y la capacidad de adaptarse a las nuevas tecnologías. Para las microempresas, los clientes con poder de compra es el principal reto, mientras que para las medianas es la capacidad de adaptación a la nueva medida sanitaria.

Adaptarse a un nuevo modelo de trabajo bajo la supervisión y la modificación del ambiente laboral hace de alguna manera que el trabajo dentro de las pymes sea cada vez más difícil.

DESARROLLO

Antecedentes

La difícil situación económica que generó la pandemia causada por el “coronavirus” o mejor denominado como “COVID-19”, llevó a muchos mexicanos a repensar sus gastos para resistir los embates que les dejó la crisis económica. La crisis sanitaria de Covid-19 trajo consigo un gran número de restricciones para las sociedades, comenzando por el confinamiento de las personas en sus casas, que se tuvieron que seguir al pie de la letra para evitar que se registraran constantes incrementos en los contagios del virus.

Fueron todos estos lineamientos los que, paulatinamente, mermaron las economías, incluyendo la mexicana, la cual, tan sólo durante los 12 meses pasados, registró una caída de alrededor de 9%, de acuerdo con estimaciones del Banco de México (Banxico).

Este descenso significó grandes afectaciones para la mayoría de los sectores de negocio en México, mismas que acabaron por verse reflejadas en la propia gente de a pie, que debió adaptarse a esas dificultades para sobrevivir a esta situación.

El estado de Veracruz se vio ampliamente afectado por las consecuencias de esta pandemia dejando a todas las familias y empresas con un panorama incierto con respecto a su futuro. En el caso del Municipio de Ursulo Galván, que se encuentra ubicado en la zona centro del Estado. Que limita al norte con Actopan, al este con el golfo de México, al sur con Puente Nacional.

La situación no presento una gran diferencia con respecto a cualquier panorama ya visto, la situación que se presentó de los contagios diarios por COVID-19 en Ursulo Galván fue muy fluctuante presentando su menor índice de contagios durante los meses de febrero-mayo del 2021 y teniendo su mayor pico en el mes de julio-agosto del presente año.

En Úrsulo Galván, siendo un municipio con una base económica apegada en las actividades como son la agricultura, ganadería, pesca y turismo. Se mantuvo en amplio crecimiento gracias al surgimiento diferentes innovaciones que lograron elevar la economía de esta región sobresaliendo en gran medida, como lo son el gran número de pequeñas y medianas empresas que se implantaron en la región y que con la presente situación ya mencionada se ven afectadas de una manera considerable.

Problemática

En los casos en que las empresas que no pudieron cubrir los costes acumulados ante la caída de las ventas, se vieron empujadas más allá de sus umbrales de supervivencia. En particular, no todas las empresas se han visto afectadas por la COVID-19 por igual. Por supuesto, el sector al que pertenece la empresa es muy importante; por ejemplo, en el sector del turismo se ha visto especialmente afectado por el COVID-19. Sin embargo, más allá del sector de la empresa, su tamaño

también es importante. A menudo, las empresas más grandes pueden tener una mayor capacidad para capear una crisis como la del COVID-19, por ejemplo, si su tamaño les permite acumular una mayor reserva de efectivo, obtener un acceso más fácil a la financiación, invertir en infraestructura de teletrabajo, adaptarse a la prestación de servicios de entrega a domicilio o diversificar su negocio en múltiples ubicaciones, como ya lo mencionamos es casi imposible que una mipyme en la región de Úrsulo Galván pueda implementar todas esas estrategias. Sin embargo, tras el confinamiento, los negocios que sobrevivieron fueron poco a poco retomando su actividad. En determinados sectores, la presencialidad de los trabajadores es fundamental.

También en algunas MiPymes se habían implantado sistemas de trabajo en remoto, se empezaron a incorporar a sus empleados por turnos. En cualquiera de los casos es necesario tomar una serie de precauciones con el fin de evitar contagios entre compañeros.

En el municipio se establecieron una serie de medidas de higiene, de organización y de prevención para la protección de los centros de trabajo. Además, incorporo un protocolo de actuación en caso de contagio o sospecha, así como una serie de consejos para los empleados.

Estrategias de prevención en la MiPymes

La higiene es una de las principales medidas de prevención contra el “COVID-19”. A nivel personal para cada trabajador de cada MiPyme es fundamental el lavado constante de manos con agua y jabón.

En los puestos en los que no se puede acceder a un lavabo con jabón de forma habitual, se instalaron o se pusieron en uso varios puestos con soluciones hidroalcohólicas para poder mantener esta higiene tanto como para trabajadores como para clientes. Asimismo, se debe evitar tocarse la cara a pesar de tener limpias las manos y toser o estornudar siempre en pañuelos desechables.

En lo que se refiere al establecimiento, la ventilación es básica. Deben abrirse puertas y ventanas de manera regular y frecuente (si no permanecen siempre abiertos) para que se renueve el aire interior. En caso de tener un sistema de ventilación mecánica, es preciso vigilar que los flujos de aire que se introduzcan

sean adecuados para la correcta renovación de aire. También es importante que se limpie y desinfecte todas las instalaciones, teniendo especial cuidado con pomos, superficies, teléfonos, etc.

Para conseguir que las empresas estén seguras, se estableció que se debe mantener la distancia entre personas de unos dos metros. En este sentido, tanto al entrar como al salir del establecimiento, así como durante el proceso laboral, es necesario que se cumpla esta distancia interpersonal. Por supuesto, el contacto estrecho entre compañeros debe ser nulo. La utilización de mascarillas fue una cuestión obligatoria en cada una de las MiPymes de la región ya que sin este no te dejan pasar, el uso también de paneles o demás equipos de protección para los empleados, deberán implantarse en función del número de trabajadores y de las dimensiones del espacio. También se deben considerar los trabajos en los que sea necesario el uso de mascarillas especiales.

Estrategias de adaptación de las MiPymes:

La pandemia afecta a las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de municipio, al igual que en todo el estado e incluso el país obligándolas modificar su ambiente de trabajo como su modo de trabajo, las Pymes son una fuente primaria de empleo en la región y un proveedor clave de bienes y servicios para una gran parte de la población. Se tiene presente que las Pymes representan un sustento y vía de superación en la población, así como también apoya al mejoramiento del comercio. Para comprender el impacto de la pandemia en las Pymes de Úrsulo Galván se tiene que tener claro que muchas empresas al cerrar sus puertas tuvieron que adaptarse a las condiciones de una nueva “realidad”.

Ante la búsqueda de condiciones de adaptabilidad surgieron nuevas maneras de comercio que ayudaron al surgimiento de técnicas en las cuales las MiPymes fueron implementando, una de ellas fue el uso de herramientas digitales para su supervivencia, por lo que están atravesando por cambios relevantes en materia de transformación digital. Así que, desde el inicio de la contingencia sanitaria, la conectividad y el uso de la tecnología se ha convertido en un factor indispensable en el municipio para la supervivencia y el crecimiento de las Pymes, es una tendencia que se mantendrá en los próximos años. Las empresas han cambiado

sus modelos de negocio ya sea con servicios a domicilio, citas, venta en línea o incursionando en otros sectores.

Desde hace ya varios años, las Pymes de Úrsulo Galván habían venido incorporando la tecnología poco a poco, sin embargo, la pandemia ha hecho que se dé un salto significativo al entender que es un factor necesario para su transformación y para así poder sobresalir ante la gran oferta que existe en el mercado.

Dentro de los cambios tecnológicos que las Pymes han implementado ante la pandemia destacan el trabajo online, seguido de la reinención del objetivo de negocio, la adopción de tecnologías y las estrategias de marketing digital.

Para las micro, el aspecto más relevante fue la reinención del objetivo y la estrategia del negocio. Sin embargo, las micro y las pequeñas empresas que realizaron cambios en Úrsulo Galván, destacan la adquisición y/o cambio de equipos de cómputo portátiles. Por su parte, las empresas medianas priorizaron el software para video llamadas y el almacenamiento en la nube.

CONCLUSIONES

En conclusión, la pandemia covid-19 represento un gran reto para las MiPymes de Úrsulo Galván, ya que ocasiono una gran pérdida económica todo esto gracias a que no se podía llevar a cabo el comercio como habitualmente lo realizábamos, toda esta situación fue escalando de una manera alarmante, de un momento a otro se cerraron todos los establecimientos ocasionando que las empresas tomaran medidas para poder adaptarse y lograr mitigar un poco los estragos de esta pandemia implementando medidas que permiten salvaguardar a los trabajadores y los clientes a través de implantación de una cultura de higiene y desinfección. Así como también implementar nuevos conocimientos como lo son la digitalización y el uso de nuevas redes de comercio como lo son las redes sociales y el comercio online. Todo esto trae consigo la infra estructuración tecnológica forjando así un modelo de comercio practico que nos permite tener un contacto tanto con los consumidores como con cualquier agente que influya dentro de la empresa.

Todo lo ya mencionado hace denotar que la pandemia de Covid-19 fue quien dictaminó las nuevas reglas de juego, si bien antes de que sucediera toda esta pandemia ya se incorporaba poco a poco la tecnología en el municipio, no se tenía en sí una base sólida de que este tipo de comercio fuera una opción rentable, pero hoy nos damos cuenta que se pensaba así porque no se había puesto en práctica. Se empezó como algo incierto y con un panorama poco alentador, orillo a la gran mayoría de MiPymes de la región a implementar medidas que ayudaron a forjar una cultura de ventas y así hacer saber la importancia que tuvo esta pandemia para el fortalecimiento del comercio trayendo consigo un nuevo y fresco panorama que permite a las empresas tener una manera de obtener recursos sin la necesidad de estar expuestos a un contagio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Argueta, E. M. (17 de Mar de 2021). El economista. Obtenido de El economista: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/La-reinvencion-de-las-pymes-a-un-ano-de-la-pandemia-20210317-0001.html>
- Calva, L. F. (2021). América Latina y el Caribe. Obtenido de América Latina y el Caribe: <https://www.latinamerica.undp.org/content/rblac/es/home/presscenter/director-s-graph-for-thought/small-businesses--big-impacts--supporting-productive-smes-as-an-.html>
- Hervás, L. V. (28 de Dic de 2020). CincoDías. Obtenido de CincoDías: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/12/23/pyme/1608711529_269819.html
- Medina, A. (22 de Feb de 2021). forbes. Obtenido de forbes: <https://www.forbes.com.mx/nuestra-revista-asi-ha-sido-la-crisis/>
- Mexico, D. (2021). Data Mexico. Obtenido de Data Mexico: <https://datamexico.org/es/profile/geo/ursulo-galvan>
- PyMES.org.mx. (2020). Directorio Empresarial. Obtenido de Directorio Empresarial: <https://pymes.org.mx/municipio/ursulo-galvan-9f97.html?municipio%http://www.microrregiones.gob.mx/cedulas/localidadesDin/c4d.asp?micro=ALAMO>
- Staff, F. (29 de Jul de 2021). forbes. Obtenido de forbes: <https://www.forbes.com.mx/webinar-la-digitalizacion-de-las-pymes-frente-a-la-crisis-sanitaria/>
- Unidas, N. (s.f.). Naciones Unidas. Obtenido de Naciones Unidas: <https://www.cepal.org/es/euromipyme/mipymes-covid-19>

INFRAESTRUCTURA EN EL SECTOR TURÍSTICO-HOTELERO DE LA LOCALIDAD DE LA ANTIGUA, MUNICIPIO DE LA ANTIGUA, VERACRUZ

BRISSA SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ¹, JOSÉ ADRIÁN ROMERO PEÑA², ANA GRACIELA PÉREZ SOLÍS³

RESUMEN

Actualmente, aunque La Antigua es un pequeño municipio ubicado cerca de la Ciudad y Puerto de Veracruz, es uno de los lugares turísticos más visitado por su riqueza cultural debido a que fue uno de los primeros asentamientos de los españoles. Para las personas que dependen de este lugar, es de gran importancia conocer con que infraestructura turística cuenta, es decir, cuáles son los elementos gastronómicos, arquitectónicos y publicitarios por lo que es conocido y visitado el municipio de La Antigua. El presente artículo científico pretende mostrar un diagnóstico de infraestructura turística utilizando la herramienta de Análisis FODA que nos permitirá conocer la fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con las que cuenta este importante recinto turístico.

Después de realizar el análisis FODA, se desea determinar estrategias que permitan mejorar la Infraestructura Turística que apoye a la promoción publicitaria de este lugar, considerado como el Primer Ayuntamiento de América Continental.

Palabras Clave: Estrategias, Publicidad, Empresa.

ABSTRACT

Currently, although La Antigua is a small municipality located near the City and Port of Veracruz, it is one of the most visited tourist places for its cultural richness because it was one of the first settlements of the Spanish.

¹ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. brissasanchez@hotmail.com

² Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván.
a.romero@itursulogalvan.edu.mx

³ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. gracik_06@hotmail.com

For the people who depend on this place, it is of great importance to know what tourist infrastructure it has, that is, what are the gastronomic, architectural and advertising elements for which the municipality of La Antigua is known and visited.

This scientific article aims to show a diagnosis of tourist infrastructure using the SWOT Analysis tool that will allow us to know the strengths, weaknesses, opportunities and threats that this important tourist area has.

After carrying out the SWOT analysis, it is desired to determine strategies that allow improving the Tourist Infrastructure that supports the advertising promotion of this place, considered as the First City Council of Continental America.

Keywords: Strategy, Advertising, Company

INTRODUCCIÓN

El Estado de Veracruz presenta un mayor desarrollo en el sector de turismo, ya que promociona su patrimonio histórico, natural y cultural, lo que genera riquezas económicas, fuentes para contribuir al desarrollo regional y la creación de empleos. El Municipio de La Antigua presenta un mayor grado de desarrollo en el sector terciario, lo cual se refleja en un coeficiente de especialización de 1.21 en servicios, seguido por el subsector comercio con un coeficiente de especialización de 0.98; respecto al sector secundario se observa un coeficiente de especialización de 0.97, y por último el sector primario con un coeficiente de 0.71. Enseguida se analizarán a detalle las principales actividades del sector terciario en las cuales se encuentra especializado el Municipio.

La Antigua localizada en el estado de Veracruz ofrece diversos tipos de turismo ya que posee elementos históricos y naturales, así como con una gran diversidad gastronómica gracias al río de Los Colibríes que ofrece una gran variedad de mariscos y pescados con los cuales se preparan gran variedad de platillos siendo el de Camarones Enchilotados uno de los principales.

Así mismo cuenta con un gran atractivo visual gracias a la vegetación tan extensa con la que cuenta el lugar, además de que se puede pescar, nadar o practicar algún deporte como son el rafting y kayak en el río Huitzilapan. O simplemente subir al

puente colgante que ahí se encuentra, el cual brinda una excelente vista panorámica del lugar.

En este lugar también se realizan diversas festividades y tradiciones, como el carnaval del lugar, el cual se realiza en el mes de marzo; también se celebra la Santa Cruz en los días del 1 al 5 de Mayo siendo el día tres el de más importancia por su gran simbolismo acuático, de fertilidad y crecimiento; por último se lleva a cabo la celebración de San Francisco de Asís realizada el 4 de octubre, siendo la fiesta patronal realizada en honor a San Francisco de Asís con una gran variedad de colores, música y danzas que se realizan.

ANTECEDENTES

La Antigua fue la primera villa europea institucionalizada en el Nuevo Mundo. Era conocida en ese entonces como La Villa Rica de la Vera cruz y hoy en día como La Antigua. Fue fundada por los conquistadores españoles en el año de 1519. La ciudad se ubica a orillas del río Huitzilapan o río de los Colibríes por donde Cortés llegó a México.

La magia de La Antigua recae en sus árboles milenarios, paredones en ruinas y arquitectura medieval. Un sitio donde la historia se puede oler en el piso y a través de las historias que la gente te cuenta. La ciudad alberga una gran cantidad de edificios que aumentan su misticidad. El ejemplo más grande de esto es la Casa de Hernán Cortés. Es considerado como el primer edificio puesto en América. Hoy en día sólo descansan sus viejas paredes, un cañón hallado en la playa y algunas ramas de árboles que otorgan un aspecto de leyenda al lugar.

La Parroquia del Cristo del Buen Viaje: construida a mediados del siglo XIX, en la cual se pueden observar pilas bautismales hechas por manos indígenas.

El Cuartel de Santa Anna: ubicado una cuadra atrás de la casa de Cortés, donde se encuentran las caballerizas de este personaje, el cual posteriormente se transformó en el cuartel que Santa Anna ocupó en la antigüedad, utilizada como fortaleza militar y como hospital por los frailes franciscanos.

El Cabildo: siendo una de las primeras construcciones españolas en América en el año de 1523, siendo sitio de poder durante un breve, pero histórico periodo en el siglo XVI.

Ermita del Rosario: primera iglesia de América Continental construida entre 1523 y 1524 por los frailes franciscanos, la cual tiene en su atrio para aprecio del público las 14 estaciones del vía crucis en los mosaicos de Talavera de la Reina y una pila bautismal labrada por los indígenas hecha de piedra volcánica de una sola pieza.

La Ceiba: único árbol que persiste donde se cree que Cortés amarró sus Carabelas.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Determinar la falta de infraestructura como factor de impacto en baja demanda turística en la localidad de La Antigua, Veracruz.

Objetivos específicos

- Conocer la realidad de la situación actual del turismo en La Antigua.
- Identificar si La Antigua cuenta con los elementos adecuados para una mejor infraestructura turística.
- Determinar que estrategias pueden ayudar a la localidad de La Antigua para que exista una mejor infraestructura y así que haya mayor demanda de turistas.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La localidad de La Antigua, sufre una situación crítica en cuanto al nivel bajo de afluencia turística, la cual afecta empresarios y residentes de la región debido a que el turismo deja una de las principales derramas económicas en el área.

El estado en el que se encuentra la infraestructura turística de la zona presenta carencias o calidad insuficiente al otorgar su producto y servicios. Algunos de sus elementos tales como alojamiento, restaurantes, calles y palapas, entre otros, se han deteriorado con el paso de los años debido a que no han recibido el mantenimiento adecuado, lo que habría ocasionado un bajo nivel de satisfacción y goce de sus demandantes.

JUSTIFICACIÓN

Actualmente, La Antigua no ha alcanzado un nivel alto de afluencia turística, situación que preocupa a empresarios de la zona, puesto que sus ganancias reflejan esta realidad. En consecuencia, se desea aumentar el número de turistas que acuden a la zona, por lo que es necesario contar con atributos que cubran sus necesidades, de tal modo que durante su estancia adquieran los productos y servicios ofertados para su disposición.

Sin embargo, se cree que las condiciones que guardan los componentes de su infraestructura turística no cubren la entera satisfacción de los turistas. Dado que lo anterior es un supuesto, con esta investigación se espera obtener información que indicara la veracidad del mencionado planteamiento.

Con el desarrollo de esta investigación se obtuvieron, asimismo, conocimientos teóricos que facilitaron abordar la problemática existente de manera adecuada, propiciando, por un lado, analizar la opinión de los turistas acerca del estado que presenta la infraestructura turística que ofrece la antigua y, por otro, identificar los elementos que a consideración de estos mismos debería ser incorporados.

HIPÓTESIS

- La falta de infraestructura impacta en baja demanda turística en la localidad de La Antigua, Veracruz.
- La falta de aprovechamiento de los recursos con los que cuenta la zona.
- La mala publicidad por parte de las autoridades correspondientes.

Análisis FODA

Tabla 1:Análisis FODA. Fuente: Elaboración Propia

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Forma parte del Estado de Veracruz • Patrimonio Histórico y Cultural • Diversidad Gastronómica • Tradiciones (Fiestas Patronales) • Zona Pesquera. • Cuentan con una Unidad de Manejo Ambiental (UMA) <i>El Colibrí: Granja de Cocodrilos.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tramitar recursos necesarios para activar la zona, atreves de convenios con el sector público, social o privado. • Proyectos por parte del Gobierno Federal y Estatal (Entrega de locales). • Generar actividades turísticas. • Realizar un Programa de concientización a la población de la importancia de la zona.

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de publicidad sobre la zona. • La falta de señalización para llegar al lugar. • Deterioro de la zona (Falta de mantenimiento en pavimentación, en infraestructura). • No existen zonas de hospedaje, casa de descanso, hoteles o moteles. • Mala administración por parte del municipio. • Falta de interés por parte de los habitantes. 	<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desastres naturales (inundaciones, temblores, tormentas tropicales, huracanes) • Delincuencia • Corrupción (falta de principios y valores) • Crisis económica • Zonas turísticas cercanas (Zempoala, Playa Chachalacas)
---	--

Matriz FODA

Tabla 2:Matriz FODA. Fuente: Elaboración Propia

<p>FACTORES INTERNOS</p>	<p>Fortalezas Forma parte del estado de Veracruz. Patrimonio Histórico y Cultura. Diversidad, Gastronómica. Tradicionales (Fiestas Patronales).</p>	<p>Debilidades Falta de Publicidad sobre la zona. Falta de señalización para llegar al lugar. Deterioro de la zona (Falta de mantenimiento en pavimentación, en infraestructura). No existen zonas de hospedaje, casa de descanso, hoteles o moteles. Falta de interés por parte de los habitantes.</p>
<p>FACTORES EXTERNOS</p>		
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tramitar recursos necesarios para activar la zona, a través de convenios con el sector público, social o privado. • Proyectos por parte del Gobierno (Entrega de Locales) • Generar Actividades Turísticas. • Realizar un Programa de concientización a la población de la importancia de la zona. 	<p>FO(MAXI-MAXI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar los proyectos por parte del gobierno para mejorar las actividades turísticas que se llevan a cabo en la localidad de La Antigua, para poder generar nuevas actividades turísticas el cual llame la atención a los turistas. • Gestionar recursos por parte del gobierno Federal y Estatal para realizar eventos culturales que realcen la belleza de la localidad. 	<p>DO(MINI-MAXI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Debido a la falta de mantenimiento en la infraestructura aprovechar los recursos económicos que brinda el gobierno para mejorar la vista de la localidad. • Buscar convenios que ayude a la comunidad a tener un mejor ingreso.
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desastres naturales (Inundaciones, temblores, tormentas tropicales, huracanes). • Delincuencia. • Corrupción (Falta de Principios y Valores) • Crisis Económica. 	<p>FA(MAXI-MINI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exponer la situación actual de inseguridad a las autoridades correspondientes para realizar un convenio que solucione la inseguridad en la localidad. • Lanzar diversas promociones que atraigan a los consumidores. 	<p>DA(MINI-MINI)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promover programas de capacitación para que las personas aprovechen las oportunidades que brinda esta localidad, así como ayudar a que las personas tengan interés por su comunidad. • Crear alianzas con diversas empresas para aumentar sus ganancias y poco a poco salir de la crisis que se encuentra.

Tamaño de la Muestra

Cálculo del Tamaño de la Muestra conociendo el Tamaño de la Población.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se desconoce el tamaño de la Población es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Utilizaremos:

Seguridad = 95%

Precisión = 3%

Proporción esperada = asumamos que puede ser próxima al 5% (0.05); si no tuviese ninguna idea de dicha proporción utilizaríamos el valor p = 0.5 (50%) que maximiza el tamaño muestra,

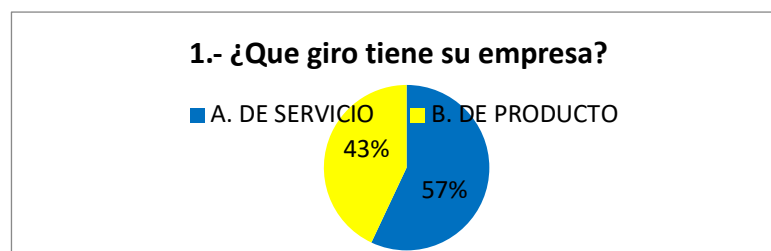
Población: 14

$N = ((14 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95) / (0.03^2) + 14 - 1) = 13$

Instrumento de Medición

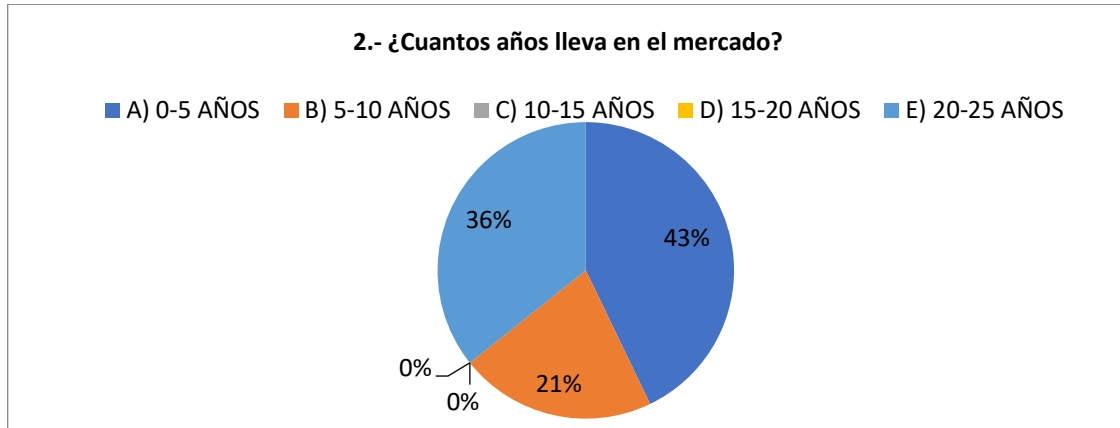
El Instrumento de Medición para este Análisis es un cuestionario acerca del Estudio de Mercado de Empresas Turísticas de la localidad de La Antigua, Municipio de la Antigua.

RESULTADOS



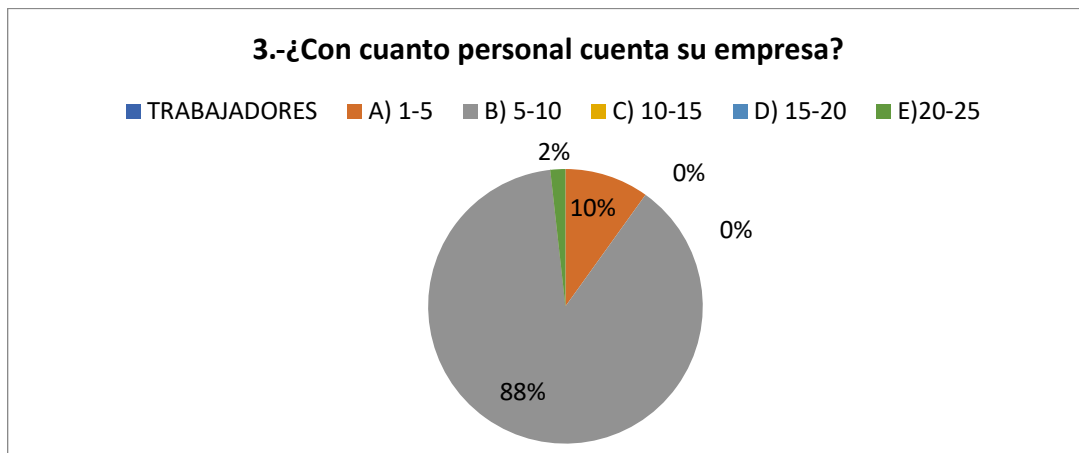
Gráfica 1: Pregunta 1. Fuente: Elaboración Propia

El 57% de las personas encuestadas respondieron que el giro de su empresa es de servicio contra el 43% que su giro es de producto.



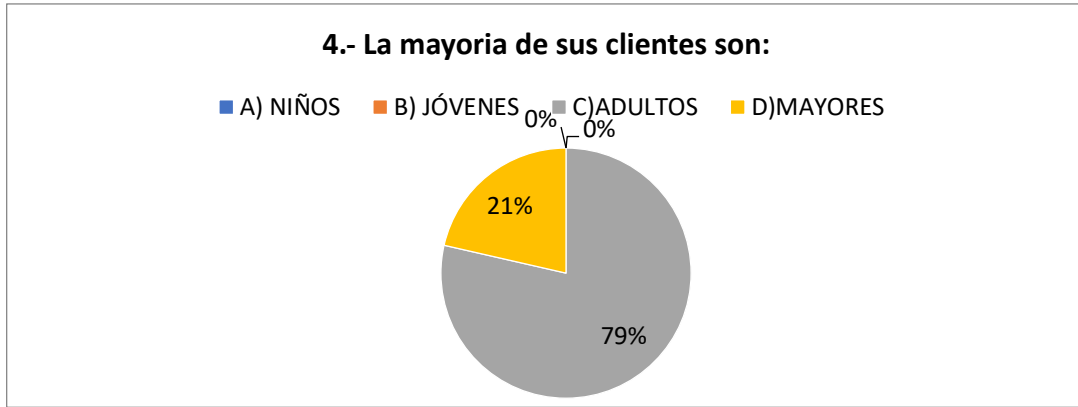
Gráfica 2: Pregunta 2. Fuente: Elaboración Propia

El 43% de las personas encuestadas respondieron que llevan de 0-5 años en el mercado y las demás tienen un rango de los 15- a 25 años siendo más antiguas que las demás empresas.



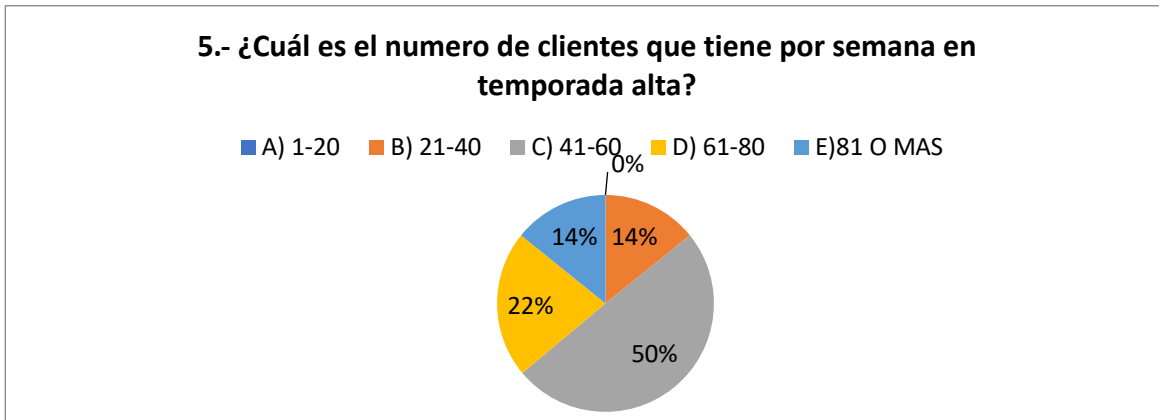
Gráfica 3: Pregunta 3. Fuente: Elaboración Propia

El 88% de las personas encuestadas respondieron que de 5-10 personas trabajan en su empresa, las demás empresas son más pequeñas y por ellos solo ocupan de 1 a 3 personas trabajadoras.



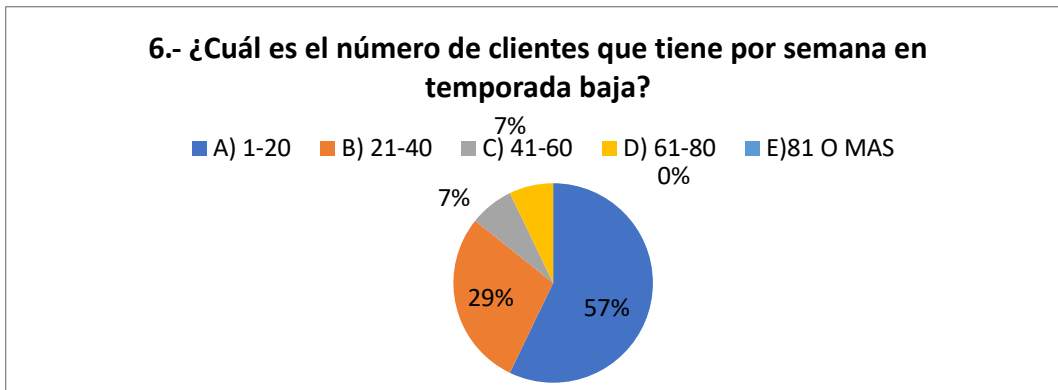
Gráfica 4: Pregunta 4. Fuente: Elaboración Propia

El 79% de las personas encuestadas respondieron que la mayoría de sus clientes son adultos. Y un 21 % de las empresas situadas ahí dicen que son personas mayores.



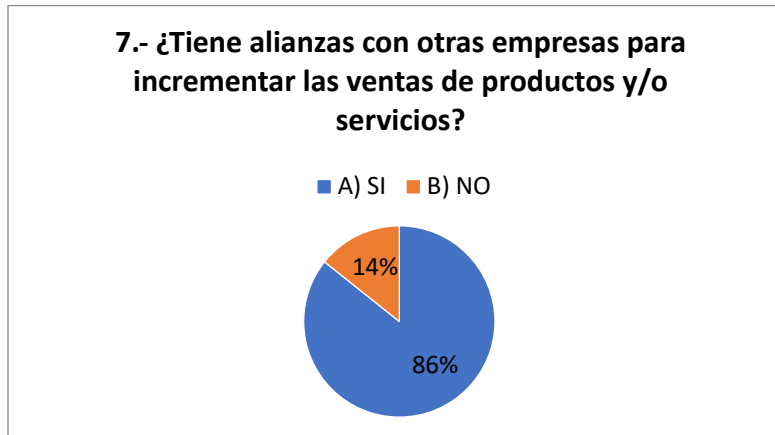
Gráfica 5: Pregunta 5. Fuente: Elaboración Propia

El 50% de las personas encuestadas respondieron que de 41-60 clientes en temporada alta, las demás cuentan con pocos clientes, aunque es temporada alta.



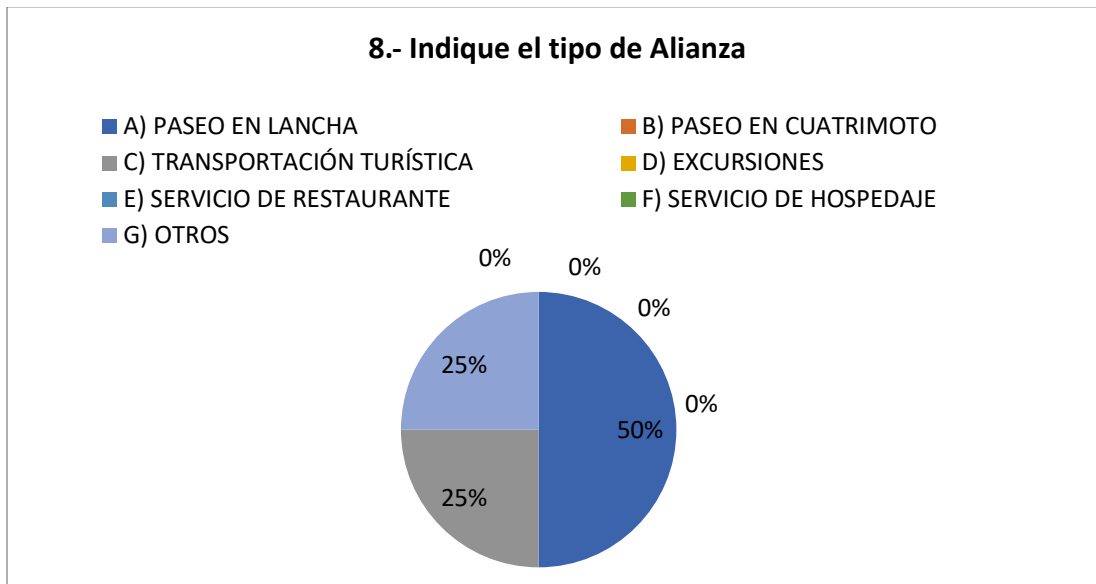
Gráfica 6: Pregunta 6. Fuente: Elaboración Propia

El 57% de las personas encuestadas respondieron que tienen de 1-20 clientes en temporada baja, otras que solo de 1 a 40 personas, pero nadie logra conseguir más de 81 clientes en temporada baja.



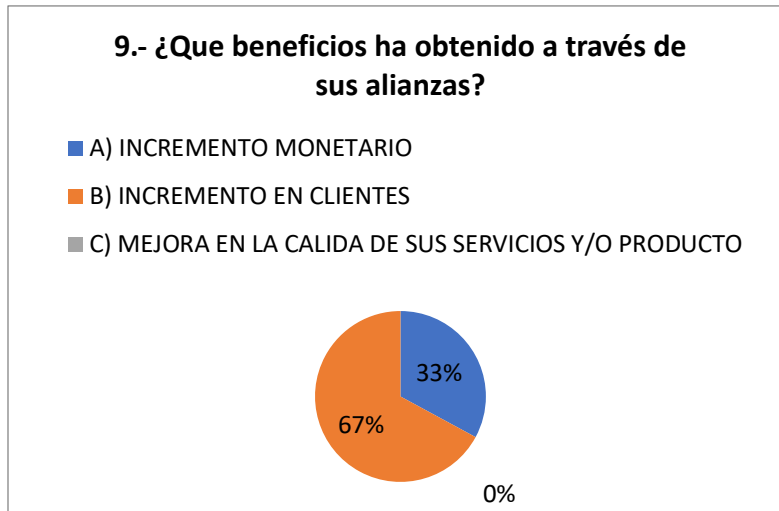
Gráfica 7: Pregunta 7. Fuente: Elaboración Propia

El 86% de las personas encuestadas tiene alianzas con otras empresas para incrementar las ventas de productos y/o servicios.



Gráfica 8: Pregunta 8. Fuente: Elaboración Propia

El 50% de las personas encuestadas tiene alianzas con el servicio de restaurante los demás con lancheros y los otros con personas fuera de esta localidad, como por ejemplo empresas de Veracruz.



Gráfica 9: Pregunta 9. Fuente: Elaboración Propia

El 67% de las personas encuestadas ha obtenido un incremento en clientes, mientras que el 33% ha obtenido un incremento monetario lo cual indica que las personas buscan más incremento en clientes, porque así tiene más incremento monetario.



Gráfica 10: Pregunta 10. Fuente: Elaboración Propia

El 100% de las personas encuestadas considera que si son convenientes las alianzas entre empresas.

CONCLUSIONES

El estudio realizado en la comunidad de La Antigua nos generó información y datos muy importantes que nos ayudó a identificar las estrategias adecuadas para que el turismo dentro de esta localidad aumente, así como la economía y el empleo, mejorando la calidad de vida de los habitantes.

Lo que nosotros detectamos, es que esta comunidad puede atraer a más visitantes con la ayuda de la publicidad, el desarrollo de actividades recreativas y también mejorando la infraestructura.

La aplicación de las encuestas nos dice que las pocas atracciones que tiene La Antigua no son muy visitadas aun cuando es temporada de vacaciones

Entre los principales atractivos para un destino turístico es contar con una oferta turística diversificada y adecuada para adaptarse a todos los gustos y necesidades, por ello se sugiere buscar alianzas con los prestadores de servicios locales para ampliar la gama de servicios que ofrecen y que sean más atractivos para los visitantes y turistas.

Es relevante ver el turismo como una inversión y no como un gasto ya que traerá múltiples beneficios como la generación de fuentes de empleos, el desarrollo de la región y derrama económica tanto para la administración municipal actual como para los prestadores de servicios y lugareños de la zona.

Todo lo anterior es recomendable debido a que se considera que La Antigua tiene el potencial adecuado para optimizar sus productos y servicios, otorgándole la posibilidad de ser un gran atractivo turístico en el estado de Veracruz.

RECOMENDACIONES

- Brindar mantenimiento inmediato a las calles y carreteras, puesto que su estado actual, además de proyectar mala imagen, podría ocasionar daños a los vehículos de los turistas;
- Renovar los señalamientos para facilitar el acceso e indicar la distancia, en kilómetros, de la que los turistas se encuentran del destino;
- Aumentar el cuerpo de seguridad encargado de resguardar la integridad de los turistas, brindándoles la tranquilidad necesaria para poder disfrutar de su estancia en la Antigua;
- Realizar una campaña para concientizar a los usuarios para no tirar la basura en la calle y, conjuntamente, colocar cestos de basura en el Corredor para poder arrojar allí los desechos y contrarrestar la contaminación de las áreas verdes, promoviendo a su vez, la separación de residuos;

- Incorporar un mayor número de espacios de recreación y entretenimiento, tales como: bares, cafeterías, clubes, discotecas, parques, centros comunitarios, campañas artísticas y zoológicos, por ejemplo;
- Agregar instalaciones deportivas para poder desarrollar otro tipo de actividades;
- Con la finalidad de agregar valor a los elementos que hay en la zona, se considera pertinente mejorar el diseño y condiciones de las palapas ubicadas en la orilla de la rio;
- Mejorar la imagen de los restaurantes de la zona, tanto interna como externamente, puesto que la mayoría de ellos se visualizan deteriorados, proyectando un mal aspecto a los turistas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Vía México. (2020). La Antigua, Veracruz: la primera tierra en América. Obtenido de Vía México: <http://viamexico.mx/la-antigua-veracruz-la-primera-tierra-en-america/>

Zona Turística. (2121). La Antigua. Obtenido de Zona Turística: <https://www.zonaturistica.com/que-hacer/veracruz/veracruz/la-antigua>

EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN EMPRESAS DE CIUDAD CARDEL, VERACRUZ

DOREIDY MELGAREJO GALINDO¹, LOIDA MELGAREJO GALINDO², ROSALÍA JANETH CASTRO LARA³, JUANA MÉNDEZ MONTEJO⁴

RESUMEN

La comunicación surgió desde nuestros ancestros cuando tuvieron la necesidad de convivir y para ello comunicarse para lograr sobrevivir. La comunicación a lo largo de la historia ha tomado importancia en cada una de las actividades que realiza el ser humano y en cada sector en el que se desempeña, entre el que se encuentra el sector empresarial. En las empresas, es fundamental una buena comunicación ya que facilita el desarrollo de las actividades y rendimiento de sus trabajadores; sin embargo en ocasiones la comunicación en las organizaciones no es la adecuado, haciendo necesario su evaluación, propiciando el presente estudio, cuyo objetivo es evaluar la comunicación en las empresas de ciudad Cardel; la investigación es de tipo descriptiva y a su vez transversal, porque se desarrolló en un periodo de tiempo determinado y en una población específico, para lo que se diseñó como instrumento de medición un cuestionario del que se obtuvo información que permitió logro del objetivo del investigación, dar respuesta a la pregunta de investigación y evaluar la hipótesis.

Palabras clave: Clima laboral, productividad, empleados.

¹Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván.
d.melgarejo@itursulogalvan.edu.mx

²Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván.
l.melgarejo@itursulogalvan.edu.mx

³Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. r.castro@itursulogalvan.edu.mx

⁴Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. doremg@hotmail.com

ABSTRACT

Communication arose from our ancestors when they had the need to live together and to communicate to achieve survival. Communication throughout history has become important in each of the activities carried out by human beings and in each sector in which they work, including the business sector. In companies, good communication is essential as it facilitates the development of activities and performance of their workers; However, sometimes communication in organizations is not adequate, making its evaluation necessary, promoting this study, whose objective is to evaluate communication in companies in the city of Cardel; The research is descriptive and in turn transversal, because it was developed in a specific period of time and in a specific population, for which a questionnaire was designed as a measurement instrument from which information was obtained that allowed the achievement of the research objective. answer the research question and evaluate the hypothesis.

Keywords Work: climate, productivity, employees.

INTRODUCCIÓN.

La comunicación al ser el proceso que permite transmitir o recibir información o mensajes entre dos o más personas, se vuelve importante para las empresas, ya que de ello depende el que sus trabajadores interactúen y se mantengan bien informados sobre aspectos relacionados con sus tareas y por ende el adecuado desempeño de sus funciones, por ello, la comunicación de ha vuelto un factor imprescindible para el buen funcionamiento de toda organización.

En las empresas, los efectos positivos de la comunicación son evidentes: mejora la competitividad de la organización, así como la forma en la que se puede adaptar a los cambios que se produzcan en su entorno, con el fin de conseguir los objetivos que se hayan propuesto inicialmente. Al mismo tiempo, la existencia de una comunicación en la empresa eficaz, fomenta la motivación de los empleados, así como el compromiso y la implicación en las tareas corporativas, creando un clima de trabajo integrador. (Campos, 2021)

Por la importancia del tema, se han realizado investigaciones sobre la comunicación y su evaluación, como en el caso de la obra “Comunicación interna” en el que se indica:

Las organizaciones comunican en todo momento, desde cuando emiten mensajes hasta cuando callan. Por eso es importante no dejar librada al azar la comunicación en una compañía.

Asimismo, un vacío de comunicación tiende a ser completado, tendiendo a la generación de rumores.

Los procesos comunicacionales son los que sostienen a las organizaciones como una red intrincada de relaciones, donde intervienen diferentes actores. Es por ello que dentro de una organización se pueden identificar dos tipos de formas de comunicación según a quién esté destinada, la comunicación externa y la comunicación interna. (Brandolin & González, 2008)

Así mismo, en estudio titulado “Control y evaluación de la comunicación en empresas y organizaciones cubanas: Una propuesta para su abordaje” en el que se indica “... la necesidad de que cada institución desarrolle actos y prácticas evaluativas de su sistema de comunicación de forma regular porque evaluar la comunicación nos permite justificar el presupuesto invertido, el trabajo realizado sería mejor reconocido y valorizado, la estrategia y sus acciones de comunicación serían optimizadas y se apoyaría la toma de decisiones y la evaluación de los riesgos.” (Rivero, 2015).

Por su parte, (Villalobos, 2018) en su investigación “Instrumento para evaluar la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas, caso zona Bajío-México” de indica:

Se enfatiza que, al mejorar los flujos de comunicación en las empresas estudiadas, habrá mejor rendimiento en términos de productividad por parte de los empleados, lo que implicará mayores beneficios económicos.

Debido a la importancia de la comunicación en las empresas, por propiciar la mejora en la competitividad de las organizaciones, y que en caso específico de las empresas de ciudad Cardel, Veracruz que se enfrentan a una constante competencia para permanecer en el mercado y lograr el crecimiento, deriva la

conveniencia de la evaluar la comunicación en dichos negocios, en la que se evaluó la comunicación desde la percepción del personal que en ellas laboran, a través de la aplicación de una encuesta.

Para la presente investigación se diseñó como instrumento de medición un cuestionario que permitió la evaluación de tan factor y obtener información que sirva de referencia para el diseño de estrategias que contribuyan a un mejor funcionamiento e incremento de competitividad de las empresas.

METODOLOGÍA

La comunicación no solo es importante de la vida cotidiana, sino en las empresas, como parte esencial para el desarrollo de las actividades e interacción de los que en ella laboran que propicie el logro de los objetivos, el desarrollo y crecimiento de las empresas, que deriva la conveniencia de la presente investigación, cuya finalidad, es evaluar la comunicación en las empresas de la ciudad y con ello, obtener información que sirva de referencia para el diseño de estrategias tendentes a mejorar o dar solución a los problemas pudieran estarse en las empresas del lugar y hacerse extensivo en otras empresas u oficinas con características o situaciones. El estudio parte de la pregunta de investigación ¿Cómo es la comunicación en las empresas de ciudad Cardel, Veracruz? a la que se buscó dar respuesta. Considerando la pregunta de investigación se estableció como objetivo de investigación: “Evaluar la comunicación en las empresas de ciudad Cardel, Veracruz.” Y como hipótesis: “La comunicación es buena en las empresas de ciudad Cardel, Veracruz.”

En función de la identificación del problema, el objetivo planteado y al derivarse la presente investigación del proyecto Factores de productividad en las MIPYMES de la zona centro del estado de Veracruz, desarrollado por los docentes integrantes del cuerpo académico del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván (ITURG-CA-4), posee un método cuantitativo, debido a que se estudiará fenómenos susceptibles de cuantificación y utilizará pruebas estadísticas para el análisis de datos. (Lara, 2013)

El estudio se inicia con una investigación documental, la cual consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio. (Bernal, 2010)

Así mismo, la investigación se considera descriptiva, ya que se busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice (Hernández et al, 2010), como en este caso, el de identificar y describir los factores de productividad del personal de MIPYMES de la zona centro del estado de Veracruz, dentro de los que se encuentra La Comunicación. También se considera descriptiva, ya que este tipo de investigación, se soportar principalmente en técnicas como la encuesta,... y la revisión documental (Bernal, 2010), y el estudio de campo de la presente investigación se desarrolla en Ciudad Cardel, municipio de La Antigua, Veracruz, en el que se utiliza técnica la encuesta y se diseñó como instrumento de medición un cuestionario integrado por preguntas, de opción múltiple, de escala de calificación y preguntas abiertas, que se aplicó a una muestra empresas del lugar de estudio durante en un tiempo específico, por lo cual, se considera un estudio transversal "...en un tiempo determinado y en una población específica." (Álvarez & Delgado, 2015).

En el estudio de campo se utilizó la técnica encuesta para la que se diseñó como instrumento de medición un cuestionario dirigido a personal de las empresas del lugar de estudio; el cuestionario se aplicó de manera digital utilizando la aplicación de Formularios de Google y enviándose a través de correo electrónico y whatsapp, a una muestra de 59 empresas de ciudad Cardel (tamaño de muestra determinada por la disponibilidad y accesibilidad de personal de las empresas); la encuesta se realizó durante el periodo de 22 de noviembre al 07 de diciembre del año 2020 y del 20 de mayo al 25 de junio de 2021 en horario de 8:00 a 18:00 horas, por ser horario con mayor disponibilidad para que el encuestado pudiera responder el cuestionario con tranquilidad y mayor sinceridad; con tal aplicación, el instrumento fue validado, debido a que no surgieron dudas sobre las preguntas que lo integran ni observaciones de mejora y que el personal encuestado entendió y respondió correctamente dicho cuestionario.

Finalmente, durante el periodo julio a septiembre del año en curso, se realizó la recolección, clasificación, captura, representación gráfica y análisis datos, a través de la hoja de cálculo (Excel), lo cual permitió obtener información tendiente al logro de los objetivos de investigación, evaluación de la hipótesis, la generación de conclusiones y recomendaciones.

RESULTADOS

Para evaluar la comunicación se realizó una encuesta en la que se aplicó como instrumento de medición un cuestionario, dirigido a una muestra de 59 empresas de la ciudad, de los que se obtuvo los siguientes resultados:

Se identificó que el sector empresarial al que permanecen las empresas de la ciudad de acuerdo a la actividad económica que practican, el 63% pertenecen al sector comercial, 34% forman parte de al sector servicios y únicamente el 3% al industrial, tal como se muestra en la figura 1.

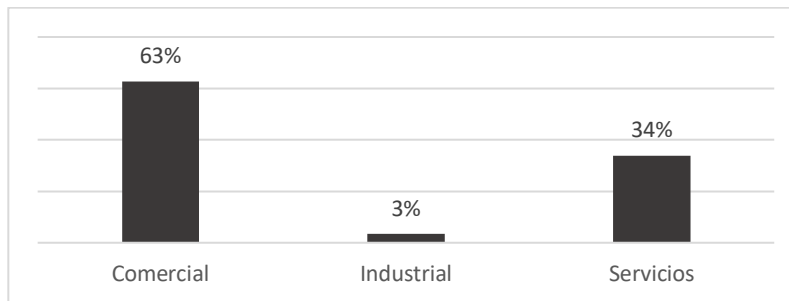


Figura 1. Sector de las empresas de ciudad Cardel.

Referente al número de empleados con que cuentan las empresas de la ciudad, el 37% de las organizaciones tienen de 1 a 10 colaboradores, seguido de 32% que cuentan de 31 a 50 empleados, 19% disponen de 101 a 250 trabajadores y 12% poseen de 11 a 30 empleados, como figura 2 lo muestra.

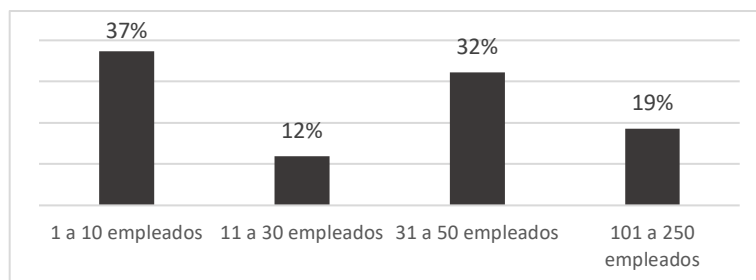


Figura 2. Número de empleados en las empresas de Ciudad Cardel

En relación a la ocupación de puestos en las empresas, el 51% del personal desempeña funciones relacionado con la ventas, seguido de 8% que realizan actividades referentes a compras al igual que los que realizan funciones administrativas, 7% se desempeñan como directivos o jefes, 5% en actividades de producción, 3% en cuestiones técnicas, 2% en administración de recursos humanos y 15% en diferentes puestos (figura 3).

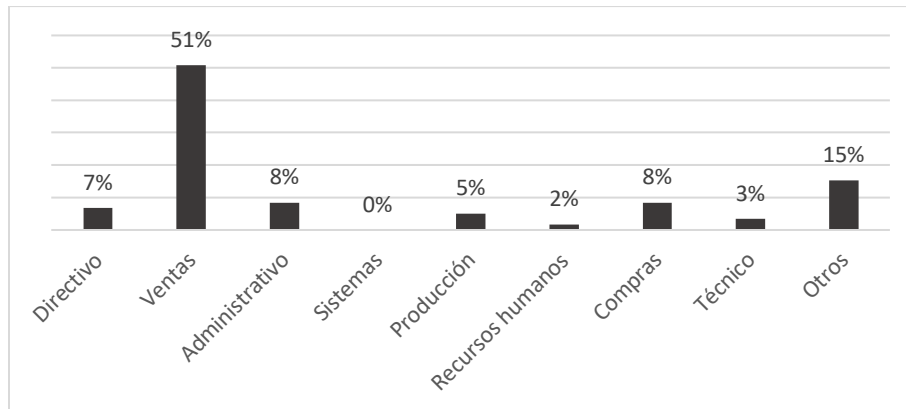


Figura 3. Ocupación de puestos en las empresas de Ciudad Cardel.

Respecto al porcentaje de ocupación en las empresas de acuerdo al sexo, el 56% de los empleados son de sexo femenino y 44% del sexo masculino, tal como se muestra en la figura 4.



Figura 4. Porcentaje de ocupación de acuerdo género de los empleados en las empresas de Ciudad Cardel.

Finalmente, en relación a la evaluación de la comunicación en las empresas de Ciudad Cardel, el 39% de los encuestados la evalúan como buena, seguida 32% que la consideran como muy buena, 20% la califican como excelente, 7% como mala y 2% manifiestan es que pésima, como en la figura 5 se representa.

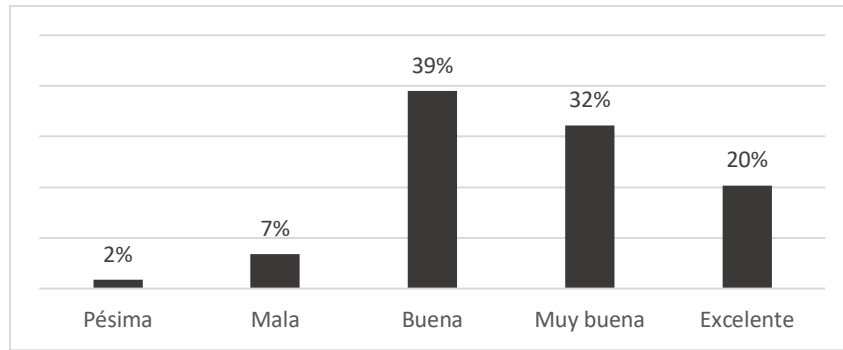


Figura 5. Evaluación de la comunicación en empresas de Ciudad Cardel

Discusión

Derivado de los resultados obtenidos se coincide con (Brandolin & González, 2008) en que “Los procesos comunicacionales son los que sostienen a las organizaciones como una red intrincada de relaciones, donde intervienen diferentes actores.” ya que el buen funcionamiento de las empresas depende del adecuado desempeño de las actividades de cada uno de los trabajadores de la empresa, para lo que se necesita de una buena comunicación e interrelación de todos ellos.

Así mismo, se concuerda con (Rivero, 2015), en “... la necesidad de que cada institución desarrolle actos y prácticas evaluativas de su sistema de comunicación de forma regular...” ya que es fundamental que en toda empresa se evalúe de manera continua y periódica como es la comunicación, y especialmente la interna, ya es indispensable una adecuada interacción entre los colaboradores para el buen funcionamiento de la organización y logro de los objetivos.

Finalmente, se coincide con (Villalobos, 2018) en que “...se enfatiza que al mejorar los flujos de comunicación en las empresas estudiadas, habrá mejor rendimiento en términos de productividad por parte de los empleados, lo que implicará mayores beneficios económicos.”, ya que entre mayor comunicación allá entre los trabajadores mejor ambiente laboral y mayor información para un buen desempeño del trabajo, reflejándose en incremento de la productividad del personal y beneficios económicos.

CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, en los que el 63% de las empresas de ciudad Cardel pertenecen al sector comercial (representado en la figura 1), se concluye que la mayoría de las empresas del lugar son de giro comercial, y que considerando la estratificación de empresas del sector comercial publicada en el diario oficial de la federación (Gobierno de México, 2019) así como el número de empleados, se infiere que el 81% de los negocios del lugar forman parte de la clasificación MIPYMES (micro, pequeñas y medias empresas), tal como se muestra en la figura 1.

Dado que la mayoría de las empresas al ser de giro comercial, influye en que los puestos que ocupa en personal de dichas organizaciones en su mayoría tengan funciones relacionadas con las ventas (figura 3).

Así mismo, se concluye que en las empresas del lugar se está propiciando la equidad de género, ya que se tiene porcentajes similares de personal de sexo femenino y masculino, como en la figura 4 se muestra.

Finalmente, con los resultados obtenidos, se logró el objetivo de investigación de “Evaluar la comunicación en las empresas de ciudad Cardel, Veracruz.”, tal como se muestra en la figura 5, la que se indica que el 39% la evalúan como buena la comunicación, seguida 32% que la consideran como muy buena, 20% la califican como excelente, 7% como mala y 2% como pésima. A su vez, se da respuesta a la pregunta de investigación y se acepta la hipótesis que “La comunicación es buena en las empresas de ciudad Cardel, Veracruz.”, ya que como se muestra en la figura, el 91% evalúan de buena a excelente al comunicación, sin embargo, es importante establecer estrategias para mantener la buena comunicación y detectar situaciones que en el futuro pudieran propiciar problemas que afecten la actual comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Hernández, G., & Delgado De la Mora, J. (2015). Diseño de Estudios Epidemiológicos.I. El Estudio Transversal: Tomando una Fotografíade la Salud y la Enfermedad. *Fies*, 28. <https://www.medigraphic.com/pdfs/bolclinhosinfson/bis-2015/bis151f.pdf>
- Bernal, C. D. (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Bogotá, Colombia: Pearson.
- Brandolin, A., & González Frígoli, M. (2008). *Comunicación interna*. Buenos Aires. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/69725/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Campos Rey, J. M. (Septiembre de 2021). *Grupo Femxa*. <https://www.grupofemxa.es/la-importancia-de-la-comunicacion-en-la-empresa/>
- Gobierno de México. (28 de Febrero de 2019). *Diario oficial de la federación*. https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5551413&fecha=28/02/2019&print=true
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). Cd. de México: México.
- Lara Muñoz, E. M. (2013). *Funadamentos de invetsigación, Un enfoque por competencias* (Segunda ed.). Ciudad de México, México: Alfaomega.
- Muñoz Hernández, M. H. (Junio de 2012). Comunicación y productividad en pequeñas y medianas empresas de un cluster textil en Colombia. *Scielo*, 57. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422012000200011
- Rivero Hernández, M. (2015). Control y evaluación de la comunicación en empresas y organizaciones cubanas: Una propuesta para su abordaje. *Redalyc*, 92, 1-39. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199543036016.pdf>
- Rojero, R., Gómez Romero, I., & Zúñiga Meraz, R. F. (Mayo de 2019). Evaluación de la Comunicación Organizacional en las MiPyMEs de la Ciudad de Durango. En J. C. Centeno Maldonado, & F. M. Villarreal Solís , *Sistemas, estructuras y procesos de la adminsitraición en México*. (Vol. 1, págs. 1-137). Victoria, Tamaulipas: Academia de Ciencias Administrativas, A.C. https://www.researchgate.net/publication/333564860_Evaluacion_de_la_Co_municacion_Organizacional_en_las_MiPyMEs_de_la_Ciudad_de_Durango

Villalobos Escobedo, A. (2018). Instrumento para evaluar la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas, caso zona Bajío México. *Dialnet*. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:YjHNV8alTxsJ:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6559163.pdf+&cd=11&hl=es-419&ct=clnk&gl=mx>

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE UNA MIPYME

MONSERRAT COUTIÑO PAVÓN¹, ZULEYMA DOMÍNGUEZ DOMÍNGUEZ², NANCY ALARCÓN SOLÍS³, PATRICIA GUADALUPE MORA NEGRETE⁴

RESUMEN

Esta investigación se realizó bajo un análisis con respecto a la formación de las MIPYMEs, la cual se basa en la experiencia y conocimiento del nuevo emprendedor, quien pasa por alto la importancia de la planeación que lleva cada departamento. El estudio se realizó considerando la situación económica, el creciente porcentaje de MIPYMEs en quiebra y la desinformación que tiene cada emprendedor, referente a la planeación estratégica. Así mismo se presentan los conceptos principales del tema, la importancia y como resultado, el diseño de un manual que muestra paso a paso como planear una MIPYME; los resultados obtenidos tienen como objetivo que ayuden al emprendedor a tener una guía de como planear cada punto a considerar dentro de su empresa.

Palabras clave: MIPYME, Planeación estratégica, emprendedor.

ABSTRACT

This research was carried out under an analysis regarding the formation of MSMEs, which is based on the experience and knowledge of the new entrepreneur, who ignores the importance of planning carried out by each department.

The study was carried out considering the economic situation, the growing percentage of MSMEs in bankruptcy and the misinformation that each entrepreneur has, regarding strategic planning. Likewise, the main concepts of the subject are presented, the importance and as a result, the design of a manual that shows step by step how to plan a MSME; The results obtained are intended to help the

¹ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca. 188n0590@itstb.edu.mx

² Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca. 188n0592@itstb.edu.mx

³ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca. 188n0584@itstb.edu.mx

⁴ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca.
patricia.mora@itstb.edu.mx

entrepreneur to have a guide on how to plan each point to consider within his company.

Keywords: MSME, Strategic planning, entrepreneur.

INTRODUCCIÓN

En un entorno como el actual, cada vez más competitivo, es importante disponer de herramientas que permitan anticipar el posible fracaso de una empresa, por las graves consecuencias que tal hecho puede llevar consigo, no sólo para sus propietarios, sino también para otros agentes con los que mantiene relaciones de tipo laboral, comercial o financiero. Algo más a destacar es el hecho que estas empresas tipo MYPES familiar ya cuentan dentro de su estructura con personal con nivel profesional que respalda las acciones y decisiones que se llevan a cabo, por lo que mucho de lo que se refleja es cuestión de falta de iniciativa y no por falta de conocimientos en el manejo de negocios.

Dentro de los factores que propiciaron la falta de continuidad y permanencia de las MYPES familiares se encontró la falta de planes de acción enfocados a su organización. Debido a que uno de los aspectos trascendentales para la falta de competitividad es que la mayoría de las MYPES son de carácter familiar y surgieron con la finalidad de satisfacer necesidades básicas de la familia y no con una visión de desarrollo y competitividad; Por ende estas empresas carecen de planes de crecimiento a mediano y largo plazo, ya que solo el 55 % de las EF han realizado un proceso de planeación estratégica en los últimos dos años, por lo que es importante que las empresas realicen dichos procesos de planeación en toda área y así, se permitan tener diferentes cursos de acción con los cuales puedan definir sus estrategias para hacer frente a la competencia a la que se enfrentan día con día.

El siguiente trabajo se elaboró con la finalidad de identificar la importancia que tiene la planeación en una MYPE y las consecuencias que trae no llevarla de manera adecuada.

DESARROLLO

La empresa

Según Ferrell Hirt y Ferrell (2010) “La empresa es una organización económica de producción de bienes y servicios para un mercado específico, cuyo objeto primario o fin último es la obtención de utilidades para sus dueños. De acuerdo con las empresas mediante sus actividades ofrecen productos que proporcionan satisfacción y beneficios a las personas. La empresa de cualquier sector industrial, comercial, financiero, sin importar su tamaño ya sea micro, pequeña o grande es un factor fundamental para el desarrollo social y económico. “

Como bien ya se menciona la empresa es una organización que tiene como principal objetivo el hecho de satisfacer una necesidad, pero también obtener ganancias, las empresas ayudan grandemente en la economía del país por su gran magnitud, pero dentro de estas existes las PYMES, las cuales regularmente nacen de una idea o un emprendedor.

Las MYPES

“Las PYMES son entidades diferentes a las grandes empresas, no son una réplica humana, ni su etapa infantil. Solo algunas llegan a grande, mientras que el resto mantiene la dimensión que le da origen y razón.” (Cleri, 2007)

“Partiendo de la definición de empresa se puede delimitar mejor el concepto de las PYMES. Las PYMES se definen comúnmente en función del número de empleados del volumen anual de negocios y el balance anual” (Urbano & Toledano, 2008)

De este modo, se puede decir que las MYPES son el origen de lo que pudiera ser una gran empresa, pero a su vez, dependen mucho del tamaño, la capacidad y el número de empleados que manejen. Estas surgen mayormente por dos motivos, por emprender como una empresa propiamente dicha o por comenzar un negocio familia, dentro de estas dos vertientes, existen características, ventajas, desventajas, etc.

Clasificación de las MYPES

Cada empresa tiene determinadas características, giro, forma y manera de llevar a cabo sus actividades, dentro de las PYMES no es la excepción, son muchos los criterios de clasificación que se pudieran llegar a utilizar y mencionar, como son los

jurídicos y económicos, según Hernández Ortiz (2014) Los criterios económicos se dividen en: el tamaño de la empresa, el sector de actividad, ámbito competitivo geográfico y los criterios jurídicos se dividen en: Propiedad del capital y forma jurídica.

Según Bancomer (2019) La clasificación de las pymes en México depende de diversos factores y se mide por el rango de número de trabajadores, el monto de venta en millones de pesos, así como el tope máximo combinado, este último se obtiene multiplicando a los trabajadores totales por 10% y a eso se le suma el resultado de ventas anuales por 90%. La clasificación de las pymes se puede considerar de la siguiente forma:

Microempresas. Son de todos los sectores y no deben tener más de 10 empleados. El monto máximo de venta es de 4 millones de pesos y el tope máximo es de 4.6.

Empresas pequeñas. En el sector de industria y servicios pueden tener desde 11 hasta 50 empleados y facturar hasta 100 millones de pesos con un tope máximo de 95. En el caso de las empresas pequeñas del sector comercio el número máximo de empleados es hasta 30, pueden facturar hasta 100 millones de pesos y tienen un tope de 93.

Empresas medianas. El sector de comercio tiene entre 31 hasta 100 trabajadores mientras que el de servicios de 51 hasta 100 trabajadores, en ambos casos factura entre 100 y 250 millones de pesos anuales y tienen un tope máximo de 235.

En el sector de industria el rango de trabajadores es desde 51 hasta 250, facturan entre 100 y 250 millones y tienen un tope máximo de 250.

Importancia de las MYPES en la economía

Las pequeñas y medianas empresas, (Pymes), tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza (Van Auken y Howard, 1993).

En las economías desarrolladas (OCDE; 2004) las MIPIMES conforman una porción muy importante de la actividad económica, significando más del 90% de las empresas y generan más de la mitad del empleo que ofrece la actividad económica empresarial. Para la generalidad de estas economías constituyen un factor de gran dinamismo, brindando un componente de competencia, de ideas, productos y trabajos nuevos.

Importancia de las MYPES en la Sociedad

El desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en el mercado global es una prioridad para el crecimiento económico de cada país. Si las Pymes quieren mantenerse, crecer y desarrollarse en un entorno mundial y dinámico tienen que plantear estrategias que les permitan alcanzar su desarrollo empresarial. En este artículo se explican ampliamente las diferentes definiciones que incluyen el desarrollo empresarial como concepto integrador, como son el crecimiento económico, la cultura empresarial, el liderazgo, la gestión del conocimiento y la innovación (Delfin Pozo Lucia 2014)

La empresa “es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social” (Chiavenato, 1993). La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta, con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman.

Problemática actual de las micros, pequeñas y medianas empresas

Las problemáticas de las MYPES son las mismas que han venido surgiendo de años atrás como lo es la falta de capacitación, innovación y sobre todo la necesidad de financiamiento para elevar la producción, esta actualidad la problemática se vuelve mayor para las MYPES con la pandemia del covid-19 las deudas incrementan por el tiempo que forzosamente tuvieron que cerrarse y aunque algunas ya comienzan a reabrir será difícil recuperar las utilidades y mercancía que se perdieron en ese

periodo es por eso que la problemática principal de las MYPES es el financiamiento para la recuperación inmediata de estas, además de la falta de innovación para la nueva adaptación en un servicio más organizado y preventivo es donde todas las empresas requieren de capacitación para obtener la ingeniería que la sociedad necesita.

Es importante destacar que las empresas que actualmente no incorporan la tecnología a sus procesos, no están del todo obsoletas, (Estrada, Cano , & Aguirre, 2019) ya que existen empresas manufactureras artesanales, sin embargo, no tienen la misma capacidad para enfrentar las necesidades del mercado como las empresas que si la incorporan. Las ventajas de la la eficacia y la eficiencia de los trabajadores en la realización de los procesos y c) la optimización de la logística de distribución, entre otras.

Causas de quiebras de las MYPES

Preguntarse porque quiebran las empresas es una de las preguntas más comunes y recurrentes ya que son muchos proyectos de negocio que surgen cada día en todo el mundo, una gran cantidad de empresarios apuestan todo su capital y energía con la esperanza de crear un negocio próspero que les brinde una estabilidad económica. Pero desafortunadamente no siempre es así, por lo cual se hablará de algunas causas que conllevan a estos empresarios a fracasar en su primer año de emprendimiento.

Cuadro 1. Causas de quiebra de las MYPES. Autor: Arturo Morales Castro

Causa	Área	Consecuencia
Estructurales	Dirección y Administración	2.- Crecimiento por encima de capacidades. 3.- Control de costos. 4.- Mercadotecnia. 5.- Falta de mentalidad empresarial. 6.- Inversiones no productivas.
	Problemas de escala	1.- Falta de especialización. 2.- Abastecimiento costoso. 3.- Mercadotecnia deficiente.
	Mercado	1.- Cambios de las cadenas productivas. 2.- Requerimientos crecientes. 3.- Plazos de cobranza.
Del entorno	Financiero	1.- Escasez de crédito. 2.- Costo de crédito. 3.- Requisitos y actitud de los bancos.
	Otros	1.- Impuestos. 2.- Falta de organización.

Fuente: Las 5.C del crédito: aplicación en las micro, pequeñas y medianas empresas

Aunque no hay total consenso acerca de las causas más frecuentes de las quiebras de las empresas, si se pueden ubicar algunas razones más frecuentes de falla de las mismas. Algunas tienen que ver con la estructura de la microempresa, sobre todo de la pequeña escala en que opera y otras depende de la “administración”, esto es, una administración deficiente en alguno de los aspectos, por otro lado, se ubica causas en el entorno, que no dependen de la empresa; de estas algunas son ocasionadas por cambios coyunturales, y podían cambiar en el futuro, otras tienen que ver con cambios del ciclo económico del país, y por lo tanto no es de esperarse que haya cambios drásticos, estas últimas requerirán de las empresas un ajuste permanente.

Debe aclararse que los aspectos que se observan en el cuadro 1 no se presentan en todas las empresas en igual grado; hay microempresas prosperas que han logrado sortear estos problemas. Tampoco puede decirse que todas las empresas que desaparecen o quiebran presentan los mismos síntomas. Las causas de quiebra son específicas de cada empresa, y lo que lleva a fallar en una combinación de causas. (Morales, Arturo 2006).

El procedimiento que siguen los dueños-gerentes de las empresas PYMES para generar nuevas ideas de productos o de procesos es la consulta de revistas especializadas, la visita a ferias internacionales o la visita directa a empresas similares en el exterior. Las tecnologías de apoyo para el desarrollo de conocimiento son muy incipientes. Generalmente no se documentan los proyectos de innovación, ni se conectan en redes en las cuales se puedan apoyar con actores externos para generar nuevas ideas.

Gestión de Mercado

Uno de los factores más preocupantes de la gestión de mercadeo de los empresarios PYMES es su actitud pasiva, que se caracteriza por esperar que los clientes hagan sus pedidos y ausencia de una actitud proactiva de buscar nuevos mercados.

Las PYMES analizadas generalmente carecen de un plan de mercadeo formal a corto, mediano y largo plazo. Una de las decisiones que más se les dificulta a los empresarios es definir a qué mercados dirigirse y con qué productos específicos.

Se observa la tendencia a producir una amplia gama de productos para diferentes mercados sin tener información de cuáles son rentables para la empresa, lo que hace ineficiente su producción y no le permite concentrarse en nichos con ventajas competitivas.

Una de las razones de la falta de definición de estrategias frente a productos y mercados es la falta de información. Las PYMES analizadas no realizan esta actividad o solamente la realizaron alguna vez para establecer necesidades, actitudes, opiniones o expectativas de los clientes al iniciar su actividad empresarial o en algún momento crítico de su operación.

En algunos casos carecen de imagen de marca y permiten que los intermediarios usen sus propias marcas para distribuir sus productos, dada la dependencia de los mismos. Un problema específico en esta área es la carencia de un sistema de costos actualizado y diseñado técnicamente para los productos que se ofrecen al mercado, haciendo muy lenta la labor de cotización (se calculan los costos de cada caso específico). En muchos casos se producen pérdidas por la inadecuada asignación de precios.

No existe conciencia para formalizar la gestión de comunicación de la empresa (publicidad, promoción y relaciones públicas), ni se la considera como una necesidad básica en la gestión comercial. Generalmente no se tienen planes ni actividades al respecto. Algunas empresas adelantan sus ventas ya sea personalmente o por intermediarios, pero no se cuenta con una estructura adecuada para realizarla.

Problemas de la gestión financiera

Se observa en general un descuido relativo al análisis de la información contable y en algunos casos se detectan fallas en la elaboración de los estados financieros, situación que impide realizar un estudio serio y confiable de la situación financiera de las empresas, tanto para su propio análisis, como para el que desarrollan los terceros que tienen acceso a ella.

En cuanto a la función de inversión se nota que hay una estrecha relación entre ésta y la dinámica de pedidos de la empresa, corroborando el hecho de asumir el crecimiento en ventas como un indicador de progreso y de auto sostenibilidad. Estas

situaciones se dan porque en general no se dispone de presupuestos y de planes de crecimiento resultantes de estudios del mercado y de estrategias generales de mercadeo.

Respecto de la inversión en capital de trabajo, esta se administra fundamentalmente dependiendo de los pedidos o ventas obtenidas y no se percibe un manejo que permita cubrir los riesgos derivados del crédito, de la cobranza de las existencias, etc.

En cuanto a la función de financiación en ocasiones no se realizan estudios que soporten el endeudamiento y la ampliación de capital pagado. Estos son solo la consecuencia de la necesidad de invertir y a su vez la necesidad de invertir es la consecuencia del crecimiento en ventas.

No hay proyectos ni se encuentran documentadas las estrategias de crecimiento de las empresas, solo se utiliza la financiación según las necesidades propias de la situación día a día que viven las empresas.

Algunas empresas utilizan equivocadamente recursos de corto plazo para financiar la inversión en infraestructura, generando en consecuencia riesgos de liquidez, la planeación nos ayudara a cómo invertir, en que (cantidad) y en cuanto tiempo. .

Definición de planeación

Antes de iniciar cualquier acción administrativa, es imprescindible determinar los resultados que pretende alcanzar el grupo social, así como las condiciones futuras y los elementos necesarios para que éste funcione eficazmente. Esto sólo se puede lograr a través de la planeación. Carecer de estos fundamentos implica graves riesgos, desperdicio de esfuerzos y de recursos, y una administración por demás fortuita e improvisada.

Por estas razones es que la planeación precede a las demás etapas del proceso administrativo, ya que planear implica hacer la elección de las decisiones más adecuadas acerca de lo que se habrá de realizar en el futuro. La planeación establece las bases para determinar el elemento riesgo y minimizarlo. "La planeación consiste en determinar los objetivos y formular políticas, procedimientos y métodos para lograrlos" L. J. Kazmier.

"Planear es el proceso para decidir las acciones que deben realizarse en el futuro, generalmente el proceso de planeación consiste en considerar las diferentes alternativas en el curso de las acciones y decidir cuál de ellas es la mejor" Robert N. Anthony.

Robbins, (1998) dice que la planeación se puede definir con mayor profundidad en términos de si es informal o formal. Los factores primarios que diferencian la planeación formal de la informal son la cantidad de documentación escrita y un marco temporal de varios años.

Importancia de planear

Planear la dirección, reduce el impacto del cambio, minimiza el desperdicio y la superfluidad y establece los estándares para facilitar el control. La planeación establece un esfuerzo coordinado, reduce la incertidumbre, el traslape y las actividades innecesarias. Cuando todos los implicados saben hacia dónde va la organización y con qué deben contribuir para alcanzar el objetivo, pueden empezar a coordinar sus actividades, cooperar unos con otros y trabajar en equipos. La falta de planeación puede propiciar el "zigzagueo" y, por lo tanto, impedir que la organización se dirija de manera eficiente hacia sus objetivos (Robbins, 1998).

La planeación, como dimensión de nuestro estudio, se refiere al establecimiento de los objetivos organizacionales, las metas a alcanzar, los medios para lograrlo y la determinación de responsables. Es importante que los empleados sepan qué es lo que se va a hacer, cómo se va a hacer y quién lo va a hacer para evitar fugas de tiempo y trabajo.

Afectaciones de la falta de planeación en las MYPES

En los últimos años, las empresas han creado y sostenido una obsesión de buscar y ganar el liderazgo global. Hamel y Prahalad han denominado a esto como "strategic intent" o propósito estratégico. El propósito estratégico debe capturar la esencia de ganar, la estabilidad a través del tiempo, el esfuerzo y compromiso personal y un objetivo a futuro (Hamel y Prahalad, 1989).

En 1997, Donnelly, menciona que la planificación estratégica, es una herramienta por excelencia de la gerencia estratégica, la cual consiste en la búsqueda de una o más ventajas competitivas de la organización y la formulación y puesta en marcha

de estrategias permitiendo crear o preservar sus ventajas, todo esto en función de la misión y de sus objetivos, del medio ambiente y sus presiones y de los recursos disponibles. Sallenave (1991), afirma que "La planificación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. No es un dominio de la alta gerencia, sino un proceso de comunicación y de determinación de decisiones en el cual intervienen todos los niveles estratégicos de la empresa". Ante estas aseveraciones es posible planear la estrategia con un contenido de un control con enfoque racional, efectuando un análisis sistemático, implementando el análisis de las fortalezas y debilidades entre otras más.

RESULTADOS

Se elaboró un manual el cual es la recopilación de los aspectos que debe planear una MYPE y pasos que debe llevar a cabo para echar a andar su pequeña empresa, fue redactado de manera sencilla para que cualquier empresario o emprendedor pueda comprenderlo y llevarlo a cabo, son siete pasos los cuales están descritos, detallados y direccionados a hacer sobrevivir una MYPE correctamente, se redactó de manera genérica pero precisa desde la planeación de la idea hasta la dirección y auditoria de lo que serán las tareas realizadas, el objetivo del manual es: Informar y sobre todo, detallar un plan estratégico que debe tener una MYPE. Tomando en cuenta desde la parte administrativa, la financiera y la estratégica, con la finalidad de que cada empresario, emprendedor y, persona, pueda planear su empresa, no solo para introducirse en el mercado, sino también para permanecer y crecer.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALAFEC. (2014) “La planeación estratégica y su impacto en las MYPES” obtenido de <http://www.alafec.unam.mx/docs/asambleas/xiv/ponencias/1.05.pdf>
- Beltrán, R. Ceja, I. A. & Chuc, M. Y.(2018). Administración de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Academia Journals ISBN: 978-1-939982-37-7. https://www.researchgate.net/publication/327754832_Principales_problemat_icas_e
- Bonder, G. (21 de 10 de 2003). Cátedra UNESCO. http://www.catunescomujer.org/catunesco_mujer/documents/Bonder_Protagonismo_de_Mujeres.pdf
- EL FINANCIERO “La muerte de las MYPES” <https://www.elfinancierocr.com/pymes/la-muerte-de-las-pymes-cuanto-tiempo-duran-los-pequenos-negocios-y-por-que/QMKIITYSUFENHADJA3UEFSQO5E/story/>
- Estrada, S., Cano, K., & Aguirre, J. (2019). ¿Cómo se gestiona la tecnología en las pymes? Diferencias y similitudes entre micro, pequeñas y medianas empresas. Contaduría y administración, 64(SPE1). doi:10.22201/fca.24488410e.2019.1812
- INEGI 2019 “Tiempo de vida de los negocios en México” <https://www.inegi.org.mx/temas/evnm/>
- Morales C. Arturo “Las 5 C’s del crédito en las MYPES” de: <http://fcasua.contad.unam.mx/2006/1241/docs/lec4.p>
- OCDE (2002), Small and Medium Enterprise Outlook.2002.<https://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873005.pdf>
- Van Auken, P. y Howard, E. (1993). “A factor analytic study of the perceived causes of small business failure”, Journal of Small Business Management, 31 (4), pp. 23-31. <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/bibliografia.html>
- WORDPRESS.“Teoría del manual de procedimientos” <https://isedoys2orientador2.wordpress.com/teoria-manual-de-procedimientos/>
- Zamorano, Enrique. “Las causas del fracaso de las empresas”. Mexico, 1997.
- Zebellos, Emilio. Micro, pequeñas y medianas empresas en America Latina. Revista de la CEPAL, numero 79. Abril 2003. Pag.56. <http://www.un.org>.

ESTRATEGIAS DEL CONTROL INTERNO PARA UNA MIPYME: VENTAJAS Y DESVENTAJAS

ABIGAIL MARÍN MORALES¹, LINDA JOHANA GONZÁLEZ MORENO², ADRIANA PÉREZ TELLO³, PATRICIA
GUADALUPE MORA NEGRETE⁴

RESUMEN

El presente proyecto de investigación se centró en la localidad de La Atalaya, ubicada en el municipio de Tierra Blanca, Ver., donde se encuentran una gran variedad de Pymes que no cuentan con algún modelo de control interno y que por ende no cuentan con diversas estrategias de control interno que permitan la mejora continua de sus procesos y de sus actividades. Se investigaron los diferentes modelos de Control Interno que existen y se propuso el modelo que más se adecuaba a las MIPYMEs, subsecuente a esto, se elaboraron estrategias de control interno que se podrían implementar en dichas MIPYMEs. Se realizó la recolección de datos con el fin de determinar las ventajas y las desventajas de aplicar estrategias de control interno, se analizaron los datos y se obtuvieron resultados. Entre los resultados obtenidos, se destaca que, las MIPYME s seleccionadas se encuentran convencidas en su totalidad de que, establecer y aplicar las estrategias de control interno sugeridas representaría una ventaja para sus establecimientos y a través de este análisis se obtiene el resultado esperado que era determinar las ventajas y desventajas de las estrategias de control interno.

Palabras clave: Control interno, Estrategias, MIPYME.

¹ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca.
188n0597@itstb.edu.mx

² Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca.
188n0594@itstb.edu.mx

³ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca.
188n0830@itstb.edu.mx

⁴ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca.
patricia.mora@itstb.edu.mx

ABSTRACT

This research project focused on the town of La Atalaya, located in the municipality of Tierra Blanca, Ver., Where there are a wide variety of SMEs that do not have any internal control model and therefore do not have various internal process control strategies that allow continuous improvement of its activities. The different models of Internal Control that exist were investigated and the model that best suited the MSMEs was proposed. Subsequent to this, internal control strategies were developed that could be implemented in said MSMEs. Data collection was carried out in order to determine the advantages and disadvantages of applying internal control strategies, the data was analyzed and results were obtained. Among the results obtained, it stands out that the selected MSMEs are fully convinced that establishing and applying the suggested internal control strategies would represent an advantage for their establishments and through this analysis the expected result is obtained, which was to determine the advantages and disadvantages of internal control strategies.

Keywords: Internal control, Strategies, MSMEs

INTRODUCCIÓN

El Control Interno, la aplicación de estrategias y el conocimiento de los beneficios de los métodos y modelos de control que se pueden aplicar son temas de que las MIPYMEs consideran que no les afectan en lo más mínimo. Sin embargo, el control interno está principalmente basado en la organización y estructuración de las actividades de las empresas con el fin de cumplir los objetivos que esta tiene, conociendo esto, se infiere que, todas las empresas buscan cumplir sus objetivos y lograr la preferencia de sus clientes, puesto que esto les ayudará a cumplir nuevos objetivos, pero la preferencia de sus clientes se puede ver obstruida por una mala organización e incluso una mala estructuración debido a la falta de control interno; es por esta razón principalmente por la que las MIPYMEs deben conocer este tema tan importante y tan poco conocido que les podría beneficiar enormemente en la forma en que se maneja la estructura y sus actividades.

El proyecto realizado busca exponer las ventajas y desventajas que acarrea el uso y aplicación de las estrategias de Control Interno en las pequeñas y medianas empresas establecidas en la región, a través de temas, los encargados, dueños y administradores de estas MIPYMEs puedan tomar decisiones con respecto a si es conveniente para ellos el aplicar estas estrategias y si el uso de estas les implica una mejora. Asimismo, el proyecto busca que el lector pueda entender, de la manera más sencilla, lo que es el control interno y lo que significa para una empresa pequeña o mediana el implementarlo para obtener beneficios y conseguir sus objetivos. De igual manera, ayudará al lector a que sopesé qué tan conveniente sería implementarlo en su organización.

Además, en el punto de vista académico, el proyecto es muy beneficioso en términos contables hablando, puesto que, en él se menciona el Control Interno de una manera muy general, que puede ser hablando de los inventarios o de la estructura organizacional, dando perspectivas apropiadas para cualquiera de los temas relacionados con el Control Interno. Concretamente, se busca dar un punto de vista formal a algunas de las situaciones que se presentan en las MIPYMEs y que para estas pueden ser aspectos que no están relacionados con algo tan específico como el Control Interno. Por último, la realización y conclusión de este proyecto busca generar conocimiento hacia los dueños o administradores e incluso los encargados de las MIPYMEs, para que puedan tomar las decisiones más adecuadas con respecto a sus empresas con una mejor preparación y entendimiento de lo que es el control interno, las estrategias que se pueden aplicar y las ventajas y desventajas que presenta, para que realicen las mejores elecciones que les ayuden a lograr sus objetivos empresariales, generando así un crecimiento en estas, para cada uno de sus trabajadores y que a través de estas acciones se mejore la economía local mediante la mejora y la competencia de las pequeñas y medianas empresas

DESARROLLO

Con el paso del tiempo el hombre ha ido obteniendo diferentes destrezas a la hora de tener un control interno en una empresa y organización, logrando perfeccionar su manera de controlar cualquier tipo de imprevisto que se pueda presentar diariamente en el campo laboral, esto es de gran importancia puesto que de esta manera se obtiene un orden de manera más positiva, eficiente y competente para la empresa sin importar la magnitud de la misma. (Machorro, 2013, p. 3).

Sin embargo, México como país, ha visto este tema como un gran problema; ya que además de que no se cuenta con un marco legal propio, sino que se han adoptado las normas internacionales, sin tener presente las características del sector empresarial de origen mexicano donde predominan las MiPymes (micro, pequeñas y medianas empresas), no se enfoca en educar a sus empresarios para que conozcan y puedan implementar un control interno en las pequeñas y medianas empresas, lo que las caracteriza por la deficiencia que tienen en sus controles o la falta de ellos. (Velázquez & Arreola, 2019).

Para (Jova, 2013) las MiPymes en México presentan serios problemas por falta de un buen control interno, siendo éstos los más relevantes:

- Se presentan inventarios en exceso que ocasionan las pérdidas por deterioro, almacenaje, obsolescencias, conjuntamente con el incremento del costo, y esto es dinero inmovilizado que no genera beneficios de ningún tipo a la empresa;
- También se obtienen cuentas por cobrar en exceso que presentan inmovilización de recursos e incremento de su costo oportunidad;
- Condiciones operativas que la ponen en desventaja en el mercado, y
- Por último y no menos importante, la inversión que hace la empresa en activos fijos tangibles por encima de las necesidades de la empresa.

Cabe destacar, que los cuestionarios de supervisión existentes para los sistemas de control interno están diseñados principalmente para cubrir las necesidades de las empresas grandes que no tienen un peso significativo en el contexto nacional, por lo que no se llega a una solución al problema.

De acuerdo con un estudio de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios y Servicios Financieros (CODUSEF) es la ausencia de cultura empresarial, la falta de análisis estratégico, la incompetencia del personal, la mala previsión financiera, la ausencia de control interno y falta de planeación las que definirán el éxito y la permanencia de la empresa.

Cabe mencionar, que las Pymes, a pesar de que cuentan con un número reducido de empleados, carecen de control sobre las responsabilidades de los trabajadores y sus actividades. Para dar solución a este tipo de problema es necesario crear un modelo de negocios donde quede establecidas las maneras de ideales de trabajo, teniendo así un buen desarrollo y manejo del control interno de la misma.

A nivel local, la ciudad de Tierra Blanca y en los alrededores de esta, se encuentran establecidas al menos 7,200 PYMES, de las cuales existen algunas que han sabido organizarse y tener un control interno que las ha ayudado a mantenerse a lo largo de los años; como lo es: el “Comedor Irma” que a lo largo de sus 50 años de establecimiento ha tenido un control interno establecido de inventarios, de procedimientos y de inversiones que le ha ayudado a sobrellevar todos y cada uno de los obstáculos que se han presentado, siendo un resultado claro de este buen control interno el hecho de que la pandemia por Covid-19 no ha influido en los ingresos percibidos.

Sin embargo, existen muchas PYME en la zona que no tienen estrategias de control interno, como lo son, el mercado que se acaba de inaugurar en Vicente, que a su mes de inicio de operaciones no presenta control ni para sus inventarios, ni con respecto al turno y salario de los trabajadores y mucho menos con el precio de los productos. Las empresas de abarrotes de La Atalaya, de las cinco existentes en la localidad ninguna presenta un control interno establecido y además los responsables de estas desconocen las estrategias de control interno que pueden implementar para la mejora de sus empresas, estas empresas no presentan peligro de desaparecer, sin embargo, sin un control interno establecido ni las estrategias necesarias, tampoco presentan una mejora. Por todo lo investigado surgió la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las ventajas y las desventajas de realizar estrategias de control interno en las PYME?

Evolución del control interno y conceptos

“En 2013 se definió el control interno como un proceso donde se toman decisiones efectuadas por la junta, la administración y otro personal, diseñado para proveer seguridad razonable en relación con el logro de los objetivos de la organización.” (Mantilla & S., 2013).

Objetivo del control interno para una PYME

“En todas las empresas mexicanas es necesario tener un adecuado control interno, pues gracias a esto se evitan riesgos y fraudes, se protegen y cuidan los activos y los intereses de las empresas, así como también se logra evaluar la eficiencia de la misma en cuanto a su organización. Las pequeñas y medianas empresas no cuentan con el control interno adecuado, debido a que gran parte de ellas son empresas familiares, en la mayoría de los casos, carecen de formalidad, de una organización adecuada y falta de manuales de procedimientos y de políticas que sean conocidas por todos los integrantes de la empresa.” (Aguirre Choix & Armenta Velázquez, 2012).

Estrategias de control interno para una PYME

ISO Tools, (2017), definió las siguientes estrategias de Control Interno: crear una cultura de control mediante la comunicación, motivación y la capacitación: Antes de comenzar con la implementación del sistema de control interno, es importante preparar el terreno. Esta preparación consiste en comunicar a las personas que se quiere hacer y saber transmitir la importancia del control y sus beneficios para la organización e incluso para cada persona individualmente.

- Recabar información: Una vez introducida la cultura de control entre los miembros de la organización, llega el momento de recolectar datos. Debe intervenir activamente todo el personal, coordinados por un responsable designado ya sea externo o interno. La información se puede reunir a través de: Entrevistas o documentos, listas de chequeo y/o la observación.
- Clasificar la información obtenida: se debe tener la información ordenada, con el fin de facilitar su consulta.

- Diagnosticar: A través de la información recabada se deberá realizar un diagnóstico.
- Revisar los procedimientos: A partir del diagnóstico se realizará una revisión de los procedimientos para así poder aplicar un modelo de control interno que se ajuste a las necesidades de la PYME.

Descripción del instrumento

Para la recogida de los datos de las dos variables, se utilizó la técnica de encuesta, y lista de verificación a través de la aplicación de dos instrumentos, el cual fue una lista de verificación que mide la variable uno que es la variable dependiente, denominada estrategias para el control interno, el cual consta de 10 ítems y el segundo, también un cuestionario, aplicado al dueño de la tienda para medir la variable dos que es la variable independiente denominada ventajas y desventajas del control interno éste con 10 ítems de preguntas cerradas, éstos hacen alusión a cada una de las etapas que debe de cumplir el dueño de la tienda.

Procedimiento de recolección

Fase 1: Se seleccionó a través de un tipo de investigación no probabilística a las Pymes que se investigarían en la localidad de La Atalaya. Se determinaron un total de tres negocios a los que se les toma como la muestra.

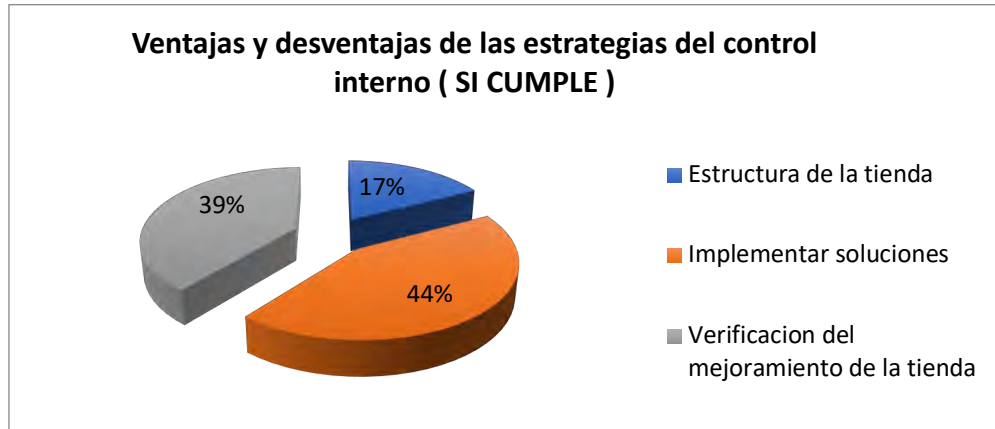
Fase 2: Se realizaron los instrumentos que servirían para recabar información los cuales fueron: una lista de verificación para evaluar las estrategias que se encuentra en el anexo 2 y otra para los encargados de las Pymes que está en el anexo 3, y por último, una encuesta aplicada a los propietarios que se encuentra en el anexo número 4.

Fase 3: Se aplicaron los anexos del 5 al 11, los instrumentos son la autoevaluación de las estrategias, la lista de verificación y las encuestas a los propietarios y encargados de las Pymes.

Fase 4: Se analizaron los datos y se obtuvieron resultados.

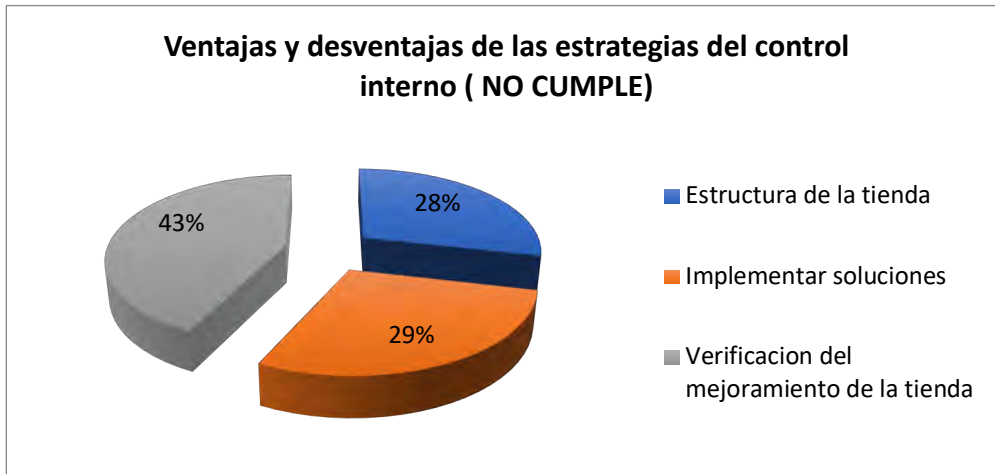
RESULTADOS

Para la recogida de los datos de las dos variables, se utilizó la técnica de encuesta, y lista de verificación a través de la aplicación de dos instrumentos, el cual fue una lista de verificación que mide la variable uno que es la variable dependiente, denominada estrategias para el control interno, el cual consta de 10 ítems y el segundo, también un cuestionario, aplicado al dueño de la tienda para medir la variable dos que es la variable independiente denominada ventajas y desventajas del control interno éste con 10 ítems de preguntas cerradas, éstos hacen alusión a cada una de las etapas que debe de cumplir el dueño de la tienda.



Análisis No 1: La explicación a esta lista de verificación aplicada con el fin de conocer si estas 3 tiendas cumplen con ciertas estrategias para su mejoramiento.

El porcentaje que se obtuvo después de realizar la lista de verificación fue la siguiente: en la estructura de la tienda se obtuvo el 17% en el cual de ese porcentaje las 3 tiendas si cumplen con las estrategias que se van implementar, sin embargo, más del 44% que son implementar soluciones si cumplen y el 39% que es la verificación del mejoramiento de la tienda si cumplen con dichas estrategias.



Análisis No 2: La explicación a esta lista de verificación aplicada con el fin de conocer si estas 3 tiendas cumplen con ciertas estrategias para su mejoramiento.

El porcentaje que se obtuvo después de realizar la lista de verificación fue la siguiente: en la estructura de la tienda se obtuvo el 28% en el cual de ese porcentaje las 3 tiendas no cumplen con las estrategias que se van implementar, sin embargo, el 29% que son implementar soluciones para el mejoramiento de la tienda no cumplen y más del 43% que es la verificación del mejoramiento de la tienda que no cumplen con dichas estrategias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre Choix, R., & Armenta Velazquez, C. E. (2012). El Buzón de Pacioli. Obtenido de https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no77/68d_-_la_importancia_del_cont
- Álvarez, M. y Durán, J. (2009). Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Una contribución a la mejora de los sistemas de información y el desarrollo de las políticas públicas. http://www.eclac.org/comercio/publicaciones/xml/8/38988/Manual_Micro_Pequeña_Mediana_Empresa_TIC_politicas_publicas.pdf
- Amaro, Z. (2009). Pymes en México. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/amaro_z_bi/capitulo2.pdf pp. 3-4
- Anónimo (2010). ¿Cómo se puede entender el control interno? <http://adrianamiprimerblog.blogspot.com/2010/08/caractersistematico-el-control-Anónimo>. (2014). Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-0422015000100008
- Calderón L. (2014). Responsabilidades sobre el control interno. http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/C/contrapartida_878/contrapartida_878.asp?print=1
- Frias, I. (26 de FEBRERO de 2016). Perspectivas Ey Perú. <https://perspectivasperu.ey.com/2016/02/26/importancia-control-interno-empresa/>
- Federación Internacional de Contadores. (2012). Evaluar y mejorar el control interno en las organizaciones. <https://www.ifac.org/system/files/publications/files/Evaluar-y-mejorar-el-control-interno-en-las-organizaciones.pdf>
- González Dalmau, L. Á. (2011). Eumed. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1161/index.htm>
- Hernández, C. (2019). Instituto Nacional de Contadores Públicos. Obtenido de <https://www.incp.org.co/la-importancia-del-control-interno-pyme/>
- Holtzheimer, D. M. (2013). 0706366. Recuperado el 15 de octubre de 2020, de https://www.ri.unam.mx/contenidos/ficha/la-importancia-de-la-relacion-del-control-interno-y-la-auditoria-interna-en-el-manejo-de-los-inventarios-223279?c=4b5Qje&d=false&q=*&i=1&v=1&t=search_0&as=0

- ISO Tools. (2017). Las 8 fases para implementar un sistema de control interno. Obtenido de <https://www.isotools.org/2017/09/21/fases-sistema-de-control-interno/>
- Lafuente, D. A. (2014). Abdelhamid Hammi. http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/64786/1/ABDELHAMID_HAMMI_TESIS.pdf
- Luna, O. F. (2011). Google Books. Obtenido de https://books.google.com.mx/books?id=plsiU8xoQ9EC&pg=PA40&hl=es&source=gb_s_toc_r
- Mantilla, S. A., & S., S. Y. (2013). Google Books. Obtenido de <https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=rMS4DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT2&dq=li>
- Vivanco Vergara, M. E. (2017). Revista Universidad y Sociedad. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300038
- Pérez, k. f. (2013). analisis integral de los elementos del control. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8504/1/T-UCSG-PRE-ECO-CICA-310.pdf>
- Servin, I. (14 de marzo de 2016). deloitte. <https://www2.deloitte.com/py/es/pages/audit/articles/opinion-control-interno-empresas.html>.

CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES MERCANTILES COMO ALTERNATIVA DE EMPRENDIMIENTO EN LOS NEGOCIOS

MARGARITA LIMÓN MENDOZA¹, MAYTE PULIDO CRUZ², ISABEL LIRA VÁZQUEZ³

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo dar a conocer de manera general las sociedades mercantiles vigentes en México, las características principales de su constitución, así como sus obligaciones, beneficios e inconvenientes de esta figura legal, con base en las disposiciones legales vigentes previstas en la Ley General de Sociedades mercantiles, con la finalidad de que el empresario disponga de la información necesaria para constituirse como sociedad mercantil y de esta forma pueda elegir la mejor alternativa para emprender un negocio de acuerdo a sus necesidades e intereses. La presente investigación es de tipo documental y se realizó a partir de la recopilación de fuentes bibliográficas tales como revistas, periódicos, páginas web, leyes mercantiles, entre otras. Se observa que existe muy poca literatura sobre la constitución de una sociedad mercantil, y de los beneficios que se generan para el negocio al crearla, ya que la mayoría de los empresarios no cuentan con los conocimientos y asesoría de profesionistas especializados que analicen las diversas opciones legales de constitución de sociedades mercantiles permitidas en las disposiciones legales vigentes, por lo cual se hace necesario realizar este análisis.

Palabras clave: Sociedad, Constitución, Emprendimiento.

ABSTRACT:

This work aims to make known in a general way the mercantile companies in force in Mexico, the main characteristics of their constitution, as well as their obligations, benefits and drawbacks of this legal figure, based on the current legal provisions provided for in the General Law of mercantile companies, in order for the

¹ Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Tuxtepec. invicta650@hotmail.com

² Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Tuxtepec. maytepulido@hotmail.com

³ Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Tuxtepec. cpisalira@hotmail.com

entrepreneur to have the necessary information to establish himself as a commercial company and thus be able to choose the best alternative to start a business according to his needs and interests. The present investigation is of a documentary type and was carried out from the compilation of bibliographic sources such as magazines, newspapers, web pages, commercial laws, among others. It is observed that there is very little literature on the constitution of a commercial company, and the benefits that are generated for the business when creating it, since most of the entrepreneurs do not have the knowledge and advice of specialized professionals who analyze the various options legal provisions for the constitution of mercantile companies allowed in the current legal provisions, for which it is necessary to carry out this analysis

Key words: Society, Constitution, Entrepreneurship

INTRODUCCIÓN

En estos tiempos de incertidumbre y cambios, los emprendimientos representan una alternativa para muchas personas que no cuentan con un trabajo estable o que desean iniciar su propio negocio, sin embargo, la falta de experiencia y conocimientos en materia mercantil sobre cuál de las sociedades mercantiles representa la mejor opción para constituirse de acuerdo a sus necesidades, limita la posibilidad de llevarlo a cabo.

De acuerdo con las últimas cifras oficiales publicadas por INEGI (Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía, en el mes de junio de 2021, el índice de desempleo en México se ubica en 4 %, por lo cual es necesario disminuirlo a través del fomento del emprendimiento.

La creación de sociedades mercantiles en México, otorga una serie de beneficios para el negocio, ya que todas le brindan certeza jurídica para sus socios y un nivel de protección contra riesgos derivados de la empresa, es por lo tanto la mejor solución para que emprendedores puedan manejar una empresa sin arriesgar su patrimonio, y a la vez aprovechar las ventajas que la ley le otorga a las sociedades mercantiles.

Este trabajo tiene como objetivo mostrar un panorama general de las sociedades mercantiles vigentes en México, las características, ventajas y desventajas de su constitución, obligaciones y particularidades de cada una de ellas, con base en las disposiciones legales vigentes previstas en la Ley General de Sociedades Mercantiles, con la finalidad de dar a conocer la mejor alternativa para emprender un negocio de acuerdo a las necesidades e interés de crecimiento para quien desee constituirse como sociedad mercantil.

Método

La presente investigación es de tipo documental y se realizó a partir de la recopilación de fuentes bibliográficas tales como revistas, periódicos en circulación, páginas web, leyes mercantiles entre otras, relacionadas todas con la constitución de sociedades mercantiles como alternativa de emprendimiento, con lo cual permitió revisar la normatividad relativa a las sociedades mercantiles en México, la Ley General de Sociedades Mercantiles (2018), Ley General de Sociedades Cooperativas (2018), y la Ley para Regular las Actividades de las Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (2014).

DESARROLLO

Importancia de las sociedades mercantiles

En la actualidad la las sociedades mercantiles constituyen un factor importante para el crecimiento de México, especialmente para quienes desean emprender o ya cuentan con un pequeño negocio, el cual, hasta esos momentos se encuentra en la economía informal, ya que por lo regular muchos emprendedores no conocen las leyes mercantiles en México y las facilidades y ventajas que se obtienen al constituir la empresa formalmente.

La constitución es el proceso mediante el cual una sociedad mercantil adquiere personalidad jurídica y con ello las atribuciones necesarias para operar de manera formal de acuerdo al marco legal en nuestro país.

Generalidades de las sociedades mercantiles

De acuerdo a la legislación mexicana, las sociedades mercantiles son reconocidas como una entidad propia y distinta de sus miembros individuales, lo cual exime, hasta cierto punto, a los miembros de la sociedad de las deudas y responsabilidades contraídas por la sociedad como entidad propia.

La Ley General de Sociedades Mercantiles las reconoce como una entidad jurídica propia, independiente de los miembros que la conforman.

En concreto, una sociedad mercantil es un contrato mediante el cual sus miembros se comprometen a buscar, luchar y alcanzar algún interés en común, en su mayor parte económico.

Las ventajas y beneficios que se obtienen por constituirse en una sociedad mercantil se pueden resumir de la siguiente manera:

Se puede reunir una cantidad mayor de capital para formar la empresa que de manera individual, la responsabilidad de los socios es compartida y se establece definiendo de acuerdo al tipo de sociedad, se adquiere personalidad jurídica distinta de los socios, con lo cual se protege el patrimonio de cada integrante al separarse con el de la sociedad, las cargas y tasas de impuestos son menos gravosos que cuando se forma una empresa con una persona, además de que da la posibilidad de compensar las pérdidas con las ganancias futuras.

Las sociedades mercantiles pueden clasificarse en sociedades de personas y sociedades de capitales y pueden adoptar dos modalidades de capital, capital fijo y capital variable.

Capital Fijo: Aquel capital que durante toda la existencia de la sociedad no puede sufrir cambios ni alteraciones, es decir, siempre debe de ser del mismo monto, a menos de que se cambien los estatutos de la sociedad.

Capital Variable: Aquel capital que constantemente sufre cambios y transformaciones de acuerdo al avance, crecimiento y/o desarrollo de la sociedad mercantil.

Todas las sociedades pueden adoptar cualquier modalidad de capital, sin embargo, la Sociedad Cooperativa siempre será de capital variable.

De acuerdo al artículo 2º. de la Ley general de Sociedades Mercantiles, las sociedades mercantiles inscritas en el Registro Público de Comercio, tienen personalidad jurídica distinta de los socios.

Las sociedades no inscritas en el Registro Público de Comercio que se hayan exteriorizado como tales, frente a terceros consten o no en escritura pública, tendrán personalidad jurídica.

Las relaciones internas de las sociedades irregulares se regirán por el contrato social respectivo, y, en su defecto, por las disposiciones generales y especiales de la Ley de Sociedades Mercantiles, según la clase de sociedad de que se trate.

Tratándose de la Sociedad por Acciones Simplificada, para que surta efectos ante terceros deberá inscribirse en el Registro Público de Comercio.

Sociedades mercantiles en México

La Ley General de Sociedades Mercantiles en su artículo 4o establece que se reputarán mercantiles todas las sociedades que se constituyan en algunas de las formas reconocidas en el artículo 1o de esta Ley. Las sociedades mercantiles podrán realizar todos los actos de comercio necesarios para el cumplimiento de su objeto social, salvo lo expresamente prohibido por las leyes y los estatutos sociales. Cuando se constituye una sociedad los socios adquieren responsabilidades y los beneficios que obtengan dependerán de la responsabilidad contraída. Por ello, es necesario conocer los detalles de los diferentes tipos de sociedades mercantiles para saber las obligaciones que adquirirán y las particularidades de cada una, las cuales analizaremos a continuación.

La Ley General de Sociedades Mercantiles en su artículo 1o reconoce las siguientes especies de sociedades mercantiles:

- Sociedad en nombre colectivo;
- Sociedad en comandita simple;
- Sociedad de responsabilidad limitada;
- Sociedad anónima;
- Sociedad en comandita por acciones;

Sociedad cooperativa, y
Sociedad por acciones simplificada.

Sociedad en nombre colectivo

La sociedad en nombre colectivo es aquella que existe bajo una razón social y en la que todos los socios responden de forma subsidiaria, ilimitada y solidariamente ante las obligaciones sociales de acuerdo al capítulo II, Art. 25 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

Cuando se habla de modo subsidiario y solidario, quiere decir que cada uno de los socios es responsable de todos los demás y que lo hacen de forma ilimitada, por lo tanto, ningún socio tiene derechos especiales que limiten su participación.

A pesar de lo anteriormente mencionado, existe la posibilidad de que los socios estipulen que la responsabilidad de alguno o algunos sí se limite a una porción o cuota determinada conforme al art. 26 de la Ley.

CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO (S. EN N.C.)

- La sociedad en nombre colectivo existe bajo una Razón Social
- En ella todos los socios responden de forma subsidiaria, ilimitada y solidaria, de las obligaciones sociales.
- Para que los socios puedan ceder sus derechos en la compañía, necesitarán ineludiblemente la conformidad del resto de socios
- La razón social se formará con el nombre de uno o más socios, y cuando en ella no figuren los de todos, se le añadirán las palabras y compañía u otras equivalentes.
- Puede estar integrada por socios industriales, que aporten trabajo y capital, y también por socios capitalistas.

VENTAJAS DE LA SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO:

- No establece una cantidad de capital social mínimo
- Cada socio tiene un voto, independientemente de la aportación de su aportación económica.
- Posibilidad de cumplir en un solo portal con los trámites federales (SE, IMSS, SAT).

- Ningún socio podrá concederle a un extraño la participación en la empresa en caso de que renuncie a la misma, salvo que lo consulte y sea aprobado por el resto de socios.
- Asimismo, cuando no existen nexos familiares, suelen estar integradas por tres o cuatro socios, contribuyendo cada uno con su esfuerzo económico para conseguir que la empresa progrese.
- La sociedad en nombre colectivo necesita que al menos haya dos asociados.

DESVENTAJAS DE LA SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO:

- Solo admite nuevos socios con el consenso de los actuales.
- Para la cesión de derechos de un socio, debe de contar con la aprobación del resto
- Una de las desventajas de este tipo de sociedad es que sus socios no podrán participar en ninguna otra compañía a no ser que tenga la autorización del resto de socios.
- Asimismo, tampoco podrá comenzar por cuenta propia, ni mediante otra persona, negocios similares que vayan a representar competencia para la sociedad.
- Comenzar a realizar una actividad por medio de la sociedad en nombre colectivo implica que los socios tendrán que responder de modo solidario, ilimitada y subsidiariamente de las obligaciones fiscales de la empresa. Por tanto, los socios deberán responder con sus propios bienes por las obligaciones que contraiga la sociedad cuando esta no pueda enfrentarlas.

Este tipo de sociedad es apta para despachos profesionales, holdings integrados por varias empresas, por ejemplo, pues los socios están obligados a participar en las decisiones de la empresa, teniendo la de todo el mismo valor decisorio (no existe un voto de calidad o con más valor que otro).

Sociedad en comandita simple

Las sociedades mercantiles en comandita simple de acuerdo al artículo 51 de la Ley General de Sociedades Mercantiles es la que existe bajo una razón social y se componen de uno o varios socios comanditados que responden de manera

subsidiaria, ilimitada y solidariamente de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.

Las diferencias de estos dos tipos de socios residen en las responsabilidades de cada uno.

Los comanditados responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidaria de las Obligaciones sociales. Los comanditarios únicamente están obligados al capital comprometido, no pudiendo intervenir en la gestión ni toma de decisiones de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE (S EN C.S)

- Existen dos diferentes tipos de socios.
- La Razón Social se formará por al menos uno de los nombres de los socios + "y compañía".
- No existen acciones, sino que el capital social se divide en Cuotas o Partes de interés.
- No existe un mínimo de capital social.
- Las reservas de la sociedad deben ser igual al 5% de las utilidades anuales, hasta reunir el 20% del total del capital fijo.
- La Sociedad finaliza con el fallecimiento de uno o más socios (aunque es posible extinguirla antes)

VENTAJAS DE LA SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE:

- No se establece para estas un mínimo de capital social.
- Posibilidad de reunir una mayor cantidad de capital para la empresa, ya que permite la entrada de capital por parte de los socios comanditarios sin que estos puedan interferir en su gestión.
- No es necesario presentar una declaración de impuestos aparte para la sociedad. Cada socio tributa personalmente sobre su parte

DESVENTAJAS DE LA SOCIEDAD ENCOMANDITA SIMPLE:

- Los Socios Comanditos (o Colectivos) responden de manera ilimitada con sus patrimonio y bienes antes posibles deudas en que incurra o genere la Sociedad.

Se sugiere este tipo de sociedad para el desarrollo de proyectos inmobiliarios que tengan como objetivo la renta de las edificaciones.

Sociedad de responsabilidad limitada

De acuerdo al artículo 58 de la Ley General de Sociedades Mercantiles Sociedad de Responsabilidad limitada es la que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la presente ley.

La responsabilidad está limitada al capital aportado, el cual se integra de las aportaciones de cada uno de los socios. Por ello, en caso de existir una deuda, los socios no están obligados a responder con su patrimonio personal, solo con lo aportado.

Los socios pueden elegir ser administradores o no y sus responsabilidades se limitan al porcentaje de su parte social.

CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (SRL)

- Se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones (que pueden ser dinerarias o no dinerarias, es decir, en bienes).
- En el momento de constitución de la SRL, los socios pueden pagar el 50% de su parte y por el contrato social disponer un plazo para liquidar el otro 50 sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador. Sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la Ley.
- La denominación o la razón social irá inmediatamente seguida de las palabras "Sociedad de Responsabilidad Limitada" o de su abreviatura "S. de R. L."
- Su administración puede ser llevada a cabo por uno o varios Gerentes.
- Ha de tener una Asamblea de Socios y un Consejo de Vigilancia (para verificar la labor de la Gerencia y los Estados Financieros)
- Se requiere que haya entre 2 y 50 socios.

VENTAJAS DE LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

- En caso que la sociedad generase deudas los socios solo responden con el capital aportado (de ahí la Responsabilidad Limitada). Es decir, la responsabilidad legal está limitada a las contribuciones de capital de los miembros
- La ley no exige una cantidad mínima de Capital Social quedando a libertad de los socios la decisión del capital social de su empresa y pactándose en el contrato social correspondiente.
- En caso de fallecimiento, las partes sociales son heredables y, por lo tanto, no se extingue la sociedad como ocurre en las cooperativas.
- Permite aportaciones suplementarias que pueden consistir en la entrega de dinero u otros bienes que los socios se comprometen a dar a la sociedad, una vez cumplido con el pago de su aportación al capital social de la empresa.
- En caso de muerte de alguno de los socios, su participación social es heredada por su familia sin necesitar el consentimiento de los demás socios. Aunque la transmisión de las participaciones puede ser regulada en el acta constitutiva. En el artículo 67 de la LGSM se habla sobre la transmisión por herencia de las participaciones.

DESVENTAJAS DE LA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA:

- Tanto las aportaciones como las partes sociales no están representadas por títulos negociables.
- No disponen de consejo de administración.
- Tiene dificultad para atraer a nuevos inversores debido a que no es sencillo traspasar las participaciones o incluir a nuevos socios.
- Los gravámenes del impuesto de sociedades son altos si no se cubre el monto mínimo de beneficios.
- La ley establece que las aportaciones deben hacerse mediante aportación dineraria o bienes que representen valor económico, así que no pueden realizarse aportaciones a través de prestación de servicios.

Se recomienda para Pymes y empresas familiares.

Sociedad anónima

Es la que existe bajo una denominación y está compuesta solamente por socios cuya única obligación de estos es el pago de sus acciones sin ninguna otra obligación adicional. (artículo 87 Ley General de Sociedades Mercantiles)

La denominación (nombre de la sociedad) podrá ser cualquiera, con dos únicas premisas, 1. Ser diferente de cualquier otra sociedad 2. La denominación social siempre irá seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de su abreviatura "S.A."

La responsabilidad de cada accionista está relacionada al capital que exista.

CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA

- Uno de los tipos de sociedades mercantiles más empleadas en el mundo y en México, las sociedades anónimas están conformadas por socios cuyas obligaciones se limitan al pago de sus respectivas acciones.
- Dos es el mínimo de socios necesarios para constituir la y que cada uno suscriba una acción por lo menos
- Que el contrato social determine el monto mínimo de capital social y que esté íntegramente suscrito
- Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario
- Sus titulares, los accionistas, participan del capital social mediante títulos o acciones, las cuales establecen diversas jerarquías entre ellos.
- Las acciones tienen un valor nominal y privilegios o derechos vinculados a ellas.
- Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya que pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario
- La reserva, será necesario el equivalente al 5% de las utilidades anuales hasta completar el 20% del capital social fijo.
- La denominación social de esta se puede elegir libremente, siendo distinta de cualquier otra sociedad, e irá siempre seguida de las palabras «Sociedad Anónima» o de su abreviatura «S.A.».

VENTAJAS DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA:

- Responsabilidad. Los accionistas no tienen responsabilidad personal
- Los accionistas, eligen un consejo de administración o administrador único y le otorgan los poderes que requiera para ejecutar la toma de decisiones de la sociedad.
- Las acciones pueden ser vendidas entre accionistas (o nuevos accionistas) sin tener que disolver la organización empresarial.

DESVENTAJAS:

- La forma de organización es más compleja y exige una Junta de Accionista anual como mínimo.
- El costo de los trámites (y su número) para la creación de la empresa son más altos que en otros tipos de sociedades.

Es recomendable para empresas con variedad de negocios y que desean que la entrada y salida de socios no requiera grandes formalismos ni dificultades.

Sociedad en comandita por acciones

La Sociedad en Comandita por Acciones se encuentra definida en el artículo 207 de la Ley General de Sociedades Mercantiles” la que se compone de uno o varios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus acciones”.

CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES

- Está formada por dos tipos de socios: los comanditados y los comanditarios. Los primeros responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidaria de las obligaciones y deudas de la sociedad para con los terceros.
- Los segundos puede autorizar y vigilar la sociedad, pero no tienen la capacidad de desenvolverse como administradores, solamente están obligados al pago de sus acciones.
- La administración de la sociedad estará a cargo de los accionistas comanditados. En caso que sea un accionista comanditario quien se haga cargo de la administración, este adquiere la misma responsabilidad de los socios comanditados.

- La razón o denominación social deberá ir seguida de las palabras <<Sociedad en Comandita por Acciones>> o su abreviatura <<S. en C. por A.>>.
- Se rigen por las mismas reglas que la sociedad anónima y lo dispuesto para las acciones de los socios comanditados. Su capital está dividido en acciones y no se pueden ceder sin el consentimiento total de todos los socios. Tampoco se establece un mínimo de capital y la reserva debe ser el 5% de las utilidades anuales hasta llegar al 20% del capital social.
- El Capital Social queda repartido en Acciones.
- En cuanto a la normativa, a la Comandita por Acciones se aplicará lo dispuesto para las Sociedades Anónimas.

VENTAJAS DE LA SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES

- Su principal ventaja es la posibilidad de atraer inversionistas capitalistas con mejor eficacia que en la comandita simple.
- Los socios comanditados pueden atraer el capital de otros sin que estos interfieran en la gestión de la empresa.
- La responsabilidad limitada de los socios comanditarios.
- No existe un límite en la cantidad de socios que pueden constituir la sociedad.
- La empresa tiene más dinamismo gracias a que diferentes personas aportan su experiencia.

DESVENTAJAS DE LA SOCIEDAD EN COMANDITA POR ACCIONES

- Trámites complicados en la vida sociales, similares a los de las sociedades anónimas.
- Responsabilidad ilimitada y solidaria de los socios comanditados.

Se recomienda para negocios como un restaurante o comida a domicilio

Sociedad cooperativa

La Sociedad Cooperativa se encuentra regulada por su propia legislación: la Ley General de Sociedades Cooperativas, la cual en su artículo 2 la define como "una forma de organización social integrada por personas físicas que tienen interés o fines comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la

realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios”.

CARACTERÍSTICAS DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS

- En la Ley General de Sociedades Cooperativas se estipula que las empresas bajo este régimen deben fomentar la educación cooperativa, la ecología y la economía solidaria, para ir en concordancia con el concepto de cooperación.
- Una de las particularidades de estas sociedades mercantiles es que presentan rendimientos por trabajo y consumo.
- Sus socios deben pertenecer a la clase trabajadora e intervienen como mínimo cinco personas.
- Asimismo, en este tipo de sociedad se admite la participación de extranjeros, con excepción de su desempeño en puestos directivos o administrativos y su administración es democrática.
- Contempla otras diferencias con el resto de sociedades, como su fondo de reserva que debe ser de 10% a 20% del rendimiento de cada ejercicio social, estableciéndose en el acta constitutiva.
- En esta debe aparecer igualmente la duración de la cooperativa, el domicilio, el importe del capital social (variable) y las bases para practicar la liquidación de la sociedad.

VENTAJAS DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS:

- Gestión y administración democrática de la sociedad.

DESVENTAJAS DE LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS:

- Los socios responden de perdidas con su patrimonio

Según establece La Ley General de Sociedades Cooperativas, este tipo de sociedades mercantiles deben fomentar (y por tanto está indicado) la ecología, la educación cooperativa y de la economía solidaria enlazándolo con el "cooperación". La idea es que las cooperativas colaboren con otras generando así una cadena de calor que fomente la solidaridad y cooperación

Sociedad por acciones simplificada

La Sociedad por Acciones Simplificada se introdujo el 14 de marzo de 2016 a la Ley General de Sociedades Mercantiles (2018), la cual en su artículo 260 la define como:

“Aquella que se constituye con una o más personas físicas que solamente están obligadas al pago de sus aportaciones representadas por acciones”. En ningún caso las personas físicas podrán ser simultáneamente accionistas de otro tipo de sociedad mercantil a que se refieren las fracciones I a VII, del artículo 1º de esta Ley, ni su participación en dichas sociedades mercantiles les permite tener control de la sociedad o de su administración, en términos del artículo 2, fracción III de la Ley del Mercado de Valores.

Los ingresos totales anuales de una sociedad de acciones simplificada no podrán rebasar de 5 millones de pesos. En caso de rebasar el monto respectivo, la sociedad por acciones simplificada deberá transformarse en otro régimen societario contemplado en esta Ley, en los términos en que se establezca en las reglas señaladas en el artículo 263 de la misma.

El monto establecido en este párrafo se actualizará anualmente el primero de enero de cada año, considerando el factor de actualización correspondiente al periodo comprendido desde el mes de diciembre del penúltimo año hasta el mes de diciembre inmediato anterior a aquel por el que se efectúa la actualización, misma que se obtendrá de conformidad con el artículo 17-A del Código Fiscal de la Federación. La Secretaría de Economía publicará el factor de actualización en el Diario Oficial de la Federación durante el mes de diciembre de cada año. En caso que los accionistas no lleven a cabo la transformación de la sociedad a que se refiere el párrafo anterior responderán frente a terceros, subsidiaria, solidaria e ilimitadamente, sin perjuicio de cualquier otra responsabilidad en que hubieren incurrido.

Con el acuerdo publicado el día 24 de diciembre del año 2020 en el Diario Oficial de la Federación, los ingresos totales anuales de una sociedad por Acciones Simplificada para el año 2021 no podrán rebasar de \$ 5,860,670.96 y se seguirá

actualizando anualmente conforme a lo estipulado en la Ley anteriormente mencionada.

CARACTERÍSTICAS DE LAS SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA "S.A. S

- Se constituye 100% en línea y 24 horas
- Está constituida como mínimo por una persona.
- Los socios están obligados únicamente al pago de sus aportaciones que queda representado en acciones.
- Su responsabilidad queda limitada hasta el monto de sus aportaciones.
- Deberá ser constituida a través del Sistema Electrónico de Constitución (SEC) que, para tal efecto, establezca la Secretaria de Economía (SE), y se llevará por medios digitales (Internet) mediante el programa informático que establezca la propia SE.
- No se exige escritura pública, póliza o cualquier otra formalidad adicional para su constitución, lo que hace que los trámites de formalización sean más ágiles y económicos.
- La sociedad estará representada por un administrador, teniendo los accionistas voz y voto.
- Las acciones tienen un valor similar y otorgan igualdad de derechos salvo pacto en contrario

VENTAJAS DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA:

- Rápida constitución, al ser un trámite totalmente en línea, sin necesidad de acudir a ninguna oficina y desde cualquier dispositivo electrónico.
- Totalmente gratuito, ya que no genera gastos de constitución.
- Es el único régimen que permite constituir una sociedad a partir de una sola persona física, autónomo.
- Permite acceder a esquemas de financiamiento, de seguridad social, entre otros.
- Cumplir con trámites federales desde un solo portal.
- No se requiere capital mínimo ni fondo de reserva. Permite que las empresas permanezcan y crezcan, generando más empleos.
- Posibilitan la toma de acuerdos de los accionistas por vía electrónica.

- Responsabilidad limitada de los accionistas, salvaguardando así su patrimonio personal y familiar.

DESVENTAJAS DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA:

- Solo pueden ser constituidas por personas físicas, sin posibilidad de incluir personas morales.
- Sus ingresos anuales no pueden sobrepasar los cinco millones ochocientos sesenta mil seiscientos setenta pesos 96/100 M.N).
- Los accionistas no podrán ser accionistas de otras sociedades mercantiles si su participación en dichas sociedades paralelas les permite tener el control de la sociedad o su administración.
- Debe inscribirse en el Registro Público de Comercio para que surta efectos ante terceros

Se sugiere para para Micro empresas, micro pymes y pequeñas empresas.

RESULTADOS

Considerando que el emprendedor no cuenta muchas veces con suficiente capital para iniciar su negocio después del análisis realizado de todas las sociedades mercantiles se puede concluir que para iniciar un negocio rápido y con pocos ingresos, la Sociedad por Acciones Simplificada es la que le aporta más beneficios para constitución, por lo que pueden aprovechar las pequeñas y medianas que deseen constituirse en una persona moral, sin gastos excesivos, porque el servicio en línea es totalmente gratuito y el tiempo para constituir la sociedad no rebasa de las 24 horas, cumpliendo los trámites federales en un solo portal, siempre y cuando se tengan disponibles los requisitos que se solicitan para constituirla, por otra parte, no existe la obligación de la intervención de fedatarios público por lo que se reducen los costos significativamente, y en cuanto a la responsabilidad de los socios, solo están obligados al pago de sus aportaciones, además pueden ser integradas por un solo accionista y en cuanto al capital no exige un mínimo, no se requiere un fondo de reserva, no se exige escritura pública para su constitución, además de que permite acceder a esquemas de financiamiento, de seguridad social, entre otros, por lo que fomenta el emprendedurismo.

Las desventajas de la Sociedad por Acciones Simplificada son las siguientes:

Debe inscribirse en el Registro Público de Comercio para que surta efectos ante terceros, los ingresos totales anuales no deben rebasar de \$ 5,860,670.96 (Cinco millones ochocientos sesenta mil seiscientos setenta pesos 96/100 M.N), solo pueden ser constituidas por personas físicas, sin posibilidad de incluir personas morales, los accionistas no podrán ser accionistas de otras sociedades mercantiles si su participación en dichas sociedades paralelas les permite tener el control de la sociedad o su administración.

Se puede observar que son más las ventajas que las desventajas que presenta la Sociedad por Acciones Simplificada.

Es importante tener presente que independientemente de la forma en que se decida constituir la sociedad, siempre será una posibilidad más adelante en el futuro cambiar de régimen y de tipo de sociedad, lo que permitirá seguir con el desarrollo y crecimiento de la empresa.

CONCLUSIONES

En la actualidad la las sociedades mercantiles constituyen un factor importante para el crecimiento de México, ya que representan una alternativa para muchas personas que no cuentan con un trabajo estable o que desean iniciar su propio negocio, pero en muchas ocasiones no se cuenta con experiencia, conocimientos y asesoría en materia mercantil para poder decidir cuál de las sociedades mercantiles representa la mejor opción para constituirse de acuerdo a sus necesidades,

De acuerdo a la legislación mexicana, las sociedades mercantiles son reconocidas como una entidad propia y distinta de sus miembros individuales, lo cual exime, hasta cierto punto, a los miembros de la sociedad de las deudas y responsabilidades contraídas por la sociedad como entidad propia.

Las sociedades mercantiles aportan muchos beneficios y ventajas como son: reunir una cantidad mayor de capital para formar la empresa, responsabilidad limitada de los miembros de la sociedad, personalidad jurídica propia de la empresa, cargas y tasas de impuestos mejores y más convenientes que las de los individuos.

La Ley General de Sociedades Mercantiles nos da a de conocer los tipos de sociedades que existen en su artículo 1º. y las maneras en las que cada una de ellas nos benefician y pueden mejorar el inicio de actividades de la empresa.

Después de haber analizado todas las sociedades mercantiles se llega a la conclusión de que la Sociedad por Acciones Simplificada es la que presenta más ventajas para constituir la sociedad y fomentar el emprendedurismo en relación con las demás sociedades, ya que simplifica los trámites y reduce los costos significativamente, lo cual alienta al empresario para realizar su constitución.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LGSM (Ley General de Sociedades Mercantiles). (2018) México. Recuperado 15 de agosto de 2021 de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf_mov/Ley_General_de_Sociedades_Mercantiles.pdf

LGSC (Ley General de Sociedades Cooperativas). (2018). México. Recuperada el 16 de agosto de 2021 de: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/143%190118.pdf>

Zepeda, C. (26 de julio de 2021). El desempleo en México se ubicó en 4% en junio. La jornada. Recuperado 15 de agosto 2021 de: <https://www.jornada.com.mx/notas/2021/07/26economia/el-desempleo-en-mexico-se-ubico-en-4-en-junio/>

Helmut Sy Corvo. (10 de mayo de 2019). Sociedades mercantiles: historia, elementos, tipos, ejemplos. Lifeder. Recuperado 15 de agosto 2021 de <https://www.lifeder.com/sociedades-mercantiles/>

BLOG (2018) Sociedad por Acciones Simplificada recuperado 13 de agosto 2021 de

<https://www.gob.mx/tuempresa/articulos/crea-tu-sociedad-por-acciones>

Santillana, S. (2018, 3 de septiembre) Beneficios por aperturar una SAS. Periódico digital e-consulta.com/opinión recuperada el 10 de septiembre 2021 de: <https://www.e-consulta.com/opinion/2018-09-03/beneficios-por-aperturar-una-sas>

BLOG (2021) Actualización del límite de ingresos anuales de la SAS para el 2021 recuperado 28 de agosto 2021 de: <https://www.gphlegal.mx/2021/02/09/actualizacion-del-limite-de-ingresos-anuales-de-la-sas-para-el-2021/>

GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA MICROEMPRESA: ANÁLISIS DE ESTUDIO DE CASO ACADÉMICO

ALICIA ZÚÑIGA SÁNCHEZ¹, SINUHE DE JESÚS ABURTO SANTOS²

RESUMEN

La logística es la parte del proceso de la cadena de suministros que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficientes y efectivos de bienes y servicios, así como de la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes (Ballou, 2004). El objetivo de la logística es aumentar las ventajas competitivas, captando y reteniendo clientes y generando un incremento en los beneficios económicos obtenidos por la comercialización y producción de los bienes y servicios (Mora, 2012).

El estudio de la gestión logística en las microempresas es un tema poco valorado por los agentes empresariales, siendo este un campo de oportunidad para la investigación por parte de alumnos de nivel superior del área de Ingeniería en Gestión Empresarial. En el estudio se analizaron las funciones logísticas en empresas comerciales las cuales fueron: funciones de aprovisionamiento, producción, distribución y puntos de venta. De los resultados obtenidos se aprecian datos que indican la presencia de actividades que agregan valor a las funciones logísticas de manera empírica sin llegar a formalismos; generándose con ello propuestas fundamentalmente en la determinación de indicadores.

Palabras clave: Gestión logística, Microempresa, estudio de caso.

¹ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Tamazunchale. alicia.zs@tamazunchale.tecnm.mx.

² Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Tamazunchale. sinuhe.as@tamazunchale.tecnm.mx.

ABSTRACT

Logistics is the part of the supply chain process that plans, carries out and controls the efficient and effective flow and storage of goods and services, as well as related information, from the point of origin to the point of consumption. in order to satisfy customer requirements (Ballou, 2004). The objective of logistics is to increase competitive advantages, capturing and retaining customers and generating an increase in the economic benefits obtained from the marketing and production of goods and services (Mora, 2012).

The study of logistics management in microenterprises is a subject little valued by business agents, this being a field of opportunity for research by higher level students in the area of Business Management Engineering. In the study, the logistics functions in commercial companies were analyzed, which were: supply functions, production, distribution and points of sale. From the results obtained, data are appreciated that indicate the presence of activities that add value to logistics functions in an empirical way without reaching formalisms; thus generating proposals fundamentally in the determination of indicators.

Keywords: Logistics management, Microenterprise, case study

INTRODUCCIÓN

La logística es una actividad empresarial que tiene como finalidad planificar y gestionar todas las operaciones relacionadas con el flujo óptimo de materias primas, productos semielaborados y productos terminados, desde las fuentes de aprovisionamiento hasta el consumidor (Escudero, 2016).

El proceso logístico se compone de una serie de fases o etapas que se suceden en cadena y depende, por una parte, de la naturaleza del propio producto y, por otra, de la actividad principal de las empresas que intervienen; es decir, industrial, comercial y de servicios. Para que el producto pueda llegar al consumidor final, generalmente, se utilizan dos vías: canal de aprovisionamiento y canal de distribución.

Las funciones logísticas en empresas comerciales centran su actividad en las funciones de aprovisionamiento y distribución; los productos o mercancías son bienes adquiridos con el fin de revenderlos a terceros sin transformación previa. Las empresas mayoristas compran directamente al fabricante y la reventa se dirige, principalmente, hacia empresas detallistas o puntos de venta. Las empresas detallistas pueden comprar al fabricante o al mayorista y las ventas se dirigen al consumidor final. Todas ellas con el fin principal de satisfacer la demanda en las mejores condiciones de servicio, costo y calidad.

El canal de distribución es el recorrido que sigue el producto desde el origen (fabricante) hasta el destino (consumidor). Dicho recorrido se puede hacer atravesando múltiples etapas o ninguna, es decir los productos se puede vender a través de múltiples intermediarios, entre el fabricante y el consumidor, o distribuirse de forma directa. El fabricante decide el sistema de comercialización de su producto y elige entre: venta directa o venta indirecta. Venta directa: consiste en hacer llegar el producto al consumidor a través de vendedores propios o agentes comerciales. La venta indirecta: consiste en llevar el producto al consumidor final a través de uno o más intermediarios, que compran el producto y lo revenden a un precio más alto; de entre los intermediarios que intervienen en la distribución se distinguen los siguientes tipos de canales: nivel cero, de un nivel, de dos niveles, y de tres niveles (Escudero, 2016).

En la actualidad la globalización hace más complicado el ejercicio del sistema logístico organizacional, más aún para las microempresas que poco a poco de adapta a las necesidades del consumidor final y las tendencias del mercado.

Las microempresas tienen un papel de suma importancia en la economía del país: buscan generar ingresos y oportunidades de empleo a la población, contribuyen al crecimiento económico y a la competitividad. Para lograr estos objetivos, los empresarios establecen planes de tal manera que sus negocios puedan lograr las expectativas que tienen en relación con su empresa.

Las expectativas de las microempresas están asociadas a la motivación para crecer, la cual es activada a su vez por la emoción asociada con una empresa en crecimiento; sin embargo, existen limitantes derivadas del ambiente externo que son

factores relacionados con la demanda, las regulaciones del gobierno, cambios en la economía, entre otros, que ocasionan una reducción en su campo de acción y recorte del personal.

Las microempresas y los estudios de casos son un área de oportunidad para los estudiantes de nivel superior, siendo las microempresas un campo poco estudiado donde la intervención de profesionales es escasa por el alto costo que pueden generar contratar estos servicios. La administración de estas organizaciones recae en los propietarios o encargados quienes administran las operaciones del negocio basada en la experticia.

El estudio de caso es un estudio de lo singular, lo particular y lo exclusivo. Tiene una larga historia, sus antecedentes están en las disciplinas de la sociología, la antropología, la historia y la psicología y en las profesiones de la abogacía y la medicina, en las cuales se han desarrollado procedimientos para determinar la validez del estudio de caso para su respectivo propósito. La principal finalidad al emprender un estudio de caso es investigar la particularidad, la unicidad del caso singular, la tarea fundamental es entender la naturaleza distintiva del caso particular (Simons y Filella, 2011).

DESARROLLO

El estudio de caso a abordar en este artículo se basa en la investigación de campo de las funciones logísticas de una microempresa. El estudio fue realizado por los estudiantes de nivel superior donde de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial. La metodología utilizada fue consensada entre el docente y los estudiantes y fue utilizada únicamente para el trabajo de campo en la organización en cuestión; así mismo, se tomó como base los autores que se mencionan en los apartados siguientes.

El estudio consistió en el desarrollo de un diagnóstico logístico:

El diagnóstico logístico tiene como misión detectar aquellos aspectos críticos (disfunciones), que generan situaciones no deseables para la empresa ya que repercuten de forma severa tanto en el servicio como en el margen bruto de la empresa. El objetivo del diagnóstico logístico es informar a la empresa de las

mejoras potenciales en relación con los procesos logísticos en que ésta inmersa y de sus efectos positivos, tanto desde un punto de visto económico como comercial, así como de las prioridades a seguir para su implantación (Anaya, 2018).

En resumen, se trata de identificar de forma precisa e inequívoca:

- Las áreas de actuación para el análisis: actividad, producto y mercado.
- Identificar los sistemas, subsistemas y procesos operativos objeto de análisis (normas operativas de gestión).
- Infraestructura logística utilizada (recursos).
- Mecanismos de responsabilidad y decisión de los afectados.

En la Figura 1, se representa la complejidad de los sistemas logísticos.

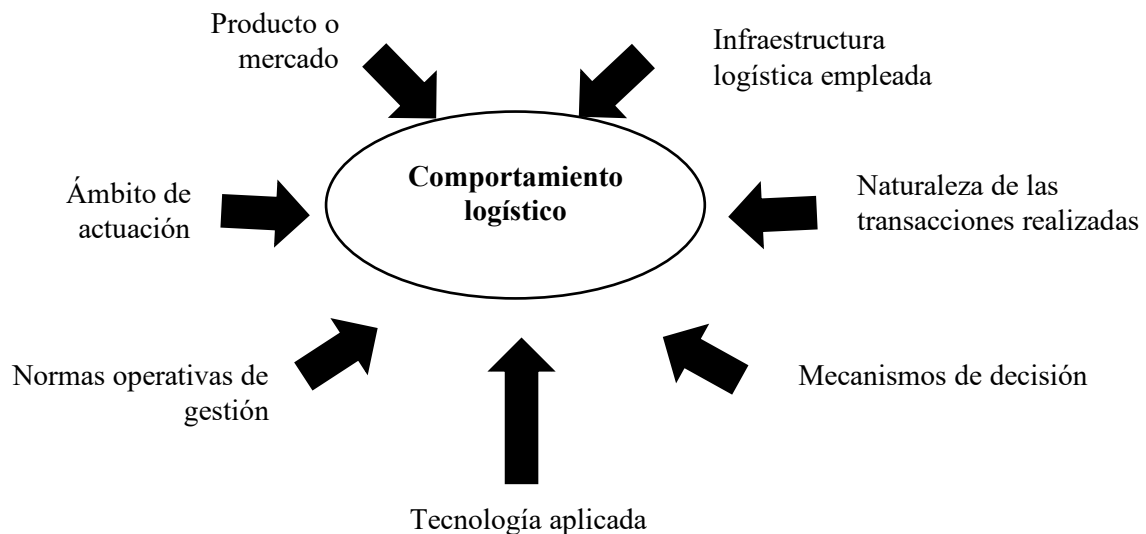


Figura 1 Complejidad de los sistemas logísticos.

Nota: Anaya (2018, p. 24).

El estudio se dividió en las etapas representadas en la Figura 2:

- Etapa 1. Delimitación de las áreas objeto de análisis
- Etapa 2. Identificación de la dinámica operativa
- Etapa 3. Identificación de transacciones logísticas
- Etapa 4. Preparación del informe

Figura 2.Estructura del diagnóstico logístico.

Nota: Anaya (2018, pp. 29-41).

Descripción de las actividades a realizar:

Etapa 1. Delimitación de las áreas objeto de análisis

En este apartado los estudiantes acudieron a la organización a realizar una visita de campo y entrevistaron al encargado de la organización para profundizar el conocimiento sobre las áreas de trabajo y las funciones logísticas a atender.

Es esta etapa se delimita claramente cuál va hacer el campo de acción o, en otros términos, focalizar de una forma precisa e inequívoca los siguientes aspectos:

- Gama de productos afectados.
- Mercados a los que nos dirigimos.
- Mecanismo de responsabilidad y decisión afectados.
- Infraestructura logística empleada.
- Normas y procedimientos operativos de gestión afectados.

Se trata de identificar claramente las unidades operativas afectadas, en términos de departamentos o sectores, procesos y procedimientos (Anaya, 2018).

Al finalizar esta etapa los estudiantes lograron identificar las condiciones y las funciones logísticas a estudiar, pudiendo ser algunas de ellas las siguientes:

- Aprovisionamiento
- Distribución
- Puntos de venta
- Transportación
- Depósito y almacenamiento
- Manejo de bienes devueltos
- Control de inventarios
- Procesamiento de pedidos
- Pronósticos de inventarios
- Adquisición
- Servicio al cliente
- Recuperación y eliminación de desechos
- Producción
- Venta omnicanal

- Entre otros.

Etapa 2. Identificación de la dinámica operativa

En esta sección los estudiantes identifican los canales de distribución de la empresa bajo estudio, siendo esta una empresa productora y comercializadora. Así mismo, determinan la segmentación del producto e identifican la agrupación de productos. La selección de productos a estudiar es la dirigida al consumidor final.

En la segmentación del mercado se tuvo como objetivo fundamental el análisis de los requisitos de servicio exigido por los clientes, ya que los niveles de exigencia y competitividad son distintos según las zonas y la tipología de los consumidores finales (Anaya, 2018).

En el estudio se identificó como cliente: el consumidor final (comprador local) y cliente foráneo (exportación); siendo estas segmentaciones por cliente.

Una vez analizada la infraestructura logística se identifican las áreas de aprovisionamiento, producción, almacenaje, transporte y venta omnicanal.

Etapa 3. Identificación de transacciones logísticas

Las transacciones logísticas se refieren a todas aquellas acciones que realiza la organización con la finalidad de hacer la gestión de las funciones logísticas de forma documentada y autorizada de manera que generen datos útiles para dar seguimiento a las operaciones.

El estudio fue realizado, en lo referente a este apartado, identificó una serie de acciones – transacciones logísticas en las funciones de aprovisionamiento, producción, punto de venta y transporte.

Etapa 4. Preparación del informe

De acuerdo con Anaya (2018), la documentación de diagnóstico podríamos decir que se puede dividir en dos grupos:

- a) El expediente propiamente dicho del análisis, en donde se recoge, con todo rigor de detalle, todos y cada una de los diferentes estudios, cuadros de análisis, gráficos, esquemas etc. con el objeto de argumentar cualquier controversia o aclaración suscitadas por la empresa con relación al mismo y que constituye lo que podríamos denominar el dossier del analista.

- b) El informe de diagnóstico propiamente dicho, que se envía a la empresa solicitante.

La presentación del documento que se entregará a la organización debe contener los apartados explicativos y sustentados del estado actual de la organización en cuanto al sistema logístico; el cual es diferente del informe que trabajan los consultores, donde concentran toda la información recabada para llegar a una conclusión, el consultor debe resguardar el informe con los detalles a analizar por el equipo, mismas que argumentarán las conclusiones emitidas en el documento.

RESULTADOS

En este espacio se expondrán las experiencias vividas en el estudio de caso desde el papel de coordinadora de la práctica, así como algunos resultados que se pueden compartir protegiendo siempre la confidencialidad de la empresa bajo estudio.

De los resultados obtenidos al realizar el diagnóstico, son los siguientes:

Las funciones logísticas identificadas en el sistema empresarial estudiado fueron:

1. **Aprovisionamiento:** Se encarga de gestionar los suministros requeridos para la venta y fabricación de productos elaborados y materias primas con el objetivo de garantizar un correcto funcionamiento del resto de operativas de la cadena de suministro.
2. **Producción:** Es la actividad económica que se encarga de transformar los insumos para convertirlos en productos.
3. **Venta omnicanal:** Permite que la empresa tenga interacción y gestión de todos los canales existentes en el mercado, de manera que configura una red interrelacionada con el cliente para incrementar la relación entre estos (Casanovas, 2001).
4. **Almacenamiento:** Es la actividad de la custodia de la mercancía a la espera de ser utilizada. También suele incluirse aquí la logística de aprovisionamiento.
5. **Transporte:** Es la parte en la que la mercancía, ya cargada sobre los vehículos, transita desde su origen a su destino (Cabrera, 1995).

La recolección de información del perfil logístico presentada en este estudio fue recolectada a través de varias entrevistas realizadas al empresario.

De las funciones logísticas se identifican las siguientes categorías:

1. *Aprovisionamiento:*

- a) Aprovisionamiento y abasto
- b) Descontinuación de productos

2. *Producción:*

- a. Surtimiento a líneas de producción
- b. Programación
- c. Ejecución
- d. Control
- e. Envío de producto terminado a proceso cliente

3. *Almacenaje:*

- a) Recibo de mercancía
- b) Almacenaje
- c) Control de inventario
- d) Surtido de mercancía
- e) Servicios de valor agregado

4. *Transporte:*

- a) Planeación de embarques
- b) selección de transporte
- c) Carga y documentación
- d) Monitoreo de embarques
- e) Entrega a clientes/destino
- f) Pago de fletes

5. *Venta omnicanal:*

- a) Recibo de productos
- b) Almacenaje exhibición
- c) Cobro y entrega

En la Figura 3, se muestra una gráfica que expresa el desempeño de las funciones logísticas.

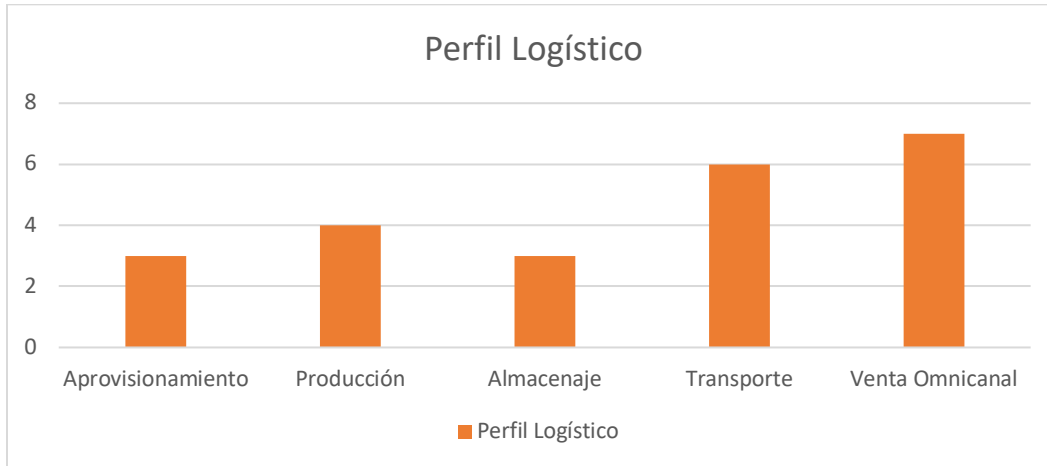


Figura 3 Desempeño del Sistema Logístico

Nota: La gráfica se obtuvo de la plataforma dnalogistik.com

1. Aproveccionamiento

En el área de aprovisionamiento, se muestra que existe un nivel medio en referencia a compras, inventario de productos y proveedores de la empresa. De igual manera, se observa que el margen de ventas se define como el beneficio directo que consigue una empresa, el cual es fundamental para verificar la rentabilidad de un negocio sin importar su tamaño o giro comercial, fue de entre 15% y 40%, lo que da a entender que le genera ganancias por sus compras del mayor de 20% pero, sigue en crecimiento constante.

2. Producción

La empresa utiliza diversos métodos de trabajo estandarizado que sirve como apoyo para obtener un mejor control de la producción, de esta forma se trata de evitar cada uno de los errores que se puedan presentar en el proceso de producción.

Es importante mencionar que el tipo de producción que maneja la empresa es mixto debido a que su sistema de producción es continuo y discontinuo, es decir, que fabrican diferentes tipos de productos.

3. Almacenaje

De los resultados obtenidos en la función de almacenaje se identifica todos aquellos productos que requieren la línea de producción de la empresa asegurándose que la calidad de cada uno de los productos que ingresa o se entrega sea la adecuada.

Debido a que la empresa no cuenta con un sistema de control de inventarios la relevancia en base a cada uno de sus resultados es moderada, es importante que la empresa establezca diversas políticas para la gestión de inventario y reglas requeridas para el almacenamiento de su materia prima, esto para mejorar aún más el control de almacenaje que se pueda tener dentro de la organización.

4. Transporte

Las operaciones de transporte son moderadas, por diversos factores, como la escasez de equipos de transporte que permitan trasladar la mercancía hacia los puntos de venta o por la dificultad de contar con el transporte en la hora establecida, así como también de los medios estratégicos que tienen como finalidad trasladar la mercancía de un punto a otro, es decir, el envío de los artículos de materia prima mediante los proveedores.

5. Venta omnicanal

Esta función tiene un nivel de relevancia significativa debido a que el negocio aporta al cliente diferentes estrategias de venta, aunque estas pueden estar limitadas a una cierta cantidad de ventajas ofrecidas. El negocio cuenta con expansiones en ubicación geográfica ya que existen puntos de ventas, pero solo un establecimiento de su propiedad.

La empresa ofrece un producto con un proceso de etiquetado y empaquetado lo cual propician a que estos productos sean de una calidad adecuada, además de eso, brindan promociones y métodos de pago que sean accesibles y convenientes para los consumidores.

CONCLUSIONES

El caso de estudio se desarrolló en colaboración con los estudiantes de nivel superior con el apoyo especial del empresario encargado de la empresa bajo estudio. Algunos inconvenientes presentados en el proceso fueron las condiciones sanitarias de salud para realizar las entrevistas personales, por lo que se procedió al trabajo a distancia vía formularios en diversas plataformas. A la empresa se le entregó una propuesta de mejora, sin embargo, por efecto de confidencialidad no se pudo publicar en este artículo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anaya, T., J., J. (2018). *El diagnóstico Logístico*. Alfaomega.

Ballou, R. (2004). *Logística*. Pearson, Prentice Hall.

Casanovas. (2001). *Logística Empresarial*. Gestión 2000.

Chopra, S., & Meindl, P. (2013). *Administración de la Cadena de Suministro*. Pearson Education.

Escudero, S., M. (2014). *Logística de Almacenamiento*. Parainfo.

Mora, G., L., A. (2010). *Gestión Logística Integral*. Ecoe.

Simons, H., y Filella, R. (2011). *El estudio de caso: Teoría y práctica*. Morata

VENTAJAS FINANCIERAS Y FISCALES DE LAS AGROEMPRESAS EN EL SECTOR CITRÍCOLA EN ALAMO, VERACRUZ

LÁZARO SALAS BENÍTEZ¹, EDALID ÁLVAREZ VELÁZQUEZ², ARTURO MUÑOZ CAMACHO³, SAULO SINFOROSO MARTÍNEZ⁴

RESUMEN

La vinculación de las Agroempresas en el sector primario, constituye una oportunidad para integrar y aprovechar ciertas ventajas bajo esta figura jurídica. Este trabajo de investigación, tiene como objetivo identificar las diferentes ventajas financieras y fiscales de las Agroempresas con giro cítrico ubicadas en el Municipio de Álamo-Temapache, Veracruz. Se describirá un marco teórico desde sus antecedentes históricos, su aspecto legal, conceptual y contextual. Posteriormente, se enunciará la justificación, problemática, procedimiento metodológico, diseño del instrumento, para finalmente efectuar un análisis de sus resultados, para finalmente conocer sus conclusiones y recomendaciones. Con lo anterior, se expondrá cuáles son los mejores beneficios financieros y fiscales, que se pueden aprovechar en este modelo de negocio, de conformidad a la normatividad contable y tributaria.

Palabras Clave: (Agroempresas, Financieros, Fiscales, Cítrico)

ABSTRACT

The linkage of Agribusinesses in the primary sector constitutes an opportunity to integrate and take advantage of certain advantages under this legal figure. This research work aims to identify the different financial and fiscal advantages of Agribusinesses with a citrus business located in the Municipality of Álamo-Temapache, Veracruz. A theoretical framework will be described from its historical antecedents, its legal, conceptual and contextual aspects.

¹ Universidad Veracruzana. Isalas@uv.mx lasabe.2380@gmail.com

² Universidad Veracruzana. edalvarez@uv.mx

³ Universidad Veracruzana. amunoz@uv.mx

⁴ Universidad Veracruzana. ssinforoso@uv.mx

Subsequently, the justification, problem, methodological procedure, instrument design will be enunciated, to finally carry out an analysis of its results, to finally know its conclusions and recommendations. With the above, it will be exposed which are the best financial and tax benefits, which can be used in this business model, in accordance with the accounting and tax regulations.

Keywords: Agribusiness, Financial, Prosecutors, Citrus

OBJETIVO

El objetivo general de este trabajo de investigación es: Identificar las ventajas financieras y fiscales de las agroempresas, dedicadas a la actividad citrícola en el Municipio de Alamo Temapache, Veracruz.

INTRODUCCIÓN

Actualmente la agroindustria no se le ha dado la importancia que se requiere, ya que no se ha fomentado su crecimiento a través de los diferentes apoyos de gobierno. Sin embargo, poco a poco se ha observado el interés de los inversionistas en este ramo, por lo que es una gran opción en beneficio del sector primario para incentivar el campo y la mano de obra de los diferentes asentamientos, en especial donde se cosechan los diferentes plantíos de naranja con un elevado volumen de producción. Prueba de ello, se han creado y establecido una cantidad importante de Agroempresas Citrícolas en el municipio de Álamo Temapache, Veracruz que por su importancia en su infraestructura, ya cuentan con estándares de calidad y tecnología de punta, por lo que requieren de la asesoría y de la guía para aprovechar las ventajas financieras y fiscales bajo esta figura jurídica.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A pesar de que se han establecido una gran cantidad de agroempresas en el municipio de Álamo Temapache, Veracruz, la mayoría de estas entidades citrícolas, desconocen las ventajas financieras y beneficios fiscales que deben acogerse dichas entidades, por la ausencia de un asesoramiento de profesionales en este

sector, aunado a la falta de difusión de programas gubernamentales y de la capacitación de organismos relacionados al ramo.

ANTECEDENTES

La naranja es una fruta muy sabrosa y rica en vitamina C. Su origen es de China, que llega a las costas del Mediterráneo en el siglo X, por un comerciante árabe llamado Narang, llegando a España como un producto exótico.

La llegada de este cítrico a México se remite al año de 1518; se dice que el soldado-cronista Bernal Díaz del Castillo (1496-1584), que en ese entonces tenía el cargo de alférez, sembró algunas semillas de naranja cerca del río Tonalá —en esa época nombrado de San Antón— durante la segunda expedición enviada por Diego Velázquez desde Cuba a las costas de Yucatán (Hancock, 2014).

Mesoamérica es una de las regiones ecológicas y culturalmente más diversas del mundo, donde el pluricultivo de milpa y el sistema agroalimentario basado en él, conformaron un rasgo cultural característico; en dicho territorio se dio un gran impulso y aprovechamiento de las tierras y de la riqueza de manto acuífero (Martinez, 2017)

La agricultura trascendió con grandes plantíos en diversos productos principalmente de la naranja, desde la época de la Colonia, la lucha de la independencia, la Reforma, el periodo revolucionario hasta la época actual, siendo un sector bastante productivo y con beneficios económicos en un grupo privilegiado de personas. A través del tiempo, en el tiempo postrevolucionario, se da la oportunidad de que los verdaderos trabajadores del campo, puedan aprovechar sus frutos de cosecha.

Hoy en día, la citricultura representa una de las actividades agrícolas más importantes en el país, en especial en el estado de Veracruz, en la región de Martínez de la Torre y de la huasteca en el municipio de Alamo Temapache. Ambos lugares ricos en tierras fértiles, son los principales productores de este producto cítrico, que a nivel nacional constituye el 65% de la producción total (Concitver, 2020)

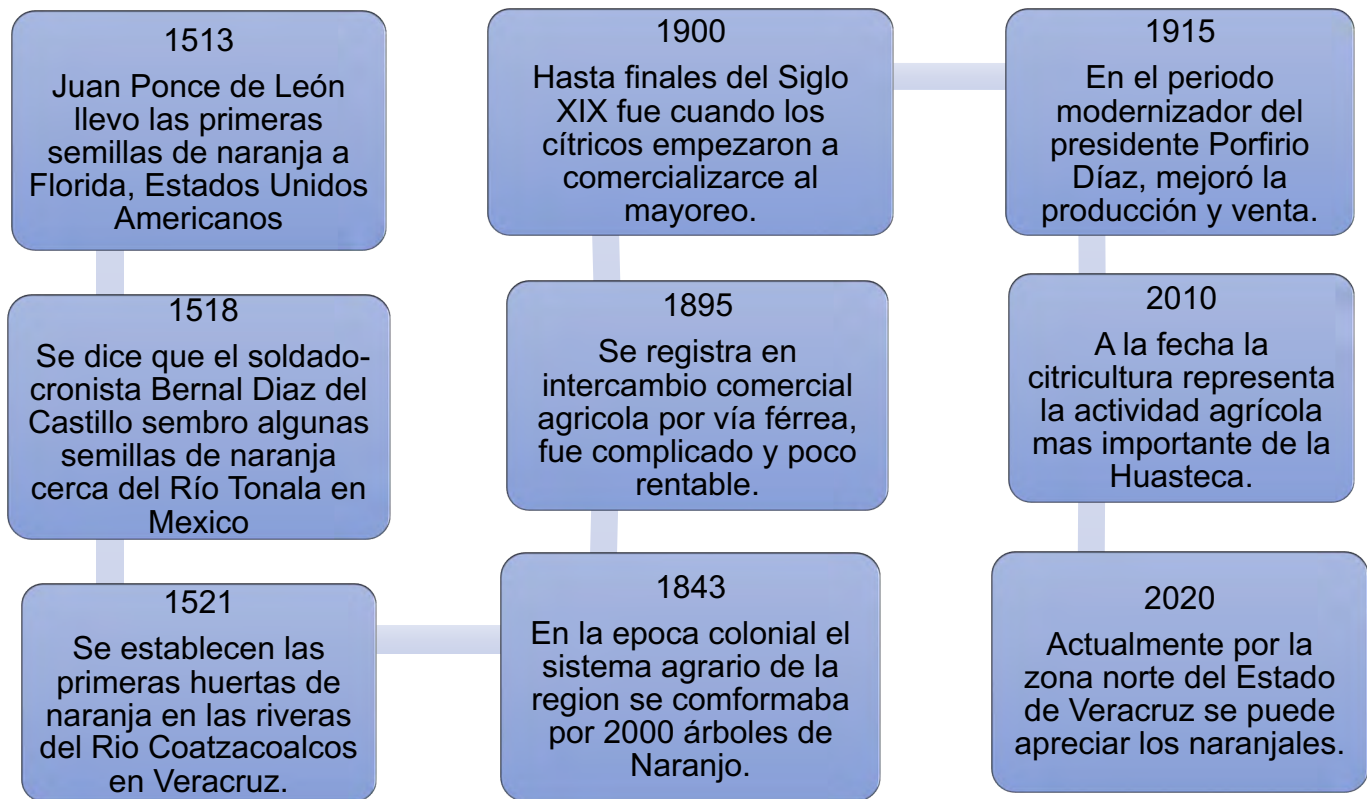


Figura 1. Línea del tiempo de la citricultura.

FUENTE: Elaboración propia (cit. op. Cristian, R.) con datos de (Rocha y Padrón, 2009), (Mariano,2001), (Charcas,2002), (Solomon,2019)

MARCO TEÓRICO

Para fines del presente trabajo de investigación, a continuación describiré los siguientes conceptos:

Agricultura

Es el modo de vida y trabajo agrícola practicado por hombres y mujeres de un mismo núcleo familiar, a través de unidades productivas familiares. Su fruto es destinado al consumo propio o al trueque y comercialización. (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación Santiago de Chile, 2019)

Naranja

La naranja es un fruto redondo, color naranja, consumido mayoritariamente en invierno. La pulpa del interior es también anaranjada y está formada por pequeñas bolsitas llenas de zumo. (Inter empresas, Media, S.L, 2021)

Citricultura

Es un texto que revisa todos los aspectos relacionados con el cultivo de los agrios. Desde las características agronómicas de las variedades en cultivo hasta los tratamientos postcosecha más recientes, pasando por la fertilización, el riego, el control de plagas y enfermedades, tratamientos para mejorar la producción y calidad de los frutos. (Agustí ,2020)

Agronegocios

Los agronegocios son las actividades que se relacionan con la recolección, producción, acondicionamiento, transformación, distribución y comercialización de productos del campo, ya sea para consumo directo, como las frutas y las hortalizas. (Caballero-García, M.A., & Santoyo-Cortés, V.H. (2019)

Agroempresa

En su mayoría están integradas por micro, pequeñas y medianas empresas, que cuentan con sistemas de gestión de calidad integrales e incluyen dentro de sus procesos ciertas innovaciones. (Cristina Rodríguez, 2018)

MARCO LEGAL

Para constituir una empresa, la Ley General de Sociedades Mercantiles y el Código de Comercio, da diferentes opciones legales que se describen en la tabla 1, pero que en este trabajo de investigación se tendrá un análisis de las ventajas de las Agroempresas.

Tabla 1. *Tipos de sociedades Régimen de Agroempresas*

Tipos de Sociedades	Descripción
Sociedad Anónima	Es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.
Sociedad de Producción Rural	La sociedad de producción rural es una manera de asociación ejidal que se origina con la finalidad de fomentar actividades rurales. Las sociedades de producción rural, se encuentran adscritas al régimen normal como sociedad limitada o sociedad ilimitada.
Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R. L.),	Es la sociedad mercantil que surgió para eliminar las restricciones y exigencias de la sociedad anónima, que se constituye mediante una razón social o denominación y en donde la participación de los socios se limita al monto de su aportación representada mediante partes sociales o de interés y nunca mediante acciones.
Sociedades Rurales/ Ejidales.	Las Sociedades Rurales son asociaciones conformadas por sujetos de derecho social, con la finalidad de coordinar actividades productivas, de asistencia mutua y comercialización en sus núcleos agrarios.

<p>Sociedad Cooperativa de Producción</p>	<p>La sociedad cooperativa es una forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios.</p>
<p>Sociedades Mercantiles</p>	<p>Son aquellas que se forman de manera voluntaria entre un conjunto de personas que tienen un objetivo común de carácter económico. Eso sí, estas solo pueden existir bajo una denominación o razón social por medio de capitales aportados por los socios.</p>

Fuente. Elaboración Propia con datos de (Ley General de Sociedades Mercantiles)

En términos generales, este tipo de agroempresas son reguladas en materia jurídica, por el Código de Comercio, la Ley General de Sociedades Mercantiles y Tratados Internacionales. Para efectos fiscales el Código Fiscal de la Federación, la Ley del Impuesto Sobre la Renta y el Valor Agregado, además de la Resolución Miscelánea Fiscal y el de Facilidades Administrativas. En materia financiera por las Normas de Información Financiera.

MARCO CONTEXTUAL

El municipio de Álamo Temapache se encuentra ubicado, en el norte del Estado de Veracruz, en la región denominada la huasteca (Fig. 1). Comprendiendo una superficie territorial de 1279 km² y su tipo de tierra vega rica en minerales, donde la mayoría del año su clima es caluroso húmedo, por lo que permite contar con importantes actividades económicas como son la Agricultura, Ganadería, Apicultura y su principal fuente de desarrollo económico la Citricultura.

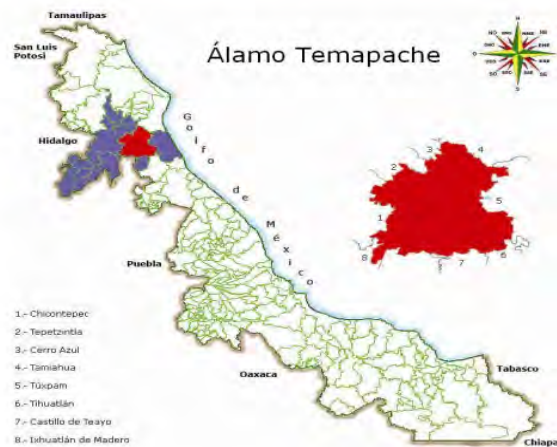


Fig. 1. Municipio de Álamo Temapache, Veracruz (CIEG.VERACRUZ, 2020)

Es conocido como la Capital de la Naranja, por ser una de las regiones con un alto volumen de producción nacional, en esta actividad económica en la cosecha de este fruto. Este es un municipio de mayor importancia a nivel nacional, por contar con una superficie sembrada de 48,955.25 hectáreas de árboles de cítricos y volumen de producción de 813,343.50 toneladas en el 2020; además de la cercanía con la capital del país y de los principales mercados de consumo del altiplano mexicano (CIEG.VERACRUZ, 2020).

Según datos oficiales, se han establecido agroindustrias bajo este régimen jurídico, entre las cuales se mencionan: 22 empacadoras, 22 procesadoras de jugo simple, 4 procesadoras de jugo concentrado, aceite esencial y 1 procesador cáscara deshidratada, con un volumen de producción de 813,343.50 toneladas en el 2020, con valor de la producción de \$ 622,896,320.00 pesos, principalmente de naranja (SIAP, 2020).

VENTAJAS FINANCIERAS Y FISCALES DE LAS AGROEMPRESAS

Es importante señalar, que la Citricultura como actividad económica importante en el Municipio de Álamo, Veracruz, ha sido el detonante de atracción de inversionistas para la creación de establecimientos como fuentes generadoras de empleos, permitiendo que se impulse el desarrollo económico entre sus habitantes.

La opción de la figura jurídica de Agroempresas, en este sector primario de la Citricultura, conlleva a tener ciertos beneficios en el ámbito de su operación y que va más allá de lo cotidiano, en las empresas que tradicionalmente se constituyen en otro tipo de régimen legal. A continuación, se describirán las ventajas financieras y fiscales de las Agroempresas.

Tabla 2. Ventajas Financieras y Fiscales de las Agroempresas.

VENTAJAS	DESCRIPCION
<i>Financieras</i>	<p>Flujo de Efectivo: Derivado de la devolución en materia del Impuesto al Valor Agregado, permite contar con un flujo de recurso monetario y financiamiento periódico.</p> <p>Facilidades Administrativas: Permite acogerse a ciertas facilidades que, en materia administrativa, coadyuva al control y registro, tal como es la nómina, la contabilidad, el no pago en cheque o transferencia, entre otros aspectos.</p> <p>Información Financiera: Al realizar la contabilidad mediante flujo de efectivo y no en la forma tradicional, presenta ante los diferentes usuarios de la información financiera, una mayor facilidad de trámites ante la banca, inversionistas, proveedores, trabajadores, entre otros.</p>

Fiscales	<p>Reducción y exención: En materia del Impuesto Sobre la Renta (Arts. 74 y 75), por encontrarse en el sector primario se beneficia con una disminución en su base gravable de 40 UMA al año, adicionalmente la figura jurídica agro empresarial permite ubicarse como una Persona Moral no sujetos al impuesto.</p> <p>Devolución: En materia del Impuesto al Valor Agregado (Art. 2-A) por la aplicación en tasa del cero por ciento, permite que la mayoría de sus erogaciones, sea devuelto el impuesto pagado, siempre que cumpla con la normatividad establecida.</p> <p>Acreditamiento: Por contar con la actividad en el sector primario, este régimen de agro empresas, tienen derecho a acreditar contra el Impuesto Sobre la Renta, para disminuir la base gravable, por el consumo de combustible diésel, pago de peajes, entre otros estímulos fiscales.</p>
-----------------	--

Fuente. Elaboración Propia con datos de (Ley del Impuesto Sobre la Renta y al Valor Agregado)

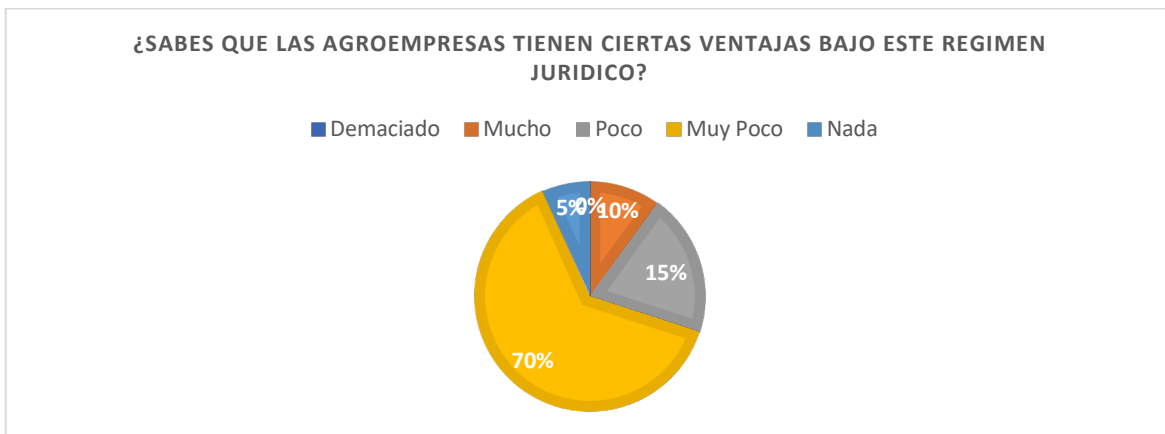
METODO

El presente trabajo de estudio es de tipo descriptivo, no experimental y cuantitativo, se muestran y detallan los resultados a partir de un instrumento de 5 ítems aplicado a una muestra a conveniencia de seis agroempresas, establecidas en el municipio de Álamo Temapache, Veracruz. La encuesta se aplicó con el apoyo de las TIC's para identificar las ventajas financieras y fiscales de las agroempresas, mostrándose los siguientes resultados.

RESULTADOS

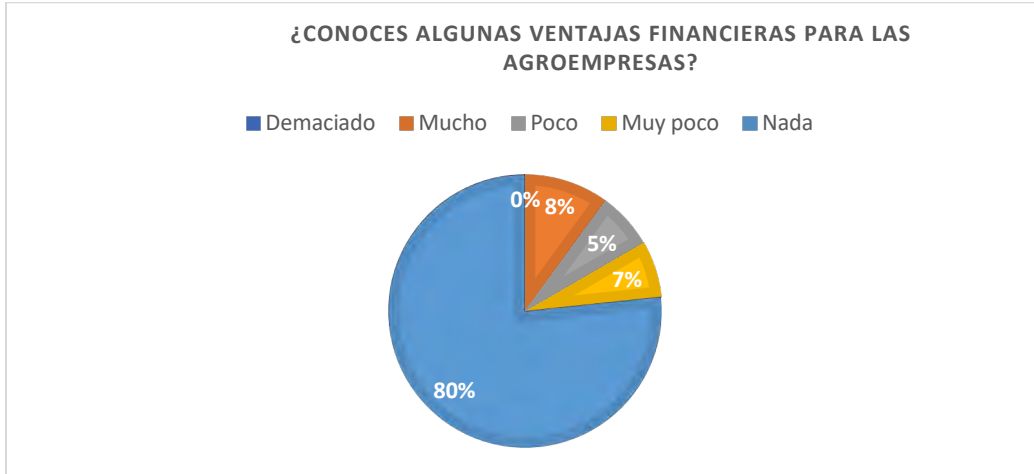
A continuación se presentan los resultados de la encuesta, aplicada a una muestra de Agroempresas Citrícolas, localizadas en el municipio de Álamo Temapache, Veracruz.

En esta gráfica, se muestra si los encuestados conocen alguna ventaja, como Agroempresa.



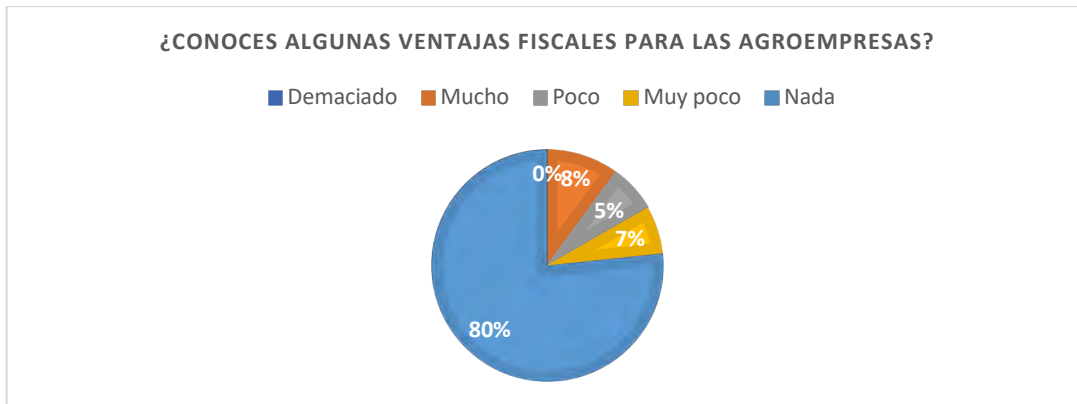
Gráfica 1: Conocimiento sobre las ventajas como Agroempresa.

El resultado muestra que el 70% sabe muy poco, de los beneficios como Agroempresa.



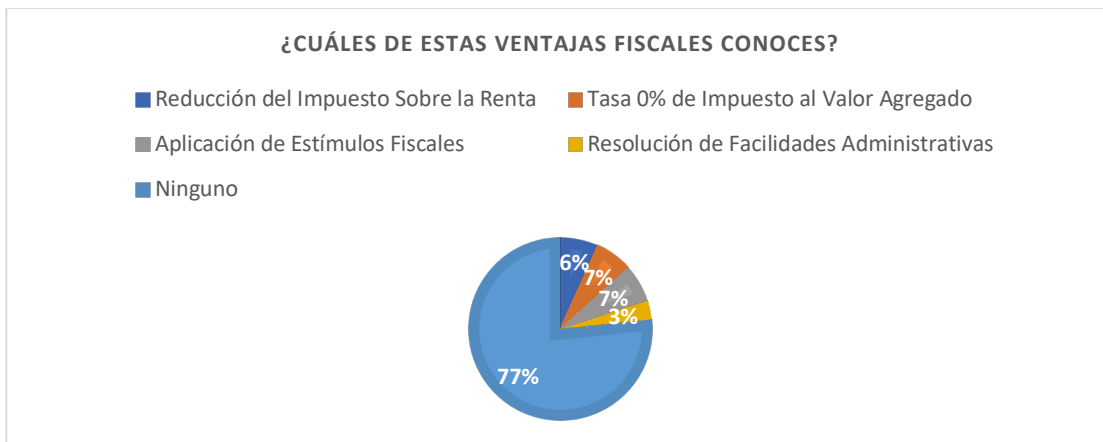
Gráfica 2: Conocimiento sobre Ventajas Financieras en las Agroempresas

El resultado arroja que un 80% tiene desconocimiento de las ventajas financieras.



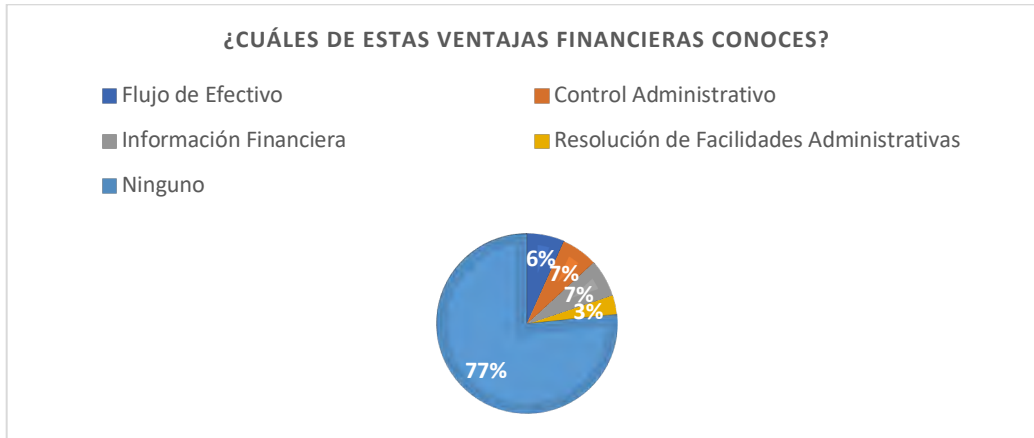
Gráfica 3: Conocimiento sobre los Beneficios Fiscales

La gráfica arroja que el 80%, tienen desconocimientos de las ventajas fiscales



Gráfica 4: Conocimiento sobre las Ventajas Fiscales

Solo un 23% de los encuestados conoce algunas de las ventajas antes mencionadas, y el otro 77% no conoce ninguna ventaja.



Gráfica 5: Conocimiento sobre las Ventajas Financieras

Solo un 23% de los encuestados conoce algunos de las ventajas antes mencionadas, y el otro 77% no conoce ninguna ventaja.

CONCLUSIONES

Las actividades dentro del sector primario en especial en la citricultura son de suma importancia y que de alguna manera contribuye a la actividad económica de una comunidad. Por lo que se debe continuar con el apoyo e impulso a este sector, hasta que alcance un nivel similar al de otros sectores productivos, tal y como sucede en otros países.

Los beneficios financieros y facilidades fiscales, que ahora pueden aplicarse en la Agroempresa con actividad cítrica favorecen su operatividad; sin embargo, será necesario que se aclaren las disposiciones que generan confusión y un mayor acercamiento de las autoridades, para que las disposiciones y los beneficios se apliquen de manera correcta y completa, lo que sin duda generará una certeza jurídica.

Es importante difundir los beneficios, a todos los involucrados en los sectores agrícolas, ganaderos, silvícolas y pesqueros para favorecer el desarrollo económico, acabar con la economía informal, ya que las actividades primarias especialmente en la citricultura en el municipio de Álamo Temapache, Veracruz, generan fuentes de empleos y el crecimiento económico en esta región.

RECOMENDACIONES

La agroempresa tiene que acercarse a un especialista fiscal, que ayude a la correcta aplicación de las leyes tributarias y tenga conocimiento en los beneficios fiscales que se pueden aplicar a las agroempresas de cítricos, con la ayuda de este especialista y con el apoyo de la empresa se lograra que la aplicación de las estrategias de carácter fiscal sea en beneficio de la empresa.

Asimismo, deben darse: cursos y talleres en la materia, la autoridad hacendaria debe realizar orientaciones y capacitación, establecer vínculos programas de beneficio fiscal, además del apoyo de organismos y cámaras empresariales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agricultura Familiar: de los conceptos a las políticas públicas en América Latina y el Caribe (Catia Grisa, Eric Sabourin, 2019)

<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02776075/documen>

Citricultura (Manuel Agustí 2020)

<https://www.mundiprensa.mx/catalogo/9788484766278/CITRICULTURA>

Finca y Campo 2014

Administración Fiscal para productores de limón de Tecomán, Colima, México

Caicedo Soria, Jessica Johanna. (2012). Plan de exportación de naranja (Citrus Sinensis) de los productores de la zona de Quinsaloma al mercado polaco, año 2012. Quevedo. UTTEQ. 142 p.

Competitividad de las agroempresas productoras de leche bovina en México: perspectiva del consumidor

http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/COMPETITIVIDAD_DE_LAS_AGROEMPRESAS_PRODUCTORAS_DE_LECHE_BOVINA_EN_MÉXICO_PERSPECTIVA_DEL_CONSUMIDOR.pdf

Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA). (21 de 04 de 2021). www.diputados.gob.mx. Obtenido de www.diputados.gob.mx

Ley del Impuesto Sobre la Renta (LISR). (23 de 04 de 2021). www.diputados.gob.mx.

Ley de Ingresos de la Federación (LIF). (25 de Noviembre de 2020). www.dof.gob.mx.

Resolución de Facilidades Administrativas (RFA). (30 de Marzo de 2021). www.dof.gob.mx.

Resolución Miscelánea Fiscal (RMF). (29 de Diciembre de 2020). www.dof.gob.mx.

REESTRUCTURACIÓN DEL SISTEMA DE ATENCIÓN A QUEJAS Y RECLAMOS

ISRAEL BECERRIL ROSALES¹, LÁZARO DE JESÚS GARCÍA DÍAZ²

RESUMEN

Un proceso de quejas y reclamos nos ayuda a fortalecer un enfoque hacia el cliente para resolver reclamos y motivar al personal mejorando sus habilidades en el trabajo con los clientes.

La empresa cuenta con un área de servicio técnico, en su procedimiento tiene establecido con un tiempo determinado para recibir y atender los reclamos de los clientes que se les hace llegar y dar una respuesta lo más pronto posible, los integrantes del equipo de servicio técnico son muy pocos y no se dan abasto para atender las visitas solicitadas derivadas de las quejas y reclamos de los clientes, generar sus reportes, analizarlos y si proceden pasarlos a las áreas correspondientes, para que a su vez estas generen sus acciones correctivas y las regresen al área de servicio técnico y ellos le den seguimiento, ciclo que en ocasiones no se llega a concluir puesto que existen diversas variables que influyen e impiden al área cumplirlo. La empresa ha recibido en lo que va del año numerosas quejas y reclamos en cuanto al servicio prestado; esto está afectando negativamente al desempeño del sistema de gestión de calidad, repercutiendo negativamente en la satisfacción del cliente.

ABSTRACT

A complaint and grievance process helps us strengthen a customer focus to resolve complaints and motivate staff by improving their skills in working with clients.

The company has a technical service area, in its procedure is established with a specific time to receive and address the claims of customers that are sent to them and give an answer as soon as possible, the members of the technical service team

¹ Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán. israel.becerril@tesjo.edu.mx

² Colegio de Estudios Avanzados de Iberoamérica. lazarogarcia@live.com

are very few and not enough to attend the requested visits derived from the complaints and claims of customers, generate their reports, analyze them and if they proceed to pass them to the corresponding areas, so that in turn these generate their corrective actions and return them to the technical service area and they provide follow-up, a cycle that sometimes does not come to an end since there are several variables that influence and prevent the area from fulfilling it. The company has received numerous complaints and complaints regarding the service provided so far this year; this is negatively affecting the performance of the quality management system, negatively affecting customer satisfaction.

Palabras clave: Servicio al cliente, Reclamos, Visitas, Acciones correctivas

INTRODUCCIÓN

¿Por qué y para qué un proceso de quejas y reclamos?

Un proceso de quejas y reclamos nos ayuda a fortalecer un enfoque hacia el cliente para resolver reclamos y motivar al personal mejorando sus habilidades en el trabajo con los clientes.

Para poder brindar un servicio acorde a las necesidades y expectativas de los clientes, es importante la existencia de un sistema que permita controlar, administrar y asegurar la calidad.

Es por ello que este proyecto está enfocado en la reestructuración del sistema de atención de quejas y reclamos, para ayudar al área de servicio técnico a alcanzar y cumplir sus objetivos establecidos.

Al inicio se encuentra el planteamiento de la situación problemática apoyada por la pregunta de investigación, seguida por la hipótesis de lo que se espera obtener con el proyecto, en el punto 3 están los objetivos puntualizado en objetivo general y específicos necesarios para encaminar la exploración, después se encuentra la justificación del proyecto, el por qué se está realizando.

También se encuentran los antecedentes de la empresa, caracterización del área. Como capítulo I está el marco teórico el cual está basado en la información y términos necesarios para entender el proyecto y las herramientas que se utilizaron.

Dentro del capítulo II se encuentra la metodología que se utilizó para poder desarrollar el proyecto, las actividades que se desempeñaron, recabar y analizar de la información, etc., para finalmente obtener los resultados finales

SERVICIO AL CLIENTE:

El servicio al cliente es todo esfuerzo encaminado a atender al cliente y a resolver sus inquietudes, sugerencias, dudas o reclamos. Es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes. (Albrecht, 1998)

CLIENTE:

Es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago. Quien compra es el comprador y quien consume es el consumidor. Normalmente, cliente, comprador y consumidor son la misma persona. (Albrecht, 1998)

DIFERENCIA ENTRE ATENCIÓN AL CLIENTE Y SERVICIO AL CLIENTE:

La atención al cliente se refiere al trato que le damos al cliente cuando interactuamos con él. El servicio al cliente es la articulación sistemática y armoniosa de los procesos y acciones que buscan lograr la satisfacción del cliente. El servicio es más que amabilidad y gentileza, es disposición a servir con efectividad. (Albrecht, 1998)

CALIDAD:

Es la medida de la dimensión en que una cosa o experiencia satisface una necesidad, soluciona un problema o agrega valor para alguien. Las cosas tangibles pueden ser comparadas entre sí para observar su proximidad al ideal o standard, pero tratándose de servicio y de las diferentes percepciones de los clientes, la mayor calidad no la dará el apego a un standard, sino la superación de las expectativas que cada cliente tenga de lo recibido. (Tigani, 2006)

RESPUESTA:

La capacidad de respuesta manifiesta el grado de preparación que tenemos para entrar en acción. La lentitud del servicio, es algo que difícilmente agregue valor para el cliente. Si se trata de servicio hospitalario, la falta de capacidad de respuesta puede ser trágica. La capacidad de respuesta es como el primer servicio en el tenis.

Cuando se ha errado el primero hay que ser muy cuidadoso en el segundo, para no perder. (Tigani, 2006)

ATENCIÓN:

Todo lo que implica ser bien atendido, como por ejemplo ser bien recibido, sentirse apreciado, ser escuchado, recibir información, ser ayudado y, además, invitado a regresar. (Tigani, 2006)

COMUNICACIÓN:

Establecer claramente que estamos entendiendo a nuestro cliente y que también nosotros estamos siendo entendidos. No debemos dejarnos seducir por la jerga que su utiliza en nuestra especialidad, podemos estar en presencia de alguien que no entienda nada acerca de lo que le estamos hablando. Es espantoso esperar para que luego alguien nos comunique que está en el lugar equivocado o a la hora equivocada, etc. (Tigani, 2006)

AMABILIDAD:

Debemos generar capacidad para mostrar afecto por el cliente interno y externo. Se debe respetar la sensibilidad de la gente, porque muchas veces es altamente vulnerable a nuestro trato. Cuando se trata de atender reclamos, quejas y clientes irritables, no hay nada peor que una actitud simétrica o de mala voluntad. (Tigani, 2006)

QUEJAS Y RECLAMOS:

Siempre existen quejas. Por muchos controles de calidad que existan en un proceso de fabricación, siempre habrá un porcentaje, aunque sea mínimo, de productos que escapan a esta previsión y si no son detectados en el proceso de manipulación y transporte, terminarán por llegar al cliente. Es en este momento que una empresa empieza a jugarse su prestigio. El desperfecto sea grande o pequeño demostrará, ante el reclamo, la verdadera dimensión del respaldo que tiene el producto, y habrá que luchar para recuperar el prestigio perdido, por lo menos temporalmente, ante el cliente que nunca aceptará alegremente que el artículo de su elección tenga un defecto. (Tigani, 2006)

LOS RECLAMOS: ¿OBSTÁCULOS O REFUERZOS DE IMAGEN?

Si cuando se hace un reclamo, ante la existencia de una falla, una compañía acepta su responsabilidad y da una solución satisfactoria, no sólo habrá salvado el prestigio de la empresa, sino que saldrá fortalecida del encuentro, ya que el cliente puede confiar en quien le responde y no lo deja abandonado cuando tiene problemas. Esta forma de atención es un refuerzo a la estrategia comercial y lo que, en principio, se presentaba como algo inconveniente y negativo, se convierte en positivo, gracias a un adecuado tratamiento del problema. Algo que siempre se debe tener en cuenta es el hecho de que no existe ningún reclamo sin importancia, ni siquiera los que puedan parecer más insignificantes, porque la dimensión del problema es diferente desde la óptica del cliente, cuyo producto es único, frente a la visión del personal, que es resultado de tratar con miles de artículos iguales cada año. Desde el momento en que el cliente ha pagado el dinero correspondiente al valor del producto que compró, tiene todo derecho a que esté en perfectas condiciones. Todo lo que no cumpla con esta premisa es susceptible de ser reclamado. (Tigani, 2006)

ACCIÓN CORRECTIVA:

Una acción correctiva es aquella que llevamos a cabo para eliminar la causa de un problema (de una no conformidad detectada u otra situación indeseable). Las correcciones atacan los problemas, las acciones correctivas sus causas. (Asociación española para la calidad, 2021)

SIETE HERRAMIENTAS BÁSICAS DE CALIDAD:

Las siete herramientas básicas de calidad es una denominación dada a un conjunto fijo de técnicas gráficas identificadas como las más útiles en la solución de problemas relacionados con la calidad. Se llaman básicas porque son adecuadas para personas con poca formación en materia de estadísticas, también pueden ser utilizados para resolver la gran mayoría de las cuestiones relacionadas con la calidad.

1. Diagrama de Ishikawa
2. Hoja de verificación
3. Gráfica de control
4. Histograma

5. Diagrama de Pareto
6. Diagrama de dispersión
7. Muestreo estratificado

(Carro, S.F.)

En el Presente artículo nos apoyaremos principalmente en Graficas de control y Diagrama de Pareto

GRÁFICA DE CONTROL:

Los Gráficas de control (figura 1) sirven para poder analizar el comportamiento de los diferentes procesos y poder prever posibles fallos de producción mediante métodos estadísticos. Estas se utilizan en la mayoría de los procesos industriales.

(Carro, S.F.)

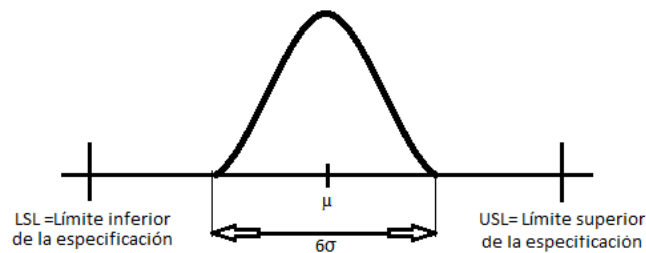


Figura 1. Gráfica de control

DIAGRAMA DE PARETO:

El diagrama de Pareto (figura 2), también llamado curva cerrada o Distribución ABC, es una gráfica para organizar datos de forma que estos queden en orden descendente, de izquierda a derecha y separados por barras. Permite asignar un orden de prioridades. El diagrama permite mostrar gráficamente el principio de Pareto (pocos vitales, muchos triviales), es decir, que hay muchos problemas sin importancia frente a unos pocos muy importantes. Mediante la gráfica colocamos los "pocos que son vitales" a la izquierda y los "muchos triviales" a la derecha. El diagrama facilita el estudio de las fallas en las industrias o empresas comerciales.

(Carro, S.F.)



Figura 2. Diagrama de Pareto.

DESARROLLO

Recopilación de información.

La empresa ha recibido en lo que va del año numerosas quejas y reclamos en cuanto al servicio prestado; esto está afectando negativamente al desempeño del sistema de gestión de calidad, repercutiendo negativamente en la satisfacción del cliente. Las quejas son variadas, así que se dividieron las quejas y reclamos por área (tabla 1).

Tabla 1. Reclamos por área

Área	Ene.	Feb.	Mzo.	Abril	Mayo	Jun.	Julio	Ago.	Sept.	Oct.	Total de reclamos.
Rafia	4	3	5	2	2	5	1	1	1	2	26
Termo	9	6	9	9	6	14	7	6	5	9	80
Stretch	8	7	5	7	7	8	5	7	6	11	71
PI/ B	1	2	2	3	2	3	1	2	2	1	19
Total	22	18	21	21	17	30	14	16	14	23	196

En la figura 3 se puede observar que el área en donde con mayor frecuencia llegan reclamos por parte del cliente es en el área de termoencogible con un porcentaje de 40.8%, seguida por el área de stretch teniendo un porcentaje de 36.2%, atendiendo los reclamos de estas dos áreas hay más posibilidades de llegar a cumplir con el indicador puesto que estas dos áreas representan más de la mitad de los reclamos con un 77%.

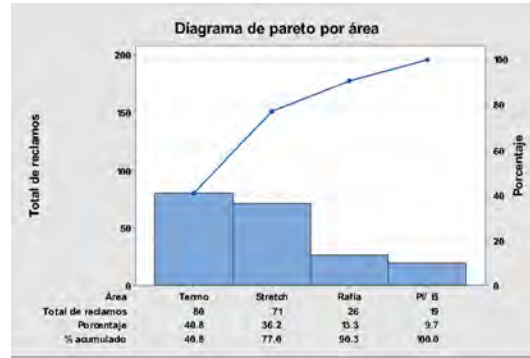


Figura 3. Diagrama de Pareto

Del total de quejas y reclamos que hasta la fecha se tienen registrados por cada área se clasifican en dos tipos de reclamos, es decir algunos requieren que se les atienda el problema personalmente, por lo que se necesita hacer una visita a sus empresas, revisar el material afectado y posteriormente tomar acciones al respecto; por otro lado están los memorándum que los clientes hacen llegar, los cuales no requieren visita, pero sí se tiene que realizar acciones correctivas; para dar respuesta a ellos se realiza la investigación para saber el origen del problema, se realiza la trazabilidad al producto hasta llegar a una conclusión del dónde y porque se presentó el problema y tomar acciones correctivas.

Como se puede observar en la figura 4 las áreas en donde hay mayor quejas y reportes de reclamo son las mismas en donde se solicita vista técnica para revisar el material con el cual se presenta el problema; el área de rafia es en donde se concentra la menor cantidad de vistas técnicas, pero mayor cantidad de memorándum para la realización de acciones correctivas.

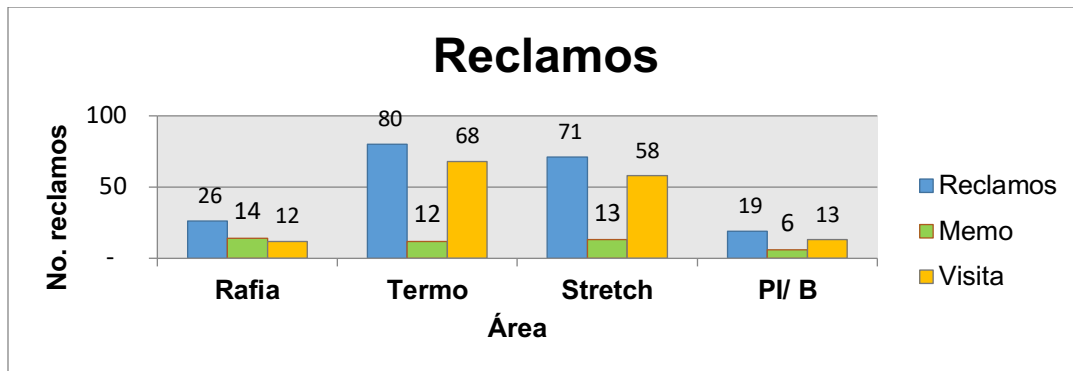


Figura 4. Reclamos por área

Ficha de proceso

Dentro del sistema el área cuenta con una ficha de proceso con objetivos los cuales se deben de cumplir mes con mes, al no llegar a la meta u objetivo tres veces consecutivas se genera una no conformidad y se tienen que hacer acciones correctivas (tabla 2).

Tabla 2. Ficha de proceso

Objetivo	Meta	Indicador
Atender los reportes de reclamación que requieran visita en 2 días hábiles (48 horas.)	95%	(reportes atendidos/reportes de reclamación generados en el mes) *100
Atender los reportes de reclamación que no requieran visita en máximo 3 días hábiles (72 horas.)	95%	(reportes atendidos/reportes de reclamación generados en el mes) *100

El objetivo o meta al que se debe de llegar mes con mes es el de 95%, siendo septiembre y octubre los meses más bajos en lo que va del año, no se cumple con el objetivo del mes (figura 5).

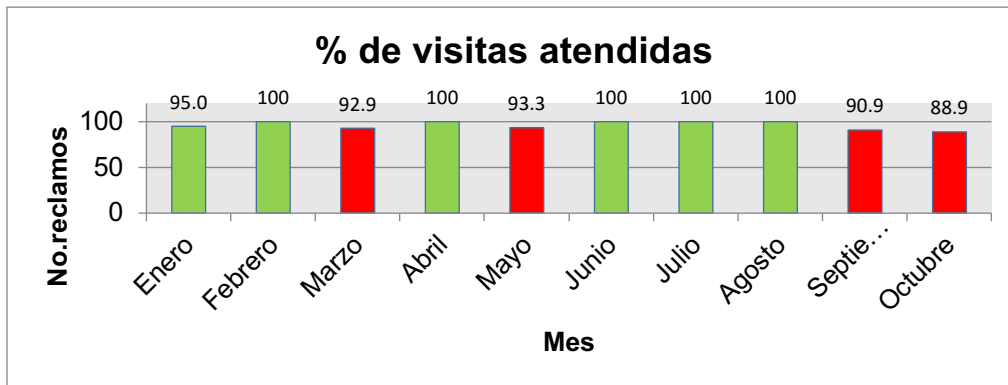


Figura 5. % Visitas atendidas.

La mayoría de veces se le da más importancia de atención a las visitas que a los memorandum para realizar acciones correctivas, a pesar de que se tiene más tiempo para dar solución, pero por falta de información y en los que se realiza la rastreabilidad del problema y se encuentra la causa raíz a veces es más tardado y queda por debajo de la meta como es el caso de los meses de junio a octubre; en la figura 6 se puede observar que en el mes de agosto a pesar de que solo se generaron 2 memorandum para realizar acciones correctivas no se lograron atender quedando así en 0%.

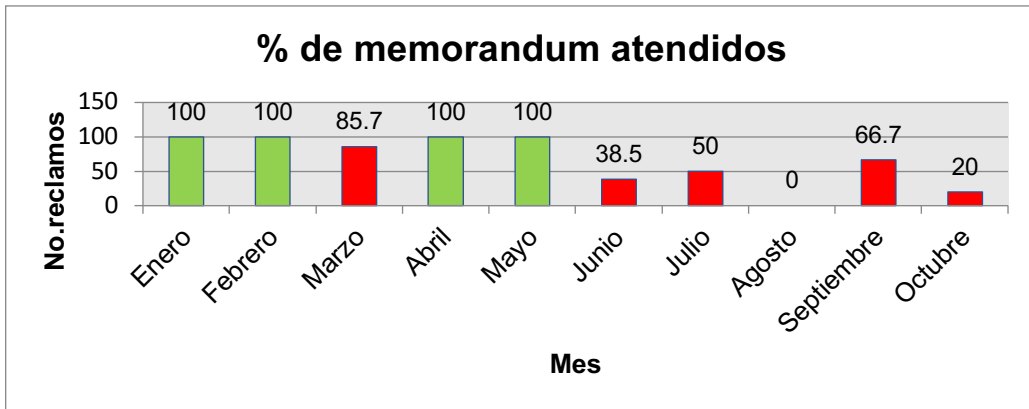


Figura 66. Memorándums atendidos

Indicador del proceso

En la figura 7 se puede observar como se van comportando los reclamos que van de enero a octubre, se muestra la información de los reclamos atendidos, los no atendidos y el total de reclamos generados por mes.

No existe mucha variación en el número de reclamos no atendidos, a excepción del mes de junio y octubre, en donde recae el mayor número de reclamos no atendidos.

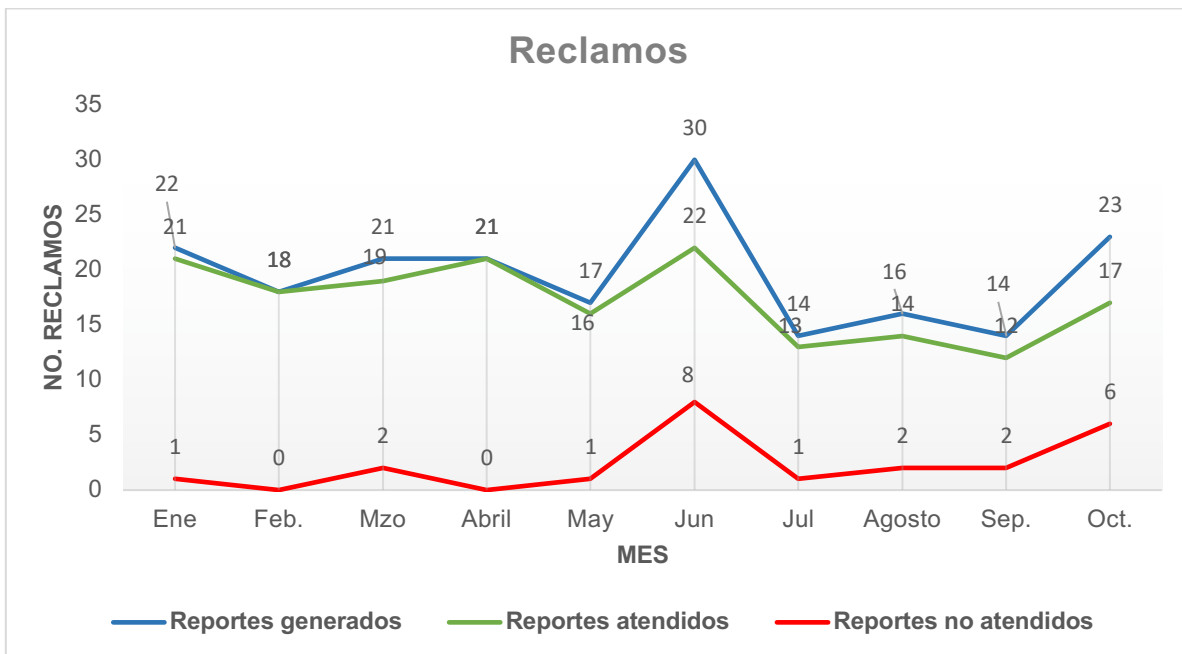


Figura 7. Variación de reclamos

Análisis de tiempos.

En la tabla 3 se muestra el concentrado del total de días por mes que se han ocupado para brindar atención a los reportes de reclamación que se han generado en lo que va del año.

En la tabla se contempla tanto los días que se necesitan para realizar visita técnica, así como para acciones correctivas (memorándum) según sea el caso.

Tabla 3. Días necesarios para brindar atención enero-octubre

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Total
Visita	12	13	11	10	16	14	13	17	11	14	131
Reporte/AC	15	7	13	12	11	13	12	10	11	13	117
Total de días	27	20	24	22	27	27	25	27	22	27	248

Clasificación de clientes:

Se clasificaron los clientes por jerarquías para poder asignar actividades a cada uno de los integrantes del área; se tomaron por los clientes más potenciales; es decir los de las empresas más grandes ya que estos son los que piden mayor atención y por el volumen de material que solicitan es de mayor importancia atenderlos a tiempo, puesto que la pérdida de estos clientes influiría demasiado en la situación financiera de la empresa, y en segundo nivel se encontraran los clientes de empresas más pequeñas (figura 7).



Figura 7. Pirámide de clientes

La empresa cuenta con un total de 447 clientes activos con compra entre enero-diciembre 2020, de los cuales 20 clientes o empresas son las más importantes, como se mencionó anteriormente son clientes que por el alto volumen de compra son prioridad para la empresa, quedando así con un total de 427 clientes con compras más bajas ocupando el segundo nivel (ver figura 8).

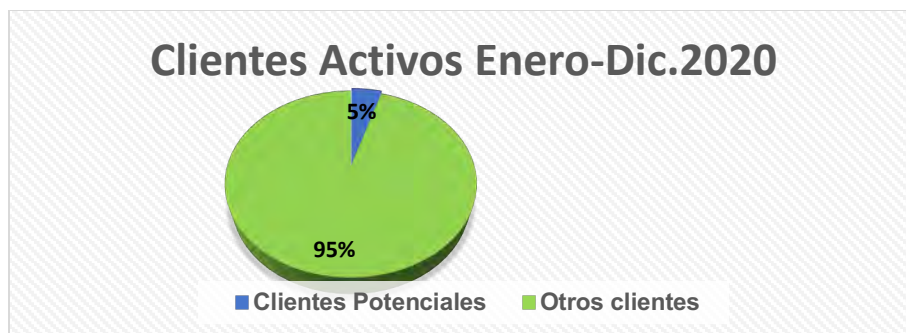


Figura 8. Clientes activos

RESULTADOS

En la tabla 4 se muestran los resultados obtenidos desde que se dio inicio con la modificación hasta el mes de enero 2021; con los cambios que se realizaron en el área el servicio está mejorando, en estos meses se ha logrado un promedio general de 97.9% con el cual se cumple con el indicador de la ficha de proceso.

Tabla 4. Resultados obtenidos después de las modificaciones

		Nov.	Dic.	ene-18	Prom. Gral.
Atender las reclamaciones y necesidades técnicas de nuestros clientes en 48 horas	(Reportes de reclamación atendidos/total de reclamos) *100	100%	93.8%	100%	97.9%
Reportes generados		9	16	3	
Reportes atendidos		9	15	3	
Reportes no atendidos		0	1	0	

En el mes de noviembre y enero se logran atender todos los reclamos que se generaron quedando así con el 100% como se muestra en la figura 9.

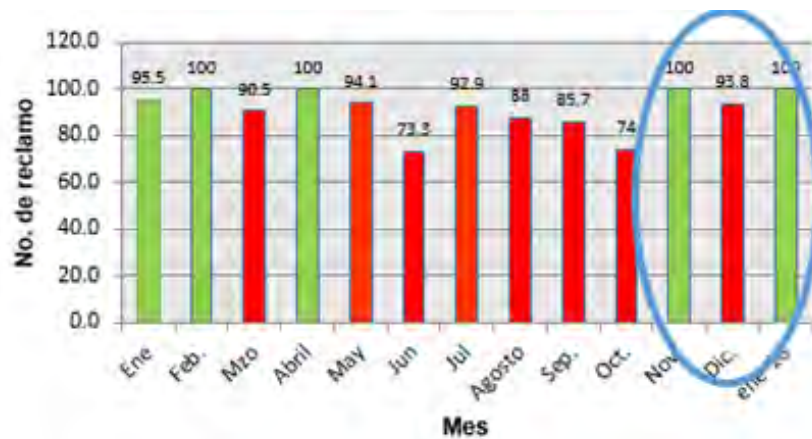


Figura 9. Reclamados atendidos de enero 2020-enero 2021

En la figura 10 se concentra toda la información obtenida durante el periodo de enero 2020 – enero 2021, en ella se puede observar el número de reclamos total que se hicieron llegar al área de servicio técnico, los atendidos y los no atendidos.

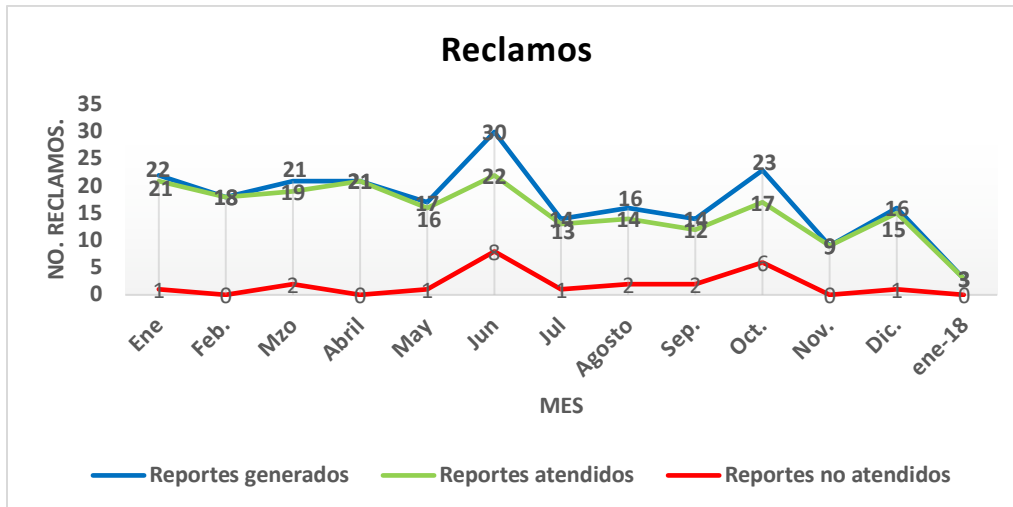


Figura 107. Grafica general de reclamos

CONCLUSIONES

Del mes de enero 2020 a octubre 2020 se tiene un promedio de 89.3%, al empezar a realizar la implementación del proyecto el cambio se va observado ya que va en ascenso cerrando el mes de enero 2021 con un promedio general de 91.3%, esto quiere decir que la reestructuración al sistema de atención a quejas y reclamos de servicio técnico está siendo de gran ayuda para brindar atención a los clientes en tiempo y forma, de esta manera los objetivos planteados en el proyecto se cumple. Con los cambios realizados en el diagrama de flujo se aumenta pasos, algunas son actividades que terceras personas deben realizar desde que se generan los reclamos y así evitar que en el área de servicio técnico se pierda tiempo en estas buscando la información correcta.

Con el aumento de personal se incrementa la capacidad para atender los reclamos, es más viable contratar más personal a perder clientes; cabe mencionar que no es del todo un incremento económico, puesto que como se mencionó en el análisis que se hizo del tiempo que estaban ocupando los ingenieros de servicio técnico para atender los reclamos, se estaban trabajando horas extras, la remuneración de ellas puede solventar el salario del nuevo personal.

Es sumamente importante que las empresas cuenten con un sistema de manejo de quejas y reclamos y el personal suficiente para poder atender adecuada y oportunamente esto, logrando así una mayor satisfacción del cliente lo cual beneficia a la empresa con su fidelización y el haber podido llenar las expectativas de este con su producto o servicio. Así los reclamos pueden convertirse en un proceso que no sólo se limite a resolver el problema planteado por el cliente, sino que incremente el grado de satisfacción del cliente al ver que la empresa tiene una actitud positiva y proactiva en situaciones de conflicto y ofrece pronta respuesta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Palacio González, R. D. (1995). Técnicas del Servicio al Cliente.

Roberto Carro Paz, D. G. (s.f.). Administración de la Calidad Total.

Tigani, D. (2006). Excelencia en servicio.

Sewell, Carl y Brown, Paul. Clientes para Siempre, Ed. Mc Graw Hill. 1996.

Barlow, J. & Moller, C. (Bogotá, 2005). Una queja es un favor. Grupo Editorial Norma: Colombia.

http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido_Modulo_II_Servicio_al_cliente.pdf

<http://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2015/09/Momentos-de-Verdad-Quejas-y-Reclamos.pdf>

CLAVES ISO 9001-2015: Términos y definiciones. (14 de 01 de 2021).

Obtenido de <http://www.cavala.es/noticias/wp-content/uploads/2015/07/Ficha-3-9001>

Claves-Norma-9001-2015.pdf

IMPLEMENTACIÓN DE LAS 5´S PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL ÁREA DE SERVICIOS DE UNA AGENCIA AUTOMOTRIZ

SABY MONSERRAT HERNÁNDEZ MEDINA¹, ISRAEL BECERRIL ROSALES²

RESUMEN

El presente trabajo presenta la aplicación de la Metodología 5´S en el área de servicios de una agencia automotriz, con el fin de obtener la clasificación, ordenamiento de las herramientas de trabajo, así como la limpieza del lugar de trabajo generando así la estandarización de la disciplina y aprendizaje de los trabajadores.

Se analizó la distribución y clasificación de los productos, así como el desorden y la limpieza existente en la misma, además de las consecuencias que trae consigo el desorden y un ámbito de trabajo sucio.

Se logró cumplir con el objetivo de este trabajo de investigación el cual consiste en implementar la Metodología 5´S para la mejora continua en el área de servicios de la agencia automotriz; se utilizó un enfoque de investigación exploratoria y descriptiva, para ello, se diseñó un instrumento a través de un cuestionario para evaluar la distribución y clasificación de los productos, así como el desorden y la limpieza existente en el Área de Servicios, además de las consecuencias que trae consigo el desorden y un ámbito de trabajo sucio, con base a Malhotra (2004) el cuestionario contiene 32 preguntas de las cuales 28 son de tipo dicotómicas y 4 preguntas abiertas, que midieron las variables Seiri (Clasificación); Seiton (Orden); Seiso (Limpieza); Seiketsu (Estandarización); Shitsuke (Disciplina), se aplicó a 14 trabajadores del Área de Servicio de una agencia automotriz.

Con la implementación de esta Metodología se logró cambiar el aspecto del establecimiento ya que ahora existe más espacio para trabajar de una forma ordenada y libre de averías, menos movimientos y traslado de unidades inútiles,

¹ Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán. monserrat.hdmedina@gmail.com

² Tecnológico de Estudios Superiores de Jocotitlán. israel.becerril@tesjo.edu.mx

menor grado de accidentes de trabajo así como también se obtuvo una mejor imagen hacia los clientes, mayor trabajo en equipo y visualización de las herramientas de trabajo y sobre todo se logró una mejora continua en sus procesos de trabajo, se generó una cultura organizacional.

Palabras clave: Mejora continua, 5's, cultura organizacional

ABSTRACT

The present paper presents the application of Methodology 5's in the area of services of an automotive agency, in order to obtain the classification, ordering of work tools, as well as the cleaning of the workplace, thus generating the standardization of the discipline and worker learning.

The distribution and classification of the products, as well as the clutter and the existing cleaning in the same one, as well as the consequences that the disorder and a dirty work scope are analyzed.

The objective of this research work was to implement the Methodology 5's for the continuous improvement in the service area of the automotive agency; an exploratory and descriptive research approach was used. To this end, an instrument was designed through a questionnaire to evaluate the distribution and classification of the products, as well as the disorder and cleanliness existing in the Services Area, in addition to the consequences which brings with it disorder and a dirty work environment, based on Malhotra (2004) the questionnaire contains 32 questions of which 28 are of dichotomous type and 4 open questions, which measured the variables Seiri (Classification); Seiton (Order); Seiso (Cleaning); Seiketsu (Standardization); Shitsuke (Discipline), was applied to 14 service area workers from an automotive agency.

With the implementation of this Methodology it was possible to change the appearance of the establishment since now there is more space to work in an orderly and free of damage, less movement and transfer of useless units, less degree of work accidents as well as a better image to the clients, greater teamwork and visualization of the work tools and above all a continuous improvement in their work processes was achieved, an organizational culture was generated.

INTRODUCCIÓN

En promedio, las remuneraciones de la industria automotriz en México equivalen a 2.3 veces las del resto de las manufacturas, al igual que el sector ha generado una importante derrama de capacidades tecnológicas que encuentran aplicación en otros sectores, como son el eléctrico, electrónico y aeroespacial y que, a su vez, han propiciado la generación de cuadros técnicos especializados, cabe destacar que en una empresa han existido y existirán paradigmas que imposibilitan el pleno desarrollo de algunos métodos de mejora continua ya que al ser aplicados requieren de un compromiso de la dirección para promover sus actividades y a su vez por parte de los supervisores y apoyo permanente de los jefes de trabajo, ya que es frecuente que el orden y la limpieza se dejen de lado cuando hay que realizar un trabajo urgente (Reyes, 2015).

Algunas personas consideran que sólo los aspectos visibles y de estética de los equipos son suficientes ya que la mejora continua debe servir para lograr identificar problemas profundos en el equipo, pues es el contacto del operario con la máquina la que permite identificar averías o problemas que se pueden transformar en graves fallos para el equipo, y sobre todo la limpieza se debe considerar como una primera etapa en la inspección de mantenimiento preventivo en la planta.

De acuerdo al estudio realizado Lindsay (2015), muestra que el trabajador considera que es veterano y no debe limpiar, que esta es una tarea para personas con menor experiencia, por el contrario, la experiencia le debe ayudar a comprender mejor sobre el efecto negativo de la suciedad y contaminación si control en el puesto de trabajo, los trabajadores de producción asumen a veces que su trabajo es hacer cosas, no organizarlas y limpiarlas, sin embargo, es una actitud que tiene que cambiar cuando los trabajadores empiezan a comprender la importancia del orden y la limpieza para mejorar la calidad, productividad y seguridad.

Frecuentemente nos llenamos de elementos, herramientas, cajas con productos, carros, útiles y elementos personales y nos cuesta trabajo pensar en la posibilidad de realizar el trabajo sin estos elementos. Buscamos tener al rededor elementos o componentes pensando que nos harán falta para nuestro próximo trabajo.

La metodología de las 5's es originaria de Japón, de hecho su nombre viene designado por la primera letra del nombre de sus cinco etapas y se inicia con Toyota en los años 60 para conseguir lugares de trabajo más limpios, ordenados y organizados (Lindsay, 2015).

Surgió tras la segunda guerra mundial por la Unión Japonesa de Científicos e Ingenieros con el objetivo de mejorar la calidad y eliminar obstáculos a la producción eficiente; Sin embargo, es difícil emprender estos programas sin tener condiciones adecuadas de trabajo, físicas y mentales. Es muy claro que no se puede hacer un buen trabajo en las áreas de trabajo, sin tenerlas en orden.

El programa de las 5's es considerado como el primer paso y la base para iniciar de manera sólida el camino hacia la calidad total, ya que enfatiza la importancia de mantener y mejorar un lugar de trabajo organizado y limpio que permita mejorar el desempeño. Fueron los japoneses de la firma Toyota y Motorola los que iniciaron esta revolución con un método más que conocido en el ambiente industrial, el Toyota Production System (Jácome, 2011).

En un principio se aplicó la metodología 5's al montaje de automóviles, pero en la actualidad tiene aplicación a muchos más sectores, empresas y puestos de trabajo. Varios estudios estadísticos demuestran que aplicar las primeras 3's da lugar a resultados muy interesantes (CNNExpansión, 2009).

- Crecimiento del 15% del tiempo medio entre fallos.
- Crecimiento del 10% en fiabilidad del equipo.
- Reducción del 70% del número de accidentes.
- Reducción del 40% en costos de mantenimiento.

Una visión que comenzó a permearse sostenidamente en el desarrollo empresarial a partir de la posguerra en los inicios de la segunda mitad del Siglo XX, fue la búsqueda de mejores maneras de realizar las actividades y procesos que se utilizan en la cotidiana elaboración de bienes y servicios, y es Japón uno de los países pioneros en cuanto a la creación, implantación, documentación y difusión de los logros alcanzados acerca de estas nuevos modelos que en general se identifican como filosofías de mejora continua (CNNExpansión, 2010).

Los japoneses sostienen que las innovaciones y mejoras nunca terminan por lo tanto las empresas deberán esforzarse por permanecer en un constante aprendizaje que les permita mantener su liderazgo.

En este contexto, una metodología ampliamente divulgada, sencilla y económica de implantar como 5's representa el primer pasó con el que tendrán que iniciar las empresas de la cadena automotriz o de cualquier otra industria que deseen comenzar algún proceso de mejora en sus operaciones (Osada, 2010).

Es importante mencionar lo relevante de la calidad dentro de los estándares requeridos en la competitividad mundial y como un factor crítico vital en la cadena automotriz, dentro de la cual aspectos como el seguimiento de especificaciones técnicas, estándares y normas internacionales, son elementos básicos e indispensables cuando se desea ser proveedor de las armadoras automotrices nacionales o bien exportar a otras armadoras en el mundo (Revista facpya, 2014).

La metodología 5's, constituye una parte esencial para iniciar o continuar con un modelo de mejora en las prácticas empresariales entre los que se destacan: TQM (Total Quality Management), LM (Lean Manufacturing), TPM (Total Productive Maintenance), y Kaizen; todas estas son filosofías que buscan el incremento de los indicadores de desempeño operativos los cuales están ligados con la implementación de 5's.

Entre los beneficios del desempeño operativo se encuentran:

- Disminución del número de accidentes e incremento de los estándares de calidad.
- Disminución del reproceso.
- Incremento de la productividad.
- Mejora en la imagen con el cliente externo y el cliente interno.
- Instalaciones de la empresa más seguras.

Si analizamos diversas empresas en el competitivo mundo actual, buena parte de ellas, principalmente en Japón y países desarrollados, utilizan en sus operaciones diarias una metodología que ha sido llevada a la práctica desde hace más de 50 años por su simpleza y facilidad de realización, dicha metodología es las 5's (Cantera, 2013).

Las 5's toman su nombre por las siglas de las cinco palabras en japonés: Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu y Shitsuke dadas a conocer en el occidente a inicio de los 90's, con un enfoque inicial a las áreas de manufactura.

La metodología 5's tiene como objetivo establecer y mantener ambientes de trabajo de calidad, logrando conservar áreas y espacios laborales despejados, ordenados, limpios y productivos; es una metodología que ayuda en los esfuerzos de hacer más con menos: menos esfuerzo humano, menos equipo, menos espacio, menos inventario, materiales y tiempo (Booter, 2014).

Es una actividad que debe realizarse todos los días en cada situación que se presenten en la empresa y en la vida diaria, hasta formar un hábito ya que si consideramos la importancia actual de la manufactura verde o de menor deterioro al ambiente, el hallazgo de la importancia que tiene el manejo ecológico de los desperdicios al aplicar 5's, revela un gran paso para la industria automotriz, asociada con el progreso de un país por la gran cantidad de eslabones que componen su cadena de proveedores (Rodarte, 2009).

Ese avance va de la mano con la generación de residuos contaminantes; y que mejor que el impacto de 5's con el buen manejo y control de los desechos que generan estas empresas, las cuales observan una tendencia con una visión cada vez más relevante hacia la propuesta de manufactura, tecnologías y materiales verdes más amigables con el ambiente.

Por otra parte, el cliente interno dentro de la empresa, la segunda relación más importante, considera que al ejecutar 5's esto va relacionado con una mejor calidad dentro de los procesos ejecutados por las áreas que practican sostenidamente la metodología, lo cual también se observa al percibir la mejora en los estándares de calidad y la seguridad en las instalaciones empresariales, que son la tercera y cuarta relación más importantes en orden decreciente (Blanco. 2009).

Seiri (Clasificación)

Es un proceso de clasificación en el cual se define claramente que es realmente necesario para la realización de las tareas y que no lo es, cuya permanencia en el lugar de trabajo causa numerosos inconvenientes, (Ricardo 2000).

Ricardo (2000), establece que los criterios que se usan para separar lo necesario de lo innecesario para realizar las tareas son:

- Un objeto es necesario cuando se usa, no interesa cuánto.
- Es innecesario cuando no se usa.

Es frecuente que en el análisis de separar se tenga en cuenta el valor del objeto y no su utilidad, para evitar esta confusión, el criterio a usar es: lo que no es útil para el trabajo se aparta (Ricardo, 2000); el valor lo define el destino final.

- Si el objeto es necesario en otra área, se envía a ella.
- Si no tiene valor, se descarta.
- Si tiene valor, se vende.
- Los objetos necesarios, se guardan

Las ventajas que contrae aplicar la primera S, según Ricardo (2000), son las siguientes:

- Liberación de espacio en el área de desarrollo.
- Reduce tiempos.
- Mejora visualización del área de trabajo.
- Se recupera espacio desperdiciado.
- Mejora la seguridad.

Seiton (Orden)

Una vez despejada el área de todo lo innecesario, cuando solo queda lo que se debe de guardar comienza la segunda S que es: Ordenar.

Según Ricardo (2000), para efectuar el ordenamiento de los objetos se utiliza la frecuencia de uso:

- Cuando más se usa, más cerca debe de estar de las personas.
- Cuando menos se usa, más alejada debe de estar de las personas.

Rosas (2000), hace referencia que la organización es el estudio de la eficacia. Es una cuestión de cuán rápido uno puede conseguir lo que necesita, y cuán rápido lo puede devolver a su sitio nuevo.

Cada cosa debe tener un lugar único y exclusivo donde debe encontrarse antes de su uso, y después de utilizarlo debe devolverlo a él. Todo debe estar disponible y próximo en el lugar de uso.

Algunas ventajas que trae consigo la implementación de la segunda S (Rosas 2000), son:

- Menor necesidad de controles de Stock y producción.
- Menor tiempo de búsqueda de material para el trabajo.
- Aumenta el retorno de capital.
- Aumenta la productividad de personal y maquinaria.
- Evita la compra de materiales innecesarios.

Seiso (Limpieza)

Este sentido va más allá del acto de limpiar y debe de ser tomado como una oportunidad de inspeccionar y descubrir las fuentes que generan la suciedad y los puntos potenciales de fallas y desperdicios.

Limpiar significa que se deben hallar en óptimas condiciones de uso (Ricardo 2000).

- Máquinas, equipo, herramientas y documentos.
- Mesas de trabajo.
- Armarios y tableros.
- Escritorios, ficheros, etc.
- Pisos, paredes, áreas peatonales, escaleras, ventanas.

Esto implica que además de estar pintadas se debe encontrar:

- Máquinas, equipo y herramientas libres de suciedad y todos sus componentes funcionando correctamente.
- Sobre mesas de trabajo debe haber solo lo necesario para el desarrollo de las tareas. Está comprobado que tanto la limpieza como el orden están relacionados con la habilidad de realizar las tareas con destreza y calidad.
- Los objetos deben estar libres de suciedad en sus respectivos lugares.
- Los pisos, señalamientos y escaleras deben estar libres.
- Las áreas de almacenamiento deben usarse para el fin destinado.

Las rutinas de control y limpieza permiten detectar anomalías que, corregidas en el momento oportuno, evitan problemas mayores que pueden dañar la producción, calidad y seguridad.

Los beneficios que menciona Ricardo (2000), son los siguientes:

- Disminución de accidentes, al estar todo pintado, limpio, despejado y señalado.
- Ambiente de trabajo confortable y agradable.
- Mejora la calidad.

Seiketsu (Estandarización)

Rosas (2000), describe que la estandarización consiste en que la metodología nos permite mantener los logros alcanzados con la aplicación de las tres primeras S. Además, él hace mención de que también esta cuarta S es conocida como sanear.

También hace referencia que los beneficios de estandarizar son:

- Se guarda el conocimiento producido.
- Facilita el mantenimiento.
- Disminuye tiempos de búsqueda.
- Mejora la comunicación.

Shitsuke (Disciplina).

La autodisciplina significa que se debe cumplir con las normas establecidas a partir de los acuerdos a los que llega el grupo después de sus negociaciones sean estas internas o intergrupales.

Las ventajas que se tienen son:

- Normalmente una persona se disciplina así misma para mantener un determinado comportamiento, porque los beneficios de mantener este comportamiento son más difíciles que apartarse de él, esto quiere decir que en cuanto más tiempo se lleve a cabo lo que la empresa requiere, más tiempo será la permanencia de la persona en el puesto.
- Se crea una cultura de sensibilidad, respeto y cuidado de los recursos de la empresa.
- La disciplina es una forma de cambiar hábitos.
- Se siguen los estándares establecidos y existe una mayor sensibilización y respeto entre las personas.
- La moral en el trabajo se incrementa.

DESARROLLO

Para la presente investigación únicamente se tomó en cuenta el área de servicio, la cual está conformada por 14 personas, esto sin incluir al Gerente General de la Agencia Automotriz.

Según Malhotra (2004), propone una nueva forma de aplicar cuestionarios de una manera más dinámica la cual es con las preguntas dicotómicas que se refiere al tipo de pregunta cerrada en donde a la persona que responde se le ofrece responder de solo dos formas en este caso solo es SI o NO, la cual nos permitirá saber los niveles de satisfacción, con la finalidad de conocer las necesidades y carencias del objeto de estudio en dicha investigación así mismo se aplicaron 4 preguntas abiertas las cuales según Sampieri (2010) no delimitan las alternativas de respuesta y esa es la finalidad el conocer su opinión al respecto, para ello el número de ítems utilizados para cada 5 se muestra en el cuadro siguiente:

Tabla 1. Número de ítems realizados por variable

Nombre de la 5	# Ítems	Puntaje Máximo a Obtener
Selección	10 ítems	30 puntos
Orden	7 ítems	21 puntos
Limpieza	6 ítems	18 puntos
Estandarización	5 ítems	15 puntos

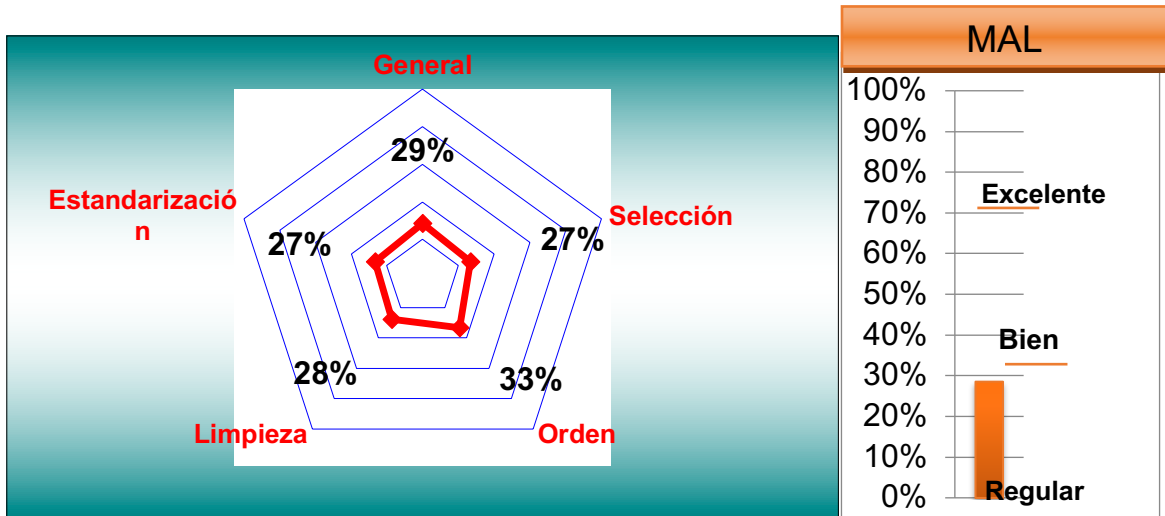
Los valores que se tomarán en cuenta para calificar el formato utilizado para la auditoria de 5's quedó de la siguiente manera:

Guía de calificación
0 = No hay implementación
1 = Un 30% de cumplimiento
2 = Cumple al 65%
3 = Un 95% de cumplimiento

Resultados de la primera auditoria

La primera auditoria fue aplicada en el mes de septiembre de 2020, y los resultados obtenidos en ella quedan de la siguiente manera:

	Porcentajes	Puntos
<i>General</i>	29%	24
<i>Selección</i>	27%	8
<i>Orden</i>	33%	7
<i>Limpieza</i>	28%	5
<i>Estandarización</i>	27%	4



Grafica 1: Resultados de la auditoria antes de la implementación

Fuente: Elaboración propia

Aplicación de la Primer S

En la primera S se hizo uso de las tarjetas rojas para la identificación de materiales innecesarios en el Área de Servicios y se separó aquellos materiales que son necesarios para evitar la obstrucción del paso.

Luego de haber implementado la primera S el Área de Servicio presentaba un espacio físico más amplio como se muestra en la comparación de las siguientes imágenes.



Figura 1: Antes



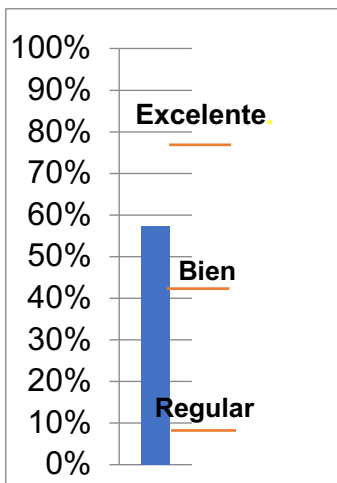
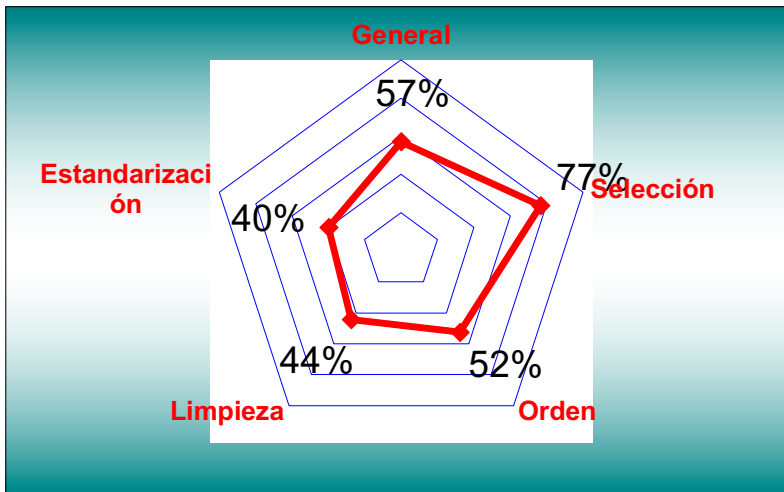
Figura 2: Después

Resultado de la segunda auditoria

La segunda auditoria fue aplicada en el mes de octubre de 2020, y los resultados obtenidos en ella quedan de la siguiente manera:

	Porcentajes	Puntos
<i>General</i>	57%	48
<i>Selección</i>	77%	23
<i>Orden</i>	52%	11
<i>Limpieza</i>	44%	8
<i>Estandarización</i>	40%	6

REGULAR



Grafica 2: Resultados de la segunda auditoria

Fuente: Elaboración propia

Aplicación de la Segunda S

Luego de haber aplicado la primera S en el establecimiento, se presentó un espacio físico más amplio, sin embargo, se tenían que colocar las cosas necesarias en sus respectivos lugares. Se procedió de la siguiente manera:

- Se utilizaron tableros para colocar ordenadamente los diversos productos que ofrece la empresa, y con ello administrar el espacio del Área de servicio.
- Se ordenan las citas de acuerdo a la hora de llegada de los clientes y se registran en el pizarrón.



Figura 3: Antes

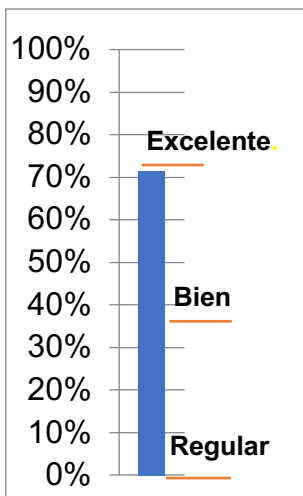
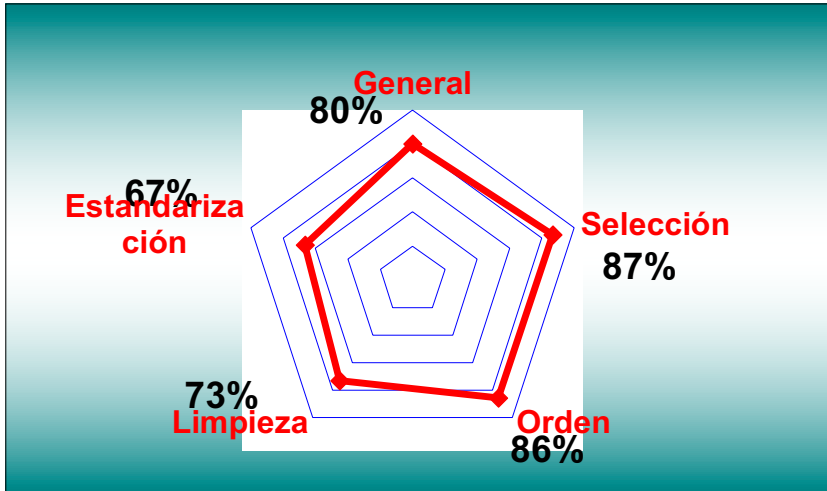
Figura 4: Después

Resultado de la tercera auditoria

La tercera auditoria fue aplicada en el mes de noviembre de 2020, y los resultados obtenidos en ella quedan de la siguiente manera:

	Porcentajes	Puntos
<i>General</i>	80%	60
<i>Selección</i>	87%	21
<i>Orden</i>	86%	18
<i>Limpieza</i>	73%	11
<i>Estandarización</i>	67%	10

BIEN



Grafica 3: Resultados de la tercera auditoria

Fuente: Elaboración propia

Aplicación de la Tercer S

Posteriormente a la clasificación y ordenamiento del área de Servicio, se comenzó a limpiar cada una de las instalaciones, suprimiendo la suciedad con líquidos especiales para la eliminación de grasa y polvo.

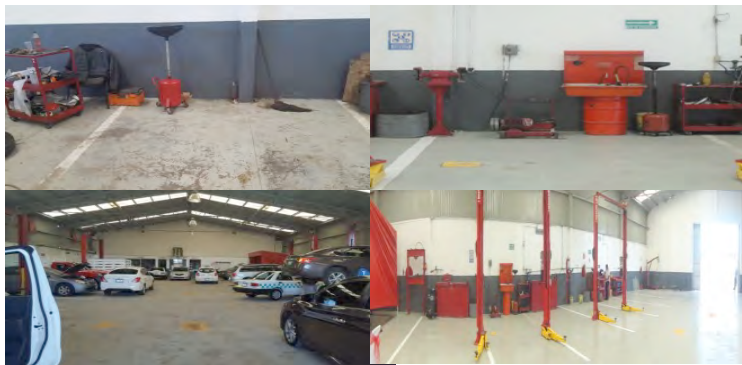


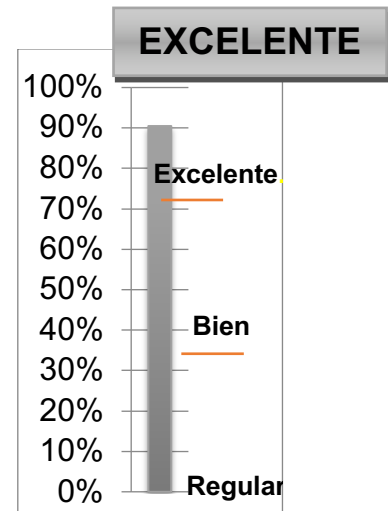
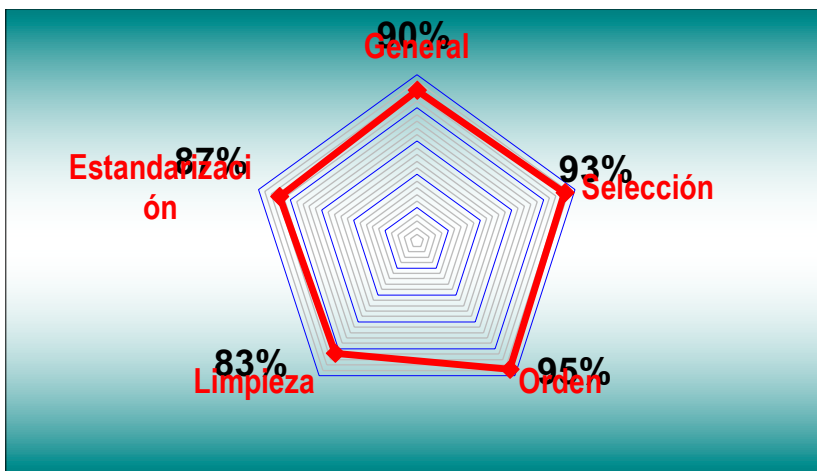
Figura 5: Antes

Figura 6: Después

Resultado de la cuarta auditoria

La cuarta auditoria fue aplicada en el mes de diciembre de 2020, y los resultados obtenidos en ella quedan de la siguiente manera:

	Porcentajes	Puntos
General	90%	76
Selección	93%	28
Orden	95%	20
Limpieza	83%	15
Estandarización	87%	13



Grafica 4: Resultados de la cuarta auditoria

Fuente: Elaboración propia

Aplicación de la Cuarta S

Esta S tiene como objetivo lograr de mantener lo que ya se logró en las tres primeras S anteriores para que con ello se pueda lograr una mejora continua en el Área de servicios.

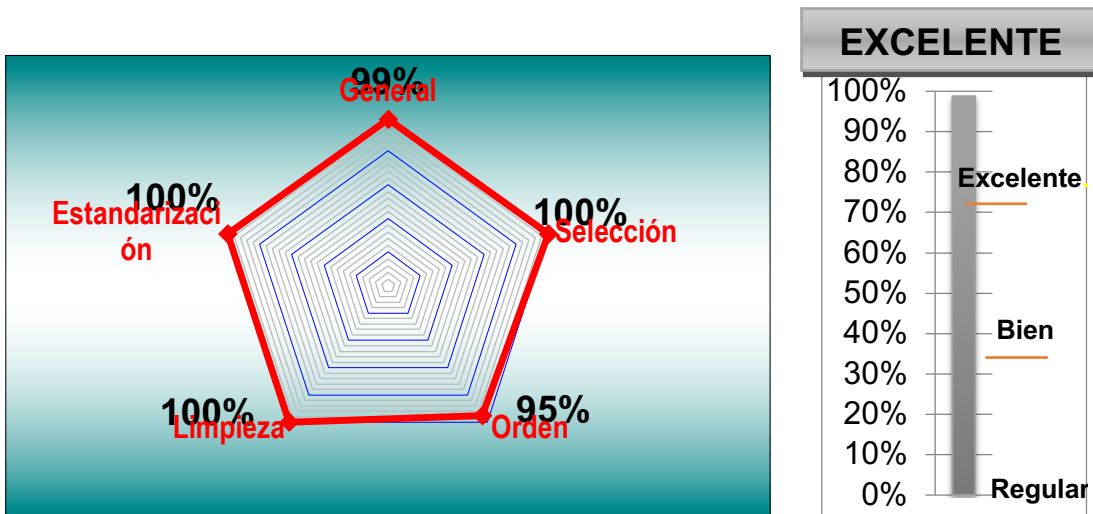
Para el cumplimiento de esta S lo más importante es que existe compromiso en primera por parte de la Gerencia General de la Agencia Automotriz y en segunda de cada uno de los empleados del Área de servicios para que se pueda continuar con la implementación de la Metodología 5's a través del hábito de usar lo establecido, predicar con el ejemplo, y mostrar un cambio aceptable en el logro de los objetivos, así mismo tener una cultura de trabajo con actitud positiva y evitar la resistencia al cambio. Para que de esta manera el esfuerzo realizado en la

aplicación de las 4's se mantenga y se aplique en el Área de Servicios de una agencia automotriz.

Resultado de la quinta auditoria

La quinta auditoria fue aplicada en el mes de enero de 2021, y los resultados obtenidos en ella quedan de la siguiente manera:

	Porcentajes	Puntos
General	99%	83
Selección	100%	30
Orden	95%	20
Limpieza	100%	18
Estandarización	100%	15



Grafica 5: Resultados de la quinta auditoria

Fuente: Elaboración propia

Aplicación de la Quinta S

La última S se dispone a evitar que los procedimientos ya establecidos se ignoren y a la larga se olviden ya que respetando cada uno de los parámetros establecidos para cada 'S se obtendrán los beneficios encontrados de manera momentánea con la implementación de la Metodología 5's.

De esta manera también para una mejora continua en la calidad de vida en cada uno de los trabajadores se deben considerar los siguientes puntos:

- El respeto de las normas y estándares establecidos para conservar el lugar de trabajo limpio y en excelentes condiciones.
- Elaborar un control personal y el respeto por las normas establecidas que regulan el funcionamiento del establecimiento.

- Promover el hábito del autocontrol, así como reflexionar sobre el nivel de cumplimiento de las normas ya establecidas.
- Se debe comprender la importancia del respeto por los demás y por las normas establecidas para el bien de la Agencia.

CONCLUSIONES

La aplicación de la Metodología 5's logro cambiar el aspecto del Área de Servicios, ya que la nueva distribución permite un mejor movimiento de las unidades.

Los beneficios que trajo consigo la Metodología 5's en el Área de Servicios fueron: más espacio para trabajar de una forma ordenada y libre de materiales innecesarios, menor nivel de accidentes de trabajo (al obtener más espacio sin materiales innecesarios, que antes obstruían el paso), menos movimientos y traslados inútiles que lo único que estos provocan son pérdidas de tiempo.

Además, se logró un mejor lugar de trabajo para todos, puesto que se consiguió: más espacio, un lugar de trabajo impecable, mejor imagen ante los clientes, cooperación y trabajo en equipo, mayor compromiso y responsabilidades en las tareas que se designaron para cada trabajador y sobre todo conocimiento del puesto.

Del mismo modo se obtuvo una visualización de productos realmente necesarios provocando que la herramienta de trabajo se encontrara de una manera rápida y concisa lo que género que se fomentara una Cultura Organizacional dentro del taller.

Por otro lado, se hizo presente el trabajo en equipo, ya que desde la implementación de esta Metodología todos se involucran a hacer las cosas bien desde un inicio, participando todos juntos haciendo que la agencia crezca día con día, mejorando así la eficiencia y eficacia con las que se trabaja.

Se logró cumplir con el objetivo general planteado al inicio de este proyecto el cual era la Implementación de la metodología 5's para la mejora continua en el área de servicios de una agencia automotriz ubicada en el municipio de Atlacomulco, México.

Para mantener el éxito obtenido es necesario que se sigan de forma correcta y continua las indicaciones dadas, ya que de esto dependerá que se atienda a los clientes de manera eficaz y sobre todo que se siga teniendo la mejora continua que se logró al implementar la Metodología.

La efectividad de las 5's es de óptimo rendimiento, la aplicación de todas las reglas de una manera adecuada da como resultado alta eficacia y eficiencia, con solo tener la disposición de todos y cada uno de los involucrados y no solo en este proyecto, si no en el día a día.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, Ma. de Lourdes (2002). "Cambios en la industria automotriz frente a la globalización: el sector de autopartes en México", en Contaduría y Administración, 206, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM, México.
- Barber, C. (2011). La responsabilidad social en las PyMEs. En Revista Fortuna. Año V, No. 52.
- Blanco Mónica (2009). 5S's una herramienta de calidad para la mejora del desempeño operativo: Un estudio en las empresas de la cadena automotriz de Nuevo León. Innovaciones de negocios. México.
- Booter (2014). Administración de la Calidad Total. Conceptos y Enseñanzas de los Grandes Maestros de la Calidad. Editorial Pax. México.
- CNNExpansión. 2009. Automotrices se ponen verdes en Alemania. Recuperado en abril 5 del 2010.
- Dombois, (2013), El Financiero, "Negocios", Claudia Dombois García, 15 de abril del 2013.
- Dorbessan J, (2000) 5's herramientas de cambio, San Nicolás, Argentina: Nueva Década.
- Jácome. (2011). Implantación de la Metodología 5's en agencias para el control de calidad, Veracruz, México.
- Munch L. (2005), Calidad y mejora continua: principios para la competitividad y la productividad. Rio Churubusco, México: Editorial Trillas.
- Munch L. (2012). Fundamentos de administración, México, Editorial Trillas pp.15-28.
- Muñoz. (2014). Diagnóstico del Clima Organizacional de una Empresa de Servicios, Puebla. México.
- Oria (2011). Administración por Calidad. CECSA, México.
- Ricardo J, (2000). Las 5's, Herramientas de cambio. San Nicolás Argentina Nueva década.
- Rodarte Armandina (2009). 5S's una herramienta de calidad para la mejora del desempeño operativo: Un estudio en las empresas de la cadena automotriz de Nuevo León. Innovaciones de negocios. México.

Rosas J, (2000). Las 5's herramientas básicas de mejora continúa para la calidad de vida. Fecha de consulta: 12/marzo/2014. Recuperado de: <http://www.ponce.inter.edu/>

Secretaria de Economía, (2012). Comunidad de negocios, industria, comercio. México.

Stumpo (2012) Análisis de la política de fomento a las pequeñas y medianas empresas en Chile. Chile: Naciones Unidas – CEPAL – Serie Desarrollo Productivo.

Vieyra Medrano, José Antonio (1999). El sector automotriz en el proceso de industrialización en México: aspectos históricos económicos de su conformación territorial, UNAM, México.

ESTADOS FINANCIEROS COMO FACTOR CLAVE EN LAS MIPYMES

DIANA PATRICIA GONZÁLEZ SÁNCHEZ¹, RAÚL PALMA MORA², VERANIA SENTIES BORBONIO³, PATRICIA GUADALUPE MORA NEGRETE⁴

RESUMEN

Esta obra se realizó en la colonia Hoja de Maíz de la ciudad de Tierra Blanca, donde tienen lugar las principales MIPYMEs, analizando los estados financieros y seleccionando la gestión financiera, planeación y toma de decisiones. El estudio analizó la problemática que genera el desconocer los estados financieros y por ende no realizarlos; priorizando que quienes planifican y toman decisiones en la conducción dentro de las MIPYMEs, cuenten con información financiera relevante que les ayude a realizar una mejor gestión financiera, planeación y toma de decisiones para la adaptación en beneficio de sus micronegocios, ayudando a que el proceso de conducción de la empresa sea planificado y no de manera subjetiva e improvisada. Los resultados de este estudio sugieren otras líneas de investigación para seguir explorando.

Palabras clave: MIPYMEs, Estados financieros, Gestión financiera, Planeación, Toma de decisiones.

ABSTRACT

This work was carried out in the Hoja de Maíz neighborhood in the city of Tierra Blanca, where the main MSMEs take place, analyzing financial statements and selecting financial management, planning and decision-making. The study analyzed the problems generated by not knowing the financial statements and therefore not carrying them out; prioritizing that those who plan and make decisions

¹ Tecnológico nacional de México / Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca. 188n0595@itstb.edu.mx

² Tecnológico nacional de México / Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca. 188n0600@itstb.edu.mx

³ Tecnológico nacional de México / Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca. 188n0605@itstb.edu.mx

⁴ Tecnológico nacional de México / Instituto Tecnológico Superior de Tierra Blanca. patricia.mora@itstb.edu.mx

in conducting within MSMEs, have relevant financial information that helps them perform better financial management, planning and decision-making for adaptation for the benefit of their micro-businesses, helping the process of conduction of the company is planned and not subjectively and improvised. The results of this study suggest other lines of research to continue exploring.

Keywords: MSMEs, Financial statements, Financial management, Planning, Decision making.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación se comparan diferentes opiniones y percepciones sobre la importancia de la contabilidad dentro de las MIPYMEs, actualmente la relevancia de las pequeñas y medianas empresas en las economías del mundo es innegable ya que juegan un rol demasiado importante, generan empleo, crecimiento económico, beneficios económicos sociales entre muchas otras cosas más; es decir, las MIPYMEs son eslabones fundamentales para que las economías de las naciones crezcan y se vuelvan competitivas, tanto interna como externamente. Por tanto, en la medida que las MIPYMEs crecen, en esa misma medida influyen en el desarrollo de su país. Pero a diferencia de las grandes empresas tiene muchos problemas de desarrollo, crecimiento y supervivencia y es por ello que el objetivo de este proyecto es analizar el impacto que tienen las MIPYMEs al no generar apropiadamente sus estados financieros. Así mismo para que puedan realizar una adecuada gestión financiera, planeación, y toma de decisiones para adaptarse a un entorno cambiante.

Y así llegamos al eje central de este proyecto con la finalidad de tener una percepción elocuente y relevante de la gran importancia de la contabilidad dentro de las pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs). Es de vital importancia llevar un adecuado control de todos los aspectos financieros en las MIPYMEs debido a que el principal motor de las empresas es el adecuado uso de los recursos.

En este proyecto de investigación primero se menciona dando a conocer las necesidades empresariales de las que entre muchas se encuentra las necesidades de llevar un sistema contable, haciendo énfasis que en la búsqueda de la eficiencia productiva y financiera y como una ventaja estratégica competitiva tener información contable analítica contribuyen a la toma de decisiones en el crecimiento y desarrollo organizacional; teniendo como resultados la objetividad de conocer a un grado mayor de relevancia la importancia de tener un sistema de control contable dentro de las MIPYMEs.

DESARROLLO

En México como en el resto del mundo las pequeñas empresas han sido parte fundamental en la economía debido a su participación en las ventas totales, las exportaciones, el producto interno bruto y la generación de empleos.

A pesar del gran número de pequeñas empresas que existen en este país dando empleo a una parte importante de la población y tienen una gran participación en el Producto Interno Bruto, se tiene que gran parte de ellas fracasan debido a su mala administración, dentro de la cual las finanzas ocupan un lugar especial. Así, tanto la operación financiera como su administración son factores muy importantes para el trabajo diario de la toma de decisiones del pequeño empresario, que garantizan que una empresa tenga éxito en una economía de crecimiento y desarrollo continuo.

De acuerdo con el autor Alfredo Velázquez (2010) “la contabilidad de tu negocio puede ser dañada debido a malas prácticas como no estar calificado para llevar la misma y no contratar a un experto, no llevar un estricto control de tus ingresos y gastos, especialmente cuando estos son salidas en efectivo. No ser ordenado y mucho menos constante con este ejercicio, no estar al día con el pago de impuestos y también, no utilizar sistemas automatizados; no conservar documentos financieros o la realización de cálculos aproximados o erróneos.

De acuerdo con Ernesto Barrios (2016) “la contabilidad es una parte fundamental de la buena administración de un negocio y sus esfuerzos por construir una empresa fuerte. Su importancia no radica solamente en la función que desempeña en el cumplimiento del pago de impuestos, pues además es una forma de llevar el registro

de las finanzas de la empresa, permitiéndole a su dueño o a sus socios medir objetivamente el desempeño de su negocio y dándoles la información necesaria para tomar decisiones en el presente y hacer planeaciones para el futuro”.

¿Por qué llevar la contabilidad con un profesional?

Más que llevar libros y registros de ingresos y egresos, un contador utiliza esta información para elaborar y analizar reportes y estados financieros, y así monitorear el estado financiero de la empresa y proveerla de la información necesaria para la toma de decisiones. Por muy pequeño que un negocio sea debe conocer cuánto gana, cuál es la utilidad o en su defecto la pérdida que tienen sus actividades, cuáles son las deudas que tiene y cuáles son sus acreedores, en qué gasta y/o se invierte el dinero, entre otra información de gran importancia que es accesible y comprensible gracias a la labor de un contador.

Toda esta información además de estar disponible para el dueño o los socios del negocio, puede estar al alcance de otros departamentos, dándoles también información relevante para la realización y planeación de actividades, de forma que al mismo tiempo que llevan a cabo su trabajo procuren la salud financiera del negocio. La información que se presenta en la contabilidad es tan útil para llevar el control de los ingresos y los egresos, como para hacer planes a futuro y tomar decisiones inteligentes y bien informadas en el presente. El objetivo de la contabilidad es proporcionar información real y exacta, por lo que si no se lleva una buena contabilidad ésta será imprecisa y llevará a la toma de decisiones equivocadas que podrían causar problemas mayores para la empresa.

La próxima vez que pienses en contabilidad recuerda que por muy pequeño sea un negocio, además de ser un requerimiento para poder presentar las declaraciones fiscales, la contabilidad genera beneficios internos en el negocio, pudiendo ser además un gran aliado a la hora de solicitar un préstamo, financiamiento o una asesoría externa.

Importancia de la presentación de los estados financieros para las Pymes

Según el autor Ángel Manuel Tolentino Jiménez (2020) “los estados financieros se preparan para presentar un informe periódico acerca de la situación del negocio, los progresos de la administración y los resultados obtenidos durante el periodo que se

estudia. Constituyen una combinación de hechos registrados, convenciones contables y juicios personales, la preparación de los estados financieros es una de las tareas más importantes por consiguiente, todas las cifras deben comprobarse más de una vez para asegurarse de que son exactas, las cifras que figuran en el estado de resultados las utilizan los directores y propietarios de las empresas para planear las actividades actuales y futuras, también están muy interesados en los beneficios de la empresa y en la estructura del activo y de la participación en la propiedad de los acreedores, los futuros inversores, los organismos estatales y muchas otras entidades, los estados financieros es el proceso crítico dirigido a evaluar la posición financiera, presente y pasada, y los resultados de las operaciones de una empresa, con el objetivo primario de establecer las mejores estimaciones y predicciones posibles sobre las condiciones y resultados futuros, mencionando que la situación financiera de toda empresa se ve reflejada en los estados financieros, actualmente este trabajo se lo dejamos al contador pero realmente es muy importante que todos los estamentos involucrados en la empresa tengan el conocimiento básico para el correcto desarrollo de esta, ya que nos ayuda a evaluar, valorar y predecir el rendimiento de una organización, más que nada los estados financieros proporcionan a sus usuarios información útil para la toma de decisiones”.

Consecuencias de la falta de información relacionada a los estados financieros

En México como en el resto del mundo las pequeñas empresas han sido parte fundamental en la economía debido a su participación en las ventas totales, las exportaciones, el producto interno bruto y la generación de empleos.

A pesar del gran número de pequeñas empresas que existen en este país dando empleo a una parte importante de la población y tienen una gran participación en el Producto Interno Bruto, se tiene que gran parte de ellas fracasan debido a su mala administración, dentro de la cual las finanzas ocupan un lugar especial. Así, tanto la operación financiera como su administración son factores muy importantes para el trabajo diario de la toma de decisiones del pequeño empresario, que garantizan que una empresa tenga éxito en una economía de crecimiento y desarrollo continuo.

De acuerdo con el autor Alfredo Velázquez (2010) “la contabilidad de tu negocio puede ser dañada debido a malas prácticas como no estar calificado para llevar la misma y no contratar a un experto, no llevar un estricto control de tus ingresos y gastos, especialmente cuando estos son salidas en efectivo. No ser ordenado y mucho menos constante con este ejercicio, no estar al día con el pago de impuestos y también, no utilizar sistemas automatizados; no conservar documentos financieros o la realización de cálculos aproximados o erróneos.

De acuerdo al criterio del investigador de campo para la selección de la muestra de las MIPYMEs adoptó la técnica de muestreo decisional. Se seleccionaron a las 4 microempresas originarias de la colonia Hoja de Maíz de Tierra Blanca, Veracruz. Para la recolección de los datos de las dos variables, se utilizó la técnica de la entrevista, a través de la aplicación de un instrumento, ambos aplicado a los dueños de las MIPYMEs seleccionadas, el primer cuestionario que mide la variable uno, denominada Estados Financieros, el cual consta de 11 ítems con preguntas abiertas; y el segundo, también una entrevista, para medir la variable dos denominada Administración estratégica, éste con 21 ítems de preguntas abiertas, éstos hacen alusión a cada una de las etapas que deben cumplir las MIPYMEs.

RESULTADOS

Después de analizar los resultados de los datos recogidos en las entrevistas realizadas a las MIPYMEs que se encuentran en la colonia Hoja de Maíz, desafortunadamente no han escuchado hablar de los estados financieros y mucho menos aplican alguno de ellos en su negocio, por ende no conocen la estructura de los mismos, aunque únicamente en el negocio “Abarrotes Carlitos” nos hicieron mención que en el cuerpo de los estados financieros es donde se colocan las cantidades y cuentas que se ocupen.

En cuanto a la importancia de los estados financieros, dos de estos negocios no la conocen, y los otros dos mencionaban que sabían que eran importantes ya que beneficiaban al negocio y mantener un mejor control. En cuanto a los beneficios de los estados desafortunadamente no los conocen, por tal motivo no saben la ventajas que éstos les podrían proporcionar, así mismo no conocen la importancia de separar

sus finanzas personas con las de su negocio y por ende no conocen las ganancias ya que ocupan muchas veces de ese dinero para pagar sus gastos personales, lo cual hace que ese sea el principal problema que los lleva a no crecer.

No llevan un registro como tal, sino que únicamente hacen anotaciones en una libreta y de ahí calculan lo que llegan a vender ya sea semanal o bien diario. De acuerdo con los resultados nos dimos cuenta que ellos no tienen como tal un registro de los egresos, sino que únicamente consideran como salidas de dinero las notas donde hacen el pago a proveedores. Ninguna de las MIPYMES lleva un control de los gastos de operación e incluso una de ellas no conoce el término.

En cuanto a los márgenes de ganancia tres de las MIPYMES concuerdan que sí han bajado y coinciden en que esto es porque el precio de los productos ha subido y también por la competencia, aunque una difiere ya que menciona que para él no han bajado sino se ha mantenido.

Se considera que ninguna de las cuatro MIPYMES no conocen realmente sus ganancias, pues éstos lo calculan sin conocer realmente cuánto vendieron o pagaron porque también incluyen gastos personales, y el registro que ellos hacen no es realmente el correcto ya que no lo hacen de una manera adecuada.

Después de analizar las respuestas que nos dieron, respecto a la gestión financiera, tres de las MIPYMES no establecen objetivos y solo una de ella “Abarrotes Mini Súper” establece el objetivo de vender más productos pero no establece un plazo para cumplirlos. Los propietarios nos respondieron que actualmente no ven reflejas unas buenas ganancias ya que con la pandemia éstas se han visto mayormente afectadas.

Las MIPYMES encuestadas no conocen las consecuencias que implica no tener una gestión financiera, así mismo tres de ellas no aplican métodos porque no cuentan con objetivos, aunque solamente la que sí cuenta con objetivos que es “Abarrotes Mini Súper” no cuenta con la forma correcta de aplicar métodos, lo hace de una forma sencilla y busca poco a poco lograrlos.

Dos de las MIPYMES entrevistadas nos respondieron que sí tienen una reserva de efectivo para cualquier situación inesperada, mientras que las otras dos nos mencionaron que no tienen una reserva.

Únicamente “Abarrotes Mini Súper” es la que realiza un análisis de inversión al adquirir un producto, aunque esto toda empresa lo debería realizar para saber si tendrá ganancia o no esa inversión que realice. Ninguno de los propietarios de estas MIPYMES realiza presupuestos de ventas.

Al realizar las preguntas relacionadas a la planeación se conoció que ninguna de las MIPYMES realiza una planificación detallada ni documentada. Las MIPYMES sí cuentan con estrategias, principalmente para que los productos no caduquen y así mismo no tener pérdidas, por lo cual su mayor estrategia es vender productos a un menor precio o aplicar el conocido 2x1.

Desafortunadamente estas MIPYMES no se visualizan con una proyección a futuro y esto es de suma importancia pues si éstas no ven su negocio crecer eso pasara. De igual manera ninguna de estas tiene asignada un recurso para cada una de sus actividades.

Los resultados que arrojaron con relación a lo que los hace diferente a cada negocio de los demás, “Abarrotes La Capillita” nos mencionó que lo hace diferente es que en su mercancía tiene la venta de pollos y carnes, así mismo “Abarrotes Va de Nuez” menciona que tiene más surtido que ellos así mismo que a él no le gusta ganar más de lo debido pues se pone de lado de los clientes y es justo con los precios, en su caso “Abarrotes Carlitos” menciono que a ellos lo hace diferente que sus precios son más bajos y por últimos “Abarrotes Mini Súper” menciono que ellos tienen mayor surtido y por lo tanto más variedad de productos.

Los dueños de las cuatro MIPYMES están conscientes que los estados financieros le ayudarían a tener un mejor control en su planeación pero ellos no los realizan. Así mismo ninguno de ellos conoce los elementos que se necesitan para realizar una planeación adecuada.

En relación con la toma de decisiones de acuerdo a la información financiera tanto “Abarrotes Va de Nuez” como “Abarrotes La Capillita” no contemplan esa información para las decisiones, mientras que “Abarrotes Carlitos” nos mencionó que las toma de acuerdo a las ventas que tenga y por ultimo “Abarrotes Mini Súper” menciono que tomaba sus decisiones a partir de las ganancias o pérdidas que esta tenga.

Para poder tomar sus decisiones la PYME “Abarrotes Va de Nuez” se basan en lo que su hijo le recomienda pues le dice que es más conveniente para el negocio, mientras que “Abarrotes La Capillita” mencionó que se basa en lo que ella crea conveniente, así mismo “Abarrotes Carlitos” nos respondió que su decisión es considerada de acuerdo a su criterio pues es lo que a ellos les gusta y por ende creen que le gustara a sus clientes, y por ultimo “Abarrotes Mini Súper” se basa en la forma en que sus productos se van vendiendo.

En cuanto a los riesgos, el proceso, etapas del proceso y objetivo de la toma de decisiones las MIPYMES no conocen estos términos y desafortunadamente es un punto negativo ya que la toma de decisiones juega un papel importante para el crecimiento de estos pequeños negocios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barrios, E. (2016, 26 de febrero). *La importancia de la contabilidad en las Pymes*. Billpocket Blog. <https://blog.billpocket.com/index.php/la-importancia-de-la-contabilidad-en-las-Pymes/>
- Bustamante Valenzuela, A. C. (2016, 25 de octubre). *Impacto de la falta de información financiera en el funcionamiento de las pequeñas empresas*. Asociación Nacional de Facultades de escuelas de Contaduría y Administración. <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xv/docs/166.pdf>
- Castro, J. (n. d.). *Estos son todos los estados financieros básicos para cualquier empresa*. Blog Corponet. Consultado el 22 de noviembre de 2020. <https://blog.corponet.com.mx/estos-son-todos-los-estados-financieros-basicos-para-cualquier-empresa#:~:text=No%20hace%20falta%20que%20te,y%20supervivencia%20de%20cualquier%20negocio.>
- Equipo de Marketing. (2016, 11 de mayo). *La importancia de los sistemas contables en las Pymes*. Evolve-it. <https://www.evolve-it.com.mx/la-importancia-de-los-sistemas-contables-en-las-Pymes/>
- García, J. (2019, 25 de julio). *Importancia de la contabilidad dentro de las Pymes*. Eumed. <https://www.eumed.net/rev/ce/2019/3/contabilidad-Pymes.html#:~:text=En%20la%20actualidad%20la%20contabilidad,otras%20llevar%20un%20adecuado%20sistema>
- GSG Business Hub. (2019, 27 de marzo). *Obligaciones de las Pymes*. <https://gsgbusinesshub.com/obligaciones-de-las-Pymes/#:~:text=Obligaciones%20de%20las%20Pymes%3A%20fiscal,Im puesto%20sobre%20Actividades%20Econ%C3%B3micas&text=Practicar%20las%20retenciones%20e%20ingresos%20a%20cuenta%20que%20indica%20la%20Ley>
- Hernández, A. (2018, 17 de enero). *Impacto en las Pymes con la incorporación de las normas de información financiera*. UV. <https://www.uv.mx/iic/files/2018/10/Num08-Art02-167.pdf>
- IDC. (2019, 10 de junio). *Cinco errores contables de una Pyme*. <https://idconline.mx/fiscal-contable/2019/06/10/cinco-errores-contables-de-una-pyme>
- INEGI. (2010). *Resumen de los resultados de los censos económicos 2009*. México: INEGI.

- Jiménez Sánchez, J.I. (2016, 12 de septiembre). *La planeación financiera: un modelo de gestión en las Pymes*. Facultad de ciencias económicas y empresariales. <https://pdfs.semanticscholar.org/2043/03db6a2a46f1f112d041f5022eb405693c17.pdf>
- Juan Carlos Fernández. (2009). *Porque Mueren las Pymes*. Slideshare, única
- Laitón Ángel, S Y. y López Lozano, J. (2018). Estado del arte sobre problemáticas financieras en Pymes: estudio para América Latina. *Revista EAN*, 85, 163-179. DOI: <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2056>
- Márquez, O. (2019, 11 de marzo). *Los cinco errores contables que matan a tu pyme*. *El empresario*. <https://elempresario.mx/management-mrkt/los-cinco-errores-contables-que-matan-tu-pyme>
- Ortiz, J. (2015, 04 de mayo). *Los estados financieros y su función en las Pymes*. *Finanzas y proyectos*. <https://finanzasyproyectos.net/estados-financieros-funcion-en-la-pyme/#:~:text=Los%20estados%20financieros%20son%20informes,encausar%20los%20rumbos%20de%20ella>.
- Pérez, A. (2020, 16 de noviembre). *Obligaciones contables y fiscales de nuevas empresas y la importancia de cumplir*. *Comunicae*. https://www.comunicae.com.mx/nota/obligaciones-contables-y-fiscales-de-nuevas_1-127161/
- Saavedra, M. (2016, 09 de septiembre). *El uso de la planeación financiera en las pyme de ti de México*. *Redalyc*. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5116/511653788003/html/index.html>
- Salomón, B. E. (n. d.). *¿Qué estados financieros debe tener una Pyme?* *Blog Bind*. Consultado el 22 de noviembre de 2020. <https://blog.bind.com.mx/estados-financieros>
- Sánchez Quiñones, J. (2011, 23 de enero). *La Función de los Estados Financieros en las Empresas*. *Thinkandstart*. <https://thinkandstart.com/2011/la-funcion-de-los-estados-financieros-en-las-empresas/>
- Tolentino Jiménez, A. M. (2020, 21 de mayo). *La importancia de la presentación de los estados financieros para Pymes*. *Eumed*. <https://www.eumed.net/actas/20/desarrollo-empresarial/28-la-importancia-de-la-presentacion-de-los-estados-financieros-para-Pymes.pdf>
- Velázquez, A. (2010, 17 de agosto). *Consecuencias de la falta de contabilidad dentro de los negocio*. *Sumatec*. <https://sumatec.co/impetu-red-informativa/consecuencias-de-la-falta-de-contabilidad-dentro-de-los-negocios/>

Zapata Guerrero, Edgar Enrique (2014, 21 de marzo). *Las Pymes y su problemática empresarial*. Redalyc. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=206/20605209>

DIAGNÓSTICO BAJO LA NORMATIVIDAD NACIONAL VIGENTE EN UNA EMPRESA PRODUCTORA DE ALIMENTOS BALANCEADOS

ALICIA PERALTA MAROTO¹, YESSICA CITLALI NAVA FERNÁNDEZ², DANIEL BELLO PARRA³

RESUMEN

El proyecto se realiza en una empresa productora de alimentos balanceados dedicada a la producción y comercialización de alimentos para ganado porcino, ovino, equino, bovino y avícola. Se centra en el desarrollo y aplicación de un diagnóstico dentro de la planta basado en las disposiciones planteadas en la norma NOM-025-ZOO-1995 y la NOM-012-ZOO-1993. El objetivo de este proyecto es determinar cuáles son los puntos que tienen un menor avance y que pueden ser una oportunidad de mejora continua dentro del proceso productivo de la empresa, utilizando herramientas básicas de calidad como diagramas de Ishikawa, diagramas de Pareto y hojas de verificación con base a las normas en estudio.

Palabras clave: Diagnóstico, mejora continua, proceso productivo, herramientas de calidad.

ABSTRACT

The project is carried out in a feed production company dedicated to the production and marketing of feed for livestock, sheep, horses, bovine and poultry. It focuses on the development and application of a diagnosis within the plant based on the provisions set out in the standard NOM-025-ZOO-1995 and the NOM-012-ZOO-1993. The objective of this project is to determine which the points that have a lower progress are and that can be an opportunity for continuous improvement within the production process of the company using basic quality tools such as Ishikawa

¹ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Xalapa. alicia.pm@xalapa.tecnm.mx

² Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Xalapa. 167001153@itsx.edu.mx

³ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Perote. daniel.bello@perote.tecnm.mx

diagrams, Pareto diagrams and verification sheets based on the standards under study.

Keywords: Diagnosis, continuous improvement, production process, quality tools.

INTRODUCCIÓN

Dentro de la agroindustria se puede encontrar a la industria de alimentos balanceados; la cual se considera como un sector estable y activo (LEGIS S.A., 2016). Se trata de una industria que produce alimentos para animales, pero que finalmente serán consumidos por el ser humano (2000 Agro: Revista Industrial del Campo, 2003). El alimento balanceado es el resultado del producto de una mezcla científica de nutrientes biodisponibles debidamente dosificada y balanceada para cubrir el requerimiento del metabolismo de un animal. (AMEPA, 2018).

A nivel mundial México mantiene el sexto lugar, reportando una producción superior a los 36.5 millones de toneladas en sus 600 plantas productoras (CONAFAB, 2020). Es por ello que, la mejora continua de una empresa es de gran importancia para poder mantenerse dentro del mercado y cumplir con las exigencias del cliente. Tiene como propósito analizar los procesos de la empresa y realizar las adecuaciones pertinentes para así lograr una mayor eficiencia en el proceso.

El presente proyecto consiste en el desarrollo y aplicación de un diagnóstico dentro de una planta de alimentos balanceados; dicho diagnóstico sigue las disposiciones planteadas por la norma NOM-025-ZOO-1995 y la NOM-012-ZOO-1993. La aplicación del diagnóstico permite observar y analizar la situación actual de la planta de acuerdo a la normativa, exponiendo así cuales son las oportunidades de mejora continua para futuras adecuaciones dentro del proceso productivo.

DESARROLLO

Pregunta de investigación

¿La aplicación y análisis de un diagnóstico permite detectar cuáles son los puntos de menor avance para una oportunidad de mejora continua dentro de la empresa?

Tipo de estudio

Descriptivo e in situ.

Variables de estudio

Conceptual: Se pondrá principal atención y seguimiento al proceso productivo de la empresa.

Operacional: A través de un formato de evaluación se analiza la situación actual de la empresa en relación con la normativa vigente.

Objetivo general

Determinar mediante la aplicación de un diagnóstico cuáles son los puntos que tienen un menor avance y que pueden ser una oportunidad de mejora continua dentro del proceso productivo de la empresa.

Identificación de la problemática

El desarrollo de un diagrama de Ishikawa (causa-efecto) sirve para la identificación de las problemáticas dentro del proceso productivo de la empresa. Con esta herramienta se puede observar el factor de “Mano de obra” junto con “Medio ambiente” presentan mayores deficiencias (ver Figura 1).

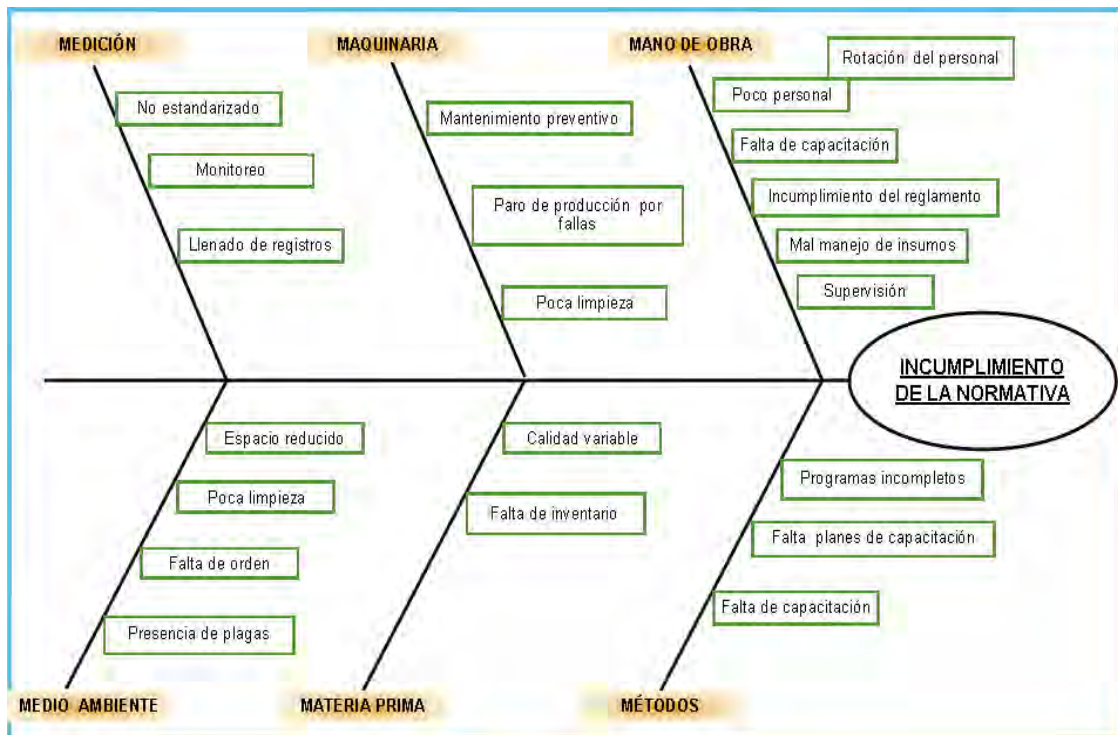


Figura 1. Diagrama de Ishikawa (causa-efecto)

Marco teórico

a) Diagnóstico empresarial: se

convierte en una herramienta simple de gran utilidad con el fin de conocer la situación actual de una organización y los problemas que imposibilitan su progreso (Portugal , 2017).

b) Mejora continua: es aquel proceso

constante de mejora incremental que se realiza en la empresa con la participación de todo el personal. Es considerada como un elemento clave para lograr la excelencia empresarial (Ortega, 2017).

c) Herramientas de calidad: son

herramientas “de control” y suelen emplearse cuando la información sobre el problema o situación a evaluar está disponible, pero requiere ser organizada y agrupada sistemáticamente para poder ser analizada con éxito (López, 2016).

d) Proceso productivo: la actividad

corporativa está constituida por muchos procesos que generan valor añadido, y que cada proceso consiste en una serie de actividades, que coinciden en general con las unidades o departamentos que las llevan a cabo. Cada actividad genera unos resultados que son las entradas de las actividades que siguen (Merli, 2007).

RESULTADOS

Descripción del proceso

Para la identificación correcta de áreas, se elabora un mapeo de procesos de acuerdo a su organigrama estructural general; este tipo de mapeos, permite identificar y representar visualmente las áreas por las que se encuentra conformada la planta.

De acuerdo a las necesidades y al organigrama estructural de la empresa, se obtienen tres procesos estratégicos, siete procesos misionales y seis procesos misionales. Estos procesos tienen como principal fin (salida) satisfacer las necesidades de las partes interesadas (ver Figura 2).

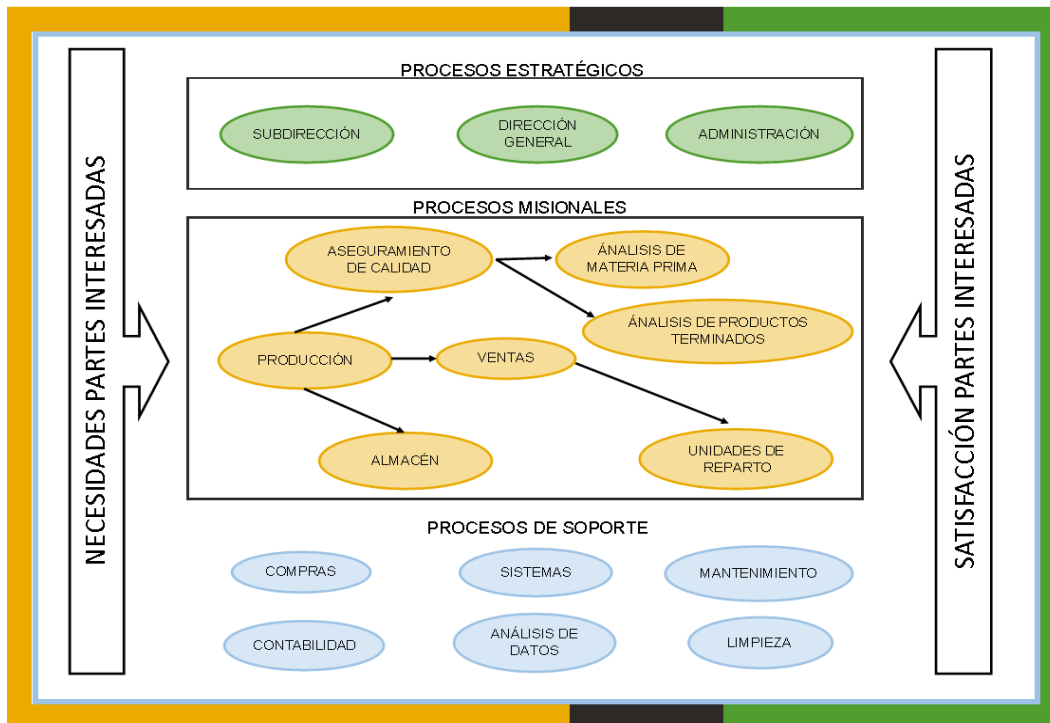


Figura 2. Mapa de procesos de la empresa
Fuente: Elaboración propia con datos de Pérez (2013)

Diagnóstico

Con el diagnóstico, se aprecia mejor cuales son los aciertos y las deficiencias dentro de la empresa. El formato se conforma de los siguientes datos:

- Fecha
- Nombre de quién realiza la evaluación
- Norma a evaluar
- Los criterios de evaluación
- Disposición a evaluar (aplicables a la empresa)
- Mediante qué es la verificación (inspección visual o documental)
- Observaciones
- Nombre y firma del evaluador


Los criterios de evaluación consisten en una serie de pautas que determinan el cumplimiento y porcentaje de avance que tiene la empresa según la disposición de la norma, los criterios establecidos son:

- A. Cumple totalmente con el enunciado y es controlado (100%)
- B. Cumple con el enunciado (75%)
- C. Cumple parcialmente (50%)

D. Cumple con el mínimo (25%)

E. No cumple con el criterio enunciado (0%)

El levantamiento del diagnóstico dentro de la empresa, se realiza por inspección visual y documental según la naturaleza de cada disposición (ver Cuadro 1).

 Diagnóstico de la Forrajera La Posta S.A. de C.V. Planta Acajete según la normatividad nacional vigente en materia de inocuidad									
Fecha de inicio:									
Evaluación realizada por:									
<ul style="list-style-type: none"> Indica con una (X) donde corresponda y realice observaciones si es necesario. 									
NORMA A EVALUAR: NOM-025-ZOO-1995, Características y especificaciones zoonosológicas para las instalaciones, equipo y operación de establecimientos que fabriquen productos alimenticios para uso en animales o consumo por éstos.									
CRITERIOS DE EVALUACIÓN:									
A. Cumple totalmente con el enunciado y es controlado (100%)									
B. Cumple con el enunciado (75%)									
C. Cumple parcialmente (50%)									
D. Cumple con el mínimo (25%)									
E. No cumple con el criterio enunciado (0%)									
Vías de acceso									
Disposición a revisar	Verificación mediante		No aplica	A 100%	B 75%	C 50%	D 25%	E 0%	Observaciones
	Inspección visual	Documental							
Las áreas de carga y descarga que se encuentren dentro del establecimiento, deben presentar una superficie pavimentada de fácil tránsito, con coladeras y rejillas de desagüe y con una pendiente que evite el estancamiento de líquidos									
Ventilación									
Disposición a revisar	Verificación mediante		No aplica	A 100%	B 75%	C 50%	D 25%	E 0%	Observaciones
	Inspección visual	Documental							
En las áreas de proceso, los sistemas de ventilación deben evitar la contaminación así como controlar la humedad, temperatura y plagas.									
Pisos									
Disposición a revisar	Verificación mediante		No aplica	A 100%	B 75%	C 50%	D 25%	E 0%	Observaciones
	Inspección visual	Documental							
Los pisos deben tener una superficie antiderrapante, de fácil limpieza y desinfección, con una pendiente que evite el estancamiento de líquidos.									
Paredes									
Disposición a revisar	Verificación mediante		No aplica	A 100%	B 75%	C 50%	D 25%	E 0%	Observaciones
	Inspección visual	Documental							
En el área de fabricación y almacenamiento, las paredes interiores deben ser de preferencia lisas, con una altura mínima de 2.50 m a partir del piso.									

Cuadro 1. Fragmento del formato para diagnóstico de la NOM-025-ZOO-1995

Fuente: Elaboración propia con datos de la NOM-025-ZOO-1995

Herramientas utilizadas

Para la cuantificación de los resultados se efectúa mediante gráficas de radar y gráficas de Pareto.

Con el programa Excel® 2016 de Microsoft Office®, se realiza un concentrado de cada norma; el cual se encuentra conformado por las categorías a evaluar y su promedio porcentual de cumplimiento (ver Cuadro 2 y Cuadro 3).

NOM-025-ZOO-1995	
Disposición a evaluar	Promedio
Vías de acceso	75%
Ventilación	25%
Pisos	50%
Paredes	75%
Techos	25%
Abastecimiento de agua	63%
Ductos	0%
Drenajes	100%
Instalaciones sanitarias	100%
Iluminación	75%
Equipo y condiciones de seguridad	50%
Instalaciones y equipo	59%
Área de fabricación	67%
Área de operaciones de control de calidad	88%
Área de envasado	75%
Del personal técnico responsable	100%
Maquila de productos	**

Cuadro 2. Concentrado de los resultados del diagnóstico de la NOM-025-ZOO-1995

* La disposición no cuenta con este criterio

** No aplica

Fuente: Elaboración propia a partir de la NOM 012-ZOO-1993

NOM-012-ZOO-1993	
Disposición a evaluar	Promedio
Almacenamiento	58%
Materia prima	100%
Producción	58%
Control de calidad	89%
Envases, embalajes y etiquetado	90%
Del personal técnico responsable	100%
Productos importados	**

Cuadro 3. Concentrado de los resultados del diagnóstico de la NOM-012-ZOO-1993

* La disposición no cuenta con este criterio

** No aplica

Fuente: Elaboración propia a partir de la NOM 025-ZOO-1995

Teniendo el concentrado de los resultados, se procede a la elaboración de las gráficas con ayuda del mismo programa. Como se puede apreciar en la Figura 2 y Figura 3 la empresa sólo presenta tres puntos con un porcentaje menor al 50%; dos de ellos son cuestiones estructurales (ventilación y techos) ambos con 25% y el otro que tiene relación con la señalización de los ductos con 0%; sin embargo, la

empresa actualmente se encuentra trabajando en la implementación de algunas normas de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, por lo que, se espera una mejoría considerable en ese punto y se descarta para la continuación del presente trabajo.

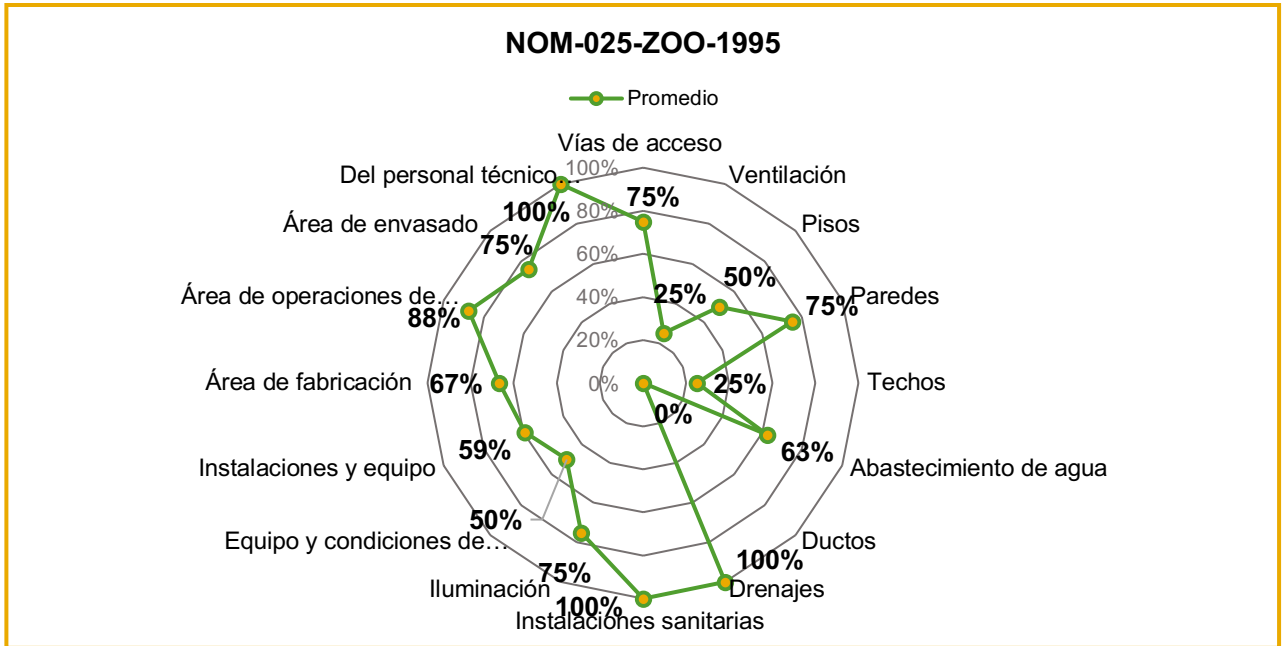


Figura 2. Gráfica de radar del diagnóstico de la NOM-025-ZOO-1995
Fuente: Elaboración propia a partir de la NOM 025-ZOO-1995

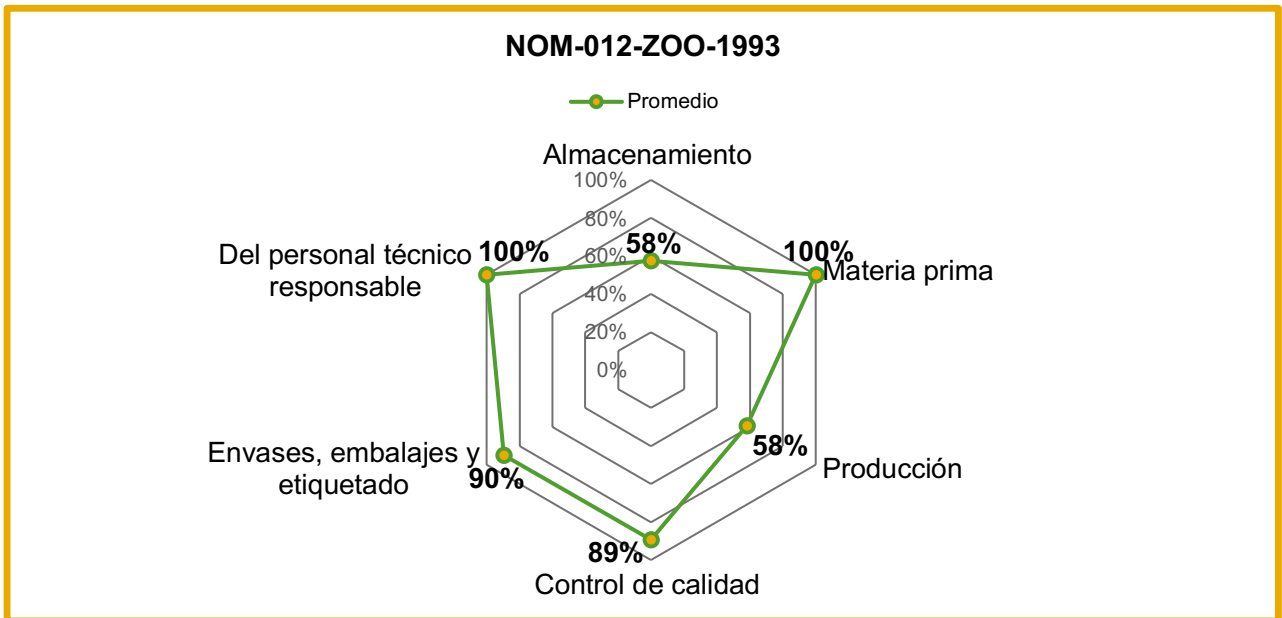


Figura 3. Gráfica de radar del diagnóstico de la NOM-012-ZOO-1993
Fuente: Elaboración propia a partir de la NOM 012-ZOO-1993

De los gráficos anteriores, se retomaron las categorías que obtuvieron un promedio menor al 75% y; posteriormente se desglosa el porcentaje que obtuvo cada una de las disposiciones que conforman la categoría. Con base a lo anterior, obtuvieron 21 disposiciones de la NOM-025-ZOO-1995 que no alcanzaron el porcentaje mínimo recomendable y 18 disposiciones de la NOM-018-ZOO-1993 (ver Cuadro 4 y 5) con estas disposiciones se realizan las gráficas de Pareto correspondientes para determinar cuales son las disposiciones primordiales (ver Figura 4 y 5).

NOM-012-ZOO-1993					
INSTALACIONES Y EQUIPO					
NO.	Disposición a evaluar	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	- Identificación de las áreas en las que se almacenen productos en proceso, cuarentena y aprobados.	0.75	0.75	10%	10%
2	- Espacios para la recepción y muestreo de los productos, materiales y envases que se guarden.	0.5	1.25	16%	16%
3	- Separaciones físicas de las áreas en las que se almacenen materias primas, producto terminado y materiales; tanto en cuarentena como aprobados.	0.5	1.75	23%	23%
4	- Un área destinada para el pesaje.	0.5	2.25	29%	29%
5	- Controles de entradas y salidas.	0.5	2.75	35%	35%
6	- Los materiales, productos y envases, deben almacenarse de forma tal que se prevenga toda posibilidad de contaminación, confusión o deterioro.	0.5	3.25	42%	42%
7	- Las materias primas y materiales utilizados para la producción y distribución de los productos deben identificarse, inventariarse y almacenarse de acuerdo a su naturaleza, bajo condiciones adecuadas y en las áreas correspondientes.	0.5	3.75	48%	48%
8	- Para cada lote de fabricación debe existir un protocolo de elaboración, el cual debe describir como mínimo: - Las materias primas utilizadas en la elaboración del producto especificando el nombre, cantidad de cada una de ellas, así como su potencia cuando se requiera.	0.5	4.25	55%	55%
9	- Las etapas de su elaboración hasta completar el granel antes del envasado.	0.5	4.75	61%	61%
10	- El equipo que se emplea en el proceso.	0.5	5.25	68%	68%
11	- La etapa de la producción en que se obtienen las muestras para efectuar las pruebas de control de calidad.	0.5	5.75	74%	74%
12	- El etiquetado, acondicionamiento y forma de almacenar el producto.	0.5	6.25	81%	81%
13	- Las indicaciones para el lavado, la esterilización del equipo y envases, cuando sea necesario.	0.5	6.75	87%	87%
14	- Se debe contar además con manuales de operación y bitácoras del servicio de los equipos empleados, del servicio de mantenimiento y de los sistemas de la planta.	0.25	7	90%	90%
15	- El personal debe vestir con ropa limpia y apropiada, la cual debe ser esterilizada en los casos que así se requiera.	0.25	7.25	94%	94%
16	- Todos los productos y materiales que ingresen al almacén del establecimiento deben contar con un certificado de control de calidad otorgado por el proveedor, que garantice cuando menos las especificaciones establecidas para tal efecto.	0.25	7.5	97%	97%
17	- Los almacenes deben contar con: - Instalaciones y equipo adecuados.	0.25	7.75	100%	100%
18	- Los productos alimenticios a granel, antes del envasado, deben colocarse en tolvas o recipientes adecuados para su conservación.	0	7.75	100%	100%
TOTAL		7.75			

Cuadro 4. Concentrado para gráfica de Pareto de la NOM-012-ZOO-1993

NOM-025-ZOO-1995					
NO.	Disposición a evaluar	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado	Porcentaje acumulado
1	- Los colores de los diferentes ductos empleados en el establecimiento deben sujetarse a lo establecido en la NOM-028-STPS-1994.	1	11%	11%	11%
2	- Los ornamentos deben destinarse exclusivamente para resguardar los materiales involucrados en el proceso y contar con áreas definidas e identificadas.	0.75	18%	18%	18%
3	- Los techos deben ser impermeables, de fácil limpieza, sin grietas y/o fisuras.	0.75	26%	26%	26%
4	- En las áreas de proceso, los sistemas de ventilación deben evitar la contaminación así como controlar la humedad, temperatura y plagas.	0.75	34%	34%	34%
5	- Las tolvas de carga y mezcladoras deben estar limpias antes del proceso.	0.5	39%	39%	39%
6	- Las materias primas envasadas en tambores, cutes, cajas o bolsas que permanezcan en el área de proceso, deben estar controladas y/o estibas, para evitar una posible contaminación o deterioro.	0.5	45%	45%	45%
7	- El área de fabricación debe ser funcional y contar con el equipo requerido en las diferentes etapas de producción.	0.5	50%	50%	50%
8	- Los materiales que por su naturaleza pueden causar riesgo de contaminación o alteración de los productos, deben resguardarse en una sección separada físicamente.	0.5	55%	55%	55%
9	- Los productos terminados, materias primas, material de empaque o envases no deben colocarse directamente sobre el piso, para lo cual el estibador se deben emplear tarimas. Las estibas deben separarse de la pared 30 cm como mínimo.	0.5	61%	61%	61%
10	- El diseño de las áreas de almacenamiento debe permitir que las materias primas y productos terminados se mantengan a la temperatura y humedad adecuadas.	0.5	66%	66%	66%
11	- Las áreas de proceso deben estar perfectamente definidas y separadas.	0.5	71%	71%	71%
12	- El equipo y las condiciones de seguridad del establecimiento deben estar de acuerdo con las NOM-011-STPS-1993, NOM-004-STPS-1993, NOM-001-STPS-1993, NOM-027-STPS-1994.	0.5	76%	76%	76%
13	- Debe disponerse de abastecimiento de agua potable así como de instalaciones para su almacenamiento y distribución, de manera que se asegure la calidad requerida para los productos.	0.5	82%	82%	82%
14	- Los pisos deben tener una superficie antideslizante, de fácil limpieza y desinfección, con una pendiente que evite el estancamiento de líquidos.	0.5	87%	87%	87%
15	- Para realizar el mantenimiento del equipo, se deben tomar las precauciones necesarias con el fin de evitar la contaminación de los productos, efectuándose esta actividad al término del proceso.	0.25	89%	89%	89%
16	- El equipo y los utensilios que entren en contacto con el material en proceso, deben ser limpios, de fácil limpieza y de un material que no transmita sustancias tóxicas, olores y sabores.	0.25	92%	92%	92%
17	- Los productos plásticos y otras sustancias tóxicas utilizadas en el establecimiento, se deben etiquetar informando sobre su empleo y toxicidad y almacenar en áreas especiales separadas y restringidas, para ser distribuidos o manipulados por personal competente.	0.25	95%	95%	95%
18	- Las entradas a la plataforma de carga y descarga deben estar techadas.	0.25	97%	97%	97%
19	- El agua no potable que se utilice para generar vapor y otros propósitos no relacionados con la elaboración de los productos, deberá transportarse por tuberías completamente separadas, sin conexiones ni sifonados de retroceso con las tuberías que conducen el agua potable.	0.25	100%	100%	100%
20	- Equipo indispensable para la fabricación de alimentos terminados.	0	100%	100%	100%
21	- Equipo mínimo para el área de almacenamiento.	0	100%	100%	100%
TOTAL		9.5			

Cuadro 5. Concentrado para gráfica de Pareto de la NOM-025-ZOO-1995

Fuente: Elaboración propia

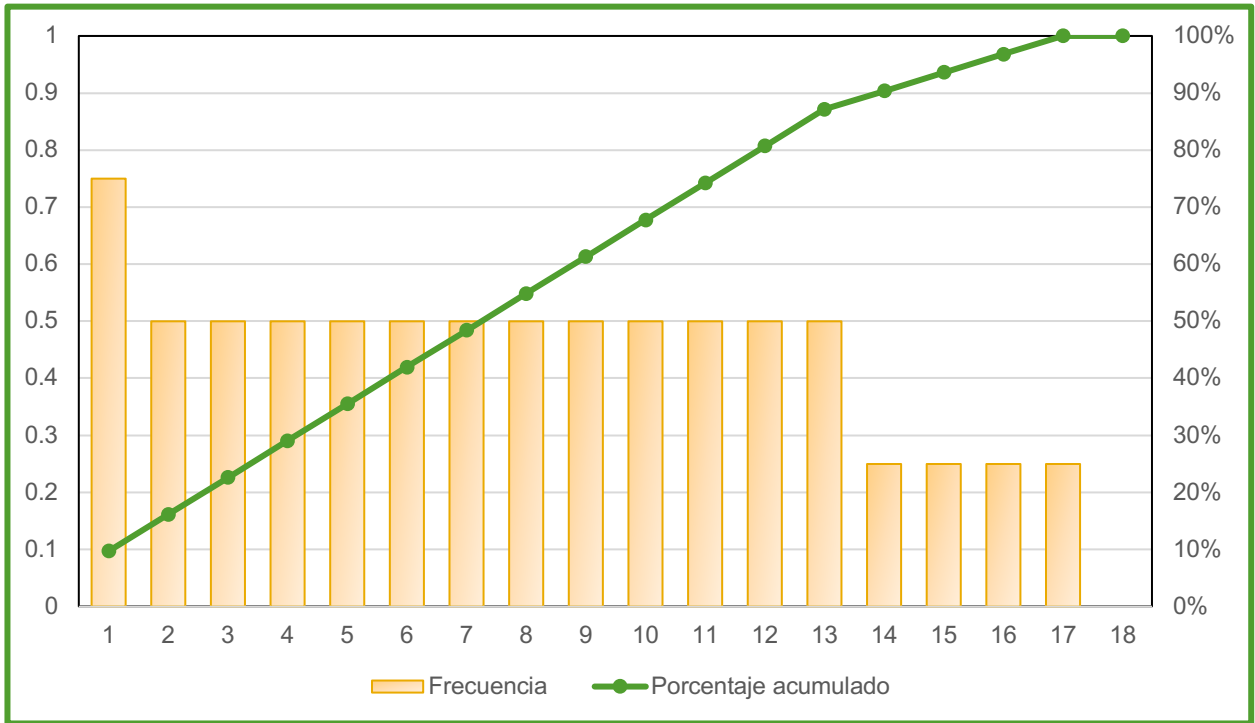


Figura 4. Gráfica de Pareto de la NOM-012-ZOO-1993
Fuente: Elaboración propia

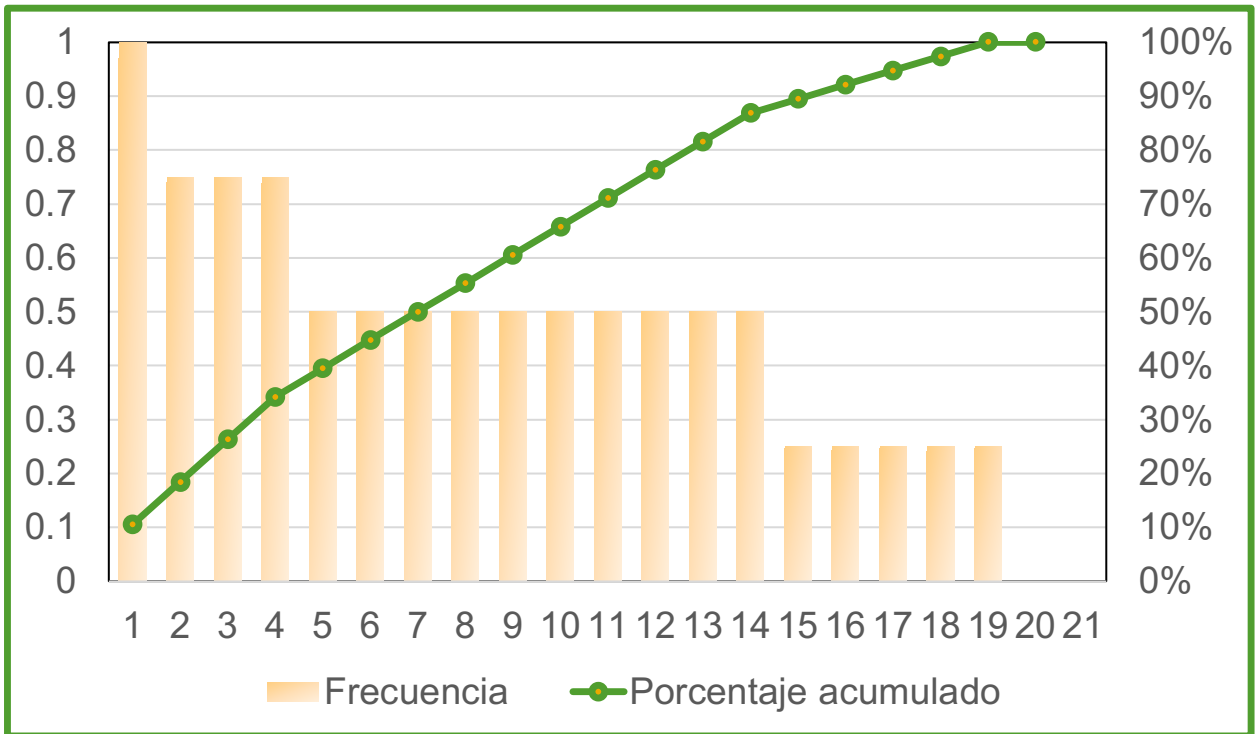


Figura 5. Gráfica de Pareto de la NOM-025-ZOO-1995
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a lo obtenido en las gráficas de Pareto, podemos observar que de la NOM-012-ZOO-1993 tiene un mejor avance y control la empresa, por lo que se le dará prioridad al primer punto “Identificación de las áreas en las que se almacenen productos en proceso, cuarentena y aprobados” ya que manifiesta una repetibilidad considerablemente mayor en comparación con los demás.

En cuanto a la NOM-025-ZOO.1995, la empresa tiene cuatro disposiciones con mayor repetibilidad, recordando que se descarta el número uno ya que se encuentra en mejora, por lo tanto, se tomarán las siguientes tres como prioridad para su futura mejora, los cuales son: “Los almacenes deben destinarse exclusivamente para resguardar los materiales involucrados en el proceso y contar con áreas definidas e identificadas”; “Los techos deben ser impermeables, de fácil limpieza, sin grietas y/o fisuras” y “En las áreas de proceso, los sistemas de ventilación deben evitar la contaminación, así como controlar la humedad, temperatura y plagas”.

Posteriormente, se ira cubriendo los demás puntos de ambas normas, siguiendo el su nivel de prioridad de acuerdo a lo indicado en las gráficas de Pareto.

RECOMENDACIONES

Como se puede observar, el diagnóstico permitió identificar cuales son los puntos de la normativa con menor avance dentro de la empresa. Ahora la empresa tendrá que planificar y desarrollar la documentación necesaria para dar cumplimiento a los puntos prioritarios.

Debido a que algunos de los puntos a mejorar tienen que ver con cambios estructurales y son considerados como mejoras a largo plazo; se recomienda desarrollar programas para amesar las faltas.

De igual manera, se recomienda llevar a cabo el levantamiento del diagnóstico de manera constante para notar de manera progresiva el cubrimiento de la normativa y así tener mejoras continuas dentro de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 2000 Agro: Revista Industrial del Campo. (2003). Alimentos balanceados: ¿Industria en crisis? (3. México, Ed.). <http://www.2000agro.com.mx/agroindustria/alimentos-balanceados-industria-en-crisis/>
- AMEPA. (2018). Análisis y Expectativas de la Industria de Alimentos Balanceados en México 2018-2024. Ciudad de México: Asociación Mexicana de Productores de Alimentos, A.C. (AMEPA). <http://edicionespecuarias.com/documentos/AMEPA>
- ANALISISESTADISTICO_18-24.pdf
- CONAFAB. (2020). La Industria Alimentaria Animal de México 2020. <http://www.conafab.org/informativos/anuario-estadistico>
- Gillet Goinard, F. (2015). La caja de herramientas: control de calidad. Grupo Editorial Patria.
- LEGIS S.A. (2016). legiscomex.com. (L. E. S.A., Editor) <https://www.legiscomex.com/>
- BancoMedios/Documentos%20PDF/informe-sectorial-sector-alimento-animales-colombia-2016-descripcion-sector-rci307.pdf
- López Lemos, P. (2016). Herramientas para la mejora de la calidad: métodos para la mejora continua y la solución de problemas. FC Editorial.
- Merli, G. (2007). La calidad total como herramienta de negocio. Ediciones Díaz de Santos. <https://elibro.net/es/lc/itsx/titulos/52893>
- Ortega, O. (2017). Mejoramiento continuo de procesos: aspectos conceptuales. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/itsx/titulos/70312>
- Pérez – Fernández de Velasco, J. (2013). Gestión por procesos. México: Alfaomega grupo editorial, S.A. de C.V.
- SENASICA . (1995). Norma Oficial Mexicana NOM-025-ZOO-1995 Características y especificaciones zoonosanitarias para las instalaciones, equipo y operación de establecimientos que fabriquen productos alimenticios para uso en animales o consumo por éstos. Diario Oficial de la Federación. <https://normateca.agricultura.gob.mx/norma-oficial-mexicana-nom-141>
- SENASICA. (1993). Norma Oficial Mexicana NOM-012-ZOO-1993 Especificaciones para la regulación de productos químicos, farmacéuticos, biológicos y alimenticios para uso en animales o consumo por estos. Diario Oficial de la Federación. <https://www.gob.mx/senasica/documentos/nom-012-zoo-1993>

SOFTWARES UTILIZADOS POR LAS EMPRESAS PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD LABORAL EN LA MODALIDAD DE HOME OFFICE

LIBNI JANAI SÁNCHEZ RODRÍGUEZ¹, RAZIEL MELLA VALDEZ², CARLOS EDUARDO HERNÁNDEZ PIÑERO³,
RAÚL MANUEL ARANO CHÁVEZ⁴

RESUMEN

Hoy en día las soluciones tecnológicas por medio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) ayudan a que el día a día de una empresa sea más fácil, ahorrar tiempo al momento de realizar una determinada tarea ayudará a la productividad y eficiencia de cualquier organización, para ello existen softwares que permiten la automatización de la información en prácticamente cualquier área de la empresa. En la nueva normalidad que se vive actualmente es de suma importancia que las organizaciones se alineen con la tecnología, para aquellas empresas que trabajan en la modalidad Home Office establecer sistemas de gestión de la información que permitan incrementar su productividad, control de datos, agilidad y facilidad al momento de la toma de decisiones mediante una interfaz dinámica y atractiva. La implementación de ERP's y CRM's podría contribuir a la eficiente organización a distancia de las empresas y con ello dar la oportunidad a las empresas de contar con una ventaja competitiva sobre aquellas organizaciones que nos los utilizan.

Palabras clave: Software, Empresa, Productividad, Home Office, TIC's.

ABSTRACT

Nowadays, technological solutions through Information and Communication Technologies (ICT's) help to make the day-to-day of a company easier, saving time when performing a certain task will help the productivity and efficiency of any

¹ Universidad Veracruzana. janai.libni.s.r@gmail.com y zS20022625@estudiantes.uv.mx

² Universidad Veracruzana. razmella89@icloud.com y zS20022618@estudiantes.uv.mx

³ Universidad Veracruzana. carlosedu_hp@hotmail.com y zS20022624@estudiantes.uv.mx

⁴ Universidad Veracruzana.

organization, for this there is software that allows the automation of information in practically any area of the company. In the new normality that is currently being experienced, it is of the utmost importance that organizations align with technology, for those companies that work in the Home Office mode, to establish information management systems that allow them to increase their productivity, data control, agility and ease when making decisions through a dynamic and attractive interface. The implementation of ERP's and CRM's could contribute to the efficient remote organization of companies and thus give companies the opportunity to have a competitive advantage over those organizations that do not use them.

Keywords: Software, Company, Productivity, Home Office, ICTs

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se abordarán algunos de los diferentes softwares que son más utilizados para realizar home office, las organizaciones hacen uso de estas herramientas digitales para poder operar correctamente, en el caso de las empresas los softwares de planificación de recursos de la empresa o ERP por sus siglas en inglés, son herramientas fundamentales para aumentar la productividad de los trabajadores que laboran en esta modalidad, ya que con estas herramientas digitales se automatizan procesos y se optimiza la producción en general, así como los CRM o programas de gestión de clientes y softwares para la administración de equipos de trabajo.

También se abordaran otro tipo de softwares que son fundamentales para poder realizar home office y son las plataformas que permiten realizar videollamadas y videoconferencias, estas plataformas digitales permiten una conectividad y una comunicación sin límites de horario, ni limitantes en términos de ubicaciones físicas, ya que se pueden utilizar en cualquier momento y en cualquier lugar, es por esto que son una gran herramienta para las organizaciones, ya que debido a esto pueden reducir sus costos al no necesitar un espacio físico para sus oficinas o instalaciones, costos de traslados, aumentando la productividad laboral de los trabajadores al poder estar conectados y en comunicación en todo momento con la organización.

En la actualidad todo tipo de organizaciones hacen uso de las plataformas digitales, pero para las empresas que laboran en el esquema del home office estos softwares se vuelven indispensables, creando un ambiente digital que le permite a los trabajadores poder realizar sus actividades y que puedan ser más productivos al contar con todas estas herramientas que optimizan los procesos y que son utilizadas en beneficio de las organizaciones.

ANTECEDENTES.

La evolución de las TIC's ha permitido que el trabajo se pueda realizar fuera de la oficina y desde diferentes espacios. De acuerdo con Lacavex (2009), se define el trabajo a domicilio como el que se realiza para un patrón, en el domicilio del trabajador o en un lugar libremente elegido, sin vigilancia o dirección inmediata de quien proporciona el trabajo, este es también conocido como teletrabajo.

Así mismo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) dice que el teletrabajo consiste en utilizar la disponibilidad de la telecomunicación y las herramientas facilitadoras (TIC's) a fines de efectuar el trabajo a distancia desde cualquier lugar. El Home Office es la modalidad más pura del teletrabajo mediante el cual el trabajador realiza sus actividades desde su domicilio de manera permanente o distribuida, entre empresa y domicilio, de igual manera se busca generar bienestar y mejorar la calidad de la vida del trabajador. Por ende, el Home Office no sólo es una modalidad de teletrabajo, sino una modalidad de flexibilidad que las empresas ofrecen en búsqueda de mejorar la calidad de vida del trabajador. (Aquiye, 2018)

Si bien, el termino Home Office no es algo nuevo, desde décadas atrás se ha podido ver la evolución que este ha tenido en las empresas, pero a partir del año 2020 a causa de la pandemia mundial por COVID-19, esta modalidad de ha tenido que implementar de manera inmediata, dado que la principal medida tomada fue el confinamiento, lo cual impedía la realización de las actividades de manera normal. Cuando se habla de productividad a nivel económico, esta permite calcular la cantidad de bienes o servicios que se han producido de acuerdo con los recursos utilizados durante un periodo determinado, el objetivo de la productividad es medir la eficiencia de producción por cada recurso utilizado, cuantos menos recursos sean

necesarios para producir una misma cantidad de bienes o servicios, mayor será la productividad y a su vez mayor será la eficiencia. (Sevilla, 2016)

El modelo económico de Solow es una de las primeras aproximaciones al impacto del cambio tecnológico y del crecimiento de los factores sobre la productividad, en ella se mide la eficiencia con la que esos factores se emplean en el proceso de producción, de esta manera se puede decir que la productividad crece en dos vías, por un lado, la relación capital-trabajador y por el otro el uso de la tecnología. Según sus características específicas, este modelo se convertirá en el modelo por excelencia a partir del cual se analizaría el vínculo entre las TIC's y la productividad. (Díaz & Aroche, 2020)

El software es un conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas que permiten ejecutar diferentes tareas en un ordenador, es el equipamiento lógico e intangible; el software se desarrolla mediante distintos lenguajes de programación que permiten controlar el comportamiento de una máquina. En las últimas décadas, el desarrollo del software es cada vez más importante para la economía, pues se encuentran presentes de muchas maneras en las empresas, esto no solamente en dispositivos de última generación, sino también en aparatos antiguos, pero con una interfaz no tan clara o accesible para el usuario. El contar con softwares en una empresa permite ahorrar tiempo a los trabajadores, de esta manera se puede hacer más con menos, se simplifican algunos procesos y se elimina aquellos que son innecesarios, es posible realizar análisis de los datos obtenidos y así poder medir diferentes indicadores de la productividad. (Pérez & Gardey, 2008)

La importancia del desarrollo de software se basa en su capacidad de optimizar la productividad de otros sectores a través de la tecnología y mejoramiento de procesos a base de la industria y una economía basada en servicios. El desarrollo del sector software y la industria de las TICs están llevando a los países menos desarrollados, a un camino de adelanto, modernización, conectividad a nivel global y crecimiento económico. La producción de software y la prestación de servicios son actividades económicas cada vez más importantes, capaces de crear empleos calificados y generar divisas por intermedio de las exportaciones de productos y servicios a distancia; esta oportunidad se hizo posible a partir de los avances

tecnológicos en las áreas de comunicación y arquitectura de sistemas ocurridos en la última década. (Acosta & Navarrete, 2013)

Softwares para planificar los recursos de la empresa o ERP.

Las Enterprise Resource Planning, que en español significan “Planificación de los Recursos de la Empresa”, son softwares creados para gestionar las áreas funcionales de la empresa y así planificar los recursos de esta.

Un sistema ERP, es un sistema de planificación de los recursos y de gestión de la información que, de una forma estructurada satisface la demanda de necesidades de la gestión empresarial. (Muñíz, 2000)

Los ERP son los softwares más usados dentro de una empresa, se pueden encontrar ERP's para actividades relacionadas con la logística, inventario y gestión de stocks; contabilidad y finanzas; gestión de compras y ventas; gestión de la producción; gestión de procesos automatizados dentro de una empresa. (Becerril, 2019)

Desde una perspectiva funcional, se debe indicar que los sistemas ERP están diseñados de forma modular. Cada uno de estos módulos o aplicaciones – conjunto de programas computacionales- tiene una función específica. (Rashid *et al*, 2002)

En la actualidad existen una diversidad de ERP que contribuyen a automatizar y mejorar el cómo la alta dirección y/o la administración de una empresa gestionan la información de esta, a continuación, se presentan los más populares:

⇒ SAP

El ERP de SAP cuenta con una infinidad de presentaciones y, además, se puede adquirir bajo demanda. Esto es que la empresa solo pague por los servicios que le interesan y no por la plataforma completa, es una buena opción para las empresas pequeñas. SAP cuenta con funciones de CRM, gestión de recursos humanos o contabilidad, entre otros. (Becerril, 2019)

⇒ Bind ERP

Es un poderoso sistema de gestión y facturación basado en la nube que brinda el control a la empresa para digitalizar y hacer crecer un negocio, esta plataforma contiene distintos módulos los cuales satisface gran parte de las necesidades de las empresas mexicanas, (ventas, comercio electrónico, compras, fabricación,

inventarios, contabilidad, finanzas, pagos, CRM, etc.). Cuenta con un diseño intuitivo, su uso es un tanto complicado y su tecnología es de vanguardia. Otra característica destacable es que cuenta con un servicio de atención a clientes totalmente personalizado tanto para el empresario, personal administrativo como para el contador de la empresa.

Su uso no es tan sencillo sin embargo al contar con la asistencia personalizada garantiza que se aproveche al máximo el software, no dejando espacio a dudas, así mismo sus precios están dentro de los estándares medio – alto para las pymes. Y otra característica es que se puede enlazar a las cuentas bancarias de la empresa permitiendo así que en un solo lugar se pueda visualizar la mayor parte de la gestión de la empresa.

El hecho de que se integre directamente al SAT garantiza sin duda que la información contable de la empresa se encuentre al corriente en todo momento, así mismo sirve de guía para tomar decisiones financieras, en una empresa cuyo modelo de trabajo es el Home Office esta característica es primordial por muchas razones, una de ellas es que la información presentada en dashboard esta actualizada, es veraz y oportuna, por lo tanto con ella se pueden tomar decisiones, además de garantizar que la empresa se encuentra bien en temas fiscales.

CRM o programas de gestión de clientes.

Otro de los softwares más utilizados son los CRM (Customer Relationship Management). Se trata de un software de gestión y fidelización de clientes. Un CRM ayudará a mejorar la relación que tiene la empresa con sus clientes o posibles clientes, ya que tiene como objeto anticipar las necesidades actuales o futuras de los clientes.

Un CRM funciona como una base de datos inteligente con la información de todos los clientes o posibles clientes, gracias a la cual, se crean acciones comerciales a medida de los clientes y de esta manera mejora las ventas. En muchas ocasiones, el CRM está integrado en la solución ERP. (Becerril, 2019)

Actualmente estos sistemas están siendo orientados hacia la automatización del marketing digital, con ello el servicio es cada día más preciso y optimo, entre los cuales se pueden encontrar:

⇒ Salesforce

Se trata del CRM por excelencia y en lo primero que se piensa cuando se habla de CRMs. Al ser el más utilizado y popular, es el que más posibilidades de integración con otros softwares proporciona. Se puede personalizar a las necesidades de cada empresa al milímetro, pero como contra, se trata de un software de alto costo, por lo que es poco recomendable para pymes. (Becerril, 2019)

⇒ HubSpot

Es una de las herramientas más potentes que cuenta con funcionalidades de CRM y de automatización de marketing. Con HubSpot se puede automatizar prácticamente cualquier comunicación que se tenga con los clientes o posibles clientes. Se pueden realizar envíos newsletters, gestión de redes sociales, creación de formularios, desarrollar landing pages y, lo más interesante, automatizar flujos de trabajo con ello realizará determinadas tareas automatizadas para conseguir que el cliente o posible cliente, haga una compra o determinada acción. (Becerril, 2019)

Software para la administración de equipos de trabajo.

El enfoque de este tipo de software se centra en la coordinación de tareas y funciones de forma eficiente. Para ello se describe el programa Asana cuyo objetivo es servir como medio de coordinación para proyectos y empresas pequeñas o medianas. Esta aplicación de gestión es la mejor desarrollada en cuanto a la administración de equipos de trabajo.

Su enfoque está en la coordinación de tareas y funciones de forma eficiente. Es un programa fácil de usar, especializado en organizar equipo y personas. Cada aspecto del desarrollo de proyectos está visualizado en esta plataforma y se puede coordinar y ordenar todo el procedimiento de manera que puedas acceder a todo el trabajo que están realizando cada uno de los empleados, así como asignar tareas específicas a personas concretas. (Lupi, s.f.)

Su interfaz es muy fluida, moderna y con un diseño amigable lo que contribuye a que el uso sea agradable y cómodo, esta plataforma es ideal para pymes. Se vuelve atractiva para el Home Office debido a que mantiene la comunicación activa en todo momento conociendo en que punto de un proyecto se encuentra cada integrante

del equipo de trabajo, así mismo permite a los directivos medir procesos y productividad.

Una desventaja es que no garantiza la gestión total de la empresa, sin embargo, se puede integrar con otros sistemas como los de facturación por ejemplo Quickbooks. Asana envía el total de horas que le tomo a cierto equipo de trabajo concluir un proyecto de algún cliente y en Quickbooks se realiza un aviso de cargo por el número de horas facturadas en Asana que a su vez se convertirá en una factura.

Lo interesante de que esto suceda es que se agilizan los procesos, permitiendo que, aunque el personal labore desde casa la información sea rápida y oportuna, al recibir la información en el software de contabilidad la cobranza se vuelve más fácil y rápida. Sin duda esto es de suma importancia para las empresas que trabajan desde casa y que además buscan la digitalización de sus procesos.

Softwares de comunicación utilizados en el home office.

Para las organizaciones el mantener comunicación constante con sus empleados es fundamental para el logro de los objetivos, la información debe fluir de forma eficiente entre compañeros de trabajo, siendo un elemento básico para que los trabajadores puedan llevar a cabo de manera correcta sus actividades, esta comunicación en el ámbito organizacional puede llevarse a cabo de manera horizontal o diagonal, es decir se da tanto entre compañeros de un mismo departamento o área de la empresa y también puede darse entre los integrantes de distintas áreas y de distintos niveles jerárquicos dentro de la organización, por lo que la información debe fluir en todos los sentidos y de manera constante.

En el contexto del home office, se hace uso de diversas plataformas digitales para que pueda existir la comunicación entre los integrantes de la organización, estas plataformas permiten mantener la comunicación eficiente entre sus integrantes, ya que ofrecen la posibilidad de realizar videollamadas o videoconferencias entre varias personas y se han convertido en una herramienta básica para las empresas y todo tipo de organizaciones que realizan sus actividades a distancia. (Ranchal, 2020)

Estas plataformas digitales crean un espacio virtual en donde los trabajadores o los miembros de las organizaciones pueden conectarse a través del uso de internet y de dispositivos móviles para realizar videollamadas, ya que con el uso de estas es posible compartir audio y video en tiempo real, pero además permiten hacer uso de otras funciones que resultan muy útiles para los trabajadores y para las organizaciones dentro de estas reuniones digitales, como lo son el poder compartir documentos, realizar presentaciones, establecer horarios determinados para las videoconferencias, poder controlar quienes acceden a estas reuniones, grabar las reuniones, entre otras funciones que permiten llevar a cabo las actividades que se realizan en una oficina o en un lugar físico a un entorno digital. (Adelantado, 2020)

A continuación, se mencionan algunas de las plataformas digitales utilizadas para realizar videoconferencias y videollamadas más utilizadas por todo tipo de organizaciones.

- ⇒ Zoom es una herramienta digital para realizar videoconferencias y es una de las más utilizadas en el ámbito empresarial, cuenta con diversas funciones que resultan muy útiles para poder trabajar eficientemente, como lo son el poder compartir pantalla, realizar encuestas, entre otras. (Viñas, 2020)
- ⇒ Google Meet es otra aplicación utilizada para realizar videollamadas o videoconferencias que presenta la ventaja de que puede integrarse con las demás aplicaciones propiedad de Google, como lo son el correo electrónico, el buscador o la información guardada en la nube con el servicio conocido como Drive. (Viñas, 2020)
- ⇒ Microsoft Teams es un espacio de trabajo en línea que cuenta con la posibilidad de realizar videoconferencias como las otras plataformas digitales, cuenta con otras funciones como el chat y también puede integrarse con las otras herramientas de office que son muy utilizadas en el ámbito laboral y estudiantil como los procesadores de textos y los programas para realizar presentaciones. (Viñas, 2020)



Figura 1: Adaptado de Teams, Google Meet y Zoom (imagen), por Netex Innovative Learning ExperiencesMicrosoft, 2020, Obtenido de <https://www.netexlearning.com/noticias/netex-integracion-microsoft-teams-google-meet-y-zoom-plataforma-educativa-santillana/>

Adicionalmente a estas plataformas digitales enfocadas en las videoconferencias y videollamadas, el home office también hace uso de otros medios como lo son las aplicaciones de mensajería que funcionan a través de una conexión a internet y dispositivos móviles como es el caso de WhatsApp, Telegram o Messenger por mencionar algunas de las más populares, y por otro lado también debemos añadir otras herramientas utilizadas en este tipo de trabajo como lo son el correo electrónico y las líneas telefónicas para realizar llamadas, ya sea por medio de teléfonos fijos o celulares.



Figura 2: Adaptado de Whatsapp, Telegram y Facebook Messenger, (imagen), por Colupa.Net, 2021, Obtenido de <https://www.conlupa.net/2021/07/28/como-activar-el-modo-zurdo-para-whatsapp-telegram-o-facebook-messenger/>

Para poder hacer uso de estas plataformas es necesario contar con la infraestructura digital adecuada y por consiguiente esto es algo fundamental para poder realizar el home office, por lo que los trabajadores a distancia deben contar con una conexión a internet estable, con un dispositivo que les permita acceder a las aplicaciones o sitios web de estas plataformas, como lo son computadoras o smartphones, además de contar con los servicios necesarios como lo son la electricidad y el servicio de internet, debido a que todos estos elementos son necesarios para poder llevar a cabo el trabajo e involucran un costo económico, existe una regulación legal en la que se establecen los derechos y las obligaciones tanto de los patrones como de los trabajadores, y una de las obligaciones que se

mencionan para los patrones es el proporcionar los elementos que los trabajadores a distancia requieran para poder realizar sus actividades de trabajo. (Gobernación, 2021)

Estas tecnologías de la información y de la comunicación se vuelven indispensables para que pueda existir el home office y el conocimiento para poder utilizar estas plataformas de manera adecuada involucra un proceso de aprendizaje por parte de los usuarios que puede llevar algún tiempo dependiendo de la experiencia de cada persona en esta área, es por esto que estas plataformas se programan para que su uso sea lo más fácil posible, además de que se debe considerar de que todo tipo de organizaciones hacen uso de estas plataformas, como lo son las empresas o las instituciones educativas, por lo que ya es muy necesario el saber utilizarlas.

CONCLUSIONES

En general, se concluye que gracias a las TIC's el cambio tecnológico es parte esencial del crecimiento de la productividad en la organización. Ya que el uso de estas herramientas tecnológicas permite a las empresas producir más y mejor, reducir tiempos y así poder obtener ventaja competitiva en el mercado.

Tras la actual pandemia y su principal medida que fue el confinamiento, se obligó a las empresas a ser creativas, adoptando la modalidad Home Office como pieza crucial para mantener la productividad de la organización, aun cuando no es un concepto nuevo este se vio intensificado gracias a la situación actual, permitiendo a las empresas seguir en operación y al trabajador conservar su empleo y salvaguardar su integridad física.

Para que el Home Office exista es necesario el uso de las TIC's, pues gracias al uso de herramientas tecnológicas como lo son los softwares de ERP como SAP, Bind ERP y los CRM como Salesforce, HubSpot, se facilita la automatización de los procesos, de manera individual o grupal con los trabajadores y por otro lado mejorar la relación que tiene la empresa con sus clientes anticipándose a las necesidades actuales y futuras de los clientes.

Gracias a que existe una gran variedad de softwares que permiten la comunicación, organización y la planificación de las organizaciones, es más sencillo para la empresa comenzar a adaptarse a las nuevas necesidades del mercado y así poder obtener estos beneficios y ventajas que los softwares traen consigo para la empresa y aunque muchos de estos cambios fueron generados a causa de la pandemia, es importante saber que posterior a ella se seguirán implementando estas herramientas digitales para agilizar procesos y así elevar la productividad.

Los softwares de comunicación permitieron mantener contacto con sus trabajadores y así dar seguimiento las actividades que llevan al cumplimiento de objetivos, sin embargo, es necesaria la capacitación a los trabajadores sobre el uso de estas herramientas tecnológicas, para el uso correcto.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, D., & Navarrete, G. (2013). Importancia del uso del software contable en pequeñas, medianas y grandes empresas del cantón Portoviejo. *La Técnica*(10), 62-72. doi:https://doi.org/10.33936/la_tecnica.v0i10.572
- Adelantado, D. (29 de Octubre de 2020). *Varias plataformas para dar un toque maestro a tus videoconferencias*. Obtenido de emprendedores.es: <https://www.emprendedores.es/gestion/videoconferencias-empresa-mejorar/>
- Aquije, C. P. (2018). Home Office como estrategia para la motivación y eficiencia organizacional. *Palermo Business Review*(18), 337-351.
- Becerril, A. (3 de diciembre de 2019). *Los programas más utilizados por las empresas*. Obtenido de Incentro: <https://www.incentro.com/es-es/blog/stories/programas-mas-utilizados-en-empresas/>
- Díaz, H. E., & Aroche, F. (2020). Determinantes de la Productividad laboral en México: una aproximación desde la teoría del crecimiento endógeno con redes neuronales artificiales. *Revista de la CEPAL*(130), 159-178.
- Gobernación, S. d. (11 de Enero de 2021). *DECRETO por el que se reforma el artículo 311 y se adiciona el capítulo XII Bis de la Ley Federal del Trabajo, en materia de Teletrabajo*. Obtenido de dof.gob.mx: https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5609683&fecha=11/01/2021
- Muñiz, L. (2000). *ERP Guía práctica para la selección e implementación*. Ediciones gestión.
- Netex Innovative Learning Experiences. (22 de octubre de 2020). Microsoft Teams, Google Meet y Zoom. *Netex integra Microsoft Teams, Google Meet y Zoom en la plataforma educativa que desarrolla para Santillana*. Obtenido de <https://www.netexlearning.com/noticias/netex-integra-microsoft-teams-google-meet-y-zoom-plataforma-educativa-santillana/>
- Pérez, J., & Gardey, A. (2008). *Definición.De*. Recuperado el 21 de octubre de 2021, de Definición de Software: <https://definicion.de/software/>
- Ranchal, J. (23 de Abril de 2020). *Diez aplicaciones de videoconferencia gratuitas para hacer más llevadero el confinamiento*. Obtenido de muycomputer.com: <https://www.muycomputer.com/2020/04/23/aplicaciones-de-videoconferencia/>
- Rashid, M. A., Hossain, L., & Patrick, J. D. (2002). *Enterprise Resource Panning: Global Opportunities and Challenges*, Idea Group. Publishing, Hershey.

S.A. (05 de Agosto de 2020). *Comparativa de las mejores plataformas de videoconferencia*. Obtenido de antevenio.com: <https://www.antevenio.com/blog/2020/08/las-mejores-plataformas-de-videoconferencia/#>

Sevilla, A. (5 de noviembre de 2016). *Productividad*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/productividad.html>

Viñas, M. (2020). *Zoom, Google Meet, Jitsi y Teams ¿Cuál es el mejor programa de videoconferencia?* Obtenido de totemguard.com: <https://www.totemguard.com/aulatotem/2020/06/zoom-meet-jitsi-teams-mejor-opcion-programa/>

HOME OFFICE, UN ARMA DE DOBLE FILO: IMPULSAR LOS BENEFICIOS Y DISMINUIR LOS INCONVENIENTES DE ESTA NUEVA HERRAMIENTA EN LAS ORGANIZACIONES

ANAHÍ ROSAS HERRERA¹, ITZEL JHOANY RIVERA AMAYA², KARLA IVONNE VÁSQUEZ MEDINA³

RESUMEN

En el actual contexto globalizado, es necesario que todas las empresas estén en constante evolución y adaptándose simultáneamente al dinamismo de la sociedad. A raíz de la pandemia de COVID-19, el Home Office ha tenido un crecimiento exponencial, y muchas empresas han tenido que adaptarse a esta modalidad de trabajo, por lo que es necesario explicar en que consiste esta herramienta, las ventajas que se pueden sacar de ella, y las desventajas que han surgido debido a que la empresa no cuenta con las características necesarias, o con una cultura organizacional adecuada. Para concluir se menciona que si esta nueva forma de trabajo es aplicada correctamente puede traer muchos beneficios a la empresa, proponiendo un modo híbrido entre el trabajo virtual y presencial, en lo que las empresas van cumpliendo con todos estos requisitos necesarios para su buen funcionamiento. En suma, se reflexiona sobre los elementos que las organizaciones deben considerar para llevar a cabo una implementación óptima del trabajo a distancia como un esquema ya integrado a sus procesos.

Palabras clave: Trabajo a distancia, beneficios, inconvenientes, implementación, óptima

ABSTRACT

In the current globalized context, it is necessary that all companies are constantly evolving and adapting simultaneously to the dynamism of society. As a result of the COVID-19 pandemic, the Home Office has had an exponential growth, and many

¹ Universidad Veracruzana. rosasherrera24@gmail.com

² Universidad Veracruzana. itzeel_jra@hotmail.com

³ Universidad Veracruzana. karlaivasquez@yahoo.com

companies have had to adapt to this modality of work, so it is necessary to explain what this tool consists of, the advantages that can be obtained from it, and the disadvantages that have arisen because the company does not have the necessary characteristics, or an adequate organizational culture. To conclude, it is mentioned that if this new way of working is applied correctly, it can bring many benefits to the company, proposing a hybrid mode between virtual and face-to-face work, in which the companies are complying with all these necessary requirements for its proper functioning. In short, it reflects on the elements that organizations should consider carrying out an optimal implementation of remote work as a scheme already integrated to their processes.

INTRODUCCIÓN

Estamos viviendo en la era digital, con la llegada de las tecnologías de la información y comunicación las formas de comunicarnos y convivir como sociedad evolucionaron a pasos gigantes, aunado a esto la pandemia por COVID-19 obligo a todos a buscar nuevas formas para llevar a cabo actividades de la vida cotidiana y para las empresas fue crucial generar estrategias que les permitieran seguir funcionando.

El home office no es una actividad nueva, era una modalidad que a nivel mundial ya estaba siendo utilizada, sin embargo, en países como Mexico y algunos otros de América Latina no era una herramienta que estuviera siendo explotada. Es un modo de trabajo que los empresarios no habían considerado antes, al menos no en trabajos convencionales.

Al ser una herramienta poco conocida tanto por los empresarios y empleados de nuestro país, cuando las empresas se vieron obligadas a usar este método de trabajo para no morir por dejar de realizar actividades propias de su giro, no estaban preparadas ni en conocimientos, actitudes y herramientas para llevar a cabo el teletrabajo y aunque el home office representa ciertas ventajas, al no estar capacitados se corre el riesgo de no aprovechar adecuadamente la herramienta y solo generar un problema mas para las organizaciones.

De acuerdo con lo expuesto, se tiene la necesidad de hacer un análisis de las ventajas y desventajas que trae consigo el home office o teletrabajo, para que este análisis le permita a los empresarios conocer los pros y contras de esta herramienta y con esta información puedan tomar decisiones y crear acciones que le permitan atacar sus áreas de oportunidad al momento de llevar a cabo el teletrabajo y evitar que este se convierta en un problema más para la organización, en vez de que sea una ventaja competitiva.

Por lo cual en el siguiente trabajo se hace una descripción del concepto de home office o teletrabajo, los objetivos de este, para posteriormente mencionar las ventajas y desventajas que trae consigo el implementar el trabajo a distancia por medio de las tecnologías de la información.

Finalmente se presenta una propuesta para que las empresas conozcan este método de trabajo y puedan hacer una transición sana al trabajo completamente virtual, si es que es necesario, dependiendo el contexto y las circunstancias a las que se enfrente la empresa.

DESARROLLO

La llegada del virus COVID-19 obligó a la sociedad a generar cambios de manera abrupta para continuar con sus actividades cotidianas, dentro de las empresas una de las herramientas para darle seguimiento a las actividades, sin desatender las recomendaciones de las autoridades sanitarias fue el home office.

Concepto de Home-Office

El home office es una herramienta relativamente nueva, es una realidad y una opción para las empresas gracias a las tecnologías de la información, Buirá (2012), describe al también llamado teletrabajo como el trabajo que se realiza a distancia con la colaboración de modernas tecnologías de la comunicación para el cumplimiento de las actividades. Por su parte, Escalante, Cendros y Urdaneta le dan la siguiente definición:

“El teletrabajo, es una aplicación de las telemáticas a entornos empresariales, el mismo implica la relación laboral por cuanto propia o por cuanto ajena, considerando de igual forma el contrato de trabajo

a domicilio donde la prestación de la actividad se realiza en el domicilio del trabajador o en el lugar libremente elegido por éste, sin vigilancia del empresario y utilizando medios telemáticos proporcionados mayormente por la empresa contratante. En este sentido, el teletrabajo posibilita enviar el trabajo al trabajador; de igual forma, esta modalidad admite la práctica de una amplia gama de actividades profesionales que pueden realizarse a tiempo completo o parcial.” (Escalante, Cendrós, & Urdaneta, 2006)

El termino “teletrabajo” se acuño en 1973 por Jack Nilles, conocido como el padre del teletrabajo, uso el término “telecommuting” para referirse a la sustitución de los desplazamientos de los empleados al trabajo y buscaba hacer más productivo el tiempo de los trabajadores haciendo uso de las telecomunicaciones. (Hernández, 2021)

Los avances en tecnologías de la información y comunicación han permitido vincular el trabajo a las mismas, el home office vino a resolver necesidades y problemas del mundo laboral ya que no solo representa ventajas para la empresa, sino que genera beneficios bilaterales, al patrón le permite seguir operando su empresa y a los empleados les la comodidad de realizar su trabajo sin la necesidad de salir de sus hogares, ahorrándoles tiempo y dinero.

La herramienta “home office” se popularizo con la llegada de la pandemia por COVID-19 al mundo, fue esa razón por la que cientos de empresas que antes ni siquiera conocían este método de trabajo, empezaron a practicarlo, sin embargo, fue un método usado para la supervivencia de las organizaciones, cuando desde antes se pudo haber implementado y usarse como una ventaja competitiva en el mercado.

Si se lleva a cabo de una manera adecuada, esta modalidad de trabajo ayuda a los colaboradores a ser más competitivos, responsables y organizados, se optimizan los espacios físicos y la utilización de recursos.

El que esta forma de trabajo o herramienta se haya popularizado, no quiere decir que los empresarios y empleados estaban preparados con los recursos y conocimientos necesarios para llevar a sus actividades laborales vía remota, por

la pandemia muchos trabajos se tuvieron que llevar a cabo desde los hogares de los empleados.

Si bien el home office garantiza flexibilidad al momento de buscar ser productivo si no se cuentan con ciertos elementos como horarios bien definidos de trabajo, disciplina, comunicación, buena conexión a internet o a los propios sistemas internos de las empresas esta herramienta puede resultar contraproducente.

Como ya se mencionaba anteriormente, el teletrabajo no es una herramienta nueva, sin embargo, es una herramienta que se empezó a implementar por las problemáticas de salud a las que se enfrenta el mundo a partir del año 2019. El objetivo del home office no es o no había sido aislarse para evitar contagios de un virus.

Los principales objetivos del home office pueden ser distintos depende del tipo de organización y sus necesidades, pero de manera general, según Escalante, Cendrés, & Urdaneta, (2006) se pueden clasificar los objetivos del teletrabajo en socioeconómicos, empresariales y de los empleados.

En el aspecto socioeconómico se ven beneficiada la sociedad en general pues ayuda a distribuir la población, contribuye a que haya menos movilidad y personas puedan tener empleos sin la necesidad de emigrar a otras ciudades, algunos beneficios secundarios son la reducción de contaminación al medio ambiente, reducción de tráfico.

Por el lado empresarial, contribuye a la flexibilidad de la organización, disminución de costes en cuestión de espacios físicos como renta o alquiler; compensaciones empresariales por manutención y transporte etc. Para los trabajadores se mejora la calidad de vida se invierte menos tiempo en desplazamientos y se reducen los problemas de salud mental, genera mayor satisfacción por la autonomía para organizar las tareas a realizar y su propio tiempo, posibilidad de compaginar el trabajo con otras actividades (educación de niños, tareas domésticas, etc.) (Escalante, Cendrés, & Urdaneta, 2006)

Beneficios del Home-Office

Una vez definido lo que es el Home Office, es importante recapitular algunas de las ventajas que se obtienen si se implementa esta herramienta de trabajo en la organización.

Primero que nada es importante recordar que el Home Office no es un tema que surgió por la Pandemia de COVID-19; ya tenía tiempo existiendo, y debido a todos los temas de salud y distanciamiento social, fue una herramienta de trabajo que se tuvo que utilizar en la mayoría de las empresas que así lo permitían, debido a las restricciones de movilidad establecidas en el mundo.

Eurofound (2012) menciona que en países ya más desarrollados como Suecia, Finlandia y Dinamarca, gran parte del trabajo ya era por medio de Home Office o herramientas parecidas, por lo que se puede concluir que es una estrategia de trabajo que funciona ya que de otra manera no sería tan utilizada en estos países, y de acuerdo con González Becerril (2021) los países de América Latina, eran los que menos ponían en práctica esta herramienta en sus empresas, esto puede ser por la falta del conocimiento de los beneficios que podría traer, y por la desconfianza que los altos mandos tienen de sus colaboradores, y la vieja idea de las organizaciones con un trabajo rígido en oficina y horas estrictas por cumplir sin ninguna flexibilidad para el trabajador.

Una de las principales ventajas que podemos notar del Home Office sin duda alguna sería la flexibilidad que esta herramienta te puede ofrecer en tu vida cotidiana. Hoy en día las generaciones más jóvenes buscan trabajos en donde se pueda encontrar un equilibrio entre lo laboral y lo personal, cada vez son más valoradas las empresas que te motiven a tener también una vida aparte de tu trabajo, y no la antigua concepción de las organizaciones en las que se espera que te la pases trabajando todo el tiempo sin parar. Así que si una organización no te ofrece esa posibilidad es muy probable que prefieras otra empresa que te genere este tipo de condiciones sin importar la remuneración económica que te brinden.

La vida familiar, la vida en pareja, la salud mental, han tomado cada vez más importancia, el no estar sentando en la oficina o pegado a la computadora todo el día, el poder disfrutar de actividades deportivas, recreativas y culturales es valorado

cada vez más, por lo que las empresas deben dirigir sus esfuerzos a ser una empresa funcional, que no necesite que sus trabajadores estén laborando más de lo debido, porque tienen las condiciones necesarias para que su recurso humano sea productivo en el tiempo establecido, y de no ser así, significaría que los procesos de la organización necesitan una revisión para que sean los óptimos.

Así mismo Ugalde Martínez, S. N. (2019) habla de como la flexibilidad que se puede lograr implementando el Home Office podría traer ventajas como: mayor productividad, menor desplazamiento hacia el lugar de trabajo y sobretodo una mejor calidad de vida laboral. Pero no se debe dejar de lado algunas características que debe tener la organización para que esta modalidad de trabajo sea posible, como lo son que el trabajo en su mayoría no debe exigir más que un esfuerzo mental, debe existir confianza en los colaboradores, así como que estos tengan la habilidad de realizar las actividades sin supervisión, y por supuesto deben tener el espacio apropiado en sus hogares para poder realizarlo.

Claro que no solo se trata de contar con la mejor tecnología o herramienta de trabajo, también es necesario que las empresas busquen diseñar “sus procesos para poder otorgar mayor autonomía a sus empleados en la toma de decisiones”. Ugalde Martínez, S. N. (2019, p. 12).

Esta autonomía de la que habla Ugalde Martínez (2019), podría motivar al empleado a realizar un mejor trabajo, hacerlo más disciplinado, y que sienta un compromiso mayor con la organización, y esto lograría que el colaborador sea más productivo, y también que la empresa tenga menor rotación de personal debido a que su equipo de trabajo se encuentra en un ambiente laboral con las condiciones de trabajo adecuadas que le permiten encontrar el equilibrio entre su vida personal y su vida en la empresa, siendo una ventaja competitiva de la organización, ya que ciertamente una empresa siempre va a ser el potencial de su capital humano, y si se cuenta con una plantilla de trabajo que se siente en un ambiente seguro y flexible, la empresa va a tener la posibilidad de ir creciendo rápidamente.

Gonzalez Becerril, (2021) habla de como esta modalidad puede llegar a representar una ventaja no solo para el trabajador, sino para el empleador, esto debido a que ya no sería necesario adecuar espacios tan grandes para los colaboradores, y

también tendrían gastos menores en luz, planes de internet de mayor capacidad podrían disminuirse, entre otros gastos. Por su puesto que si bien esto representa una manera de disminuir gastos, también es importante que se regule este tipo de trabajo, y el colaborador reciba un apoyo en su sueldo para todo lo que esto represente en su hogar, pero podría ser solo proporcional a las horas que está laborando y aun así lograr una disminución de los gastos.

Si bien esta nueva modalidad de trabajo puede traer muchos beneficios, al momento de implementarla es importante pensar, en la herramienta o el software que se utilizara para lograr una buena comunicación y de esta manera el trabajo de los colaboradores pueda ser productivo. Giraldo & Villegas, menciona que: “La dinámica y el control de trabajo es llevado a cabo, en gran parte, por el desarrollador de software a un nivel personal quien ejecuta sus propios métodos de control.” (2019, p.85).

Esto podría significar una gran oportunidad, ya que si se desarrolla una plataforma, software, o se utiliza la herramienta existente adecuada, dependiendo del giro de la empresa, la cantidad de colaboradores, la cultura organizacional en la que se encuentre; podría brindar una ventaja de su competencia, debido a que se trabajaría de mejor forma, los empleados tendrían mayor comunicación, podría incluso existir más trabajo en equipo, lo que traería de la mano, el logro de los objetivos organizacionales, y de una productividad mayor de los colaboradores.

Por ejemplo empresas como lo serían las escuelas privadas, podrían enfocarse a un software que les permita tener mayor herramientas para realizar una clase más dinámica, contratar plataformas para que la duración de las clases no se vea interrumpida; y empresas que van más por el giro administrativo, tal vez podrían implementar una plataforma para ir subiendo archivos y que todo el equipo de trabajo tenga acceso a ellos de manera inmediata o se puedan ir trabajando de manera colaborativa. Todo esto va a depender de la empresa en la que te encuentres y de la cultura organizacional de ella.

Inconvenientes del Home-Office

Debido al tiempo que ya se lleva ejecutando y observando esta modalidad de trabajo se han podido identificar claramente varios inconvenientes y problemáticas causadas por el teletrabajo o home office. Es una realidad que, como todos los modelos, este esquema laboral ha impactado también de manera negativa tanto en los empleados como en las organizaciones convirtiéndose en un factor de estrés y merma en la productividad. (Hernández Tenorio, 2021)

Una de las principales desventajas detectadas es el aislamiento del trabajador y la falta de interacción con su entorno de trabajo y compañeros. Esto llega a generar que el empleado no tenga clara su identidad como parte de la organización y experimente estrés, falta de motivación y depresión. Este mismo punto visto desde la perspectiva de la organización, también ha causado estragos. Pues el trabajo a distancia ha dificultado los procesos de supervisión, capacitación y seguimiento de los resultados, procesos y desempeño de los empleados. “La supervisión remota limita la capacidad de identificar problemas tempranamente, además de que propicia malentendidos en las instrucciones e indicaciones dadas.” (Hernández Tenorio, 2021). El uso de las tecnologías de la información sin duda ha roto barreras y ha transformado los procesos de comunicación, producción, dirección, etc. No obstante, aún hay retos muy importantes por superar debido a que algunos de estos procesos necesitan esencialmente del contacto y la interacción humana.

Agregando a lo anterior, referente al control, la supervisión y los procesos, otro gran inconveniente del trabajo a distancia es la protección de datos sensibles. El desarrollo incesante de la tecnología que vivimos hoy en día ha hecho que el tema de ciberseguridad y protección de datos personales se vuelva central, pues representa una de las áreas de oportunidad más importantes a revisar dentro de todos estos avances tecnológicos y evolución del mundo digital de la que somos testigos. “Los principales desafíos para los gobiernos locales y regionales con respecto al uso de las tecnologías digitales durante esta crisis, según fueron resaltados por la mayoría de los participantes de esta consulta en vivo, incluyen la relación entre privacidad y seguridad, la brecha digital y la accesibilidad.” (UCLG, 2020)

Todas las organizaciones manejan datos confidenciales que deben ser tratados con mucha seriedad y cuidado, en el caso del home office si no se cuenta con las herramientas tecnológicas adecuadas el tratamiento de esta información puede ser peligroso. El trabajador tiene la responsabilidad de utilizar estos datos sensibles con discreción y únicamente para los fines que se le hayan indicado, desafortunadamente, la empresa u organización no siempre puede contar con esa seguridad ni con la vigilancia necesaria para asegurar esa gestión correcta. “Sin embargo, tales redes pueden ser ineficientes y rápidas de vulnerar poniendo en riesgo no solo el resguardo y envío de información, si no el uso de datos sensibles.” (Hernández Tenorio, 2021).

Pasando a otro aspecto, se ha observado también una desventaja en cuanto a procesos de capacitación se refiere, ya que el universo de trabajadores aún cuenta con un número importante de migrantes digitales, quienes no han encontrado tan fácil este proceso de adaptación al uso de las nuevas tecnologías. Ello ha implicado un esfuerzo adicional por parte de los empleados para aprender a utilizar, por ejemplo, plataformas de video llamadas o reuniones virtuales, aplicaciones de mensajería instantánea, programas de trabajo simultáneo, entre otros. Lo anteriormente mencionado también implica inversión de tiempo, dinero y esfuerzo por parte de las empresas para capacitar a su personal con estos nuevos procesos cien por ciento digitales.

Aunado a esto, la humanidad entera se vio involucrada en una situación sin precedentes con la llegada del Covid-19 y vivir en una contingencia de salud global orilló a un uso nunca visto de los medios digitales y tecnologías de la información causando el colapso de varias compañías de comunicaciones que ofrecen este tipo de servicios debido a que su infraestructura, sistemas y plataformas no estaban diseñadas para enfrentar tal demanda. Por esta razón, los trabajadores se vieron inmersos en problemáticas como mala conectividad, fallas en la comunicación, falta de velocidad en su servicio de internet e interrupciones en sus reuniones y actividades laborales. Estas situaciones fueron causantes de estrés y ansiedad en los colaboradores, además de entorpecer los procesos productivos, más allá de optimizarlos. Es decir, la deficiencia de los servicios de conectividad a internet

generó empleados frustrados, clientes insatisfechos y organizaciones con jornadas laborales ineficientes. “los cortes a la energía eléctrica, la velocidad de banda ancha que llega a los hogares, o las interrupciones o caídas de softwares, pueden hacer que el trabajo desde casa sea lento, tardado y fastidioso.” (Hernández Tenorio, 2021) En suma a esas situaciones, es necesario enfatizar que aún hay desigualdad en cuanto al acceso a equipos de computo y conexión a internet. Aún no se tienen todas las oportunidades de accesibilidad para toda la población, esto es una representación de la actual brecha digital que se incluye dentro de los grandes retos a visualizar dentro del desarrollo tecnológico mundial. “Es importante tener en cuenta que una parte muy importante de la población no tiene acceso a internet. Así los gobiernos locales y regionales tienen un rol crucial a la hora de asegurar que, cuando hacen uso de las tecnologías, no contribuyen a ampliar todavía más las desigualdades.” (UCLG, 2020)

Adicionalmente, la desventaja de los espacios adecuados para trabajar dentro del hogar fue también visible con mayor claridad en estos tiempos de pandemia. Muchos trabajadores se vieron en la necesidad de improvisar espacios de trabajo en casas que no tienen el lugar suficiente u óptimo para la actividad laboral de modo que, los colaboradores experimentaron problemas de concentración, rendimiento y productividad pues el ambiente facilitaba la distracción e incomodidad para trabajar. Así mismo el trabajador se volvió el responsable de su equipo electrónico como herramienta de trabajo, de esta manera debió también poner su atención en el mantenimiento y actualización de este y eso implicó un desgaste adicional. “Si hablamos de oficina en casa, se entiende que es el empleado el responsable de hacer el mantenimiento, actualización y respaldo necesario del equipo de cómputo que utilice para su trabajo.” (Hernández Tenorio, 2021).

Otro inconveniente más fue el tiempo establecido para las jornadas de trabajo, los colaboradores expresaron frustración y estrés a causa de ello, pues al mantenerse en casa y enfrentar cambios en los procesos de trabajo se les exigía tiempo extra sin ser pagado. “Gracias a las Tics, se hace trabajo adicional desde el hogar, pero que esto se puede considerar como horas extras no remuneradas, alterando los

tiempos de descanso de los trabajadores, pudiendo tener efectos negativos en la salud y el bienestar .”(Eurofound and the International Labour Office, 2017)

Estos fenómenos afectan directamente la productividad y los resultados de las organizaciones, pudiendo así dificultar su operación por causas directas de la implementación del teletrabajo o trabajo a distancia. Ahí radica la importancia de plantear soluciones para evitar y controlar estos efectos negativos del home office. Con esta revisión de los efectos negativos en el marco del trabajo a distancia se puede reflexionar entorno soluciones que se deben implementar para contrarrestar estas desventajas del home office y lograr que esta modalidad del trabajo pueda representar una alternativa con inconvenientes controlados y atendidos para así sean mayores los beneficios que ofrece el trabajo a distancia como una alternativa que cada vez más se va a estar utilizando para la operación de las organizaciones.

CONCLUSIONES

De acuerdo con el análisis anterior podemos concluir que el home office no es apto para todas las empresas, pues es una herramienta que requiere ciertas condiciones para que su implementación sea eficiente y genere resultados satisfactorios para la empresa, el empresario y el empleado.

No es una herramienta que todas las empresas puedan utilizar debido a que es necesario que se cumpla con ciertas características como una laptop, tableta, teléfono celular o una computadora apta para el trabajo, una buena conexión a internet, buena comunicación, una cultura de la disciplina y el trabajo autónomo, (ser un empleado que no requiera de supervisión constante) tener una cultura organizacional que integre la virtualidad en su forma de trabajo.

Los empleados también deben contar con los espacios adecuados en sus hogares o en los lugares donde realizaran su trabajo de manera remota (espacios tranquilos, iluminados ordenados, etc.) y sin duda no todas las empresas brindan las herramientas antes mencionadas y no todos los empleados cuentan con un contexto ideal para llevar a cabo sus labores vía remota.

La propuesta para las empresas que decidan implementar esta herramienta es que lleven a cabo un modelo híbrido donde no limiten sus actividades a una forma virtual o presencial, sino que sea una mezcla que permita realizar retroalimentaciones y no descuidar la interacción y comunicación humana, (de manera general la cultura organizacional), y a hacer una transición sana a la modalidad virtual para cuando sea necesario, como lo es la situación actual que se vive en el mundo por la pandemia a causa del COVID-19.

Es importante agregar que sin importar si todas las empresas son aptas, esta modalidad es una forma de trabajo que las nuevas generaciones estarán buscando y si es usada de manera correcta puede traer muchos beneficios para la organización y sobre todo puede representar una ventaja competitiva. Sin dejar a un lado que en esta modalidad de trabajo será adaptada con mayor regularidad en empresas que logren superar las dificultades presentadas en el presente trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Buira, J. (2012). *El teletrabajo. Entre el mito y la realidad*. Barcelona: Editorial UOC.
- Escalante, Z., Cendrés, J., & Urdaneta, E. (2006). El teletrabajo y sus implicaciones legales en el estado Zulia. *Revista Gaceta Laboral*, 232-266.
- Hernández Tenorio, B. M. (2021). *Estrés laboral y trastornos adictivos en empleados en trabajo desde casa (home office): análisis y propuestas* [Tesis de Maestría, Universidad Autónoma del Estado de México]. file:///C:/Users/Admin/Downloads/ri.uaemex.mx.pdf
- Llanos Reynoso, L. F., & Martínez Verduzco, L. (2019). La distribución del tiempo de las actividades de los trabajadores se relaciona con el balance trabajo-familia. *Gestión y Estrategia*, 55, 43–61.
- García Fuentes, M., & Lachance Shandrow, K. (2016). Home office productivo. *Entrepreneur Mexico*, 30.
- Giraldo, F. D., & Villegas, M. M. (2019). Propuesta de mejora de procesos software basada en PSP para contextos de teletrabajo. *Revista Ingenierías Universidad de Medellín*, 18(34), 83–101. <https://doi.org.ezproxy.uv.mx/10.22395/rium.v18n34a6>
- Ortiz, F. Y. A., Cappillo, V. D. C., Lapoint, A. J. M., & Prado, A. J. M. (2021). El Home Office Como Herramienta Para Mejorar El Engagement: Caso De Una Empresa Privada Del Sector Asegurador En Perú (Order No. 28589451). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2579558288). <https://www.proquest.com/dissertations-theses/el-home-office-como-herramienta-para-mejorar/docview/2579558288/se-2?accountid=14833>
- Ugalde Martínez, S. N. (2019). Home Office y la Productividad del Empleado, Universidad de Salamanca.
- Eurofound (2012), “Fifth European Working Conditions Survey. Publications Office of the European Union”, Overview report. Consultado el 1 de junio de 2018: <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2012/workingconditions/fifth-european-working-conditions-survey-overview-report>
- Eurofound and the International Labour Office. (2017). *Working anytime, anywhere: The effects on the world of work*. Publications Office of the European Union.
- Hernández Tenorio, B. M. (2021). *Estrés laboral y trastornos adictivos en empleados en trabajo desde casa (Home Office): Análisis y propuestas*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- UCLG. (2020). *Tecnologías digitales y la pandemia de COVID-19*.

TWITCH: LA PLATAFORMA DE STREAMING Y RED SOCIAL PARA CREADORES DE CONTENIDO

GUADALUPE DEL SAGRARIO FUENTES SALAZAR¹, FERNANDO SOLER GÓMEZ², RAÚL MANUEL ARANO CHÁVEZ³

RESUMEN

Las plataformas de streaming ofrecen diversos tipos de contenido, Twitch es una plataforma de streaming que conjunta dos conceptos, ya que ofrece contenido en vivo, así como la oportunidad de que los usuarios sean creadores y desarrolladores, streamers, de contenido audiovisual de los temas o actividades que prefieran y que les gusta transmitir, al tiempo en el que interactúan de manera simultánea en la plataforma, a través de chats, como una red social; enfocándose especialmente en los streamers que son gamers, los cuales transmiten sus partidas de videojuegos en línea. Twitch es un gran ejemplo de innovación tecnológica y de start up, ya que ha centrado el diseño de la plataforma streaming alrededor de las necesidades que sus usuarios tienen (human-centered design), por un lado permite a los usuarios ser participantes activos del contenido que ofrece la plataforma, y por otro, obtener diversas recompensas por ser streamers a través de suscripciones, de obtener las categorías de “afiliados”, “partners”, entre otros.

Palabras clave: plataforma streaming, red social, start up, streamers, innovación

ABSTRACT

Streaming platforms offer various types of content, Twitch is a streaming platform that combines two concepts, since it offers live content, as well as the opportunity for users to be creators and developers, streamers, of audiovisual content of the themes or activities that they prefer and that they like to transmit, while simultaneously interacting on the platform, through chats, as a social network; focusing especially on streamers who are gamers, who broadcast their video game

¹ Universidad Veracruzana. zS20022629@estudiantes.uv.mx

² Universidad Veracruzana. zS20022628@estudiantes.uv.mx

³ Universidad Veracruzana. rarano@uv.mx

games online. Twitch is a great example of technological innovation and start-up, since it has centered the design of the streaming platform around the needs of its users (human-centered design), on the one hand it allows users to be active participants in the content that the platform offers, and on the other, to obtain various rewards for being streamers through subscriptions, for obtaining the categories of “affiliates”, “partners”, among others.

Keywords: streaming platform, social network, start up, streamers, innovation

INTRODUCCIÓN

Esta investigación busca presentar una perspectiva de modelos de negocios que surgen a partir de las nuevas tecnologías, los cuales han encontrado un nicho de mercado en el sector streaming, este es el caso de Twitch.

Twitch es una plataforma de streaming, basada en la transmisión de videojuegos que se ha convertido en una generadora de empleos para las personas creadoras de contenido o *streamers*, quienes han podido convertir algo que en un principio era su hobby, en una forma de vida.

El concepto principal de la plataforma es la transmisión de videojuegos, aunque Twitch también funciona como una red social, donde se puede interactuar de manera virtual con los usuarios de la plataforma; actualmente esta característica representa una oportunidad de poder mantener en contacto social sin tener que tener el contacto físico con las personas, como red social alcanza una escala internacional, donde los usuarios pueden convivir y aprender a la distancia de usuarios diversos de alrededor del mundo.

Twitch, ha servido como fuente de ingreso para muchos de sus usuarios, los sistemas de afiliado y partners, con lo que cuenta esta plataforma, permiten que puedan tener acceso a beneficios económicos, haciendo que su hobby sea una forma de vida.

Este tipo de modelo de negocio se percibe con un origen “informal” y es visto más como un juego que como una alternativa formal para generar ingresos, por lo que no se le ha tomado la importancia que tiene dentro del movimiento económico de las generaciones más jóvenes, las cuales serán, en un futuro, los principales

generadores de riqueza; en esta investigación se mencionan algunos ejemplos de streamers que ya se han visto beneficiados de esta plataforma de streaming, tanto por los beneficios económicos del modelo de negocio, como por el impacto e influencia que tiene con red social.

ANTECEDENTES

Conceptos principales

*Start up: Son empresas pequeñas que trabajan en el ambiente virtual y que se distinguen por una apuesta innovadora, sea un producto o manera de vender, para implantarse en nuevos mercados; por lo que la meta no es ser los mayores empresarios, si no ser pioneros, de forma que se pretende “conquistar mercados” y aprovechar el prestigio de ser la “marca pionera”. (Marty, 2002)

*Ecosistema tecnológico: Son la evolución de los sistemas de información tradicionales a sistemas de información más acorde al reto tecnológico que se enfrenta actualmente, de forma que se procure una garantía gestión del conocimiento y de los procesos de enseñanza y aprendizaje dentro de las instituciones y empresas. En un ecosistema ecológico, el papel de “organismos” lo desempeñan el conjunto de personas que interactúan y los componentes del software; los “factores” que son una serie de elementos que permiten que el hardware y las redes funcionen, así como “relaciones” que corresponden a los flujos de información que se establecen entre los componentes del software y las personas involucradas en el ecosistema (García&García, 2013). Algunos “componentes” que diferencian al ecosistema tecnológico de los sistemas de información tradicionales es que integran software heterogéneos con funcionalidades que no se podrían proveer de los softwares por separado y que mejoran sustancialmente la experiencia de los usuarios. (García-Peñalvo, 2018)

*Tráfico web: Es la forma en que se refleja el interés de los usuarios y/o consumidores al visitar a menudo el sitio web de una organización, así como el tiempo de permanencia de las visitas y la cantidad de páginas visitadas. (Luo & Zhang, 2013) Las fuentes de tráfico web se clasifican en: tráfico de marcadores o

URL escritos, motores de búsqueda y sitios web. (Wang, Shen, Chen & Wedman, 2011)

*Human-centered design: El diseño centrado en el usuario se centra en las necesidades, características y metas del usuario, de forma tal que la interfaz aumenta su efectividad al reflejar las particularidades de los usuarios en la interacción y la apariencia. (Galeano, 2008)

*Red social: Son redes que permiten una comunicación bidireccional con un grupo de participantes dispuestos a responder en un contexto social compartido y sin límites geográficos, es decir, redes de conexiones y relaciones personales. (Zhou, 2007; Boyd, 2010)

*Streaming: Es la producción de contenidos en directo. (Gutiérrez & Cuartero, 2020). Otra definición es acceder a contenidos en la nube, de manera temporal y que no se suelen almacenar, una de las posibilidades más interesantes es que ofrece el live streaming, o consumo y publicación de contenidos en directo, donde una de las partes o todas ellas emiten contenidos que acaban de ser grabados, para que puedan consumirse de la misma forma. (López, 2018)

*Gamers: En un estudio realizado en Uruguay, con base a las respuestas de los sujetos, los gamers son personas que desde temprana edad tuvieron acceso a los videojuegos, y luego de haberse incorporado al mercado laboral, adquirieron tecnología actualizada para jugar videojuegos más demandantes tecnológicamente, y que además tienen un vasto conocimiento de sus equipos informáticos y consolas. (Montes, 2016)

*Streamer: Son responsables del contenido visual retransmitido en directo en plataformas como Twitch, enfoca su contenido en entretenimiento, especialmente en retransmitir partidas de videojuegos propias, también llamadas gameplays; el streamer utiliza un software y dispositivos electrónicos para emitir video y audio a través de internet. (Cotán, 2021)

Breve historia de Twitch

Los fundadores de Twitch, Justin Kan y Emmett Shear, se conocieron en la Universidad de Yale, para 2003 lanzaron “KIKO” un calendario on line, a pesar los esfuerzos el calendario no logró despejar en usuarios, así que decidieron subastar

la start up en eBay en el año 2006, Tucows adquirió KIKO por \$258,100.00 USD. (Cook, 2014)

En 2005, Justin y Daniel Kan, Emmer Shear y Michael Seibel, iniciaron Justin.tv como un nuevo proyecto que transmitía en directo 24/7 la vida de Justin, al estilo "Big Brother", lo que los convirtió en pioneros en la práctica de lifecasting (transmisión de la vida privada), a pesar de que el show no fue del total agrado de la gente, éstas mostraron interés por saber cómo utilizar la plataforma para realizar su propias transmisiones en vivo. (Ferrantelli, 2021)

La popularidad de Justin.tv derivó en que en menos de un año, se crearon 30,000 cuentas e incluso Microsoft emitió conferencia en vivo desde la aplicación. (Ferrantelli, 2021)

Para 2008, Justin.tv agregó las categorías de deportes, tecnología, noticias y juegos, la cual marcó el momento del éxito; Twitch fue lanzado el 6 de junio de 2011 como un subproducto o división de la plataforma de streaming Justin.tv (Gutiérrez, 2020) Según palabras del propio Seibel, "Los gamers habían estado transmitiendo en Justin.tv desde el principio. En un momento, fueron el 20% de nuestro tráfico. Los ignoramos, los dejamos de lado y aun así usaban el producto. No creamos funciones para ellos e igual confiaban en la plataforma".

Posteriormente firmaron una alianza con Riot Games, desarrolladores de League of Legends y organizaron campeonatos mundiales en esta disciplina. Para el 2013, contaban con más de 43 millones de visitantes por mes y se convirtió en el portal más popular de streaming de esports, lo cual atrajo la mirada de Thrive Capital, Bessemer Venture y Draper Associates, quienes aportaron \$35 millones USD. (Ferrantelli, 2021)

Para febrero de 2014, Twitch se convirtió en el cuarto sitio de mayor tráfico de Estados Unidos, solo detrás de Netflix, Google y Apple, la Figura 1 presenta el tráfico on-line de video streaming. Durante los primeros tres años contrataron a más de 100 empleados. El éxito de Twitch, derivó en el cierre de Justin.tv en el 2014, para concentrar fuerzas en el desarrollo de Twitch. (Ferrantelli, 2021)

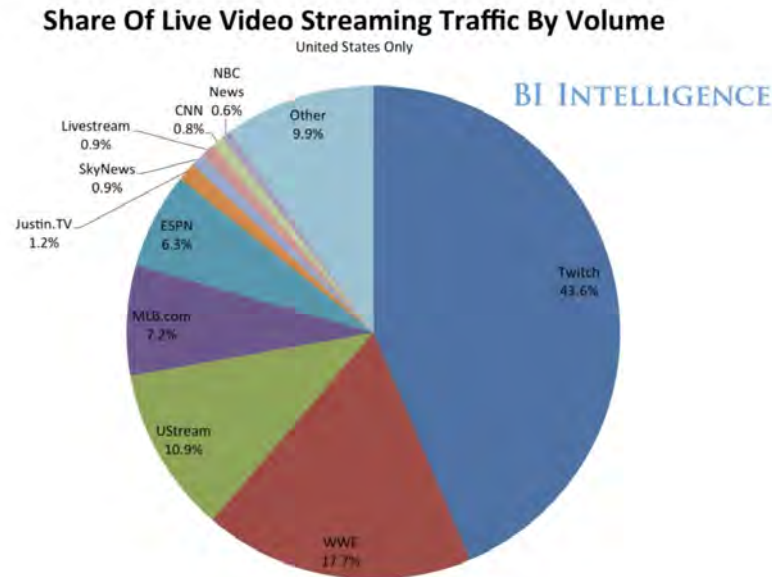


Figura 1. Tráfico on-line de video streaming para el año 2014 en Estados Unidos. Fuente: *Twitch Founder: We Turned A 'Terrible Idea' Into A Billion-Dollar Company* (Cook, 2014)

Twitch ha seguido la estrategia de recompensar a los creadores de contenido, a través de la repartición de las ganancias de los anuncios que muestran, sino que también ha diseñado varias formas para apoyar a los creadores de contenido a través de suscripciones, donaciones directas, ventas en la página de merchandising y links de afiliado; facilitándoles vivir de su pasión e incentivando el esfuerzo al subir contenido a la plataforma. (EmprendeAprendiendo, 2018)

Los factores anteriormente mencionados, atrajeron a empresas como Amazon, quien compró Twitch en 2014 por \$970 millones de dólares, Amazon como empresa tecnológica sabe que el futuro de la televisión y el consumo de videos está en Internet. (EmprendeAprendiendo, 2018)

La llegada de Twitch ha propiciado una relación diferente con el videojuego por parte de su audiencia: ya no es necesaria una interacción directa con el juego en sí, sino que se puede actuar a través de otro jugador que enseña a través de una retransmisión en vivo su partida. Las razones de esta pasividad de la audiencia al ver a otro jugador tienen varios sentidos: por un lado, puede ser meramente educacional (aprender a ser un mejor jugador); otras veces, por mero entretenimiento, y otras por su carácter social, interactuando con otras personas a través del citado chat (Vosmeer et. al 2016). Sin duda este aspecto de Twitch, el

que fomenta el sentimiento de comunidad, ese que crea el "streamer" cuando emite sus vídeos y a través del uso del chat, se apoya además en otras herramientas, como la inclusión de una cámara en vivo para que los espectadores vean sus reacciones, lo que genera todo un ecosistema interactivo (Hamilton et al., 2014).

Experiencia Twitch

El concepto base de la plataforma para la monetización por parte de sus *streamers* se basa en dos conceptos principales denominados "Afiliados" y "Partners", cada uno conlleva una serie de requisitos establecidos por esta plataforma y diferentes beneficios para uno de ellos.

Empezando con el "afiliado" que es el programa base para poder monetizar el contenido presentado en esta plataforma tiene como requisito lo siguiente:

- *Transmitir un total de 500 minutos en los últimos 30 días.*
- *Transmitir en 7 días distintos en los últimos 30 días.*
- *Tener una media de 3 espectadores en los últimos 30 días.*
- *Contar con 50 seguidores en la plataforma. (Twitch, 2020)*

Una vez cumplido cada uno de estos objetivos planteados por la plataforma se llena un formulario donde se hace el registro portal a la plataforma, donde solicitan RFC, dirección, datos personales y se selecciona una forma de para recibir los respectivos pagos, esto puede ser mediante una transferencia directa a tu cuenta bancaria y depósitos vía Paypal, una vez proporcionado estos datos se procede a solicitar la incorporación al programa y aceptar los términos y condiciones planteados, donde resaltan principalmente los protocolos de conducta, contenido permitido y restricciones que se puede hacer al canal. (Twitch, 2020)

Cabe mencionar que una vez alcanzada las metas y si al cumplir con la documentación correspondiente eres aceptado en el programa de afiliados, ya no puede ser retirado este beneficio en caso de incumplir con alguna de los requerimientos originales, por lo que la única forma de perder esta categoría es incumpliendo con las normas aceptadas que impone la plataforma para su correcto manejo.

Las formas de ingreso que se obtiene mediante este programa de afiliados van a depender directamente de los espectadores con lo que en *streamer* cuente, dividido de varias manera que se explican a continuación:

Suscripciones: *Están basadas en 3 formatos denominados Tier 1 o suscripciones nivel 1, Tier 2 o suscripciones nivel 2 o Tier 3 o suscripciones nivel 3 teniendo una valor de 48.00 mxn, 95.99 mxn y 239.99 mxn respectivamente* (Twitch, 2020), este valor es sin impuestos, una de las medidas que tomó la plataforma en el mes de mayo de 2021 fue el ajuste de precios, lanzando una iniciativa llamada “Precios Locales” donde se ha reducido el valor de las suscripciones de acuerdo al país del que provengas, sustituyendo los precios de 4.99 Dlls, 9.99 Dlls y 24.99 Dlls. que aún se mantienen en el mercado estadounidense.

Cada uno de estos niveles libera contenido exclusivo que puede ser seleccionado por el mismo *streamer* donde destaca el uso de emoticonos personalizados que podrán ser usados libremente en cualquier canal de la plataforma.

Bits: Es una moneda virtual perteneciente a la plataforma en la cual los usuarios adquieren de forma directa en la tienda de Twitch y pueden distribuirlos entre los *streamers* que quieran, de lado del *streamer* cada uno de estos *bits* es el equivalente a un centavo de dólar, el uso de canal uno de estos permite al usuario destacar su mensaje dentro del chat, así como el uso de emoticones animados exclusivos de la plataforma, e inclusive en su mayoría activar alguna alerta que haga visible tu mensaje en la pantalla de la transmisión, esta acción también es denominada *Cheering*. (Programa De Afiliados, 2020)

Anuncios: Para explicar estos, primero tenemos que dividir los anuncios en dos categorías, los anuncios *pre-roll*, que son los anuncios que aparecen solo por entrar al *stream* y las pausas publicitarias regulares, esta son programadas o hechos por los *streamers* a su conveniencia, con la única restricción de tiempo de 8 minutos entre anuncio y anuncio, para este apartado no se tiene un estimado exacto de la forma en que se monetiza ya que se utiliza un algoritmo con diversos factores, aunque se sabe que entre más espectadores tengas al momento de transmitir el anuncio en beneficio será mayor para el *streamer*. (Programa De Afiliados, 2020)

Con esto pasamos a la siguiente nivel del programa de creadores de contenido de Twitch, los Partners, esta sección tiene unos requisitos más amplios que abarcar que se describen a continuación:

- Transmitir un total de 25 horas en los últimos 30 días.
- Transmitir en 12 días distintos en los últimos 30 días.
- Tener una media de 75 espectadores en los últimos 30 días. (Twitch, 2020)

Estas son la normas regulares para seguir el proceso de solicitud de unión al programa de partners, una vez cumplido estos requisitos automáticamente se procede el estudio para el cambio de afiliado a partner, otra alternativa para obtener éste beneficios es demostrar que en alguna otra plataforma de streaming tengan un medio similar o superior a su análisis.

En cuanto a los beneficios de ganancias se ajustan algunas de las formas ya incluidas en el programa de afiliados, así como el aumento en herramientas para la generación de contenido, principalmente el manejo de anuncios ya que se les permite quitar el ya mencionado pre-roll para que su audiencia pueda entrar directo a la transmisión, a esta línea de ingresos se aumenta la venta de juegos, esta se basa en que la plataforma de manera automática crea un link que aparecerá en la portada, esto llevará al usuario a la tienda oficial de el juego que se esté transmitiendo, en caso de ser comprado a través de esa liga un porcentaje será remunerado al *streamer*. (Twitch, 2020)

En cuanto a las herramientas lo principal se puede marcar en la creación de equipos donde se puede diversificar los el contenido apoyándose entre diferentes *streamers*, igualmente se tiene prioridades y posibilidades de tener herramientas nuevas antes que la línea de afiliados.

Otro de los principales puntos a considerar es el modelo de pagos de twitch, está basado en pagos mensuales, restringiendo como un pago mínimo del equivalente a 100 dólares, siendo este acumulativo para todos aquellos que no logren este mínimo al finalizar el mes, una vez alcanzado este mínimo el pago se demora 15 días naturales en hacerlo llegar a cada *streamer*.

Actualmente para el habla hispana los principales representante son españoles pero en México existen streamers con una cantidad de espectadores considerablemente

alta, de acuerdo al estudio llevado a cabo por www.brandme.la, página web dedicada al monitoreo de redes, los 5 mexicanos con mayor tiempo de horas reproducidas por sus espectadores son:

1. *Jelty es originario de Sinaloa y actualmente es uno de los streamers mexicanos más vistos en Twitch. Transmite casi todos los días sus partidas de Fortnite, lo que lo ha llevado a obtener más de 3 millones de horas reproducidas. (Brandme,2021)*
2. *ElMariana.- Osvaldo Palacios, mejor conocido como El Mariana, es originario de Tamaulipas pero actualmente vive en Nuevo León. Su contenido, compuesto en su mayoría por gameplays y retos, ha generado más de 2 millones de horas reproducidas en Twitch. (Brandme,2021)*
3. *Todo gamer conoce a Víctor Paul Calderón o mejor conocido como Elded. El popular youtuber es también uno de los streamers mexicanos más vistos en Twitch. Actualmente vive en Estados Unidos y acumula más de 1 millón de horas reproducidas en la plataforma. (Brandme, 2021)*
4. *MYM_Alkapone.- Fortnite y Call of Duty son los principales videojuegos de los que Alejandro Leyva transmite en vivo. El popular streamer es originario de Tabasco y su audiencia le ha generado más de 628 mil horas reproducidas en Twitch. (Brandme, 2021)*
5. *Alliege.- Ariel es originario de Chihuahua pero actualmente reside en Texas. Sus transmisiones de videojuegos como Fortnite y Among Us le han generado una audiencia de más de 750 mil seguidores y más de 446 mil horas reproducidas en su canal. (Brandme, 2021)*

Esta plataforma digital no está exenta de ataques cibernéticos, uno de los más recientes y que es importante para este estudio, es el realizado por el usuario de Twitter @KnowS0mething quien filtró las ganancias de agosto de 2019 hasta octubre de 2021 de diversos streamers a nivel mundial donde destaca para los hispanohablantes que se enumeran en el número de rango dado por este usuario:

Ranking 9.- Auronplay - \$3,053,341.54 dólares americanos

Ranking 18.- Ibai - \$2,314,485.53 dólares americanos

Ranking 35.- Rubius - \$1,764,965.15 dólares americanos

Ranking 57.- TheGrefg - \$1,286,765.09 dólares americanos

Ranking 78.- JuanGuarnizo - \$1,034,709.27 dólares americanos

Ranking 96.- Alexelcapo - \$911,427.22 dólares americanos

Esto marca la influencia que está teniendo este tipo de servicios de entretenimiento vía digital en la actualidad, siendo una fuente de ingresos importante, marcado de mayor manera en países de habla inglesa, pero que también en el mercado hispanohablante crece en gran medida.

¿Podría Twitch desplazar a Youtube, Facebook, Netflix o TV tradicional?

Como se ha mostrado en los artículos anteriores las horas que los mexicanos están viendo a estos *streamers* y el nivel de ingresos que han generado cada uno de ellos en los dos últimos años, deja a esta plataforma como un claro competidor en este sector, si bien tiene diferencias con otro tipo de plataformas como puede ser Netflix, ya que en Twitch no se cuenta con licencias de películas como puede ser esta, si Youtube y Facebook han sido rivales directos para esta plataforma, compitiendo a través de sus plataformas llamadas Youtube Gaming y Facebook Gaming, Twitch ha llegado a ser no solo la plataforma de videojuegos, sino que también empiezan a realizarse otro tipo de eventos, como pueden ser conferencias, celebraciones de fechas conmemorativas como lo fue el *streamer Ibai al poder tener 552,354 espectadores en el lapso de las 00:00 a 00:01 hrs para las campanadas de años nuevo* (Albiol, 2021), inclusive teniendo la capacidad adquisitiva para poder comprar derechos de transmisión de partidos de fútbol.

Este tipo de mercados llega principalmente a las nuevas generaciones, poniendo de todos estos medios a la televisión tradicional como la más endeble a sufrir pérdidas por este nuevo tipo de servicios, donde existe una variedad de “programas” o “canales” distintos, en el que no solo es poder apreciar un programa realizado, sino que se vuelven partícipes de la creación de estos, teniendo esa interacción directa que es un valor agregado muy importante.

ANÁLISIS

Los fundadores de Twitch apostaron desde un inicio por innovar en start up, primero con Kiko calendar, pasando por Justin.tv hasta la creación de Twitch en el 2011.

En cada uno de los proyectos, los fundadores y desarrolladores aprendieron lecciones valiosas para su carrera emprendedora; con la venta de Kiko demostraron que siempre existe una ventana de oportunidad, ante una inminente deriva de la dirección del proyecto de calendario, decidieron subastar la empresa para así poder apalancar un nuevo Proyecto, Justin.tv.

Posteriormente, Justin.tv les permitió avanzar en la curva de aprendizaje, en donde encontraron un nuevo nicho en el mercado de streaming, especialmente con la participación de contenido gamer; con Justin.tv aprendieron a escuchar y a conocer a sus clientes, buscando satisfacer las necesidades que ellos demandaban, así como lo que estos estaban buscando; para lo cual centralizaron los esfuerzos del desarrollo de Twitch alrededor del concepto de human-centered design, donde el usuario no solo interactúa unidireccionalmente con la plataforma, si no que existe una interacción bidireccional, donde los usuarios de Twitch se convierten en creador y desarrollador de contenido, y aquellos que son la audiencia del streaming, también forma parte activa de la interacción, a través de la participación del chat en vivo, volviéndose suscriptores o distribuyendo “bits” entre los streamers, por mencionar algunos.

El mayor de los aciertos de Twitch es haber sido concebida como una start up, donde la interacción con la tecnología y los sistemas de información ha estado presente desde el principio, y al servicio de los usuarios, Twitch es un claro ejemplo de un caso de éxito de innovación empresarial, al ser pioneros en el lifecasting y streaming gamer, posicionándose muy por arriba de sus rivales como Youtube, Facebook Gaming, Netflix e incluso la televisión tradicional.

Twitch no solo es una plataforma de streaming, en la que se consume contenido audio visual, si no que también existe la posibilidad de crear y distribuir tu propio contenido e interactuar al mismo tiempo con streamers de todo el mundo; haciendo de Twitch una red social para streamers, gamers y personas de intereses diversos que buscan contenido como música, viajes y show talks diferentes a los que se

ofrecen en las plataformas de streaming comerciales como Netflix, Amazon Prime, HBO max y Disney +.

CONCLUSIONES

Twitch como pionera y actualmente la más popular de las plataformas de streaming es también una creadora de un mercado emergente, al que se le debe apostar muy favorablemente, ya que el contenido de éste que tendrá una gran influencia en las nuevas generaciones; lo que empezó como un reality show de una sola persona se ha convertido en un lugar donde se puede encontrar contenido diverso, de diferentes nacionalidades, de temas variados, y que también permite tener una interacción en tiempo real con las personas, así como tener la posibilidad de conocer e interactuar con más personas con ideologías o gustos en común, creando comunidades, que en la nueva normalidad que vive el mundo, donde el estar encerrado en casa, el evitar contacto físico y el no poder desplazarse a los lugares que cotidianamente se visitaban, ha generado que se busquen alternativas para esa socialización llevado a este tipo de plataformas a un crecimiento masivo en los últimos años.

Twitch, es un ejemplo de modelo funcional de negocio, en donde se puede invertir de manera profesional, así como crear estrategias de negocio aprovechando las herramientas tecnológicas y características de una plataforma streaming; lo que surgió como un hobby se ha convertido en una forma de ganarse la vida, lo que antes se tomaba como una mera distracción, hoy en día es algo que se puede hacer de manera profesional, Twitch permite recibir beneficios sociales y económicos, creando así nuevas oportunidades para las generaciones más jóvenes y provocando cambios o reestructuraciones en los modelos de entretenimiento y de negocio tradicionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CADEM Consulting & Training. (7 de octubre de 2020). *Adapta tu negocio al cliente - Caso Twitch*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=3YNQE4CUL14>
- Cook, J. (20 de octubre de 2014). *Twitch Founder: We Turned A 'Terrible Idea' Into A Billion-Dollar Company*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Insider: <https://www.businessinsider.com/the-story-of-video-game-streaming-site-twitch-2014-10?r=MX&IR=T>
- López, D. (2018). *ESTUDIO DE LAS PLATAFORMAS DE STREAMING [TESIS]*. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/87550/Estudio_de_las_plataformas_de_streaming.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Albiol, L. (01 de enero de 2021). *El nuevo rey de las campanadas: Ibai Llanos consigue 500.000 personas en las uvas 'online'*. Recuperado el 10 de octubre de 2021, de El confidencial: https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2021-01-01/ibai-llanos-twitch-campanadas-nochevieja_2892303/
- Brandme. (26 de agosto de 2021). *Top 10: los streamers mexicanos más vistos en twitch*. Recuperado el 21 de octubre de 2021, de Brandme: <https://brandme.la/blog/top-10-los-streamers-mexicanos-mas-vistos-en-twitch/>
- El Confidencial. (27 de marzo de 2021). *El secreto del éxito de Twitch, la plataforma que 'roba' streamers a Youtube*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=UUniaM60604>
- EmprendeAprendiendo. (1 de julio de 2018). *¿Por qué Amazon Compró Twitch por \$1.000 Millones? | Caso Twitch*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=AilMuKiKZh0>
- Fernández, Y. (20 de agosto de 2020). *Prime Gaming o Twitch Prime: qué es, qué ventajas ofrece y cómo conseguir juegos y recompensas gratis*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Xataka Basics: <https://www.xataka.com/basics/twitch-prime-que-que-ventajas-ofrece-como-conseguir-sus-juegos-recompensas-gratis>
- Ferrantelli, L. (20 de agosto de 2020). *Vendió su primera startup en eBay para crear el sitio del momento: la historia del creador de Twitch*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de iPro Up: <https://www.iproup.com/innovacion/23759-twitch-la-historia-de-su-fundador-justinkan?fbclid=IwAR1fShPsg5Xp7DH9NFwUUJdtJAQUR302U9FKYE4VQqUA3ldZTDiuYJ5YkJY>

- Galeano, R. (2008). *Revista Educación, Comunicación, Tecnología* (Vol. 2). Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/6524/Diseño%20centrado%20en%20el%20usuario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, F. J. (2018). Ecosistemas Tecnológicos Universitarios. En *Análisis de las TIC en las Universidades Españolas* (págs. 164-170 pp). Obtenido de <https://repositorio.grial.eu/bitstream/grial/1179/1/Ecosistemas%20Tecnologicos%20Universitarios%20-%20preprint.pdf>
- Gutiérrez, J. F., & A. C. (2020). *Revista Internacional de Comunicación* (50 ed.). Universidad de Sevilla. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/102221/El_auge_de_Twitch-_nuevas_ofertas_audiovisuales_y_cambios_del_consumo_televisivo_entre_la_audiencia_juvenil.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gutiérrez, K. (s.f.). *'Identidad gamer': Diseccionando a los jugadores*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Cactus: <https://www.revistacactus.com/identidad-gamer-diseccionando-a-los-jugadores/>
- Guzmán, R. (13 de abril de 2021). *El consumo de streaming sobre videojuegos se duplica en un año, con Twitch como líder indiscutible*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Digitalis: https://diariodigitalis.com/actualidad/2021/04/13/el-consumo-de-streaming-sobre-videojuegos-se-duplica-en-un-ano-con-twitch-como-lider-indiscutible/?fbclid=IwAR1kJ-Z4aotoPkpolVOa-GUPunShu-4Wip-KYmV7d8CHf1uipol_xBjeae8
- Jacobs, H. (18 de marzo de 2015). *Why video-game streaming site Twitch is so incredibly successful*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Insider: <https://www.businessinsider.com/sean-plott-explains-why-twitch-is-so-successful-2015-3?r=MX&IR=T>
- Montes, F. (2016). *La realidad de los gamers y los gamers en la realidad: una aproximación cualitativa [Tesis]*. Obtenido de https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/9810/1/TS_MontesFelipe.pdf
- Newton, C. (27 de junio de 2018). *Twitch's rise shows how social networks usually succeed on accident*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de The Verge: <https://www.theverge.com/2018/6/27/17486774/twitch-growth-mike-maples-interview-converge-podcast>
- Programa de afiliados*. (2020). Recuperado el 10 de octubre de 2021, de El programa de afiliados de Twitch: <https://affiliate.twitch.tv/es-mx/>

- Russo, F. (19 de diciembre de 2020). *Twitch, de experimento universitario a venderse por \$970 millones*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Tentulogo: <https://tentulogo.com/twitch-de-experimento-universitario-a-venderse-por-970-millones/>
- Twitch. (2020). *Logros*. Recuperado el 20 de 10 de 2021, de Getting Started: https://help.twitch.tv/s/article/achievements?language=es_MX#Partner
- Twitch. (2020). *Cómo unirse al programa de afiliado*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Programa de afiliados: https://help.twitch.tv/s/article/joining-the-affiliate-program?language=es_MX
- Twitch. (2020). *Programa de partners*. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de Partners: <https://www.twitch.tv/p/es-mx/partners/>

LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN APLICADOS EN LA TOMA DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES Y SU RELACIÓN CON EL COVID 19.

CARLOS HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ¹, LUIS ALBERTO DELFÍN BELTRÁN², RAÚL MANUEL ARANO CHÁVEZ³

RESUMEN

Un sistema de información será eficaz si facilita la información necesaria para la organización, y será eficiente si lo realiza con los menores recursos tecnológicos, humanos y económicos posibles, y en el momento oportuno. Ante la Pandemia que estamos viviendo y que se prolongado ocasionando estragos económicos, financieros, académicos, sociales, entre muchos otros, los sistema de información y comunicación en las empresas se vieron potencializados en su uso, y aquellas organizaciones que tenían un sistema con ciertas potencialidades siguieron brindando servicio oportuno. Por medio de la comunicación se transforman los hechos y acontecimientos del entorno o del ámbito interno de la empresa en información. Ahora bien, para ser útiles esas informaciones, han de seguir algún proceso de transformación. El Sistema de Información Empresarial constituye el conjunto de recursos, componentes y medios de comunicación de la empresa que sirven como soporte para el proceso básico de transformación de la información. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) en la actualidad influyen en todos los órdenes de la vida social y productiva en México, y en especial en el sector público y privado en las empresas esto ha obligado, a adoptar planes estratégico para incorporarlas y utilizarlas como herramientas que necesitan administrar los ambientes organizativos, así como diseñar, desarrollar e implementar los Sistemas de Información (SI) que apoyen a la Toma de Decisiones (TD) y así facilitar el proceso de transformación de sus estructuras operativas, para mejorar sus formas de actuar y de dar respuesta a los problemas de tal manera que

¹ Universidad Veracruzana. Carloshernandez05@uv.mx

² Universidad Veracruzana. Idelfin@uv.mx

³ Universidad Veracruzana. rarano@uv.mx

ayude a maximizar la eficiencia, eficacia, competitividad y así minimizar los riesgos al momento de tomar decisiones.

Palabras Clave: Gestión, Sistema de Información, Información, Comunicación y Organización

ABSTRACT

An information system will be effective if it provides the information necessary for the organization, and it will be efficient if it is done with the fewest possible technological, human and economic resources, and at the right time. Faced with the Pandemic that we are experiencing and that has been prolonged causing economic, financial, academic, social havoc, among many others, the information and communication systems in companies were potentiated in their use, and those organizations that had a system with certain potentialities They continued to provide timely service. Through communication, facts and events in the environment or the internal sphere of the company are transformed into information. However, to be useful, this information must undergo some transformation process. The Business Information System constitutes the set of resources, components and means of communication of the company that serve as support for the basic process of information transformation. Information and Communication Technologies (ICTs) currently influence all orders of social and productive life in Mexico, and especially in the public and private sector in companies, this has forced the adoption of strategic plans to incorporate and use them as tools that need to manage organizational environments, as well as design, develop and implement Information Systems (IS) that support Decision Making (DT) and thus facilitate the process of transformation of their operational structures, to improve their ways of acting and responding to problems in such a way that helps to maximize efficiency, effectiveness, competitiveness and thus minimize risks when making decisions.

Keywords: Management, Information System, Information, Communication and Organization

INTRODUCCIÓN

Los sistemas de información se han vuelto indispensables no sólo por los grandes volúmenes de datos e informaciones que manejan y procesan, sino por la oportunidad de interacción e intercambio entre distintas instancias de la organización aprovechando el tiempo y espacio. Permitiendo optimizar recursos de todo tipo.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) se han convertido en la actualidad en poderosas herramientas de trabajo que influyen en todos los órdenes de la vida social tanto en México como en el Mundo. Antes de la Pandemia mundial probablemente algunas organizaciones no tenían como prioridad contar con un sistema de información robusto, capaz de brindar servicio de manera remota, sin que sus clientes o usuarios estuvieran de forma presencial en sus instalaciones. El sector público y privado han utilizado la tecnología de la información con gran éxito, estas empresas han desarrollado planes estratégico para incorporarlas y utilizarlas como herramientas que necesitan administrar las organizaciones en su conjunto, así como diseñar, desarrollar e implementar los Sistemas de Información (SI) que apoyen a la Toma de Decisiones (TD) y así facilitar el proceso de transformación de sus estructuras operativas, para mejorar sus formas de actuar y de dar respuesta a los problemas de tal manera que ayude a maximizar la eficiencia, eficacia, competitividad y así minimizar los riesgos al momento de tomar decisiones y disminuir riesgo tanto de trabajo como económicos.

Los Sistemas de Información con respecto a la Toma de Decisiones van mucho más allá que el diseño y desarrollo del subsistema informático. Un Sistema de Información puede definirse (Laudon y Laudon, 2012) como "un conjunto de componentes interrelacionados que permiten capturar, procesar, almacenar y distribuir información para apoyar la TD y el control de una institución", además de ayudar a dichos directivos y personal a analizar problemas, visualizar cuestiones complejas y crear nuevos productos en un ambiente intensivo de información. La gestión de la información está orientada al control, preservación y retención de la información (Bouthillier y Shearer, 2002).

Existen muchos autores que han contribuido a la evaluación en el desarrollo de los SI, tenemos el modelo de evaluación del éxito de SI desarrollado por DeLone y McLean (1992, 2003) ha confirmado ser un marco útil para deducir su éxito o efectividad, así lo definen Petter, DeLone y McLean (2013). Tradicionalmente, los SI se diseñan dentro de cada área funcional, con el fin de apoyar e incrementar su eficiencia y eficacia operativa (Haag y Cummings, 2013)

Para que se dé una toma de decisiones en los sistemas es necesario tener por lo menos los siguientes objetivos: (Cash et al, 1989)

- a) Decisiones acertadas y basarse en la objetividad de los datos más que en los deseos y esperanzas para darles una interpretación adecuada.
- b) La información es la materia prima y fundamental en la Toma de Decisiones de los analistas en una organización ya que a mayor calidad de información, mejor es la calidad en la Toma de Decisiones.

El objetivo de este artículo es ofrecer un panorama del desarrollo y tipos de Sistemas de Información, así como su gestión e implementación aplicado en la toma de decisiones en las organizaciones

I. Los Sistemas de Información y su relación con el COVID 19

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) publicó la Hoja informativa No. 6 titulada “COVID-19 y La importancia de fortalecer los sistemas de información, del Departamento de Evidencia e Inteligencia para la Acción en Salud, de la Oficina del Subdirector, mencionando lo siguiente:

“Gobernanza de los Sistemas de Información: Establecer o fortalecer mecanismos y procesos relacionados con el uso efectivo de tecnologías de la información; la producción, la gestión y el procesamiento de datos necesarios para la respuesta; la infraestructura para el acceso a internet; las normas y estándares para el desarrollo o adopción de aplicaciones informáticas y bases de datos; el desarrollo de capacidades; y la revisión y actualización de la legislación. Es importante la existencia de una persona, entidad o grupo con responsabilidad dedicada exclusivamente a la gestión de los sistemas de información, incluyendo todos los procesos de captura, análisis y diseminación

de los datos, así como para servir de nexo entre la institución y los proveedores de soluciones tecnológicas, infraestructura, etc.” (OPS, 2020)

En este documento detalla todo lo que se requiere para gestionar, implementar y operar un SI, si bien es cierto que está referido al sector salud, todo esto es un claro ejemplo de la importancia que representa para una organización contar con un SI confiable y eficiente. Sin duda, tanto organizaciones públicas como privadas han requerido de tener de manera pronta información de todas sus áreas, y en su caso, poder ofrecerla a sus usuarios.

Muchos se ha comentado que esta Pandemia, cambiará la forma de ver e interactuar entre las personas, entre las empresas, entre los gobiernos, entre las escuelas, y muchas relaciones más; la información y la comunicación se ha vuelto un bien muypreciado y valorado.

Tanto Bravo (1994) y Rodríguez (2008) mencionan que el conocimiento y la información se han convertido en recursos estratégicos y transformadores de la sociedad, como lo fue en su momento lo fue en la sociedad industrial el capital y la fuerza trabajo. Si se usan los datos para su procesamiento y la generación de información de modo que este procesamiento permita mejorar la toma de decisiones a la vez que se pueda contextualizar la información, clasificar la información, se podrá tomar decisiones que beneficien a la sociedad y por supuesto a la organización.

“El proceso de transformación digital de las empresas las volvió más dependientes de las tecnologías de la información y Comunicaciones (TI). El pastel de la infraestructura aumentó por mayores necesidades de cableado estructurado y recableado que minimice los riesgos, garantice la disponibilidad de las aplicaciones y soporte la cantidad de dispositivos conectados a una red”, dijo Iván Jiménez, gerente del sector Enterprise de Belden en México”⁴

⁴ Lo anterior fue descrito por Alicia Mendoza en el año 2017, a través de sus artículo ¿Qué ocurre con la infraestructura tecnológica? Consultado el 4 de noviembre en <https://www.infochannel.info/que-ocurre-con-la-infraestructura-tecnologica>

Antes de la Pandemia seguramente muchas organizaciones comenzaron a cambiar su infraestructura tecnológica para soportar la demanda en servicios de información, con la llegada del COVID aceleró este proceso, claro no todas las organizaciones cuentan con los recursos necesarios para tal fin. Ahora bien existe la demanda de nuevos modelos empresariales o plataformas de transformación digital que conecten inteligencia, datos y dispositivos, todo esto vuelve a la infraestructura más crítica y obsoleta, además del hecho de que los procesos que antes operaban muchos, hoy lo puede hacer uno solo, obviamente los costos son elevados pues su funcionamiento se hace más potente porque en él se concentran varias operaciones.

II. Tipos de Sistemas de Información

La toma de decisiones, es el proceso que más caracteriza la actividad de un directivo, es un punto de partida de una información de calidad a partir de la cual se evalúan situaciones, se elaboran y corrigen planes, se controlan programas y proyectos y se comunican dichas decisiones a los miembros de la organización. (De Pablos et al, 2004)

En todas las tareas, las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC's) además de desempeñar su tradicional papel instrumental como tecnología de soporte, cada vez más se caracterizan como impulsoras de nuevas formas de hacer negocios. Así, desde sus primeras aplicaciones en el mundo de la gestión empresarial en los años 50 del siglo XX, se han ido desarrollando una serie de sistemas de diferentes tipologías, que han ido conformando lo que hoy se conoce bajo la denominación común de Sistemas Informativos para la Gestión (SIG), o Management Information Systems (MIS) en la terminología anglosajona. (Domínguez, 2012)

La evolución en esta área de las TIC's ha sido considerable y a menudo vertiginosa. En la época más reciente esta rápida evolución no ha hecho sino acentuarse por la una serie de factores entre los que deben destacarse (De Pablos et al, 2004):

- La consideración generalizada de la información como un activo de tipo estratégico.

- La constatación de que pueden obtenerse ventajas competitivas de las TIC's, e incluso en muchos sectores productivos es una cuestión de supervivencia.
- La amplia oferta tecnológica existente a costes asequibles para todo tipo de organizaciones.

Lo anterior ha provocado el surgimiento de sistemas de información en el ámbito de la gestión de las empresas, esto provoca cierta confusión entre diferentes tipos de sistemas, y no saber por cuál de ellos decidirse, por lo tanto en las empresas debe o puede haber un experto responsable en la selección del sistema idóneo para ser utilizado.

De acuerdo a una abstracción ya clásica en la literatura, pueden distinguirse tres niveles diferentes en la gestión de una organización (De Pablos et al, 2004):

-El nivel de la dirección estratégica, asociado a la alta dirección, que tiene como función más distintiva la elaboración de la estrategia, esto es, la formulación de los fines, objetivos y planes a largo plazo que sitúen a la organización en la mejor disposición para aprovechar los cambios que se intuyen en el entorno convirtiéndose en ventajas competitivas para la empresa. La información manejada por los directivos de este nivel es fundamentalmente externa a la organización, siendo corriente el uso de la intuición en los procesos de toma de decisiones que, por lo general, no son nada estructuradas.

-El nivel de la dirección táctica, cuyo cometido es la planificación táctica, esto es, la instrumentación de planes a medio plazo (típicamente a un año vista, como el plan presupuestario, por ejemplo), orientados a la consecución de los objetivos enunciados por el nivel estratégico, así como el control de que efectivamente los planes conducen a los objetivos previstos.

Las decisiones de este nivel son una combinación de estructurada y no estructuradas y están basadas generalmente, aunque no exclusivamente, en información interna.

-El nivel de la dirección operativa o de ejecución de las operaciones de la empresa, integrado por mandos que son responsables directos de la programación y control de las actividades u operaciones básicas de la

empresa. La información que precisan manejar los directivos de este nivel es la relativa a la planificación y seguimiento de estas actividades, referidas a un plazo corto y con un nivel bastante detallado. Las decisiones tomadas por este nivel son casi siempre de tipo estructurado.

Puede verse, por tanto, que las necesidades de información que se plantean para la realización de sus funciones de cada uno de estos niveles con bastante diferencia. En función de las necesidades de información de cada uno de los anteriores niveles de decisión y gestión, y atendiendo el problema que tratan de resolver podemos realizar esta primera clasificación de sistemas de información.

III. Concepto de Sistema de Información

Un Sistema de Información (SI), para una gran organización es quizá unos de los elementos de mayor complejidad con los que puede trabajar el ser humano, dado el gran número de variables con las que pueda operar, por lo que pretender una definición exacta que lo englobe en su totalidad podría fácilmente no cubrir su significado completo o por el contrario cometer un error al intentar hacerlo global (Gil, 1996)

Basándonos en la definición de Gil (1996) entenderemos por SI:

Al Conjunto integrado de procesos, principalmente formales, desarrollados en un entorno usuario – ordenador, que opera sobre un conjunto de datos estructurados (Bases de Datos - bd-) de una organización, recopilan, procesan y distribuyen selectivamente la información necesaria para, la operatividad habitual de la organización y las actividades propias de la dirección de la misma” (Gil, 1996:23)

- 1) Conjunto integrado de procesos, principalmente formales; ya que son aquellos que la organización conoce y sabe cómo utilizar. No obstante, los Informales, aunque menos aplicables, no dejan por ello de ser importantes y por tanto, en la medida de lo posible, de formar parte del mismo (hay que tener en cuenta que con la rapidez con que se producen los avances de las Tecnologías Multimedia, comunicaciones, entre otras, cada vez nos aproximamos más hacia su mejor procesamiento).

“Integrados”, dado que normalmente existen aplicaciones aisladas desarrolladas por diferentes grupos de usuarios (cubriendo de manera rápida

y flexible sus propias necesidades de desarrollo), pero si no existe integración de datos y procesos, las aplicaciones individuales pueden llegar hacer incompatibles con el global e impedir construir la base del SI.

- 2) Desarrollados en un entorno usuario- ordenador; conceptualmente un sistema de información para la gestión, puede existir sin necesidad de ordenadores, sin embargo son estos últimos los que posibilitarán una mayor productividad, aprovechamiento y alcance de la información procesada.
- 3) Operando sobre un conjunto de datos estructurados (base de datos); hay una gran diferencia entre las bases de datos que están diseñadas específicamente para ser estables y los ficheros que se han usado tradicionalmente en procesos de datos.
- 4) Recopilación, procesan y distribuyen selectivamente la información necesaria; (evitando sobrecargas) para la operatividad habitual de la organización y las actividades propias de la dirección de la misma. No es lo mismo “Cantidad de Información que Calidad de Información”.
- 5) El SI permitirá la operatividad habitual de la organización, apoyando el análisis, la planificación, el proceso de toma de decisiones; facilitando un adecuado sistema de interrogación a la base de datos con procedimientos (es decir permitiendo la explotación de los datos eligiendo el criterio y relación entre estos según las circunstancias específicas del momento y usuario), para mejorar las tareas propias de gestión de la organización.

“Un sistema de información está integrado de una gran variedad de elementos que se interrelacionan entre sí con el fin de apoyar las actividades de una empresa o negocio. Se considera que un sistema de información brinda información a todos los subsistemas de una organización. Es por eso que un analista se dedica a estudiar todas las partes de una organización, para entonces especificar sus sistemas de información correspondientes” (Domínguez, 2012: 33)

El concepto de Sistema de Información (SI) en la empresa, podemos definirlo como “un conjunto de recursos técnicos, humanos y económicos, interrelacionados dinámicamente, y organizados en torno al objetivo de satisfacer las necesidades de

información de una organización empresarial para la gestión y la correcta adopción de decisiones. (De Pablos et al, 2004)

Todo sistema se puede dividir en subsistemas. Dado que la empresa se comporta como un sistema, es posible fragmentar sus partes en subsistemas. Según la literatura de teoría de la organización, se puede dividir la empresa en los siguientes sistemas: comercial, de operaciones, financiero, de personal, y de información. El sistema de información se relaciona con el resto de sistemas y con el entorno. Un sistema de información en la empresa debe servir para captar la información que esta necesite y ponerla, con las transformaciones necesarias, en poder de aquellos miembros de la empresa que la requieran, bien sea para la toma de decisiones, bien sea para el control estratégico, o para la puesta en práctica de las decisiones adoptadas (Meguzzato y Renau, 1991). “De ahí que el desempeño de un directivo dependa de su habilidad para explotar las capacidades de los sistemas de información para obtener unos positivos resultados empresariales” (Lapiedra, et al, 2011:13)

Los elementos fundamentales que constituyen un Sistema de Información son (Lapiedra et al, 2011):

- La información es decir todo lo capturado, almacenado, procesado y distribuido por el sistema
- Las personas, quienes introducen y utilizan la información del sistema
- Los equipos de tratamiento de la información e interacción con los usuarios, hardware, software y redes de comunicaciones
- Las normas y/o técnicas de trabajo, métodos utilizados por las personas y las tecnologías para desarrollar sus actividades.

Un sistema de información será eficaz si facilita la información necesaria para la organización, y será eficiente si lo realiza con los menores recursos tecnológicos, humanos y económicos posibles, y en el momento oportuno.

Entonces, el Sistema Informático de la empresa es un subsistema dentro del Sistema de Información de la misma, que está formado e integrado por todos los recursos necesarios para dar respuesta a un tratamiento automático de la

información y que permitan la comunicación dentro de distintas áreas de la organización sin depender de nadie.

Por medio de la comunicación se transforman los hechos y acontecimientos del entorno o del ámbito interno de la empresa en información. Ahora bien, para ser útiles esas informaciones, han de seguir algún proceso de transformación. El Sistema de Información Empresarial constituye el conjunto de recursos, componentes y medios de comunicación de la empresa que sirven como soporte para el proceso básico de transformación de la información.

Casi las tres cuartas partes del tiempo total de trabajo de los directivos están dedicadas al procesamiento de la información. La información está en la base de todas las actividades realizadas en la administración empresarial; por ello resulta conveniente diseñar sistemas para producirla y gestionarla, con el objeto de asegurar que la información sea fiable, exacta y esté disponible de manera inteligible, en el momento oportuno de tomar una decisión. (Nolan, 2014)

El reconocimiento de la información como recurso estratégico, así como la aceptación de las Tecnologías de la Información como recurso vital para la empresa, hacen imprescindible que la misma sea canalizada y transformada de forma adecuada a través de los Sistemas de Información. Dicho proceso es crucial para el logro y sostenimiento de cualquier estrategia competitiva. (De Pablos et al, 2004)

IV. Gestión de las relaciones organización – sistema de información

Muchos de los problemas de gestión de SI, surgen por un desequilibrio de poder ante las presiones conflictivas entre las partes implicadas en la gestión de SI. (Gil, 1996)

Sin duda la función del responsable de Sistema de Información de la organización, es importante y compleja a la vez; sobre todo porque integra y armoniza a todo el personal del SI con el resto del personal de la empresa.

IIIA. Efectos sobre la Gestión de la Implantación de SI/TI

Las TI juegan un papel muy diferente entre las diferentes necesidades, situaciones y planteamientos del negocio en cada organización. Para algunas desempeña una función estratégica (clave para su competitividad), mientras que para otras juegan

y continuarán jugando un papel de herramienta útil y efectiva basada principalmente en ahorrar costes, pero sin pasar de tener un mero carácter de apoyo. (Gil, 1996)

Según James O'Brien (2006), en función del papel que las TI juegan en una organización y en el sector en el que estas operen, diferencian las siguientes categorías de significación y repercusión estratégica:

- A) **Estratégica:** Para determinadas compañías, el funcionamiento correcto de la TI es crítico para su actividad diaria, dependiendo básicamente de estas su competitividad futura.
- B) **Transición:** Algunas empresas reciben un considerable apoyo operativo de TI, pero también depende de manera crítica del funcionamiento ininterrumpido y eficiente de este para la consecución de sus objetivos, siendo de vital importancia para alcanzar sus objetivos, siendo de vital importancia para alcanzar sus objetivos estratégicos las aplicaciones en fase de desarrollo.
- C) **Fábrica:** Son aquellas empresas que si bien depende de gran parte de un buen funcionamiento, y a nivel operativo, de las TI, sin embargo sus futuras aplicaciones son principalmente de mantenimiento, ya que aunque son importantes, en sí misma no son fundamentales para su capacidad competitiva.
- D) **Apoyo:** Son aquellas empresas en las cuales no existe elevada dependencia en sus operaciones de las TI, aunque tengan elevados presupuestos invertidos en estas.

V. Introducción a la Planificación estratégica de los SI/TI

La planificación debería realizarse en tres grande niveles (Amaya, 2010)

- 1) **Planificación estratégica de la empresa:** Los directivos deben tener muy clara cuál es la posición competitiva de la empresa en el mercado y conocer como compiten efectivamente. Ambos factores influyen en el papel que los Sistemas de Información juegan en la empresa, así como la forma en que deberán realizarse las inversiones en las Tecnologías de la Información y la manera en que debe llevarse a cabo su planificación.

- 2) Planificación estratégica de las TI: La planificación estratégica de las TI conlleva un planteamiento de futuro, es decir, crear una imagen de cuáles serán las necesidades en ese momento.
- 3) Planificación estratégica de datos: Las entidades de datos y sus atributos, que son compartidos en una organización, deberán ser definidos independientemente de las aplicaciones y sistemas.

La tecnología cambia constantemente y continuará cambiando más allá de lo hoy podemos pensar, es por ello por lo que se hace necesario dotar de cierta estabilidad a los datos, utilizando adecuadas técnicas de análisis y administración de la misma.

IV.A Ciclo de vida de los SI en una organización

El éxito en la evolución del SI en una organización presupone tener en consideración permanente las circunstancias cambiantes, tanto externas como internas a la organización y a la propia evolución del SI. (Mcleod, 2010)

Un modelo útil para identificar y conocer su evolución, y por tanto del departamento de SI en una organización, es el modelo de Nolan, basado en el reconocimiento de la existencia de cuatro etapas en la evolución de un SI y en la curva de crecimiento en forma de "S". (Mcleod, 2010)

Según este modelo la evolución y dimensión del departamento de SI en una organización suele tener a lo largo del tiempo formas que relaciona el presupuesto invertido en Tecnología de la Información en la organización a lo largo del tiempo.

IV.B Etapas en la evolución de los SI/TI:

Inicio: Se caracteriza por ser una etapa de introducción, aprendizaje y escasa planificación y control.

Expansión o contagio: Los potenciales usuarios se sienten entusiasmados por las posibilidades de la nueva tecnología y sus aplicaciones, pasándola informática a ser una justificación en sí misma. La experimentación y consiguientes gastos crecen aceleradamente.

Formación o control: Aparecen los primeros controles que frenan el crecimiento de los presupuestos, así como el número de aplicaciones a desarrollar, a favor de calidad.

Madurez e integración: Se consigue la integración orgánica de las aplicaciones así como que la planificación y control se adecúen en las necesidades de la organización y el SI sea convergente con los objetivos de la misma.

Empieza la construcción del SI para la dirección apostando por aplicaciones con base de datos que permitan simulación, elaborar modelos de planificación financiera, conexiones on- line empresa – cliente – proveedores, etc., para lo cual requerirá de profesionales con alta cualificación en tecnología de base de datos y comunicaciones. (Gil, 1996)

Richard Nolan, ante la enorme velocidad con la que aparecen los cambios tecnológicos en el campo de las TI, introdujo un modelo alternativo en la que combina la etapa de madurez, al presuponer que es imposible alcanzarla plenamente en la realidad por falta material de tiempo, ante la gran cantidad de innovaciones tecnológicas, con la aparición de nuevos ciclos de vida. (McLeod, 2010)

El modelo de Nolan, es una importante guía a tener en consideración para no caer en errores propios de la introducción de TI, como es la ausencia casi total de una planificación “activa” que gestione adecuadamente y a- priori la entrada e integración de las mismas, más que la tradicional planificación “pasiva”, mera aceptadora de la situación que se va desencadenando a lo largo del tiempo en la organización. (McLeod, 2010)

IV.C Riesgos más relevantes en la aparición de nuevos sistemas

La entrada de un nuevo SI es tarea progresiva y nada sencilla. Tratar de efectuar la implantación sin una adecuada planificación previa puede concluir con el fracaso más absoluto. (Gil, 1996)

Algunas de las experiencias de error más frecuentes han sido, según Gil (1996):

- 1) Falta de alineamiento entre el SI y la estrategia empresarial, generándose una separación entre la responsabilidad de línea en el negocio y la de sistemas de información. La separación entre negocio y SI es multidimensional siendo esta multidimensionalidad la que dificulta notablemente la resolución del problema, que requiere de alguna forma de aprendizaje organizativo.

Una insuficiente consideración de las implicaciones organizativas en la planificación de la TI/SI se traduce, frecuentemente, en un escaso soporte por parte de la alta dirección y por tanto en una falta de compromiso de la organización respecto a aspectos relativos a SI. Todo ello conduce a una deficiente asimilación de los SI como parte fundamental en la gestión de empresas.

- 2) Dualidad entre “Acatamiento y Compromiso” en el diseño de SI. Un nuevo sistema supone una reorganización de actividades y adaptación de la infraestructura de la empresa para restablecer un estado de equilibrio entre sus elementos. Esta reorganización afectará al nivel de control y compromiso de sus miembros, por tanto se debe generar una dualidad entre la visión de lo que se pretende implantando el sistema y lo que la organización percibe respecto a su introducción.
- 3) Diseñar sin consideraciones especificadas el necesario aprendizaje, sobre el sistema, sobre el negocio y sobre tecnologías implicadas es frecuentemente motivo de multitud y fracasos de muchos sistemas.

IV.D Evolución del sistema de información en la empresa

El Sistema de Información y su funcionamiento en la empresa han experimentado, un proceso evolutivo en el tiempo. Así, el proceso de evolución o aprendizaje a partir del cual la empresa ha generado un Sistema de Información cada vez más capaz de satisfacer sus necesidades de información, se puede entender a partir de las cinco fases o etapas siguientes: (De Pablos et al, 2004)

1. En una primera etapa, muy elemental, a través del análisis del Sistema de Información se pretenden desarrollar únicamente procedimientos de tipo manual, para organizar mejor los documentos o papeles que genera el proceso de administración empresarial. Pocas empresas, solamente las más innovadoras, con mayores recursos o las más tecnófilas, se plantean en esta fase todavía la utilización del equipo informático, entre otras razones por su complejidad y elevado precio en esos momentos. Incorporar una nueva tecnología a una organización es un proceso complejo que supone entre otros para la misma: un nuevo aprendizaje,

resistencias internas al cambio, elevados costes de adquisición y/o reconversión, etc. En esta etapa además la inexistencia de experiencia en las tecnologías de tratamiento automático de la información y los escasos profesionales capaces de implantarlas en la actividad empresarial.

2. A medida que las necesidades de información van aumentando, la dirección empieza a impulsar la aplicación de las tecnologías de información al proceso de datos (contabilidad, nóminas, facturación, etc.), a la toma de decisiones y a las comunicaciones por separado. Es la época en la que se incorporan a las organizaciones los primeros Centros de Proceso de Datos (CPD's), que como unidades especializadas de cálculo, comienzan a autorizar procesos de transformación informativa involucrados en actividades de administración todavía muy elementales.
3. Con el crecimiento experimentado por las empresas durante las décadas de los años 60's y 70's del siglo anterior, la información, para lograr la coordinación y control, pasa a considerarse como un instrumento cada vez más importante.

Aparece en las estructuras organizativas una nueva área funcional, los departamentos de Informática o de Sistemas de Información, cuya misión es tratar de resolver los problemas derivados de la gestión de la información. Constituye la aparición de los Sistemas de Información para la Dirección (MIS).

4. A medida que el entorno y sistema técnico van adquiriendo mayor complejidad, las organizaciones van adoptando una estrategia cada vez más activa y comprometida en el uso de la información, sobre todo en cuanto a la información de carácter externo, importancia de la misma para el desenvolvimiento actual y futuro de toda actividad.

La alta dirección comienza a buscar en la información y en los sistemas de gestión de la misma, en el medio para conocer más sobre el entorno. Esta fase de transición se correspondería con la aplicación generalizada de los sistemas integrados, así como una aplicación paulatina de los

nuevos instrumentos de soporte para la decisión (DSS o Decision Support Systems, y Sistemas Expertos).

5. En una fase que podríamos denominar fase final o actual, se pretende integrar la información con la estrategia corporativa, utilizando las nuevas tecnologías de información para concebir nuevas formas de diseño, fabricación y venta de productos o servicios tradicionales; nuevas formas de relacionarse con los clientes, y nuevas formas de competir y crecer.

VI. Funciones de un sistema de información empresarial

Un sistema de información empresarial, para alcanzar sus objetivos, ejecuta al menos tres actividades claramente diferenciadas (De Pablos et al, 2004).

- Recibe datos de fuentes internas o externas como elementos de entrada a un proceso. (INPUTS)
- Almacena información y actúa sobre los datos para generar y producir información. (PROCESSING)
- Distribuye información elaborada para el usuario final (directores, ejecutivos, administrativos, etc.). (OUTPUTS).

Por tanto, para ser eficaz, debe realizar de forma sistemática cuatro tipos de funciones generales: recogida y registro, acopio o acumulación, tratamiento o transformación y difusión de la información, (De Pablos et al, 2004).

1. Recolección y registro de la información

Es la actividad de registrar o captar información para que pueda ser utilizada de forma adecuada con posterioridad, sin errores y con el menor coste posible. Esta fase se materializa en la creación de un soporte físico adecuado al tipo de información a captar.

El principal problema de la recolección de información, consiste en la identificación de dicho soporte, lo cual supone además la elección de un código eficiente de representación de la información.

La codificación tiene como misión transcribir una información de forma literaria o extensa a una forma condensada y normalizada (por ejemplo, la partida doble en contabilidad o las respuestas de los estudiantes de la asignatura recogidas en la

hoja correspondiente al ejercicio tipo test), siendo el código un sistema simbólico que permite registrar cualquier tipo de información.

Para ser eficaz esa primera codificación, han de observarse tres reglas básicas:

- Simplicidad: el código ha de ser fácil de entender para evitar errores de interpretación o reducirlos al máximo.
- Seguridad de utilización: han de preverse todas las posibilidades a representar, para evitar confusión.
- Facilidad de acceso: el código representado debe ser de fácil lectura e interpretación.

Generalmente los códigos se clasifican en torno a categorías: los códigos significativos, o que se pueden interpretar por los usuarios de forma directa con una cierta preparación y los códigos de referencia, que se interpretan mediante tablas de correspondencia, que asocian a cada símbolo en el código algún tipo de información lineal.

2. Acopio o acumulación:

Consiste en agrupar informaciones recogidas en lugares o momentos diferentes del tiempo, en espera de ser tratadas en cantidades económicamente convenientes o en el momento más adecuado.

Desde un punto de vista general, la información contenida en un Sistema de Información puede ser de tres tipos diferentes:

- Informaciones elementales o datos de base, que representan todo tipo de informaciones que no han sufrido tratamiento alguno, excepto su registro en un soporte físico adecuado.
- Información elaborada o de resultados: información directamente utilizable por los miembros de la administración de la empresa para tomar decisiones.
- Información sobre tratamientos: definen operaciones de transformación a realizar sobre los datos de base y que permiten diseñar los procesos manuales o automáticos de obtención de los resultados anteriores.

3. Tratamiento o transformación de la información:

Supone la manipulación a efectuar con la información para pasar los datos de base a los resultados utilizando los medios concretos. Estas manipulaciones comprenden

operaciones o cálculos elementales efectuados en un orden determinado. Se pueden distinguir tres clases de operaciones de este tipo:

- Operaciones de orden o de clasificación a través de las que se ordena la información con arreglo a algún criterio establecido.
- Operaciones de cálculo elementales y de comparación.
- Operaciones de transferencia de información.

Uno de los problema más importantes a la hora de diseñar un sistema de tratamiento de la información, hace referencia a la selección de la información a tratar, esto es, la separación de la información que potencialmente es útil de la que no lo es.

4. Difusión de la información:

Consiste en crear informaciones elaboradas con vistas a su explotación para la dirección y gestión.

Una vez elaborada la información tiene que llegar a los lugares donde se adoptan las decisiones debiéndose almacenar de forma que esté accesible cuando necesite, ya que de nada sirve conocer la existencia de una determinada información si no se puede acceder a ella o se encuentra fuera de nuestro alcance.

El problema de la difusión consiste en responder a tres preguntas esenciales: cómo difundir los resultados, cuándo y a quién.

La difusión de la información debe realizarse de manera legible y en el soporte adecuado, en el momento en el que se precise, y a quienes la dirección de la compañía autorice a su acceso.

VII. Dirección estratégica: Sistemas Estratégicos.

Los sistemas estratégicos están orientados a soportar la toma de decisiones, facilitando las tareas de dirección y proporcionando a esta un soporte básico, en forma de mejor información, para el proceso de toma de decisiones. (De Pablos et al, 2004)

Se caracterizan estos sistemas porque no tienen carga periódica de trabajo, es decir su utilización no es predecible. Entre ellos se encuentran los siguientes:

ESS: Sistemas de soporte al Directivo (Executive Support Systems)

GDSS: Sistemas de Soporte a la Decisión en Grupo (Group Decision Support Systems)

VI.A Dirección táctica: Sistemas Tácticos

Los sistemas tácticos están especialmente diseñados, para soportar las labores de coordinación de actividades y manejo de documentación, facilitando consultas sobre información almacenada en el sistema, proporcionando informes y facilitando la gestión independiente de la información por parte de los niveles intermedios de la organización. (Amaya, 2010)

Algunos de los sistemas tácticos son los siguientes, (Amaya, 2010):

DSS: Sistemas de soporte a la Decisión (Decision Support Systems).

MRS: Sistema Generadores de informes para la Dirección (Management Reporting Systems). Anteriormente denominados MIS: Sistemas de Información para la Dirección o para la gestión (Management Information Systems).

TPS: Sistemas de Proceso de Transacciones (Transaction Processing Systems). También conocidos como EDP: Proceso Electrónico de Datos (Electronic Data Processing).

SE: Sistemas Expertos o SBC, Sistemas Basados en el Conocimiento.

OIS: Sistemas Ofimáticos (Office Information Systems).

IOS: Sistemas Inter-organizativos (Interorganizational Systems).

Los sistemas de Información para la Dirección, MIS también conocidos como de Generación de Informes para la Gestión, MRS (Management Reporting Systems), se conciben como respuesta a las necesidades asociadas a la toma de decisiones del nivel intermedio de la dirección y de los mandos del nivel operativo. Generalmente operan sobre la información generada por los TPS, pero en forma de resúmenes, consolidaciones, etc., por lo que producen información de tipo interno, estructurada y habitualmente en formatos predeterminados.

Los DSS, sistemas de ayuda a la decisión (Decision Support Systems), comprenden a su vez una variada tipología de sistemas caracterizados por su orientación a la resolución de los problemas asociados a la toma de decisiones: recuperación de información (estructurada o no) interna o externa, utilización de modelos de simulación o cálculo, presentación de la información, etc. Dentro de este grupo de

sistemas se encuentran tipologías de sistemas bastante establecidos como son los EIS (Executive Information Systems), los ESS (Executive Support Systems), etc., e incluso variantes que empiezan a surgir, como los GDSS (Group Decision Support Systems). También a las características de esta tipología responden muy a menudo los Sistemas Expertos.

Para completar la Clasificación anterior, debería incluirse la tipología de los sistemas ofimáticos, OIS (office Information Systems), esto es la integración de tecnologías y productos ofimáticos en los procesos del negocio.

Otra segunda clasificación de sistemas de información que podemos realizar es en función del área funcional de la empresa que los utiliza. Así tenemos sistemas de información para el área económico-financiera, para el área de producción, el de comercialización y el de recursos humanos.

A MANERA DE CIERRE

A lo largo de este artículo se habló sobre las características de un sistema de información y su relación con las Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC's), podemos mencionar que las diferencias que se pueden establecer entre sistemas de información y tecnologías de la información son que las TIC's son de carácter genérico y a disposición de las empresas según los presupuestos que puedan o quieran destinar a su obtención en el mercado o creación propia y, en cambio, el sistema de información empresarial es específico y exclusivo de cada organización, aspecto este de gran significación porque es aquí en donde las distintas compañías pueden obtener ventajas competitivas.

Es importante destacar, que si bien es cierto que las TIC's son importantes y necesarias, estas no son suficientes sin el adecuado desarrollo del aspecto cultural; es preciso un avance integrado de ambos aspectos.

Para que los sistemas de información faciliten y permitan alcanzar los objetivos de transformación de las organizaciones sean públicas o privadas, ellas deben convertirse en instrumentos o herramientas propulsoras de los procesos de transformación alcanzando el nivel óptimo que se necesita para su implementación. La Estrategia de la Organización, define las necesidades de información (SI) y estas definen a su vez las necesidades de TIC's las cuales mediante su progresiva implantación amplían el modelo mental en la elaboración de Estrategias de la Organización y en la definición de nuevas necesidades.

El COVID 19, atrajo la atención de expertos de diferentes especialidades, en el campo de la información no se quedó atrás y hoy la información es valorada como un bien intangible de alto valor para las organizaciones, pero también puso en evidencia a aquellas empresas (público y/o privadas) que tienen grandes carencias en el desarrollo tecnológico para procesar, almacenar y compartir toda la información que generan. No basta con tener mucha información, se requiere de utilizarla en la toma de decisiones para beneficio de la sociedad y de las organizaciones, es obvio decir que no todas las personas tienen la misma oportunidad de acceder a esta información.

En México hay 80.6 millones de usuarios de Internet, que representan el 70.1% de la población de seis años o más. Esta cifra revela un aumento de 4.3 puntos porcentuales respecto de la registrada en 2018 (65.8%) y de 12.7 puntos porcentuales respecto a 2015 (57.4 por ciento), lo anterior fue reportado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes según la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH 2019), los datos son interesantes, pero habría que conocer cuál es la calidad del acceso de internet. (SCT, 2020)

La misma encuesta reportó Las principales actividades de los usuarios de Internet en 2019 correspondieron a entretenimiento (91.5%), obtención de información (90.7%) y comunicación (90.6 por ciento). Los usuarios de Internet identificaron como principales problemas al conectarse a la red la lentitud en la transferencia de la información (50.1%), interrupciones en el servicio (38.6%) y exceso de información no deseada (25.5 por ciento). (SCT, 2020)

Las estadísticas de los párrafos anteriores nos dan una clara idea del aumento de las personas que tienen acceso al internet y que cada vez mes buscan información, si bien es cierto que un alto porcentaje de esta información es de entretenimiento u ocio, cada vez más se buscan datos, y seguramente con la Pandemia, las búsqueda de información empresarial, académica, médica, financiera se multiplicó a nivel mundial, lo que representa una gran oportunidad de la organizaciones para Gestionar e Implementar un Sistema de Información.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amaya Amaya Jairo (2010). Sistemas de información gerenciales. ECOE-Ediciones. Madrid.
- Bravo DG. 1994. Sistemas y tecnologías de la información en las organizaciones. Repercusiones para la administración. (Doctoral dissertation), Universidad de Alicante, España.
- Bouthillier France and Shearer Kathleen (2002). Understanding knowledge management and information management: the need for an empirical perspective. Information Research ISSN 1368-1613, Vol. 8 No. 1, October.
- Cash James Jr. Warren Mcfarlan F. y Mckenney James (1989). Gestión de los sistemas de información. Editorial Alianza. España.
- Cohen Daniel K. y Asín Lares Enrique (2000). Sistemas de información para los Negocios: Un enfoque de Toma de Decisiones. Mcgraw-hill / interamericana. Editores S.A de C.V. México.
- De Pablos Carmen, López Hermoso José, Romo S. Martín y Medina Jania (2004). Informática y comunicación en la empresa. Editorial ESIC. Universidad Rey Juan Carlos. España.
- DeLone, W. y McLean, E. (1992). Information systems success: The quest for the dependent variable. Information Systems Research, 3(1), 61–95. <http://dx.doi.org/10.1287/isre.3.1.60>
- DeLone, W. y McLean, E. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. Journal of Management Information Systems, 14(9), 9–30
- Domínguez Coutiño Luis Antonio (2012). Análisis de sistemas de información, Editorial RED TERCER MILENIO S.C., México.
- Gil Pechuan Ignacio, (1996). Sistemas y Tecnologías de la Información para la Gestión. McGraw-Hill / Interamericana. España.
- Haag, S. y Cummings, M. (2013). Management information systems for the information age (9th ed.). USA: McGrawHill Education.
- Lapiedra Alcamí Rafael, Devece Carañana Carlos y Guiral Herrando Joaquín (2011). Introducción a la gestión de sistemas de información en la empresa. Edita: Publicacions de la Universitat Jaume I. Departament D'Administració D' Empreses. España
- Laudon Kenneth C. y Laudon Jane P. (2012). Sistemas de Información Gerencial. Editorial PEARSON EDUCACIÓN, México.

Mcleod Raymond Jr. (2000). Sistemas de información gerenciales. Printice Hall. México.

Menguzzato, M. y Renau J. J. (1991): La Dirección Estratégica de la empresa. Un enfoque innovador del Management, Ariel, Barcelona.

Nolan Richard (2014). Executive team leardership in the global economic and competitive enviroment. (Routlede Studies in Leadership Research). Routlede-Editor. Estados Unidos.

O'brien James (2006). Sistemas de información gerenciales. Mc Graw Hill/Interamericana. México.

OPS (2020). https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52128/COVID-19FactsheetIS4H_spa.pdf?sequence=14

SCT (2020). <https://www.gob.mx/sct/articulos/cuantos-usuarios-de-internet-somos-en-mexico>.

CONDICIONES LABORALES Y CALIDAD DE VIDA: UN ACERCAMIENTO AL ESTADO DEL ARTE

DANIEL PÉREZ SOTO ROMERO¹, MILAGROS CANO FLORES²

RESUMEN

Esta revisión teórica tiene por objetivo conocer los últimos aportes realizados por la comunidad científica sobre el estudio de las variables: Condiciones laborales y Calidad de vida arriba mencionadas. Para ello, y con la finalidad de garantizar la calidad de las publicaciones analizadas se utilizó una metodología para la recopilación y selección de los textos. En primer lugar, se definieron palabras clave a utilizar en buscadores con la finalidad de acotar los resultados. Posteriormente, la investigación documental se centró en los resultados obtenidos de buscadores científicos con mayor reconocimiento como National Center for Biotechnology Information (NCBI), Researchgate, Elsevier, Dialnet, Google Académico, Redalyc y Scielo. Únicamente se tomaron en cuenta artículos actuales, dejando fuera capítulos de libro, artículos periodísticos y otras publicaciones que no cumplieran estrictos criterios metodológicos. Cabe mencionar que se tomaron en cuenta publicaciones en idioma inglés y español.

Como resultado se analizaron 10 publicaciones de autores de diferentes países donde se mencionaban las dos variables de estudio desde diferentes perspectivas y criterios metodológicos. Es importante resaltar que son pocas las publicaciones referentes a estos temas en conjunto, por lo que su estudio a profundidad resultaría de beneficio para las diversas áreas del conocimiento.

Palabras clave: Condiciones laborales, calidad de vida, Jornada laboral, Salud en el trabajo.

¹ Universidad Veracruzana. dperezsoto@uv.mx

² Universidad Veracruzana. mcano@uv.mx

ABSTRACT

The purpose of this document is to present the latest contributions made by the scientific community to the study of the variables *Work Conditions and Life Quality*. To this end, and in order to guarantee the quality of the publications analyzed, a methodology was used to compile and select the texts. At first, key words were defined to be used in search engines in order to limit the results only to the expected variables. Subsequently, the documentary research was limited to the results obtained from scientific search engines with greater recognition such as National Center for Biotechnology Information (NCBI), Researchgate, Elsevier, Dialnet, Google Scholar, Redalyc and Scielo. Only current articles were considered, leaving out book chapters, journal articles and other publications that did not meet strict methodological criteria. It is worth mentioning that publications in English and Spanish were taken into account.

As a result, 10 publications from different countries were analyzed where the two study variables were mentioned from different perspectives and methodological criteria. It is important to point out that there are few publications on these topics together, so their in-depth study would be of benefit to the different knowledge areas.

Key words: Working conditions, quality of life, working hours, occupational health.

INTRODUCCIÓN

Hablar de condiciones laborales es adentrarse en un concepto que se menciona de manera cotidiana en el día a día de las personas. Dicho concepto se tiene tan apropiado en nuestro léxico que en diversas ocasiones no se percibe la magnitud e importancia que tiene dentro de la calidad de vida de todas las personas. Es por ello, que surge la necesidad de conocer los últimos aportes realizados por la comunidad científica al estudio de dichos conceptos, esto para aterrizar los conocimientos y aplicarlos en beneficio de la sociedad.

Es por ello que este trabajo, integrado de tres apartados busca abonar a la comprensión de los conceptos y concentrar los esfuerzos de diversos autores a nivel mundial para conocer sus aportes y facilitar su comprensión.

En el primer apartado se localiza el proceso metodológico que se llevó a cabo para la selección y filtrado de publicaciones referentes a los conceptos abordados. Posteriormente, en el segundo apartado se plasman los hallazgos más importantes derivados de la investigación documental, dentro de los que destacan la metodología que siguieron los autores, las variables utilizadas y sus resultados más importantes. Para finalizar, se presenta el tercer y último apartado, donde el autor expone sus conclusiones y opiniones respecto a lo anteriormente mencionado.

CRITERIOS METODOLÓGICOS

Este apartado engloba el proceso llevado a cabo para la selección de publicaciones que forman parte de una investigación documental, relacionada con las variables de Condiciones Laborales y Calidad de Vida, con el objetivo de conocer los últimos aportes realizados por la comunidad científica al estudio de estos temas.

Los artículos seleccionados para su análisis, fueron localizados de forma electrónica teniendo como punto de partida los temas referentes a las variables de estudio, se tomaron en cuenta fuentes tanto en idioma español, como inglés. Para ello se utilizaron las siguientes palabras clave: “Condiciones laborales”, “Calidad de vida”, “Calidad de vida laboral”, “Jornada laboral”, “Salud en el trabajo”, “Condiciones laborales psicosociales”, “Condiciones laborales y calidad de vida”.

El primer criterio de búsqueda fue la fuente de la información, por lo que no se tomaron en cuenta publicaciones que no se alojaran dentro de bases de datos reconocidas como National Center for Biotechnology Information (NCBI), Researchgate, Elsevier, Dialnet, Google Académico, Redalyc y Scielo. Como segundo criterio, se aceptaron únicamente artículos de revistas científicas, por lo que cualquier trabajo no publicado, libros, o cualquier otra publicación que no cumpliera este criterio no fueron tomados en cuenta.

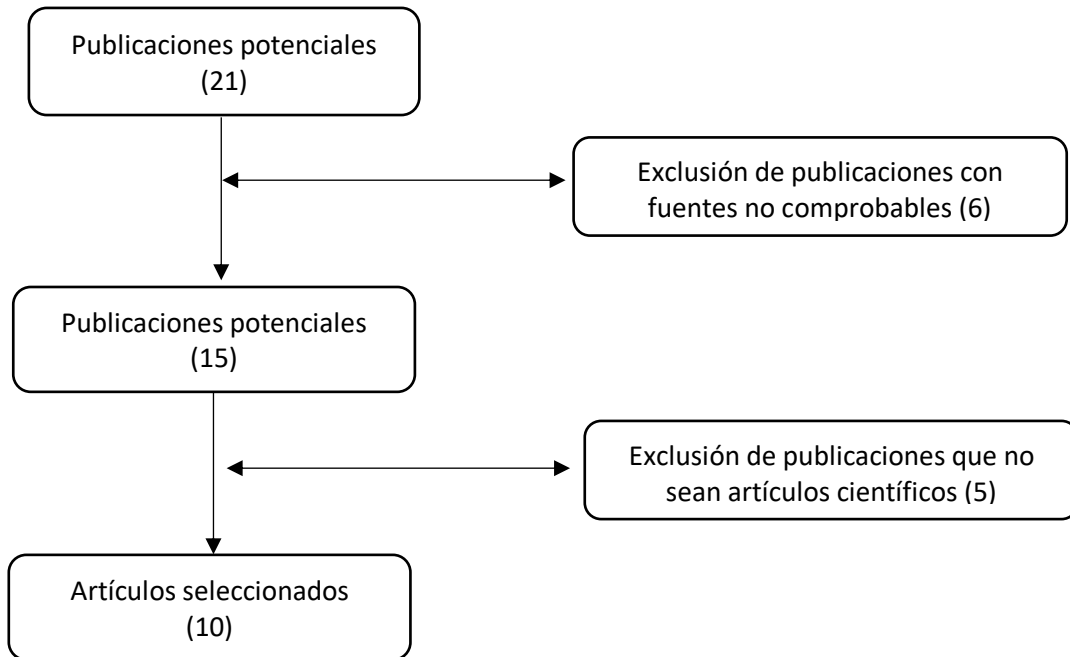


Figura 1. Proceso de selección de artículos

Fuente: Elaboración propia

En un primer momento se localizaron 21 artículos con temas relacionados, de los cuales se decidió excluir 6 de ellos al no poder comprobar la confiabilidad de su fuente. Por lo que únicamente se eligieron los procedentes de las fuentes antes citadas. De los 15 restantes, se procedió a eliminar las publicaciones que no cumplieran con el segundo criterio, teniendo como resultado la exclusión de cinco publicaciones más. Al final de este proceso, diez artículos cumplieron con los criterios establecidos inicialmente, estos se enlistan a continuación:

Autor (es)	Título	Revista	Año	País
Mariza Alves Barbosa Teles, Mirna Rossi Barbosa, Andréa Maria Duarte Vargas.	<i>Psychosocial work conditions and quality of life among primary health care employees: a cross sectional study</i>	<i>US National Library of Medicine National Institutes of Health</i>	2014	Estados Unidos
Sonja Drobnič, Barbara Beham y Patrick Präg	<i>Good Job, ¿Good Life? Working Conditions and Quality of Life in Europe</i>	<i>Springer Science</i>	2010	Alemania
Jessica Durán y Antonio Corral	<i>Working conditions and quality of life in Spanish workplaces</i>	<i>European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions</i>	2019	España

Autor (es)	Título	Revista	Año	País
José Ignacio Villar Navarro	Condiciones de trabajo y calidad de vida laboral en profesionales de la salud	Universidad Sevilla	2015	España
Sebastián Rinken	Condiciones laborales y calidad de vida de los inmigrantes en Andalucía	Calidad de Vida & Salud	2008	España
Laura Martínez Buelvas, Oscar Oviedo-Trespalcios y Carmenaza Luna Amaya	Condiciones de trabajo que impactan en la vida laboral	Salud Uninorte	2013	Colombia
S.V. Berkalov, E.V. Pluchevskaya y N.V. Koslova	<i>Quality of life - the factor of Russia success at present and in the future</i>	<i>SHS Web of Conferences</i>	2016	Rusia
Bum-Joon Lee, Shin-Goo Park, Kyoung-Bok Min, Jin-Young Min, Sang-Hee Hwang, Jong-Han Leem, Hwan-Cheol Kim, Sung-Hwan Jeon Yong-Seok Heo, and So-Hyun Moon	<i>The relationship between working condition factors and well-bein.</i>	<i>US National Library of Medicine National Institutes of Health</i>	2014	Corea del Sur
Sarang Bhola	<i>Relationship between Work Life Balance, Quality of Work Life and Quality of Life of Women Working in Service Industry.</i>	<i>Pravara Management Review</i>	2016	India
Baltazar Rodríguez Villanueva, Yolanda Mejía de León, Rosalva Diamantina Vásquez y Román Camacho	Calidad de Vida de los Trabajadores asalariados en la Zona Sur-Oriente de Saltillo, Coahuila, México	Revista Global de Negocios	2018	México

Cuadro 1. Artículos revisados

Fuente: Elaboración propia con base en la investigación documental

Una vez seleccionados, se procedió a la lectura de los artículos, su análisis y comentarios, mismos que se presentan a continuación.

PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

La primera lectura es una de las pocas localizadas hasta el momento en donde se relacionan las dos variables del estudio que se plantea desarrollar. Corresponde al artículo titulado “*Psychosocial work conditions and quality of life among primary health care employees: a cross sectional study*”, de Mariza Alves Barbosa Teles,

Mirna Rossi Barbosa, Andréa Maria Duarte Vargas, entre otros. Publicado en línea el día 15 de mayo de 2014 por la *US National Library of Medicine National Institutes of Health*.

Este estudio analiza a una población de 797 trabajadores de salud de primer nivel en una ciudad de Brasil. Para la recolección de información los investigadores utilizaron el WHOQOL-BREF se trata de un cuestionario probado para la medición de la calidad de vida en donde cada factor se evalúa mediante una escala Likert el Alfa de Cronbach para este instrumento fue de 0.82. Por otro lado, las condiciones de trabajo psicosocial se investigaron mediante el modelo *desequilibrio-esfuerzo-recompensa*. Para medir la asociación de las dos variables utilizaron a técnica de regresión logística múltiple.

Dentro de los resultados más importantes observaron mala calidad de vida en el 15% de los trabajadores. Los trabajadores que presentaron un mayor desequilibrio entre esfuerzo y recompensa en su trabajo, tuvieron mayor probabilidad de presentar mala calidad de vida, al igual que las personas que presentaron mayor compromiso en el trabajo. En conclusión, este artículo logra comprobar que existe una asociación entre las condiciones laborales psicosociales adversas y la mala calidad de vida entre los trabajadores de salud de primer nivel.

Para efectos de la presente investigación este artículo representa un antecedente importante ya que estudia la calidad de vida utilizando herramientas existentes que pueden representar una base sólida para la construcción del instrumento a utilizar. Y por otra parte, asocia dicha variable con las condiciones de trabajo psicosociales adversas, enunciado que aporta a la construcción de las hipótesis de este estudio. Cabe mencionar, que el trabajo citado toma en cuenta únicamente, las condiciones laborales psicosociales, mientras que el presente proyecto busca abordar dichas condiciones de forma general.

Otro estudio analizado, relacionado con las variables mencionadas es el artículo "*Good Job, ¿Good Life? Working Conditions and Quality of Life in Europe*" de Sonja Drobnič, Barbara Beham y Patrick Präg publicado el año 2010 en la revista *Springer Science*.

Este estudio busca comprobar si las condiciones laborales, que los autores abordan en dos clasificaciones, calidad del trabajo y condiciones de trabajo, contribuyen a la calidad de vida de trabajadores. Para ello, se analizaron trabajadores de nueve países de la Unión Europea. A diferencia del estudio mencionado anteriormente, la evaluación de la calidad de vida se realiza mediante los resultados de la encuesta Europea de Calidad de Vida, en específico la satisfacción con la vida. En este apartado concluyen que en los países más ricos la satisfacción con la vida que presentan sus habitantes, es mayor, y que la seguridad pública, la seguridad en el empleo, y la seguridad económica son los elementos clave que afectan directamente la calidad de vida. Mientras que las condiciones laborales se componen principalmente de autonomía en el trabajo, buena perspectiva de carrera y trabajo interesante.

Para la evaluación de las variables, se basaron en datos de la Encuesta Europea de Calidad de Vida (EQLS 2003). Los análisis se llevaron a cabo por sub muestras para cada país analizado, se implementó un cuestionario con escalas de uno a diez, con esto se evaluó la satisfacción con la vida, y por otro lado se preguntaron las horas laboradas semanalmente incluyendo horas extra remuneradas o no remuneradas, su modo de transporte habitual al trabajo, si existe responsabilidad de supervisar el trabajo de otros y el tipo de contrato que tenían (dicotómica para distinguir definido o indefinido). Además, se preguntó a los encuestados utilizando una escala de cinco puntos (muy de acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo / ni en desacuerdo, en desacuerdo o totalmente en desacuerdo) si su trabajo es demasiado exigente y estresante; si están bien pagados; si tienen una gran cantidad de influencia para decidir cómo hacer su trabajo, se investigó sobre presión de tiempo y trabajan en lugares peligrosos o poco salubres.

Este estudio resulta relevante, ya que aporta ideas para la medición de la variable de condiciones laborales. Otra aportación interesante para el presente proyecto radica en el análisis por sub muestras, esta idea se puede tomar para el muestreo ya que se considera estudiar diferentes empresas en diversas zonas de la región Xalapa.

Por último, un dato interesante que resalta en el estudio analizado es la evaluación de la dimensión de la jornada laboral de forma independiente contra la calidad de vida, ya que este es un tema de vanguardia que actualmente se analiza en diversos países, y podría enriquecer la presente investigación.

Por otro lado, se analizó el artículo titulado "*Working conditions and quality of life in Spanish workplaces*" escrito por Jessica Durán y Antonio Corral en octubre del 2009 y publicado por la *European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions*.

Dentro de los principales hallazgos, los autores reportan que aproximadamente un 23% de los sujetos estudiados indican que su trabajo está afectando su salud. Más de la mitad declaran que en su trabajo existe un representante de prevención de riesgos. El 71% considera estar expuestos a algún tipo de riesgo en su lugar de trabajo y el 27.5% comentan que por sus actividades laborales manejan sustancias peligrosas. Por otro lado, casi el 31% creen que el diseño de su lugar de trabajo carece de calidad. El 21% de los trabajadores españoles no cuentan con libertad suficiente para elegir el periodo en que tomarán sus vacaciones. El promedio de horas de trabajo a la semana se calculó en 39,9 horas.

Por otro lado, la encuesta sobre Calidad de Vida en el lugar de trabajo indica que el 70% de los trabajadores en España se sienten satisfechos con su trabajo, en su mayoría debido a la buena relación con los compañeros de trabajo, ambiente físico de trabajo y participación en la toma de decisiones. Esta dimensión resultaría interesante de estudiar en el contexto mexicano y realizar un análisis profundo de las diferencias de ambos resultados y sus posibles causas. También, de la misma encuesta se conoció que cinco de cada diez españoles consideran que su formación académica es útil o muy útil para desarrollar sus actividades laborales.

Los resultados de esta investigación muestran hallazgos interesantes, que irían en contra del sentido común, ya que normalmente se pensaría que las condiciones de trabajo adversas tendrían como efecto la insatisfacción de los trabajadores, que de forma agregada podría impactar su calidad de vida.

Las deducciones de este artículo, alientan aún más la realización de este proyecto de investigación ya que podría resultar de gran utilidad la comparación de los resultados de la variable de condiciones laborales, con su afín en otros países con la finalidad de generar discusión que genere aportes a la mejora de las condiciones laborales en nuestro país

Una constante que se ha identificado durante la revisión de estudios previos es la cantidad de artículos que abordan el tema de los profesionales de la salud. Tal es el caso de una publicación de la autoría de José Ignacio Villar Navarro, publicada por la Universidad de Sevilla, España en el año 2015 y que lleva por título “Condiciones de trabajo y calidad de vida laboral en profesionales de la salud” Esta publicación, incluye otras dos variables que hasta el momento no se habían localizado en estudios revisados. Estas son, *Burnout* y *Engagement*. Estos dos términos se mencionan en el objetivo general de la investigación, el cual se identifica como “analizar el efecto moderador que la resiliencia y la autoeficacia pueden tener sobre el *burnout* y el *engagement*, como precursores de la calidad de vida laboral.” (Villar Navarro & Leon Rubio, 2015, pág. 69). Entendiéndose este último concepto como “las condiciones y ambientes de trabajo favorables que protegen y promueven la satisfacción de los empleados mediante recompensas, seguridad laboral y oportunidades de desarrollo personal” (Lau 2000, en Segurado y Agulló, 2002, pág. 830).

Para fines de ese proyecto, el investigador definió una población de estudio de 4641 personas que, hasta la fecha de realización del proyecto, cumplieran con el perfil profesional adecuado para el estudio. Se obtuvo una muestra de 374 personas, para un 95% de confianza y el levantamiento de la información duró aproximadamente 5 meses

Durante el proceso de recopilación de información, se repartieron 706 cuestionarios, ya que el autor menciona, se calculaba que únicamente un 50% de los participantes accederían a contestar. De esa cantidad de cuestionarios, se recogieron únicamente 386, como se esperaba, la tasa de respuesta fue de 54.67%. De esta forma se logró alcanzar la cantidad mínima necesaria que indicaba la muestra.

Dentro de los resultados más importantes, Villar Navarro (2015), reporta que los trabajadores que mayor calidad de vida laboral presentan son los auxiliares, seguido de los enfermeros y por último los médicos. También que la resiliencia ejerce un efecto indirecto sobre la Calidad de Vida Laboral. Otro resultado interesante es que la resiliencia puede ejercer un efecto protector de la salud en personas que están expuestos a un fuerte estrés laboral. Por lo tanto, es importante implementar medidas para el desarrollo de esta característica con la finalidad de contrarrestar los efectos físicos del estrés laboral.

Este artículo aporta a la presente investigación un concepto que hasta este momento no había sido mencionado en el estado de arte revisado, este es “Calidad de Vida Laboral (CVL)”, el cual es útil para el análisis de algunas dimensiones de las condiciones laborales, puesto que la CVL es un conjunto de condiciones laborales y otros aspectos internos que impactan directamente al trabajador. Por otro lado, también propone escalas para medir diferentes aptitudes personales en los sujetos de estudio, que pueden servir como referencia para este proyecto de investigación.

Por otro lado, el Dr. Sebastián Rinken, en el año 2008, publica el artículo titulado “Condiciones laborales y calidad de vida de los inmigrantes en Andalucía”. Ese proyecto buscó conocer ¿Qué relación existe entre las dimensiones objetiva y subjetiva de la calidad de vida de los inmigrantes internacionales asentados en esa región de España? Centrándose en la situación laboral, se busca saber si existía una tendencia a declararse satisfechos con una situación objetiva manifiestamente mejorable.

El estudio se aborda sobre los resultados de la encuesta realizada a 1797 inmigrantes de Andalucía, España, en el año 2003 por el Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía (IESA-CSIC) acerca de “Necesidades de la población inmigrante en Andalucía (NEPIA)”

Este estudio utiliza un muestreo de tipo estratificado cruzado por zona de procedencia y zona de asentamiento. Para cada uno de las categorías establecidas se realizaron el mismo número de entrevistas. Esta encuesta se diseñó con la finalidad de obtener datos sobre la situación residencial de los encuestados, así

como su situación laboral y financiera. Y, con la intención de conocer también la dimensión subjetiva de la calidad de vida se abordaron temas de la convivencia vecinal, características del domicilio, estado de salud, trabajo y dinero disponible.

Para medir las condiciones laborales, el cuestionario utilizado incluyó cinco indicadores: Alto riesgo de accidentes o enfermedades; Disfrutar de descanso semanas, vacaciones y permisos; Cobrar puntualmente; Trabajar de noche; Trabajar días domingo o festivos. Para responder a estos indicadores se dieron tres opciones de respuesta: Habitualmente, ocasionalmente y nunca. Para los indicadores “Disfrutar de descanso semanal” y “cobrar puntualmente” se realizó una evaluación al revés que las demás, debido a la naturaleza de la pregunta.

Como resultados más importantes se reporta que los datos apuntan a un nivel de satisfacción “sorprendentemente alto”, paradójicamente en aquellos trabajadores que se encuentran expuestos a condiciones laborales especialmente adversas, esto podría deberse a la mejora de su calidad de vida al asentarse en un nuevo lugar de residencia. Resulta interesante el hecho se los inmigrantes que se encuentran en una situación laboral de empresario o autónomo, la mayoría de se declaran “a gusto” o “muy a gusto”, aun cuando sus condiciones laborales son “especialmente adversas”.

El análisis de este artículo ayuda significativamente al proceso de operacionalización de las variables de estudio, principalmente, en este caso de la variable condiciones laborales. Aporta indicadores que podrían utilizarse para la medición del concepto, así como también categorías que podrían implementarse para la clasificación de la información, su análisis y posterior interpretación.

El siguiente artículo revisado, es de la autoría de Laura Martínez Buelvas, Oscar Oviedo-Trespalacios y Carmenaza Luna Amaya. Se trata de una investigación documental titulada “Condiciones de trabajo que impactan en la vida laboral” publicado en el año 2013 en la Universidad del Norte, en Barranquilla, Colombia.

Dentro de los resultados más relevantes de estudio, destaca que el 76% de los artículos analizados por los autores, coinciden en la existencia de una estrecha relación entre las condiciones laborales y el impacto en la salud física y mental de los trabajadores (estos dos últimos conceptos, forman parte de las dimensiones de

la calidad de vida). Se menciona también, que, mediante un método de correlación, se identificó que las condiciones de laborales del cuerpo docente en universidades de Teherán, en Irán, son desfavorables, y repercuten de manera negativa en el personal. Otro hallazgo interesante, que aporta a este proyecto el estudio mencionado, es la categorización de la variable condiciones de trabajo. Considera condiciones contractuales y condiciones físicas, y concluye que éstas influyen directamente en la salud psicológica auto percibida por los empleados en Inglaterra y genera descontento por el número de horas que laboran que son 54 a la semana. De esto, se pueden extraer dos puntos interesantes, la salud psicológica como variable dependiente de las condiciones de trabajo. Y, por otro lado, el indicador de jornada laboral sale a relucir como elemento importante de la jornada laboral, ambos puntos se analizan a en este proyecto.

El siguiente artículo analizado es el titulado "*Quality of life - the factor of Russia success at present and in the future*" Este estudio, publicado por S.V. Berkalov, E.V. Pluchevskaya y N.V. Koslova en la SHS Web of Conferences Volumen 28 del año 2016, se enfoca al estudio de la calidad de vida, en el contexto ruso, como única variable. Para la evaluación de dicha variable, los autores toman la información del *Human Development Index* (HDI) de las Naciones Unidas. e identificaron indicadores específicos para medir el concepto de Calidad de vida, de los que resaltan los siguientes: 1) Nivel de vida; 2) Nivel de desarrollo de la infraestructura social; 3) Estado ecológico del ambiente; 4) Estado de salud; 5) Seguridad personal; 6) Nivel educativo; 7) Calidad de la vivienda; 8) Calidad de ocio y descanso; 9) Familia; 10) Condición económica del territorio; 11) Situación demográfica y 12) Confianza social. Dentro de las conclusiones, los autores mencionan que el nivel de vida, concepto que hasta el momento no se había tratado en este documento, es una composición de ingresos y gastos (el primer elemento directamente relacionado con las condiciones laborales) de la población, en donde también se incluyen aspectos como oportunidades, nivel educativo, motivación etc. Influye de forma directa en la calidad de vida y el bienestar de las personas.

Durante todo el proceso de revisión documental, se buscó integrar el resultado de lecturas que tuvieran una importante similitud con el presente proyecto de

investigación, ya sea en variables, instrumentos, población objetivo entre otros. Para ello, se continuó con el análisis de un documento de la autoría Bum-Joon Lee, Shin-Goo Park, Kyoung-Bok Min, Jin-Young Min, Sang-Hee Hwang, Jong-Han Leem, Hwan-Cheol Kim, Sung-Hwan Jeon Yong-Seok Heo, and So-Hyun Moon. Todos integrantes del Departamento de Medicina Ocupacional, de la Universidad de Inha en Corea del Sur. Publicado el día 4 de noviembre de 2014 en la *US National Library of Medicine National Institutes of Health*, titulado: *The relationship between working condition factors and well-bein.* (Lee, y otros, 2014). Los autores comentan que se utilizó una muestra de la Encuesta de Condiciones de Trabajo de Corea realizada en el 2010. Su objetivo fue el de reunir información exhaustiva sobre las condiciones de trabajo de ese país para conocer los factores que afectan a los trabajadores y calidad de vida laboral. Para ello, se usó un muestreo aleatorio a nivel nacional tomando en cuenta a la población económicamente activa de 15 años o más, excluyendo jubilados, desempleados, amas de casa y estudiantes. Así como también se excluyeron trabajadores por cuenta propia o participantes de negocios familiares. Por otro lado, el bienestar fue medido con base en el Índice de Bienestar de la OMS que consta de cinco ítems redactados de forma positiva y donde cada una se responde con presencia o ausencia de bienestar.

Para el análisis estadístico de los datos obtenidos se utilizó el software SPSS versión 14.0. Los autores realizaron un análisis descriptivo de información sociodemográfica. Se utilizó el coeficiente de chi-cuadrada entre cada factor y el bienestar. Los autores encontraron que el bienestar fue significativamente mayor cuando se encuentran satisfechos con sus condiciones de trabajo, también cuando sus horas de trabajo reales son las mismas que sus horas programadas y cuando su empleo es estable. Derivado de esto, el estudio apoya la asociación entre los factores de las condiciones de trabajo y el bienestar de los trabajadores.

Estas conclusiones resaltan la importancia de analizar a profundidad tres dimensiones de la variable de condiciones de trabajo; Jornada laboral real y contractual, estabilidad en el empleo y satisfacción con las condiciones de trabajo en general. También, este estudio refuerza la hipótesis de la posible relación que existe entre las condiciones laborales y la calidad de vida.

El siguiente estudio, publicado en la India, en la revista *Pravara Management Review*, en 2016 por Sarang Bhola, bajo el título: *Relationship between Work Life Balance, Quality of Work Life and Quality of Life of Women Working in Service Industry*.

El objetivo del trabajo fue evaluar el papel de la Calidad de Vida Laboral en el mantenimiento del Equilibrio entre la vida y el trabajo. Y, al mismo tiempo, estudiar el impacto de la calidad de vida laboral en la calidad de vida, La población a estudiar para dicho estudio, fueron las mujeres que trabajan en el sector industrial. Para dicho trabajo se manejan dos hipótesis nulas, una para cada objetivo. La primera, es que no hay una diferencia significativa entre el balance vida trabajo y la calidad de vida laboral. La segunda, es que no hay una diferencia significativa entre Calidad de vida laboral y Calidad de Vida, ambas para mujeres que trabajan en la industria de servicios. Se contó con una muestra de 379 mujeres y la información se recabó mediante un proceso de muestreo por cuotas

El análisis estadístico de la información se realizó por medio de porcentajes simples, desviaciones medias y estándar y pruebas t para muestras pareadas. Con esto se lograron identificar las siguientes conclusiones relevantes:

Un alto grado de calidad de vida laboral, se relaciona positivamente con el balance vida-trabajo. Es decir, a mejor calidad de vida laboral, mejor es el balance entre la vida y el trabajo.

Derivado de la conclusión anterior, el autor infiere que también existe una relación directamente proporcional entre la calidad de vida laboral y la calidad de vida de las mujeres trabajadores del sector industrial de servicios.

Después de una revisión teórica de las condiciones laborales y calidad de vida en México, se identificó que existen muy pocos estudios en el país que relacionen estas dos variables. Un estudio interesante de analizar en el contexto mexicano fue publicado en la Revista Global de Negocios en al año 2018 por Baltazar Rodríguez Villanueva, Yolanda Mejía de León, Rosalva Diamantina Vásquez y Román Camacho, y se titula: "Calidad de Vida de los Trabajadores asalariados en la Zona Sur-Oriente de Saltillo, Coahuila, México".

Se trata de un estudio que tiene como variable principal la calidad de vida, sin embargo, utiliza también como variables, algunas dimensiones que componen las condiciones tales como, medio ambiente físico, tecnológico, contractual, productivo y profesional.

Los autores reportan que se trató de una investigación no experimental, transversal. El análisis de los datos se realizó de forma descriptiva. Utilizaron un instrumento compuesto de 28 indicadores, con escalas *Likert*, diferencial semántico, preguntas dicotómicas y de selección simple. Los datos fueron analizados con el software SPSS versión 20. Para ello se tuvo una población total de 10,000 trabajadores, calculada en función del número de viviendas en el sector suroriente de la ciudad de Coahuila y asumiendo que en cada vivienda habita por lo menos un jefe de familia que labora.

Dentro de los hallazgos más importantes, los autores reportan que contrario a la creencia popular, el salario de los trabajadores que componen la muestra estudiada no depende del grado de estudios del trabajador.

Por otro lado, se encontró que el promedio de horas trabajadas es de 48, la mayoría de los trabajadores laboran 8 horas diarias. En este apartado los autores reportan que las mujeres trabajan más horas a la semana que los hombres.

Referente a la calidad de vida, se menciona que la mayoría de los trabajadores cuentan con activos materiales indispensables en su vivienda, tales como teléfono celular, automóvil, computadora con conexión a internet, televisión por cable y refrigerador. Con esto, aunado a otras variables, concluyen que las condiciones de vida de los trabajadores de ese sector son buenas.

Ese estudio, al igual que este proyecto busca analizar la calidad de vida de trabajadores, aunque con diferentes enfoques, ya que el estudio mencionado se enfoca únicamente en condiciones de vivienda y activos materiales. Resultaría interesante analizar otras dimensiones para la medición del concepto de calidad de vida, es importante para ello no dejar de lado factores como la salud física y psicológica, las relaciones sociales y algunas otras condiciones ambientales que podrían enriquecer este estudio

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el análisis de los antecedentes de investigación es posible concluir que las dos variables presentes en este estudio han sido abordadas en estudios de diversos países, con diferentes objetivos, metodologías y resultados variados según el contexto. Algo importante a resaltar, es la baja presencia de trabajos que abordan la correlación de ambas variables o que tengan por objetivo alguna metodología al respecto de ellas, por lo que resultaría importante que a partir de los resultados obtenidos en las investigaciones existentes se diseñen proyectos complementarios con la intención de ahondar más en estos temas de relevancia para la sociedad actual.

Aterrizándolo al contexto inmediato, se localizó durante la realización de la investigación documental únicamente una publicación al respecto realizado en México que utiliza las dos variables presentes en este proyecto. Ante esto no se duda de la existencia publicaciones con estas características en el país que pudieron no considerarse para este documento por razones relacionadas con los motores de búsqueda seleccionados, el tipo de publicación o algún otro criterio que pudo dejarlos fuera, a pesar de ello, la cantidad de documentos en México al respecto de estos fenómenos de estudio es extremadamente baja respecto a otros países.

Lo anterior podría relacionarse con una falta de interés del sector académico en el país por el estudio de estos temas por diversas razones. Se podría mencionar que hoy en día se está dando prioridad a otro tipo de estudios en el sector de las ciencias administrativas, como podrían ser las investigaciones relacionadas con la productividad, clima organizacional, calidad de vida laboral entre otros. Ante esto es importante señalar que no se debe dejar de lado el estudio de la relación de fenómenos laborales con la calidad de vida ya que el objetivo principal del trabajador es poder desempeñarse profesionalmente con la finalidad de mejorar su vida diaria. Por otro lado, la falta de estudios respecto a estas variables se podría deber a la falta de interés de las empresas en conocer el estado que guarda la calidad de vida de sus colaboradores y la renuencia a ser analizados de manera externa. Por lo tanto, resulta importante dar mayor difusión a las tareas académicas de

investigación y hacer énfasis en los beneficios que esta puede traer, no solo a la teoría referente a las ciencias administrativas, sino también al mejoramiento de las actividades de los trabajadores dentro de sus organizaciones.

Lo expresado anteriormente son hipótesis que han surgido como resultado de la lectura de los trabajos aquí expuestos y puede ser utilizado como fundamento para el diseño e implementación de investigaciones futuras dada la importancia de las condiciones laborales en el día a día de los trabajadores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barboza, M., Duarte, A., & Elizangela, V. (2014). Psychosocial work conditions and quality of life among primary health care employees: a cross sectional study. *US National Library of Medicine*.
- Berkalov, S., Pluchevskaya, E., & Koslova, N. (2015). Quality of life - the factor or Russia success present and in the future. *SHS Web of Conferences*, 1-4.
- Bhola, Sarang, & Nigade. (2016). Relationship between Work Life Balance, Quality of Work Life and Quality of Life of Women Working in Service Industry. *Pravara Management Review*, 30-45.
- Buelvas, L., Oviedo-Trespalacios, O., & Luna, C. (2003). Condiciones de trabajo que impactan en la vida laboral. *Salud Uninorte*, 542-560.
- Drobnič, S., Beham, B., Präg, P. (2010). Good Job, ¿Good Life? Working Conditions and Quality of Life in Europe. *Springer Science*.
- Durán, J., & Corral, A. (2009). Working conditions and quality of life in Spanish workplaces. *European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions*.
- Lee, B., Park, S., Min, K., Min, J., Hwang, S., Leem, J., . . . Moon, S. (2014). The relationship between working condition factors and well-bein. *Analys of Occupational and Environmental Medicine*, 26-34.
- Rinken, S. (2008). Condiciones laborales y calidad de vida de los inmigrantes en Andalucía. *Calida de vida y Salud*, 52-66.
- Rodríguez, B., Mejía, Y., Vásquez, R., & Camacho, R. (2018). Calidad de vida de los trabajadores asalariados en la zona Sur-Oriente de Saltillo, Coahuila, México. *Revista Global de Negocios*, 13-36.
- Villar Navarro, J., & Leon Rubio, J. (2015). Condiciones de trabajo y calidad de vida laboral en profesionales de la salud. Sevilla: Universidad de Sevilla

REGIMEN DE INCORPORACIÓN FISCAL: IMPACTO GENERADO EN EL COMERCIO INFORMAL Y RECAUDACIÓN DE IMPUESTOS

JANETH PÉREZ MARTÍNEZ¹, VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY².

RESUMEN

La informalidad de pago de impuestos de un país no radica en la integración de nuevos regímenes fiscales, sino, la falta de orientación adecuada en los contribuyentes de las microempresas para conocer sus obligaciones y su correcta ejecución. Es por ello que cada reforma de regímenes fiscales provoca descontrol y ambigüedad en la correcta recaudación de impuestos, provocando que los contribuyentes trabajen de manera informal o evadiendo sus obligaciones por falta de conocimiento y correcta orienta fiscal. Un régimen fiscal definido sin modificaciones frecuentes, con procedimientos establecidos para un mejor entendimiento de los microempresarios en materia fiscal, permitiría una mejor cultura en el ámbito tributario.

Palabras clave: *impuestos, regímenes, contribuyentes.*

ABSTRACT

The informality of paying taxes in a country does not lie in the integration of new tax regimes, but rather, the lack of adequate guidance in microenterprise taxpayers to know their obligations and their correct execution. That is why each reform of tax regimes causes lack of control and ambiguity in the correct collection of taxes, causing taxpayers to work informally or evading their obligations due to lack of knowledge and correct tax guidance. A tax regime defined without frequent modifications, with established procedures for a better understanding of microentrepreneurs in tax matters, would allow a better culture in the tax field.

Keywords: *taxes, regimes, taxpayers.*

¹ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior De Ciudad Hidalgo
jmartinez@cdhidalgo.tecnm.mx

² Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior De Ciudad Hidalgo
adelgado@cdhidalgo.tecnm.mx

INTRODUCCIÓN

El Cuerpo Académico en Formación *Gestión Estratégica para el Desarrollo Organizacional* clave TecNM ITESCH-CA-5 de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial del Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo, cultiva trabajos de investigación en una sus Líneas de Generación de Aplicación del Conocimiento (LGAC) *Administración en las MiPyMEs*; los docentes-investigadores que conforman el CA presentan en este espacio, la propuesta de metodología de investigación del tema *Régimen de Incorporación Fiscal: impacto generado en el comercio informal y recaudación de impuestos*.

El comercio es la actividad socioeconómica que consiste en el intercambio de bienes materiales que sean libres en el mercado, a través del proceso de compra-venta; ya sea para un posterior uso, venta o transformación del bien adquirido. Frecuentemente se pueden encontrar pequeñas empresas donde los propietarios no saben lo que deben hacer, con temas relacionados desde sus derechos y obligaciones hasta como realizar sus actividades.

En México se tiene un problema en el cobro de las contribuciones, el cual origina una baja recaudación; así mismo se ve un limitado desarrollo económico. Se sabe que esta situación proviene de la falta de una cultura tributaria.

En el año 2013 el Ejecutivo Federal presenta su iniciativa de Reforma Hacendaria en la cual queda contemplado la creación de un nuevo régimen para las personas físicas (Diario Oficial de la Federación, 2013); con la intención de incorporar a la formalidad a las personas que se encuentran trabajando de manera informal en el País. Sin embargo, 7 años de su implementación se visualiza que su estrategia para poder pasar de lo informal a lo formal, así como una mejor de recaudación y un desarrollo económico, no se han visualizado; tal es el grado que, los objetivos planteados no se han alcanzado, por lo que la estrategia parece ser, como otras anteriores, inadecuada.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el presente análisis de Régimen de Incorporación Fiscal, se pretende ver porque en todos estos años no se logró el objetivo esperando; tan el grado, que ahora se quiere optar por una nueva Reforma para darle un giro a este régimen con la iniciativa “Derogación del Régimen de Incorporación Fiscal” que entrara en vigor en el año 2022.

Se deroga el Régimen de Incorporación Fiscal con la finalidad de sustituirlo con el nuevo Régimen Simplificado de Confianza, en el cual se propone que tributen los contribuyentes con actividades empresariales.

Mediante un artículo transitorio de la Iniciativa Reforma Fiscal 2022 (Banco de México, 2021) se establece que los contribuyentes que tributen en el Régimen de Incorporación Fiscal al 31 de agosto de 2021, podrán optar por continuar pagando sus impuestos a partir del 1º de enero de 2022 conforme a lo establecido en la Sección II del Capítulo II, del Título IV de la Ley del Impuesto sobre la Renta (“LISR”) en el artículo 5-E de la Ley del Impuesto al Valor Agregado (“LIVA) y el artículo 5-D de la Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (“LIEPS”), así como continuar aplicando el esquema de estímulos en materia del IVA y del IEPS, durante el plazo de permanencia establecido en la LISR vigente hasta el 2021, cumpliendo con los correspondientes requisitos (Fisco Agenga ISEF, 2019)

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Interrogante General

¿Cuál es la principal causa de que no se esté cumpliendo los objetivos que se tenían planteados con la integración del Régimen de Incorporación Fiscal?

Interrogantes Específicos.

- a) ¿Se puede considerar que el País de México no tiene un crecimiento económico por causa de la informalidad de las empresas?
- b) ¿La falta de la Cultura Tributaria en las empresas conlleva a un retraso de la percepción de sus contribuciones?
- c) ¿Será una buena estrategia derogar el Régimen de Incorporación Fiscal para incluir uno nuevo?

HIPÓTESIS

La inadecuada aplicación de los impuestos y la falta de cultura tributaria contribuye al desánimo de los contribuyentes de las microempresas en aportar y cumplir lo que se establece en el Artículo de 31 Fracción 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: Contribuir para los gastos públicos, así de la Federación, como de los Estados, de la Ciudad de México y del Municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes.

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Se enfoca al análisis de causas en el incumplimiento de la recaudación de impuestos en las microempresas, haciendo referencia a los cambios que se van surgiendo en las Reformas de los Regímenes en las que se van incorporando para que se pueda llegar a la formalidad.

JUSTIFICACIÓN

Se cree que las microempresas son la causa del bajo crecimiento económico del país porque no contribuyen al gasto público, es por ello, que se opta por incluirlas a un Régimen que les otorgue facilidades para que incurran en la formalidad, sin embargo, este proceso se modifica cada vez que se cree necesario, creando desconcierto en la implementación de cada nuevo Régimen Fiscal, el cual, se nota que no ha sido la mejor estrategia, debido a que la mayoría de los contribuyentes siguen en la informalidad, ya no del registro fiscal, sino del pago de los impuestos.

MARCO TEÓRICO

La informalidad, es una consecuencia de toda actividad formal, surge con la creación de micros y pequeñas empresas que no cumplen con las regulaciones para su establecimiento y por ende no están registradas ante el gobierno.

De este modo se puede afirmar que el nivel de ingresos y las condiciones de trabajo difieren entre aquellas personas que se dedican a reciclar basura en las calles y aquellos que son contratados para producir prendas de vestir en sus hogares, aquellos que venden mercancía en las calles y aquellos que procesan datos de

manera temporal. Aun dentro de estas diferentes actividades dentro de la economía informal existe una segmentación según el sector de la economía, el lugar de trabajo y el estatus del empleo, y dentro de estos segmentos de acuerdo con el grupo social y el género. Pero aquellas personas que trabajan de manera informal tienen un común denominador: carecen de seguridad social y de protección jurídica. (Arroyo, 2021).

Se considera también que la informalidad puede venir de lo que es la evasión y la elusión fiscal; ya que esto puede hacer sentir que con desconfianza a los contribuyentes que están integrados en el sistema tributario.

Otro factor que influye negativamente en la falta de confianza a los organismos fiscales es la ausencia de una cultura fiscal, considero que las bases para crear una consciencia para el pago de contribuciones se tendría que enseñar desde la educación básica, el desconocimiento de la obligación a contribuir establecida en el artículo 31, fracción IV, constitucional, del Código Penal Federal sobre delitos como el contrabando y la piratería y la falta de información de los beneficios por aportar al gasto público tienen como consecuencia que los participantes del sector informal, en su mayoría gente con poca preparación, ignore la importancia de cumplir con este deber ciudadano. También se puede establecer que los gobiernos federal y estatal no hacen demasiado esfuerzo por erradicar estas prácticas.

El ejercicio del poder tributario y la actuación de las autoridades en esta materia deben seguir determinados lineamientos que la propia Constitución y las leyes establecen. No es posible pensar que la autoridad por el simple hecho de serlo, pueda actuar a su libre arbitrio.

Es por ello que del análisis de las disposiciones constitucionales los estudiosos del Derecho han derivado una serie de reglas básicas que deben observar las autoridades tanto legislativas como administrativas, en el ejercicio de sus funciones. Estas normas básicas tienen su origen en la norma fundamental de nuestro sistema jurídico, es decir en la Constitución.

De esto se desprenden los principios: Legalidad, obligatoriedad, vinculación con el gasto público, proporcionalidad y equidad, residencia y anualidad. Los cinco

primeros se consagran en la fracción IV del artículo 31 y el último, en la fracción IV del artículo 74 ambos preceptos de la Ley Suprema de Toda la Unión.

OBJETIVOS

Objetivo General

Identificar la causa de que no se esté cumpliendo los objetivos que se tienen planteados con la integración del Régimen de Incorporación Fiscal.

Objetivos Específicos.

- a) Analizar que la informalidad de las empresas repercute en el crecimiento económico del país de México.
- b) Considerar que la falta de la cultura tributaria en las empresas conlleva a un retraso de la percepción de sus contribuciones
- c) Comprobar que la derogación del Régimen de Incorporación Fiscal no es buena estrategia para incluir una nueva.

MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo presenta un método de investigación cualitativa, útil para analizar datos utilizados en las ciencias sociales y adquirir un conocimiento profundo a través del análisis de textos.

RESULTADOS

Se analizan los resultados obtenidos de la recaudación de impuesto bajo el Régimen de Pequeños Contribuyentes “REPECOS”, así mismo con el Régimen de Incorporación Fiscal; para determinar si es buena estrategia reformar para implementar un nuevo Régimen.

Los regímenes especiales representan una fuga importante de ingresos que debería recaudar el Gobierno Federal; por ejemplo, el número de empresas que se consolidan en grupos, han aumentado considerablemente y se estima que la consolidación reduce un promedio de 30% del Impuesto Sobre la Renta (ISR) de los grupos.

El problema es que, una proporción importante de población no paga impuestos o paga cantidades muy simbólicas, pues en el año 2004, de una Población Económicamente Activa (PEA) DE 45.7 millones, según estimaciones del Consejo Nacional de Población (CONAPO), cerca del 50% (23 millones) son contribuyentes activos registrados en el Servicio de Administración Tributaria, de los cuales 14.5 millones son personas físicas y 8.5 millones son personas morales. De acuerdo a este porcentaje de personas físicas que pagan impuestos es de 41% (5.9 millones), lo cual pone en evidencia que un grave problema lo constituye la evasión fiscal, y con ello a los pequeños comerciantes (Lara, 2009).

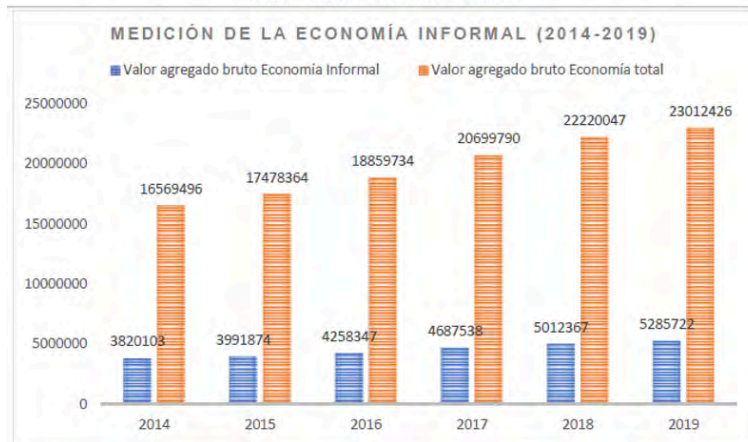
El comercio informal ha ganado mucho terreno, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) 29.6 millones de contribuyentes están insertos en la economía informal, la incorporación a la legalidad de contribuyentes como lo son entre otros vendedores ambulantes, los que se encuentran en establecimientos fijos o semifijos, constituían un reto para las autoridades.

Se enviaron 3.2 millones de cartas informativas a los que eran Régimen de Pequeños Contribuyentes (REPECOS), quienes de manera automática pasaron el 1 de enero de 2014 a formar parte del Régimen de Incorporación Fiscal (RIF) (Cabezas, 2017).

El número de Contribuyentes que integraba a los REPECOS según datos del SAT era de 3,886,294 al cierre del primer trimestre de 2013. Dos años más tarde el número de Contribuyentes que integraba al RIF era de 4, 356,478, lo cual significó un incremento en la base de Contribuyentes del 12.09%, desde su creación; es decir, en los 15 meses que tiene de vigencia el RIF, la base de Datos de contribuyentes creció en 470,184, a un ritmo promedio de 31, 346 contribuyentes mensualmente. (CEFP, 2015)

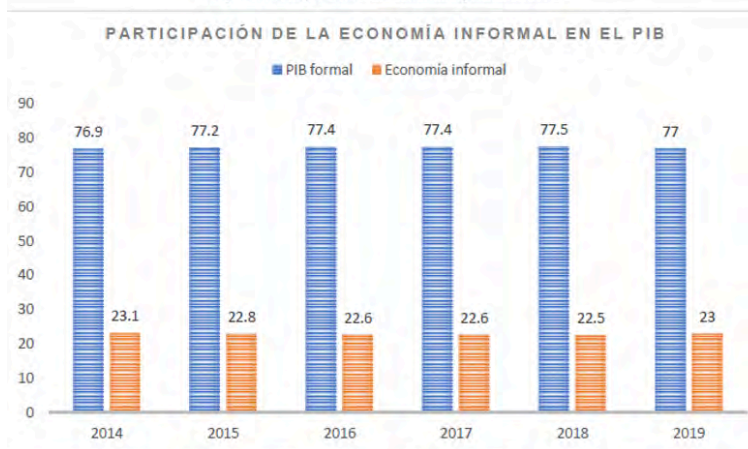
Como se observa en la Gráfica 1, desde la implementación del RIF en el año 2014, se ha tenido un crecimiento sostenido de la base de contribuyentes que han optado por la formalidad, por lo que se puede afirmar que se cumplió en su momento con el objetivo de encausar a más personas que cuentan con microempresas y con trabajadores a llevar un control más profesional de sus operaciones comerciales y contables y a gozar de beneficios de seguridad social y de vivienda. (Arroyo, 2021)

Gráfica 1 Medición de la economía informal



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI Sistema de Cuentas Nacionales de México ((INEGI), 2021)

Gráfica 2 Participación de la Economía Informal en el PIB



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI Sistema de Cuentas Nacionales de México

Los resultados de la gráfica 1 y gráfica 2; muestra que se obtuvo una mejora en la económica informal, ya que se redujo la informalidad en los años 2015 al 2018, en el año 2019 se visualiza un incremento en la participación informal en el Producto Interno Bruto (PIB); así mismo con la participación del Impuesto al Valor Agregado bruto.

El Régimen de Incorporación Fiscal se creó con el objetivo de aumentar la recaudación Fiscal; así como eliminar la informalidad en los contribuyentes; pero solo se muestra el lado positivo y no se manejan las desventajas o bien el costo en el que se incurrirá el llevarlo a su aplicación. Las gráficas presentan las estadísticas de que si hubo un incremento en la recaudación.

Gráfica 3 Padrón del Régimen de Incorporación Fiscal (número de contribuyentes)



Fuente: Elaboración propia con datos del padrón por régimen del SAT.

Las estadísticas muestran que se ha mantenido un incremento en la recaudación, como en el período de enero a septiembre de 2019, donde se obtuvieron recursos por 6,779 millones de pesos, lo que representó un incremento del 8.7%, en términos reales, respecto a los 6,004 millones de pesos del mismo periodo de 2018 ((Arroyo, 2021)

El contraste aparece cuando se compara los estímulos que el gobierno le otorgó al RIF en el 2019, siendo por 19,050 millones de pesos, 12% más que los 20,846 millones que se destinaron en el 2018 (Arroyo, 2021).

De este análisis se concluye que el RIF le está costando al SAT casi 3.5 veces más de lo que recauda. Además, en condiciones de afirmar con respecto a la recaudación que la política fiscal aplicada por el Estado Mexicano contra la informalidad no es la correcta, puesto que no se ha recaudado más de lo que se invierte, por lo consiguiente existe un tipo de subsidio al sector informal.

Por otro lado, el Informe Tributario y de Gestión del tercer trimestre del 2019 indica que, de los 5 millones 333,995 contribuyentes inscritos en el RIF, 42.9% son comerciantes minoristas.

Un reporte del SAT de febrero de 2021; (Financiero, 2021) explicó que derivado de una revisión a todos los registros de contribuyentes del RIF, dio de baja a más de 2 millones de registros por encontrar diversas irregularidades y anomalías, tales como empresas fantasmas que facturaban grandes cantidades de dinero, contribuyentes que facturaron ingresos y no presentaron declaraciones bimestrales, contribuyentes

que ya habían fallecido, entre otras. Por lo que de los 5.3 millones de contribuyentes que formaban parte del padrón del RIF a diciembre de 2020 solamente 2.2 millones tenían actividad. Finalmente, el padrón pasó a tener de 5.3 millones de contribuyentes a solamente 3.1 millones. (Arroyo, 2021).

Con la información que proporciona las gráficas; así como los informes se puede concluir que cuando se quiere adoptar algo nuevo como es en este caso la aplicación de un nuevo Régimen; siempre se proporcionarán las ventajas del mismo sin un análisis de las desventajas; las cuales irán apareciendo con el paso del tiempo y en los resultados se van a ir reflejando; lo cual terminará confirmando que el recurrir a nueva modificación o adecuación de un Régimen no traerá la solución para obtener una mejor recaudación de impuestos así como una disminución de la evasión; ya que para ello se tiene que hacer un análisis realmente profundo de que es realmente adecuado para poder tener una mejor solución y así los contribuyentes tengan una Cultura Tributaria adecuada y con ello puede dejar de caer en la informalidad.

Con el análisis de la información presentada en el presente trabajo de investigación, se concluye que la hipótesis planteada se aprueba: La inadecuada aplicación de los impuestos y la falta de cultura tributaria contribuye al desánimo de los contribuyentes de las microempresas en aportar y cumplir lo que se establece en el Artículo de 31 Fracción 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: Contribuir para los gastos públicos, así de la Federación, como de los Estados, de la Ciudad de México y del Municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- INEGI, (2021). Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/temas/pibmed/>
- Arroyo, V. A. (2021). El Regimen de Incorporación Fiscal y sus efectos en la Política Fiscal para convativir la informalidad.
- Banco de México. (10 de septiembre de 2021). Resumen de la iniciativa de Reforma Fiscal para 2022. México. Obtenido de <https://www.bdomexico.com/es-mx/publicaciones/flash-fiscal/resumen-de-la-iniciativa-de-reforma-fiscal-para-2022>
- Cabezas, H. M. (2017). *Manual Para la Presentación de la Declaración del ISR e IVA En el Régimen de Incorporación Fiscal*. Texcoco, Estado de México.
- CEFP, C. d. (Mayo de 2015). *Cefp.gob.mx*. Obtenido de <https://www.cefp.gob.mx/publicaciones/documento/2015/mayo/cefp0102015.pdf>
- Diario Oficial de la Federación. (9 de diciembre de 2013). Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Código Fiscal de la Federación. México.
- Financiero, E. (21 de Febrero de 2021). Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/sat-rasura-2-2-millones-de-registros-de-contribuyentes-del-rif-por-irregularidades/>
- Fisco Agenga ISEF. (diciembre de 2019). Ley de IEPS, Ley de IVA, Ley de ISR. (1a). (S. Ediciones Fiscales ISEF, Ed.) México.
- Flores, Z. (21 de Febrero de 2021). *El Financiero*. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/sat-rasura-2-2-millones-de-registros-de-contribuyentes-del-rif-por-irregularidades/>
- INFORMALIDAD, I. M. (2021). Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/temas/pibmed/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía, M. d. (2021). Obtenido de <https://inegi.org.mx/temas/pibmed/>
- Lara, D. R. (2009). La recaudación Tributaria en México. *IUS. Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A.C.*

MOTIVACIÓN COMO FACTOR DE PRODUCTIVIDAD EN LAS EMPRESAS DE CIUDAD CARDEL, VERACRUZ

DOREIDY MELGAREJO GALINDO,¹ LOIDA MELGAREJO GALINDO², JERSON MÜLLER TEJEDA³, ROSALÍA JANETH CASTRO LARA⁴, DAMARIS ITZAYANA GÓMEZ OLMOS⁵

RESUMEN

La productividad del personal en las empresas es fundamental para el logro de los objetivos y metas organizacionales, sin embargo, existen factores que impactan en dicha productividad, motivo por el cual es un tema de interés tanto para las empresas como para la investigación, con la finalidad de conocer factores que influyen en ella y diseñar estrategias tendientes al control de tales factores que influyan de manera positiva en la productividad de las empresas. Existen muchos factores que pudieran impactar en la productividad del personal, pudieron ser uno de ellos la motivación, el cual derivó la presente investigación, cuyo objetivo es determinar si la motivación es factor de impacto en la productividad del personal en las empresas de Ciudad Cardel; la investigación es de tipo descriptiva y a su vez transversal, porque se desarrolló en un periodo de tiempo determinado y en una población específico, para lo que se diseñó como instrumento de medición un cuestionario del que se obtuvo información que contribuyó al logro del objetivo del estudio, así como dar respuesta a la pregunta de investigación y evaluar la hipótesis.

Palabras clave: Rendimiento, empleados, clima laboral.

ABSTRACT

The productivity of personnel in companies is essential for the achievement of organizational objectives and goals, however, there are factors that impact such productivity, which is why it is a topic of interest both for companies and for research,

¹ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. doreidy.mg@ugalvan.tecnm.mx

² Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. loida.mg@ugalvan.tecnm.mx

³ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. jerson.mt@ugalvan.tecnm.mx

⁴ Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. rjaneth.cl@ugalvan.tecnm.mx

⁵ Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván. doremg@hotmail.com

with the Purpose of knowing factors that influence it and design strategies aimed at controlling such factors that positively influence the productivity of companies. There are many factors that could impact on staff productivity, one of them could be motivation, which led to this research, whose objective is to determine if motivation is an impact factor on staff productivity in Ciudad Cardel companies; The research is descriptive and in turn cross-sectional, because it was developed in a specific period of time and in a specific population, for which a questionnaire was designed as a measurement instrument from which information was obtained that contributed to the achievement of the study objective , as well as answering the research question and evaluating the hypothesis.

Keywords: Performance, employees, work environment.

INTRODUCCIÓN

El crecimiento de las empresas depende en gran medida de la productividad del personal que en ellas laboran, la cual puede ser influenciada por varios factores que son necesarios determinar para que con ellos, se diseñen estrategias que impacten positivamente en el desempeño y productividad de los trabajadores y de esa forma se contribuya al crecimiento de las organizaciones.

La productividad es una medida de qué tan eficientemente utilizamos nuestro trabajo y nuestro capital para producir valor económico. Una alta productividad implica que se logra producir mucho valor económico con poco trabajo o poco capital. Un aumento en productividad implica que se puede producir más con lo mismo. (Galindo & Ríos, 2015)

Para contribuir a la productividad del personal, es necesario determinar los factores que impactan en ella, tal como (Marvel *et al.*, 2011)

en sus obra *“La productividad desde una perspectiva humana: Dimensiones y factores”* menciona:

Existen amplias evidencias empíricas que demuestran los efectos de la motivación, la satisfacción, el compromiso organizacional, la participación, la cohesión, el manejo asertivo de los conflictos, el liderazgo, el clima y la cultura organizacional en la productividad de las organizaciones.

Así mismo, (Cequea & Rodríguez, 2012) en su investigación *Productividad y factores humanos. Un modelo con ecuaciones estructurales* indica que “Los factores humanos asociados al individuo y a su intervención en los grupos (motivación, participación, satisfacción, consenso, cohesión y conflicto) tienen una alta incidencia en la productividad”

Al ser la motivación un posible factor que ha incidido en entre los factores de productividad, se han realizado estudios, como el realizado por (Ochoa, 2014) en el que indica:

El recurso humano es lo más importante en una organización es por eso que el personal requiere ser reconocido, motivado tanto en forma económica como moral, de esta manera se sentirá parte importante de la organización. Es muy importante la relación y comunicación de la gerencia con sus colaboradores para el buen funcionamiento y así a su vez tener el mejor desempeño de sus subordinados.

Así mismo, en la publicación *“La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: Caso empresa manufacturera de tubería de acero”* en el que se indica “...la mayoría de los encuestados manifestaron estar completamente de acuerdo, al considerar que la motivación laboral incrementa la productividad.” (Ramírez *et al.*, 2008) Debido a la importancia la motivación en las empresas y en el caso específico de las empresas de ciudad Cardel, que han presentado dificultad para prosperar, ha hecho necesario de determinar aquellos factores que impactan en el rendimiento del personal y que contribuyan al crecimiento de las organizaciones del lugar, propiciando así la conveniencia de la presente investigación, ya sé considera que la motivación pudiera ser uno de los factores que impactan en la productividad del trabajador, sin embargo es necesario comprobar la veracidad de dicho supuesto, haciendo necesario determinar si la motivación impacta en la productividad del personal de las empresas de la ciudad, para lo que se consideró la percepción de los trabajadores a través de una encuesta en la que se aplicó un cuestionario del que se obtuvo información para dar respuesta a la pregunta de investigación, evaluar la hipótesis y objetivo planteados

METODOLOGÍA

El crecimiento de una empresa depende en gran medida de la productividad del personal que en ella labora, la cual es influenciada por varios factores, entre los cuales se considera pudiera encontrarse la motivación del personal, ya que se estima que un trabajador motivado desarrollo mejor sus actividades, que se ve reflejado en su productividad, lo que deriva la conveniencia de la presente investigación, cuya finalidad, es *determinar si la motivación es factor de impacto en la productividad del personal* y con ello, obtener información que contribuya a diseñar estrategias para motivar a los trabajadores e incrementar su productividad, en beneficio de las empresas de la ciudad, las cuales han tenido dificultad para lograr el crecimiento. El estudio parte de la pregunta de investigación *¿La motivación es factor de impacto en la productividad del personal en las empresas de Ciudad Cardel, Veracruz?* a la que se buscó dar respuesta. Considerando la pregunta de investigación se estableció como objetivo de investigación: *“Determinar si la motivación es factor de impacto en la productividad del personal en las empresas de Ciudad Cardel, Veracruz”* Y como hipótesis: *“La motivación es factor de impacto en la productividad del personal en las empresas de Ciudad Cardel, Veracruz.”*

En función de la identificación del problema, el objetivo planteado y al derivarse la presente investigación del proyecto factores de productividad en las MIPYMES de la zona centro del estado de Veracruz, desarrollado por los docentes integrantes del cuerpo académico del Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván (ITURG-CA-4), posee un método cuantitativo, debido a que se estudiará fenómenos susceptibles de cuantificación y utilizará pruebas estadísticas para el análisis (Lara, 2013) de los datos.

El estudio se inicia con una investigación documental, la cual consiste en un análisis de la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio. (Bernal, 2010)

RESULTADOS

Para la presente investigación se realizó una encuesta en la que se aplicó como instrumento de medición un cuestionario, dirigido a una muestra de 59 empresas de la ciudad, de los que se obtuvo los siguientes resultados:

Se identificó que de acuerdo a la actividad económica que realizan las organizaciones de la ciudad, el 63% de las empresas pertenecen al sector comercial, seguido del 34% forman parte de al sector servicios y solo 3% al industrial, tal como se muestra en la figura 1.

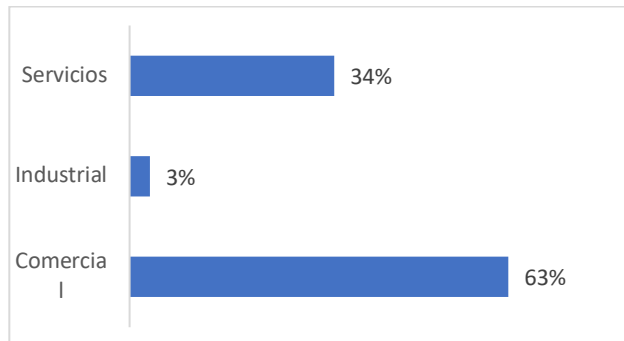


Figura 8. Sector de las empresas de ciudad Cardel, de acuerdo a su actividad económica.

Sobre la edad empleados que laboran en las empresas de la ciudad, el 44% cuentan con edad que oscila de 18 a 24 años, seguido de 42% de 25 a 40 años, 7% de 41 a 50 años, 5% de 51 a 64 años y 2% con más de 64 años (Figura 2.)

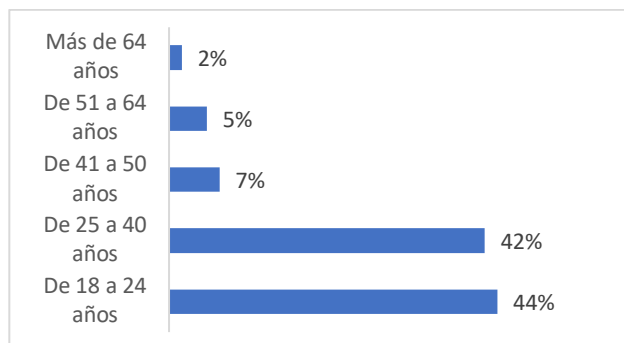


Figura 9. Edad de empleados en las empresas de ciudad Cardel.

Por su parte, en relación a la antigüedad de los empleados trabajando en la empresa, el 24% tiene menos de 6 meses al igual que los que tienen una permanencia en el trabajo de 6 meses a 1 año, seguido de 22% con una duración mayor a 5 años y con igual porcentaje (15%) los que tienen de 2 a 3 años y los de 4 a 5 años laborando, tal como la figura 3 lo muestra.



Figura 10. Antigüedad de los empleados en las empresas de ciudad Cardel.

Finalmente, referente al impacto de la motivación en la productividad del personal, en el estudio se puede observar con respecto a la recolección de datos que se cuenta con una única variable explicativa (X= Motivación) y una variable respuesta (Y= Productividad del personal), dando pie ello para realizar su correspondiente diagrama de dispersión (figura 4), a fin de conocer qué tipo de relación existe entre ambas variables.

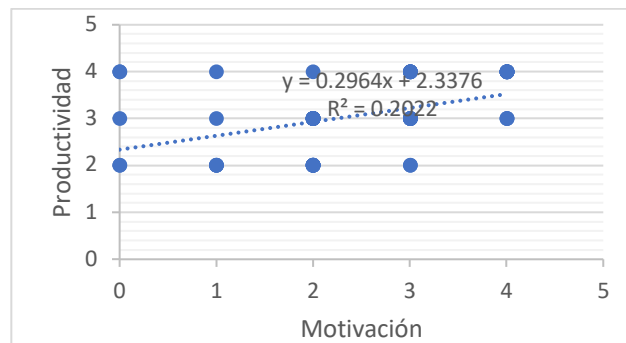


Figura 11. Impacto de la motivación en la productividad del personal de las empresas de Ciudad Cardel.

La figura 4 (diagrama de dispersión) arrojó como resultado una relación de tipo lineal (en promedio) entre las variables involucradas. Particularmente se puede notar una covarianza positiva ya que a medida que aumenta X también incrementa Y, es decir, a medida que aumenta calificación del liderazgo incrementa el nivel de la productividad de personal y viceversa.

Así mismo, en la figura 4 se muestra un R^2 de 0.2022 y por tanto un R de 0.4497, lo cual indica, que existe una correlación positiva baja entre las variables representadas en dicha gráfica, significando que la productividad del personal tiene una baja dependencia directa con de la motivación que se le da, es decir, si la motivación que se le brinda al personal se incrementa (o mejora) un poco, la

productividad del personal incrementará un poco y viceversa, lo cual indica que la motivación impacta en la productividad del personal y por tanto, se puede considerar un factor de impacto.

Así mismo, la investigación se considera descriptiva, ya que se busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice (Hernández *et al.*, 2010), como en este caso, el de identificar y describir los factores de productividad del personal de *MIPYMES de la zona centro del estado de Veracruz*, dentro de los que se encuentra La Comunicación. También se considera descriptiva, ya que este tipo de investigación, se soportar principalmente en técnicas como la encuesta,... y la revisión documental (Bernal, 2010), y el estudio de campo de la presente investigación se desarrolla en Ciudad Cardel, municipio de La Antigua, Veracruz, en el que se utiliza técnica la encuesta y se diseñó como instrumento de medición un cuestionario integrado por preguntas, de opción múltiple, de escala de calificación y preguntas abiertas, que se aplicó a una muestra empresas del lugar de estudio durante en un tiempo específico, por lo cual, se considera un estudio transversal "...en un tiempo determinado y en una población específica." (Álvarez & Delgado, 2015).

En el estudio de campo se utilizó la técnica encuesta para la que se diseñó como instrumento de medición un cuestionario dirigido a personal de las empresas del lugar de estudio; el cuestionario se aplicó de manera digital utilizando la aplicación de Formularios de Google y enviándose a través de correo electrónico y whatsapp, a una muestra de 59 empresas de ciudad Cardel (tamaño de muestra determinada por la disponibilidad y accesibilidad de personal de las empresas); la encuesta se realizó durante el periodo de 22 de noviembre al 07 de diciembre del año 2020 y del 20 de mayo al 25 de junio de 2021 en horario de 8:00 a 18:00 horas, por ser horario con mayor disponibilidad para que el encuestado pudiera responder el cuestionario con tranquilidad y mayor sinceridad; con tal aplicación, el instrumento fue validado, debido a que no surgieron dudas sobre las preguntas que lo integran ni observaciones de mejora y que el personal encuestado entendió y respondió correctamente dicho cuestionario. Finalmente, durante el periodo julio a septiembre del año en curso, se realizó la recolección, clasificación, captura, representación

gráfica y análisis datos, a través de la hoja de cálculo (Excel), lo cual permitió obtener información tendiente al logro de los objetivos de investigación, evaluación de la hipótesis, la generación de conclusiones y recomendaciones.

DISCUSIÓN.

Con referencia a los resultados obtenidos se coincide con (Cequea & Rodríguez, 2012) en que *“Los factores humanos asociados al individuo y a su intervención en los grupos (motivación, participación, satisfacción, consenso, cohesión y conflicto) tienen una alta incidencia en la productividad”*, ya que como se determinó en la presente investigación, la motivación se puede considerar como uno de los factores que inciden en el productividad del personal, por lo que es necesario que las empresas busquen motivar al trabajador para que incremente su productividad.

Así mismo, se concuerda con (Ochoa, 2014) en *“El recurso humano es lo más importante en una organización es por eso que el personal requiere ser reconocido, motivado tanto en forma económica como moral, de esta manera se sentirá parte importante de la organización. Es muy importante la relación y comunicación de la gerencia con sus colaboradores para el buen funcionamiento y así a su vez tener el mejor desempeño de sus subordinados”* ya que los empleados entre más motivados se encuentran tendrán un mejor de su desempeño y propicie un alza en la productividad no solo del personal, sino de toda la organización y por ende, el crecimiento de la empresa, por lo cual, a su vez se coincide con (Ramírez *et al.*, 2008) en que *“...la mayoría de los encuestados manifestaron estar completamente de acuerdo, al considerar que la motivación laboral incrementa la productividad.”* tal como se demuestra en el diagrama de dispersión, en el que se respalda a dicho autor en que la motivación impacta en la productividad.

CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos, se concluye que la mayoría de las empresas de ciudad Cardel (63%) pertenecen al sector comercial, como se muestra en la figura 1. Así mismo, se determinar que la mayoría de los empleados de las empresas del

lugar son jóvenes (de 18 a 24 años de edad) y adultos jóvenes (de 25 a 40 años), tal como en la figura 2 se representa. Sobre la antigüedad de los empleados en las empresas, la mayor parte del personal es relativamente nuevo, ya que mayor porcentaje lo representan los que tienen menos de 6 meses y los de 6 meses a un año laborando en la organización (figura 3).

Finalmente, con los resultados, se logró el objetivo de investigación de “Determinar si la motivación es factor de impacto en la productividad del personal en las empresas de Ciudad Cardel, Veracruz”, tal como se representa en la figura 4, en la que a través de un diagrama de dispersión en el que se determina un coeficiente de correlación (R) de 0.4497, que indica, que existe una correlación positiva baja entre las variables de estudio, lo que significa que la motivación que se le da al empleado impacta moderadamente en la productividad del personal de las empresas de ciudad Cardel en sentido positivo, es decir, a medida que mejora la motivación también la productividad del personal y viceversa, y con ello, se determina que la motivación es factor de impacto en la productividad, con lo que a su vez, se da respuesta a la pregunta de investigación y se acepta la hipótesis que: “La motivación es factor de impacto en la productividad del personal en las empresas de Ciudad Cardel, Veracruz.”, por lo que se recomienda a las empresas diseñar estrategias para motivar más a sus empleados y con ello, propiciar un mejor ambiente laboral y se refleje en una mayor productividad del personal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez Hernández, G., & Delgado De la Mora, J. (2015). Diseño de Estudios Epidemiológicos.I. El Estudio Transversal: Tomando una Fotografíade la Salud y la Enfermedad. Fies, 28. <https://www.medigraphic.com/pdfs/bolclinhosinfson/bis-2015/bis151f.pdf>
- Bernal, C. D. (2010). Metodología de la investigación (Tercera ed.). Bogotá, Colombia: Pearson.
- Cequea, M., & Rodríguez Monroy, C. (2012). Productividad y factores humanos. Un modelo con ecuaciones estructurales. Redalyc, 37(2), 121-127. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/339/33922717007.pdf>
- Galindo, M., & Ríos, V. (2015). "Productividad" en serie de estudios económicos (Vol. 1). México: México ¿cómo vamos?. https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201508_mexicoproductivity.pdf
- Hernandez Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2010). Metodología de la investigación (Quinta ed.). Cd. de México: México.
- Lara Muñoz, E. M. (2013). Fundamentos de invetsigación, Un enfoque por competencias (Segunda ed.). Ciudad de México, México: Alfaomega.
- Marvel Cequea, M., Rodríguez Monroy, C., & Núñez Bottini, M. (2011). La productividad desde una perspectiva humana: Dimensiones y factores. Redalyc, 7(2), 549-584. <https://www.redalyc.org/pdf/549/54921605013.pdf>
- Ochoa Sinohui, Y. L. (2014). La motivación como factor para alcanzar las metas de productividad en las empresas. Santa Ana, Sonora, México. <http://www.repositorioinstitucional.uson.mx/bitstream/unison/4391/1/ochoasinohuiyovanalarissal.pdf>
- Posgrado, C. E. (octubre de 2019). ceupe.com. <https://www.ceupe.com/blog/la-medicion-de-la-productividad.html>
- Ramírez, R., Abreu, J., & Badii, M. (2008). La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: Caso empresa manufacturera de tubería de acero. Daena: International Journal of Good Conscience, 3(1), 143-185. <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64838578/referencias-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1634616251&Signature=EknP8I-aAEFKv8BK~pcSUNwsPG3hjjR5FtMu9yUYcunTLQvCzWceY2OWNhuCLmGstSpg2Q5XyGUaGbBvfSQaDKSHrYRVJwCr1LGf9LotS5Ni5NFxnO1Shrhv4RhFHST4mdbKSibUeGRiEHZ>

IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ÚRSULO GALVÁN, VERACRUZ.

LOIDA MELGAREJO GALINDO¹, DOREIDY MELGAREJO GALINDO², ROSALÍA JANETH CASTRO LARA³,
VICTOR EMMANUEL HIGAREDA ARANO⁴.

RESUMEN:

La implementación de la Responsabilidad Social Empresarial coadyuva a tener beneficios para los trabajadores así como para la sociedad en general.

La relevancia de la responsabilidad social empresarial, recae en el impacto positivo que genera en la sociedad, las comunidades y las empresas, al desarrollar compromisos que beneficien a dichos entes. Ello debido a la importancia que tiene el adecuado manejo y cuidado del ambiente interno y externo de la organización. Cada vez más la intención de ser una empresa socialmente responsable toma más auge e interés por quienes dirigen las organizaciones, debido a la preservación del medio pero también por los constantes requerimientos en el ámbito político, económico y social.

Es necesario valorar la importancia de la implementación de dicha estrategia, por los beneficios que conlleva. El presente estudio se enfoca al ámbito empresarial, donde se identifica la importancia de la Responsabilidad social empresarial en destinos turísticos del municipio de Úrsulo Galván, Veracruz. Los resultados serán referente de la frecuencia en la realización de actividades en pro de la Responsabilidad Social Empresarial. Se emplea una investigación cuantitativa y descriptiva, con la que se espera cumplir el objetivo general y evaluación de la hipótesis planteada y establecer los resultados para realizar las recomendaciones pertinentes.

¹Tecnológico Nacional de México Instituto/Tecnológico de Úrsulo Galván
l.melgarejo@itursulogalvan.edu.mx

²Tecnológico Nacional de México Instituto/Tecnológico de Úrsulo Galván
d.melgarejo@itursulogalvan.edu.mx

³Tecnológico Nacional de México Instituto/Tecnológico de Úrsulo Galván r.castro@itursulogalvan.edu.mx

⁴Tecnológico Nacional de México Instituto/Tecnológico de Úrsulo Galván victor.ha@ugalvan.tecnm.mx

Palabras clave: Concientización, desarrollo empresarial, conservación

ABSTRACT

The implementation of Corporate Social Responsibility contributes to having benefits for workers as well as for society in general. The relevance of corporate social responsibility lies in the positive impact it generates in society, communities and companies, by developing commitments that benefit said entities. This is due to the importance of proper management and care of the organization's internal and external environment. Increasingly, the intention of being a socially responsible company is becoming more popular and interested in those who run the organizations, due to the preservation of the environment but also due to the constant requirements in the political, economic and social sphere.

It is necessary to assess the importance of the implementation of this strategy, due to the benefits that it entails. This study focuses on the business field, where the importance of corporate social responsibility in tourist destinations in the municipality of Úrsulo Galván, Veracruz is identified. The results will refer to the frequency in carrying out activities in favor of Corporate Social Responsibility. A quantitative and descriptive investigation is used, with which it is expected to fulfill the general objective and evaluation of the hypothesis raised and establish the results to make the pertinent recommendations.

Keywords: Awareness, business development, conservation

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) también conocida como Responsabilidad social corporativa, hoy en día representa una necesidad en la organización, consecuencia de la presión por parte de la sociedad, por el aspecto político y posiblemente por la misma conciencia y voluntad del ámbito empresarial, “El estado de conciencia de la empresa en el cual para su toma de decisiones se compromete a hacer lo correcto, en el momento correcto, en el lugar correcto y con los medios correctos para obtener los resultados correctos dentro de un marco de desarrollo sustentable que respete el equilibrio entre la sociedad, la naturaleza y la

rentabilidad empresarial”. (Abreu, 2007). Ya que de inicio el ser una empresa socialmente responsable conlleva a identificar a la empresa como con una imagen adecuada para la población y especialmente para sus clientes. La RSE se define como un estilo de vida que se aplica y se lleva a cabo dentro de las empresas, el cual debe estar integrado por un factor personal, que se refiere a los valores y principios éticos y morales que tiene cada individuo; un factor relacional, que da importancia al prójimo, valorando su bienestar; y un factor que de vinculación con el medio ambiente y la interacción con este. Todo esto aplicado a la empresa, basado en una visión de sustentabilidad Económica, Social y Medioambiental. (Montero, 2008).

Esto denota que al implementar estrategias encaminadas a la RSE además de encaminar al cuidado del ambiente y la sustentabilidad, al poseer una imagen como referente traiga consigo la captación de clientes coadyuvando así al posicionamiento y éxito empresarial, Unerman (2000), citado por (Da Costa Amorim, 2010) quién dice: “En el mundo empresarial existe cada vez más competencia y menos diferenciación. Los stakeholders comienzan a prestar más atención a los actos que realiza o no la empresa, como lo son los comportamientos éticos, el ser socialmente responsable y sustentable “. Así mismo *Porto y Castromán (2006)* citado por Barroso (2007), *sostienen que ser socialmente responsable no significa limitarse a acatar las obligaciones jurídicas, sino que también es ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en capital humano, en el entorno y en las relaciones con los involucrados en las empresas.*

En el Municipio de Úrsulo Galván, al ser cabecera municipal, aun cuando está catalogado como zona rural, la RSE toma relevancia por ser un lugar estratégico de la región, por su enfoque de captación de turismo. Lo anterior justifica el objetivo de evaluar la Implementación de la Responsabilidad social empresarial en destinos turísticos del municipio de Úrsulo Galván, Veracruz. En ese tenor se establece la hipótesis la Responsabilidad social empresarial se implementa adecuadamente en destinos turísticos del municipio de Úrsulo Galván, Veracruz

METODOLOGÍA

La investigación al derivarse del proyecto *Competencias genéricas que demandan las MIPYMES de la zona turística Playa de Villa Rica – La Antigua, Veracruz*, la investigación es considerada cuantitativa, ya que de acuerdo con Silva (2013) la investigación cuantitativa desde una perspectiva holística permite abordar el objeto de estudio obteniendo resultados más concretos y fiables que faciliten alcanzar los objetivos planteados en la investigación dando un mayor aporte a las ciencias sociales. Se considera transversal al realizarse a una muestra en un tiempo determinado y en una población específica. Además, busca describir las competencias referentes a la Responsabilidad Social Empresarial.

El estudio de campo se desarrolló en las localidades de Playa de Chachalacas y Zempoala, se empleó la técnica de la encuesta y se diseñó como instrumento de medición un cuestionario integrado por 27 preguntas de escala de Likert, de las cuales se presentan resultados de las competencias referentes a RSE; con la validación del instrumento, se procedió a su aplicación durante el periodo de agosto de 2018 a marzo de 2019, por conveniencia se tomaron como muestra a 35 empresas en Playa de Chachalacas y 44 en Zempoala, en empresas con un tamaño de 10 a 50 empleados. Realizada la aplicación se representó y analizó la información con la finalidad de cumplir objetivos, evaluar la hipótesis y realizar conclusiones.

RESULTADOS

Empleada la metodología de esta investigación, se obtuvieron los resultados que a continuación se presentan:

El 100% de las empresas encuestadas en Playa de Chachalacas pertenecen al sector de Servicios, en contraste con las empresas ubicadas del Zempoala en donde el 93% pertenecen al sector servicios y 7% de gobierno, tal como se muestra en la figura 1.

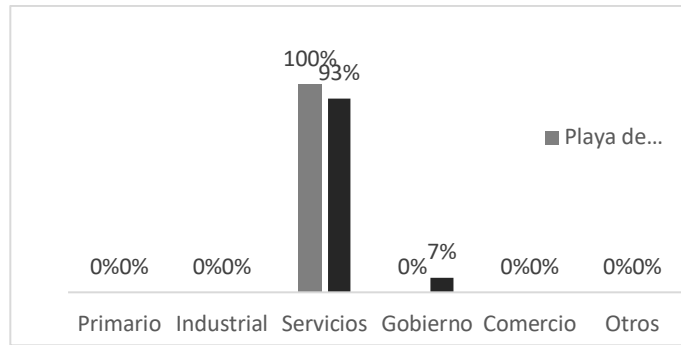


Figura 1. Sector empresarial

En relación a la estructura jurídica, el 90% de las empresas ubicadas en Playa de Chachalacas están constituidas formalmente como persona física y 10% bajo el régimen de personal moral; el 100% de las empresas ubicadas en Zempoala especificó que su estructura jurídica de Persona física. (Figura 2).

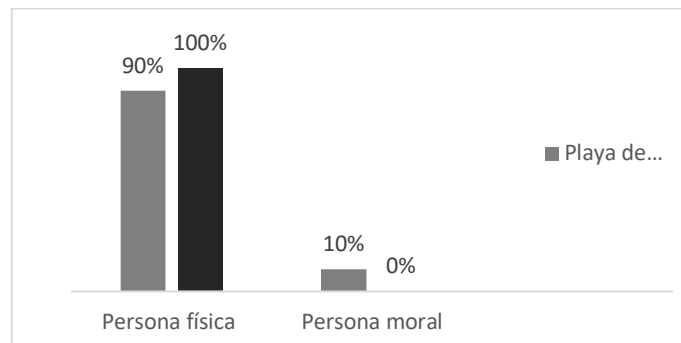


Figura 2. Estructura jurídica de las empresas

Referente a la competencia de Responsabilidad social y compromiso ciudadano, en Playa de Chachalacas, el 65% de las empresas encuestadas manifestaron estar De acuerdo en importancia de tal competencia, seguido por un 31% manifestándose Muy de acuerdo al considerarlo de suma importancia para mejorar sus servicios y solo el 4% manifiesta una posición neutral; en Zempoala, el 59% de las empresas indicaron estar De acuerdo en la importancias de la RSE, seguido de 22% que están muy de acuerdo, 17% manifestaron una posición neutral y solo 2% indicara estar Muy en desacuerdo. (Figura 3).

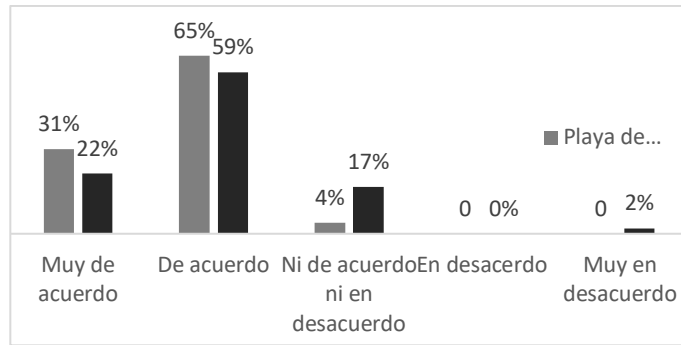


Figura 3. Responsabilidad social y compromiso ciudadano

Con la temática de Compromiso de las empresas con la preservación del medio ambiente, en Playa de Chachalacas, el 52% de los encuestados manifestaron estar Muy de acuerdo, seguido de 44% que se encuentran *De acuerdo* y 4% en una posición *indiferente*; en el caso de Zempoala, el 45% de las empresas indican estar *De acuerdo* en que es importante el cuidado del medio ambiente, seguido de del 34% que expresan estar *Muy de acuerdo*, 9% con una decisión indiferente, 7% en *Desacuerdo* y 5% *Muy en desacuerdo* (figura 4).

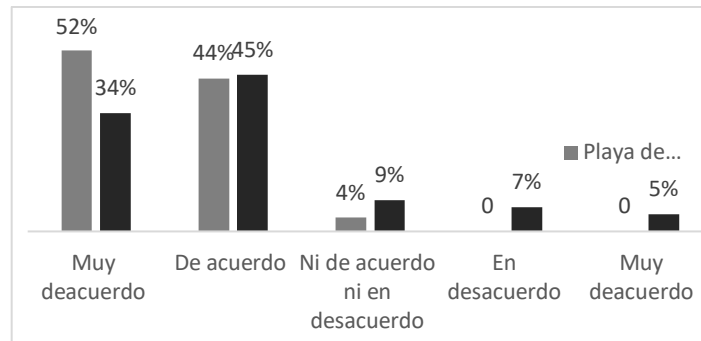


Figura 4. Compromiso con la preservación del medio ambiente en las empresas

Respecto a Compromiso con el medio socio-cultural, de las empresas encuestas en Playa de Chachalacas, el 54% están *De acuerdo* en la importancia de tal compromiso, seguido del 38% que se encuentran *Muy de acuerdo* y solo el 8% presenten una posición neutral; por su parte, en Zempoala, el 37% de los empresarios están *De acuerdo* en la importancia del medio socio-cultural, seguido de 30% *Muy de acuerdo*, 21% de las empresas indiferentes a tal compromiso, 7% indican estar *En desacuerdo* y 5% *Muy de acuerdo* (Figura 5).

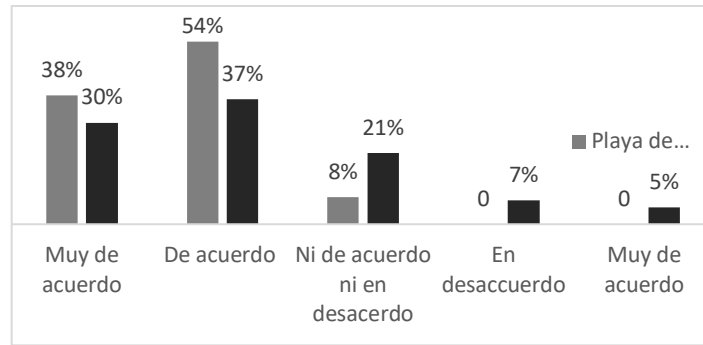


Figura 5. Compromiso con su medio social-cultural

Referente a la Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad de las empresas, en Playa de Chachalacas el 48% de las empresas está Muy de acuerdo en la importancia de tal aspecto, seguido de 37% que indican estar De acuerdo y 15% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo; en Zempoala, el 35% de los empresarios del lugar manifiestan estar Muy de acuerdo en la importancia de tal valor, seguido del 30% que expresan estar De acuerdo, 28% con una postura neutral y 7% con una posición En desacuerdo (Figura 6).

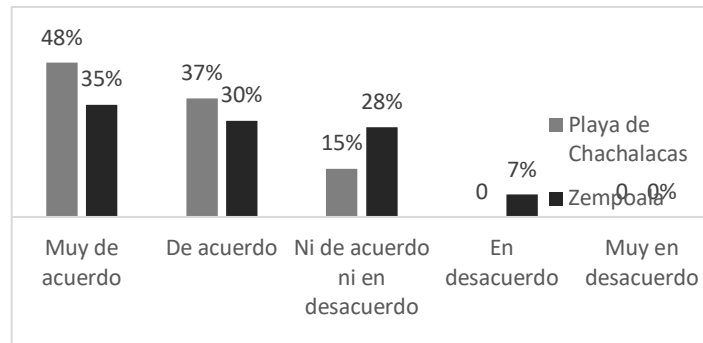


Figura 6. Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad

La importancia de los elementos principales de la *Responsabilidad social empresarial*, la encuesta revela que en el caso de Playa de Chachalacas el 96% de las empresas están *De acuerdo a Muy de acuerdo* en la importancia de la *Responsabilidad social y compromiso* ciudadano al igual que del *Compromiso con la preservación del medio ambiente*, 92% consideran de relevancia el *Compromiso con su medio socio-cultural* y 85% considera sustancial la *Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad*. En Zempoala dan menor importancia a la RSE, ya que 81% de las empresas están *De acuerdo a Muy de acuerdo* en que la *Responsabilidad social y compromiso* ciudadano es significativa, así mismo, el 79% de los encuestados consideran trascendente el *Compromiso con la preservación*

del medio ambiente, el 67% manifiestan valioso en su práctica el *Compromiso con su medio socio-cultural* y el 65% de los encuestados dan Valor y respeto por la diversidad y multiculturalidad, (figura 7.)

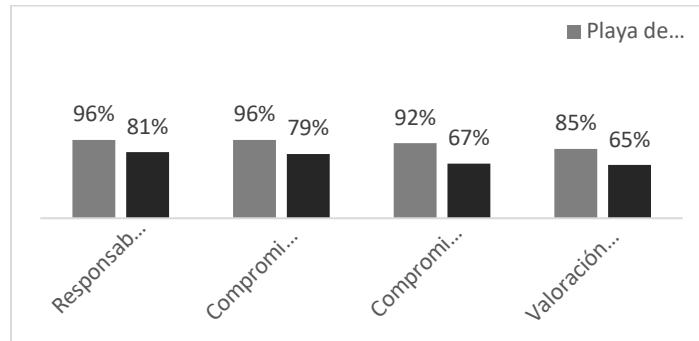


Figura 7. Elementos principales de la responsabilidad social empresarial

DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados obtenidos, se coincide con *Vives, Corral e Isusi (2005)* que “la sociedad demanda cada vez más a las empresas con un comportamiento social y medioambiental responsable...” (*Ramos et al., 2009*), citado por *Bonilla (2009)* mencionan que: *...la sociedad es cada vez más consciente respecto a los problemas sociales y ambientales, por lo que demanda la incorporación de principios y prácticas de la RSE. Un creciente número de consumidores busca productos que no dañen su salud y no perjudiquen al medioambiente, lo que para las empresas y sus distribuidores es una oportunidad de diferenciación, que les coadyuve al posicionamiento y competitiva.*

Corporate social, (2004), establece que “la sociedad y a los consumidores, en su capacidad de favorecer la responsabilidad social de las empresas a través de decidir la compra de un producto o de un servicio según las empresas cumplan con su contrato social”..., ya que actualmente hay mayor número de personas (consumidores) con sentido de compromiso con la sociedad y el medio ambiente, situación que en ocasiones influye en la decisión de compra y lugar en donde realizarlas, es decir, que el consumidor presta mayor atención a las actividades que realiza o no la empresa, en pro de la responsabilidad social e imagen de RSE; con ello se coincide con (*Da Costa, 2010*) en que “En el mundo empresarial existe cada vez más competencia y menos diferenciación. Los stakeholders comienzan a

prestar más atención a los actos que realiza o no la empresa, como lo son los comportamientos éticos, el ser socialmente responsable y sustentable.”

Se coincide con el Centro Mexicano para la Filantropía establece que aunque la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. (Gabriela, 2013).

De conformidad con (López, 2013), mismo que señala que *la filosofía de RSE está siendo adoptada, cada vez por un mayor número de empresas, y aunque no podemos hablar de una adopción formal como en las grandes empresas que... aunque han implementado acciones y estrategias de RSE. Dichas acciones generalmente son esporádicas, fragmentadas, no planeadas y rara vez se incorpora a la estrategia general de la organización.*, como en el caso de las PYMES de Playa de Chachalacas y Zempoala, Veracruz que aún son conscientes y dan importancia la RSE y el impacto en la sociedad y medio ambiente, es necesario crear mayor conciencia de ellas, y principalmente en Zempoala, Veracruz, ya que se tienen avances significativos, estas son esporádicas o incluidas las acciones, actividades y eventos encaminado al fomentar al interior y exterior de las empresas la cultura de responsabilidad social.

Finalmente , se concuerda con (Mazzotti Pabello, Aguilar Pizarro, & Vargas Rubí, 2016) en que *...”la RSE no es una práctica aislada e individual, es y debe ser un compromiso de todos, que incluya a toda la estructura jerárquica de una empresa”, debido a que las empresas deben involucrar a todo el personal desde el nivel directivo (gerente, administrador o responsable) hasta el nivel operativo, y sin importar condiciones tales como, sexo, edad, preferencias sexuales, raza, religión o cualquier otra aspecto por el cual pudiera estar sujeto a discriminación o excepción. Sin embargo, en las acciones de RSE no solo debe considerar la estructura jerárquica de la empresa, sino también, al cliente y personas o empresas de contacto.*

CONCLUSIONES

Actualmente las organizaciones buscan conducirse como empresas socialmente responsables que coadyuve a su competitividad; con el presente estudio se identificó si las empresas estudiadas encaminan estrategias encaminadas a ESR. Obteniendo las siguientes conclusiones:

El 100% de las empresas encuestadas en Playa de Chachalacas es de *servicios*, en Zempoala el 93% son de servicios y el 7% del gobierno.

Con relación a la estructura jurídica, el 90% de las empresas ubicadas en Playa de Chachalacas están constituidas formalmente como *persona física* y 10 como *personal moral*, a diferencia de Zempoala en donde el 100% de las empresas están constituidas como persona física. Así mismo, el estudio revela información sobre la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial de Playa de Chachalacas, a través de elementos fundamentales que la integran, tales como, la *responsabilidad social y compromiso ciudadano*, donde el 65% de las empresas manifiestan estar De acuerdo y 31% Muy de acuerdo en que es necesario dicho aspecto (figura 3); otro elemento que contempla la RSE es, el *compromiso de las empresas con la preservación del medio ambiente*, donde el 52% de los encuestados indicaron estar Muy de acuerdo y 44% De acuerdo en la relevancia su práctica (figura 4); en la competencia de *compromiso con el medio socio-cultural*, el 54% de la PYMES expresaron estar De acuerdo y 38% Muy de acuerdo de su trascendencia (figura 5); finalmente, sobre la *valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad*, el 48% de las organizaciones revelaron estar *Muy de acuerdo* en la importancia de tal componente y 37% que indican estar *De acuerdo* (figura 6). Finalmente se logró el objetivo de evaluar la *importancia* de la Responsabilidad social empresarial en destinos turísticos del municipio de Úrsulo Galván, Veracruz. En ese tenor se establece la hipótesis. *Es importante la responsabilidad social empresarial en Playa de Chachalacas y Zempoala*, municipio de Úrsulo Galván, Veracruz.

Respecto a la importancia de la Responsabilidad social empresarial de Zempoala, a través de elementos fundamentales que la integran, tales como, la *responsabilidad social y compromiso ciudadano*, sobre lo que el 59% de las empresas manifiestan estar De acuerdo y 22% Muy de acuerdo en que es necesario dicho aspecto (figura

3); referente a el *compromiso de las empresas con la preservación del medio ambiente*, el 45% de los encuestados indicaron estar De acuerdo y 34% Muy de acuerdo en que es de relevancia su práctica (figura 4); un aspecto más que se determinó es el *compromiso con el medio socio-cultural*, donde 37% de la PYMES expresaron estar De acuerdo y 30% Muy de acuerdo de su trascendencia (figura 5); por último, sobre la *valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad*, el 35% de las organizaciones revelaron estar *Muy de acuerdo* en la importancia de tal componente y 30% que indican estar *De acuerdo* (figura 6).

Con el estudio y el análisis de resultados, se logra el objetivo general de la investigación de *Evaluar la importancia de la responsabilidad social empresarial en destinos turísticos de municipio de Úrsulo Galván, Veracruz* y se acepta la hipótesis que refiere *Es importante la responsabilidad social empresarial en Playa de Chachalacas y Zempoala, municipio de Úrsulo Galván, Veracruz*, al identificar que en Playa de Chachalacas, al menos el 85% de la empresas están de acuerdo en que es importante la RSE y en Zempoala, al menos el 65% consideran relevante dicha práctica.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. L. (Marzo de 2007). Análisis del concepto de responsabilidad social empresarial . Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v2-n1/2\(1\)%2054-70.pdf](http://www.spentamexico.org/v2-n1/2(1)%2054-70.pdf)
- Aurora, P., & Paredes, M. (2017). La playa de Chachalacas, un lugar para la aventura. Pricetravel, Julio.
- Barroso, I., González Romero, G., & Mendoza Bonet, A. (2007). Indicadores de dinamismo, innovación y desarrollo: su aplicación en ciudades pequeñas y medias de Andalucía. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 43, 131-154.
- Corporate social. (2004). La responsabilidad social empresarial en Argentina. Revista Latinoamericana de Administración , 28-32.
- Tsoutsoura, M. (2004). Corporate social responsibility and financial performance.
- Fernando Agüeros Sánchez, M. H. (s.f.). LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO VENTAJA COMPETITIVA. Coahuila: Universidad Autónoma de Coahuila Facultad de Contaduría y Administración.
- Gabriela, M. B. (2013). Análisis de la responsabilidad empresarial en México de frente a los trabajadores. Revista Latinoamericana de Derecho Social, 123-145.
- García, J. R. (2017). Las Competencias Genericas y su Relacion con el Desempeño Laboral en las Pymes. Lima Perú: Bayona.
- Mazzotti Pabello, G. M., Aguilar Pizarro, V., & Vargas Rubí, H. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en México: la influencia de los valores culturales, el liderazgo, el contexto institucional y el “estilo” nacional en la normatividad y en su implementación. Responsabilidad Social Empresarial, (pág. 12). México.
- Momberg, M. R. (2007). Responsabilidad Social Empresial como Ventaja Competitiva. México.
- Montejo, J. A. (Marzo de 2016). INAH. Obtenido de INAH: <http://www.cnca.gob.mx/cnca/inah/zonarq/zempoala.html>
- Montero, C. F. (Enero de 2008). Responsabilidad Social Empresarial en Chile. Obtenido de Universidad de Santiago de Chile: http://132.248.164.227/alafec/docs/mem_prog_cr/TrabajosInvestigacion/TareaPrevia/ResponsabilidadSocEmprChileGR02.pdf

- Silva, A. S. (2013). Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, (141).
- Vives, A., Corral, A., & Isusi, I. (2005). Responsabilidad social de la empresa en las PYMEs de Latinoamerica. BID, Washington (EUA)..
- Vivianco, & Melgarejo, J. L. (2000). Los calendarios de Zempoala. Xalapa

ANÁLISIS DE FACTORES QUE IMPACTAN EL ÍNDICE DE ROTACIÓN DE PERSONAL EN UNA SUCURSAL AUTOMOTRIZ

ANAÍ GRACIELA ARITZMENDI HERNÁNDEZ¹, ALEJANDRA MENDOZA REYNOSO², VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY³.

RESUMEN

Una organización puede contar con diversos avances tecnológicos y el capital financiero necesario para operar y generar rentabilidad; sin embargo, si no cuenta con la política adecuada en recursos humanos, la plantilla de personal, se enfrentará a constantes rotaciones, que impacten cada proceso de la organización. Lograr la reducción de la rotación de personal, simboliza un ahorro importante para cualquier organización, ya que si tal rotación no está planeada causara pérdidas de productividad, afectando la parte económica de la empresa. En todas las organizaciones, el factor vital más importante es el capital humano, debido a que es el motor que empuja a la empresa al cumplimiento de sus objetivos; por esta razón la mayoría de ellas, están apostando en invertir más en los empleados, en brindarles capacitaciones constantes, en mejorar su calidad de vida, en mantenerlos motivados entre otras más ya que está comprobado que un trabajador contento será más productivo, creará lealtad hacia la empresa y pensará más de dos ocasiones, antes de tomar la decisión de abandonar su trabajo. En el presente extenso, se muestran los resultados generados del análisis de factores que impactan el índice de rotación de personal en una sucursal de una empresa Automotriz.

Palabras clave: *Factores, Rotación, Personal.*

¹ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior De Ciudad Hidalgo
anaigraciela_aritzdez@hotmail.com

² Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior De Ciudad Hidalgo
amendoza@cdhidalgo.edu.mx

³ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior De Ciudad Hidalgo
adelgado@cdhidalgo.tecnm.mx

ABSTRACT

Achieving a reduction in staff turnover symbolizes significant savings for any organization, since if such turnover is not planned it will cause productivity losses, affecting the economic part of the organization. In all organizations, the most important vital factor is human capital, because it is the engine that drives the company to meet its objectives; for this reason, most companies are betting on investing more in employees, in providing them constant training, in improving their quality of life, in keeping them motivated, among others, since it is proven that a happy worker will be more productive, will create loyalty towards the company and will think more than twice, before making the decision to leave your job. In this extended present, the results generated from the analysis of factors that impact the turnover rate of personnel in a branch of an Automotive company are shown.

Keywords: *Factors, Rotation, Personnel.*

INTRODUCCIÓN

El Cuerpo Académico en Formación *Gestión Estratégica para el Desarrollo Organizacional* clave TecNM ITESCH-CA-5 de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial del Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo, cultiva trabajos de investigación en una sus Líneas de Generación de Aplicación del Conocimiento (LGAC) *Administración en las MiPyMEs*; los docentes-investigadores que conforman el CA presentan en este espacio, la propuesta de metodología de investigación del tema: *Análisis de factores que impactan el índice de rotación de personal en una sucursal automotriz*. El presente documento, aborda el resultado de la investigación realizada sobre un tema inherente a un gran número de empresas, la rotación de personal, siendo este uno de los problemas a los que se enfrentan en la actualidad. Dicha investigación se realizó en una empresa Automotriz ubicada en Santa Fe, que cuenta con varias sucursales; la del estudio, estaba considerada como un foco rojo debido al índice de rotación de personal administrativo como operativo de patio de servicios, detectando los posibles factores influyentes tanto internos como externos. Se analizó la importancia de por qué las empresas deben tener un buen control de rotación de personal, los

problemas causantes y la importancia de realizar dicha investigación; planteando la hipótesis en donde se determinó si factores como la falta de capacitación, la motivación, el poco apoyo del supervisor y el clima laboral, influyen en el incremento del índice de rotación al interior de sucursal. Se examinó el tema de rotación de personal, rotación de puestos y las causas externas e internas que lo originan; refiriéndose a inestabilidad laboral en la empresa Automotriz sucursal Santa Fe, derivado por la poca motivación por parte de los empleados, poco apoyo de los supervisores o gerentes, mal ambiente laboral, remuneraciones bajas, estancamiento profesional, políticas de la organización y bajas prestaciones.

Adicional, también se abordó el análisis del proceso de reclutamiento y selección de personal como un elemento más que pudiese explicar el factor del índice de rotación de personal; esto debido a que, si en el proceso antes mencionado no se selecciona al candidato idóneo, su periodo de estancia en la empresa puede estar afectado. Entre las causas que dieron pie al desarrollo del este trabajo al interior de la empresa Automotriz, destaca la necesidad de generar un ahorro derivado de la reducción de la rotación de personal; acompañado de factores como el efecto de mala imagen para los clientes por el constante cambio de personal, y la generación de controversia con los empleados para adaptarse con los nuevos administrativos. Según Chiavenato (2007), existen diversos factores que influyen en la rotación de personal, entre los que destaca del ámbito externo: la situación de la oferta y la demanda de recursos humanos para el mercado, coyuntura económica, las oportunidades de empleo en el mercado de trabajo. Chiavenato (2007), adicionalmente describe como factores internos: la política salarial de la organización, la política de prestaciones de la empresa, el tipo de supervisión ejercida sobre el personal, las oportunidades de crecimiento profesional, el tipo de relaciones humanas dentro de la organización, el ambiente de trabajo en la organización, la moral personal en la organización, la cultura organizacional, las políticas disciplinarias en la organización, los criterios de evaluación de desempeño, entre otras.

DESARROLLO

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó un enfoque mixto ya que incluye las características de los enfoques cualitativo y cuantitativo, los cuales ayudan a realizar recolección de datos, interpretaciones contextuales, preguntas, encuestas; donde el enfoque cualitativo permita encontrar los factores de rotación y el cuantitativo permita medir el porcentaje de índice de rotación de la Sucursal en cuestión. En el análisis, se buscó siempre, determinar si factores como la falta de capacitación, la motivación, la falta de apoyo del supervisor y el clima laboral, influían en el incremento del índice de rotación.

Para esta indagación se utilizó el diseño no experimental con en el objetivo de no manipular los resultados de las variables y poder encontrar los factores influyentes de rotación; para así poder desarrollar las propuestas de estrategias que ayudarán a disminuir y controlar el índice de rotación en la sucursal.

El número de personas que se entrevistaron y que se les aplicaron las encuestas fueron 14 con rango de edades entre 25 y 45 años de sexo masculino y procedencia mexicana. Se utilizó una muestra no probabilística, ya que fueron tomados en cuenta todos los trabajadores de la sucursal Santa Fe (sucursal problema) y se seleccionaron 3 personas de las sucursales de Interlomas y Polanco donde se tomaron en cuenta criterios como puestos y antigüedad. Los instrumentos utilizados para la recolección, fueron las encuestas y entrevistas, que además de ser técnicas confiables, ayudan a conocer los factores influyentes de por qué los empleados de la sucursal Santa Fe, no permanecen por cierto tiempo en su trabajo y deciden renunciar. Respecto a las entrevistas, se aplicaron entrevistas abiertas dejando que los entrevistados llevaran la iniciativa, limitándose a realizar preguntas cerradas a menos de que no quedara claro el resultado. Las encuestas aplicadas constaron de 12 preguntas y permitieron conocer las inquietudes y necesidades de los empleados; una vez que se analizaron los resultados se desarrollaron propuestas que ayuden a la empresa para que los empleados permanezcan por más tiempo laborando y de esta manera se pueda reducir el índice de rotación.

RESULTADOS

Dentro de los resultados arrojados por la investigación, destaca que el 64% de los encuestados mencionan que en la empresa no existe oportunidad de crecimiento; algunos de los comentarios que llamaron la atención, es que los empleados externaron llevar bastante tiempo en el mismo puesto y no lograr ascensos; otros expresaron que cuando hay una mejor vacante disponible no les brindan apoyo para que participen; según Chiavenato (2007), las oportunidades de crecimiento profesional forma parte de los factores internos que afectan la rotación de personal. Respecto al factor interno relativo a las relaciones humanas dentro de la empresa Automotriz en la sucursal Santa Fe, el 86% de los encuestados mencionan que, sí hay apoyo entre sus compañeros, por lo que no se identifica como factor de injerencia en el índice de rotación de personal de la sucursal.

La política salarial, es sin lugar a duda el factor con mayor rigor a la hora de evaluar la rotación de personal, y en la empresa en cuestión dicho componente fue constatado, debido a que el 64% de los encuestados mencionaron que el sueldo percibido, no cubría sus necesidades; sin embargo, al relacionar este elemento con las prestaciones brindadas por la empresa, el 57% de los encuestados opinaron que las prestaciones brindadas por la entidad, son buenas. No se encontró problemática respecto a la asignación de actividades hacia el personal, pues el 93% del personal expresó satisfacción respecto a las actividades asignadas, en el trabajo que realizan; tampoco se encontraron problemas respecto a los horarios de la jornada laboral. Sin embargo, se identificó que la mayoría de los encuestados no consideraron adecuada la capacitación otorgada (86%); además de que el 72% manifestó no sentir apoyo por parte de su superior; ambos factores con descritos por Chiavenato como incidentes en la rotación de personal. Por otra parte, la constante entrada y salida de personal, genera en el personal un efecto de tensión e inseguridad, esto constatado por el 72% de los encuestados que manifestaron no sentir seguridad de su empleo actual.

El espacio de trabajo y el equipo de trabajo, recibieron buenas críticas por parte de los encuestados, quien no observaron problema alguno con dichos parámetros. Al calcular el índice de rotación de personal, se encontró que al momento de

indagación era del 42%, uno de los más altos en los últimos años; y una vez identificados los factores que lo generan, se desarrollaron propuestas de estrategias a fin de reducir el índice de rotación en la sucursal, entre las que destacan las siguientes:

1. Crear un plan de crecimiento en Compañía.

Es muy importante que se demuestre a los empleados que existe la oportunidad de crecer dentro de la empresa, de esta manera los mantendrán motivados por lo que su desempeño será mejor.

2. Desarrollar un programa de entrenamiento de inducción.

Tienen que desarrollar un programa entrenamiento para los empleados de nuevo ingreso, esto les ayudará a sentirse cómodos y seguros desde el primer día que se presenten a trabajar.

3. Se deben de establecer metas individuales. Lo cual permita que los empleados demuestren su esfuerzo al realizar sus actividades cada día.

4. Dar reconocimientos a los empleados con mayor productividad mensual.

La empresa debe buscar reconocer el esfuerzo de los empleados, por ejemplo, se sugiere, que se brinde un sábado de descanso al mes; debido a que este día se ha identificado como el día con menor actividad dentro la sucursal, y el brindarlo creará una mayor motivación en los empleados, cumpliendo con la cualidad de ser motivación de tipo espiritual y no sólo económica. Por otra parte, para medir la productividad de cada técnico, estos son dados de alta en el sistema de la empresa y al momento de realizar una factura se registra al técnico que brindó el servicio, ya que antes solo se tenía registrado al técnico con mayor antigüedad y causaba conflictos al momento de recibir su porcentaje de bono.

5. Modificar el horario del día sábado.

Esta es otra de las estrategias para motivar a los trabajadores ya que Santa Fe es un lugar de oficinas y la fluidez tanto de personas como de autos es mayormente de lunes a viernes y no es necesario laborar el día sábado hasta las 4.00 pm; por lo que se sugiere modificar el horario, para solo laborar hasta las 2.00 pm, de esta manera se tendrán dos horas más para convivir la familia ya que los demás días de

la semana solo son de la casa al trabajo por lo que no queda tiempo para realizar alguna actividad familiar.

6. Fomentar la relación amistosa entre los empleados.

El objetivo de esta estrategia es crear lazos más allá del trabajo, siempre y cuando no afecte con sus deberes.

7. Mejorar la relación jefe-subordinado.

El objetivo es que mejoren la comunicación entre los trabajadores con el jefe o supervisor ya que este es uno de los factores identificado con mayor influencia en la rotación de personal de la sucursal Santa Fe.

8. Se deben de realizar junta de empleados una vez por semana o por lo menos una cada quince días.

Un punto más donde pueden motivar la reducción del índice de rotación, es hacer que el trabajador se siente escuchado y tomado en cuenta, por lo cual se aconseja que manejen las juntas de empleados donde ellos puedan expresar directamente con los jefes inmediatos sus inconformidades y puedan dar su punto de vista sobre las acciones que toma la empresa Automotriz, en lo que a ellos concierne.

9. Se deben realizar evaluaciones constantes a los empleados.

Al realizar las evaluaciones constantes permitirá tener un mayor control y conocimiento de la situación de cada trabajador, con ello se puede conocer las inquietudes individuales como organizacionales las cuales les servirán como preventivos para la rotación de personal.

10. Repartir los bonos mensuales en forma proporcional de acuerdo al presupuesto establecido, tomando en cuenta el porcentaje de productividad individual.

Implementar esta estrategia ayudará a demostrar el reconocimiento y remuneración por el esfuerzo de su trabajo aun cuando por razones externas no se haya podido lograr el objetivo organizacional.

CONCLUSIÓN

Hoy en día la mayoría de las empresas que se preocupan por los empleados para que estén satisfechos con sus actividades, saben que tendrán colaboradores más productivos lo que implicará cumplir con los objetivos organizacionales.

Con la investigación efectuada en la empresa Automotriz, sucursal Santa Fe, se puede observar que la hipótesis planteada sí se cumplió, al encontrar los factores que influyen al interior de la sucursal, al saber que el supervisor no brinda ningún apoyo a los trabajadores, la falta de capacitación y la poca motivación son los causantes de que el personal busque oportunidades fuera de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arnoletto, E. J. (2007). Administración de la producción como ventaja competitiva (Electrónica gratuita ed.). Texto completo en www.eumed.net/libros/2007b/299.
- Chiavenato, I. (2000). Administración de Recursos Humanos (QUINTA EDICIÓN ed.). Colombia: Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2007). Administración de Recursos Humanos (Octava Edición ed.). Mc Graw - Hill / Interamericana.
- Dessler, G. (2001). Administración de personal. (Octava edición. ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Gibson, I. y. (2003). Las organizaciones, comportamiento, estructura y procesos.
- Humanos, R. (21 de Febrero de 2011). LosRecursosHumanos.com. Obtenido de Los 10 estilos de liderazgo más frecuentes en las organizaciones: <http://www.losrecursoshumanos.com/los-10-estilos-de-liderazgo-mas-frecuentes-en-las-organizaciones/>
- Jasman, A. (s.f.). Filosofía organizacional. México.
- Jiménez, D. P. (2007). Manual de recursos humanos.
- López, J. (11 de Marzo de 2011). Revista vinculando. Recuperado el 9 de Diciembre de 2016, de Propuesta para reducir la rotación de personal: http://vinculando.org/empresas/propuesta_para_reducir_el_indice_de_rotacion_de_personal.html
- LRH. (21 de Febrero de 2011). LosRecursosHumanos.com. Obtenido de Los 10 estilos de liderazgo más frecuentes en las organizaciones: <http://www.losrecursoshumanos.com/los-10-estilos-de-liderazgo-mas-frecuentes-en-las-organizaciones/>
- Maniviesa, X. P. (s.f.). Pymerang . Obtenido de Tipos de liderazgo en las empresas: <http://www.pymerang.com/direccion-de-negocios/965-6-consejos-claves-para-evitar-el-miedo-al-cambio-y-unir-a-su-equipo>
- Marr, S. G. (1997). La Dirección Corporativa de los Recursos Humanos. Madrid España: Diaz de Santos, S.A.
- Mondy, R. y. (2005). Administración de Recursos (9na. ed.). México:: Pearson Educación de México, S.A DE C.V.
- Rivera, G. (16 de 07 de 2015). Merca2.0. Recuperado el 3 de Diciembre de 2016, de 6 pasos a seguir para evitar una alta rotación de personal:

<http://www.merca20.com/6-pasos-a-seguir-para-evitar-una-alta-rotacion-de-personal/>

Spector, P. (2002). Psicología industrial y organizacional. Investigación y práctica. Lima: Manual Moderno,.

V., F. S. (11 de 02 de 2010). mba y educación ejecutiva. Recuperado el 5 de 12 de 2016, de 8 claves para retener el talento humano: <http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/8-claves-para-retener-el-talento-humano>

William, W. (1991). Administración de Personal y R.R.H.H (Tercera edición ed.). Mc. Graw Hill.

ESTUDIO DE ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE EMPRESARIOS MADEREROS DE LA REGIÓN ORIENTE DE MICHOACÁN

VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY¹, ANAÍ GRACIELA ARITZMENDI HERNÁNDEZ², ALEJANDRA MENDOZA REYNOSO³.

RESUMEN

Las actividades de mercadotecnia contribuyen en forma directa a la venta de los productos de una organización, además de crear oportunidades para realizar innovaciones en ellos, permitiendo satisfacer de manera más completa las cambiantes necesidades de los consumidores y proporcionar mayores utilidades a la empresa, lo que ayuda no solo a la supervivencia de los negocios particulares, sino también al bienestar de la economía en general, por ende, las organizaciones deben reforzar que la meta de la mercadotecnia no se enfoca solamente en hacer llegar los productos a los consumidores sino en identificar las estrategias que pueden aplicar para la mejora de los servicios que ofrecen y poder satisfacer al consumidor.

Palabras clave: *mercadotecnia, estrategia, competitividad.*

ABSTRACT

Marketing activities contribute directly to the sale of an organization's products, in addition to creating opportunities to make innovations in them, allowing to more fully satisfy the changing needs of consumers and provide greater profits to the company, which helps not only the survival of individual businesses, but also the welfare of the economy in general, therefore, organizations must reinforce that the goal of marketing is not only focused on getting products to consumers but on identifying

¹ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior De Ciudad Hidalgo
adelgado@cdhidalgo.tecnm.mx

² Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior De Ciudad Hidalgo
anaigraciela_aritzdez@hotmail.com

³ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior De Ciudad Hidalgo
amendoza@cdhidalgo.edu.mx

the strategies that can be applied to improve the services they offer and satisfy the consumer.

Keywords: *marketing, strategy, competitiveness.*

INTRODUCCIÓN

El Cuerpo Académico en Formación *Gestión Estratégica para el Desarrollo Organizacional* clave TecNM ITESCH-CA-5 de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial del Instituto Tecnológico Superior de Ciudad Hidalgo, cultiva trabajos de investigación en una sus Líneas de Generación de Aplicación del Conocimiento (LGAC) *Administración en las MiPyMEs*; los docentes-investigadores que conforman el CA presentan en este espacio, la propuesta de metodología de investigación del tema: *Estudio de estrategias mercadológicas para el fortalecimiento de empresarios madereros de la región oriente de Michoacán.*

Las empresas se enfrentan a desafíos sustanciales, la competencia entre ellas es intensa tanto en productos locales como en portavoz, por lo que deben estar alerta para adaptar sus programas de mercadotecnia a los cambios que ocurren dentro de esta; es importante señalar que la presencia y participación de una empresa en un mercado competitivo requiere del buen manejo de la investigación de mercado, promoción, decisiones sobre el producto, decisiones de precio, venta, distribución o plaza y postventa para lograr las metas de la misma.

Hoy en día, la mayoría de los países, sin importar su etapa de desarrollo económico o sus ideologías políticas, reconocen la importancia de la mercadotecnia. Igualmente, importante es que las organizaciones se adapten a cada país.

La región oriente de Michoacán es considerada como una de los principales productores de recursos de madera a nivel nacional, siendo muebles de madera para el hogar su principal producto de transformación. La presencia de la deforestación y la tala incontrolada de los árboles ha provocado que una de las mayores fuentes de ingresos de la región oriente de Michoacán de la venta de muebles disminuya considerablemente, desarrollando con ello incursionar en nuevos mercados competitivos, ya no en mercados mayoristas sino minoristas.

Es por ello, que este problema refleja una oportunidad de presentar una relación con el desarrollo de estrategias enfocadas en la mercadotecnia, siendo que, al pertenecer en nuevos mercados exigentes y competitivos, no es signo que se conozca cómo introducirse, mantenerse, fortalecerse o peor aún en cerrar el negocio.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el proyecto de investigación *Estudio de estrategias mercadológicas para el fortalecimiento de empresarios madereros de la región oriente de Michoacán*, se desea identificar el tipo de mercadotecnia que sea más apropiado para los empresarios madereros que incursionan en la fabricación de muebles de conjunto habitacional de conveniencia para incursionar en nuevos mercados competitivos.

En base a precedentes que los empresarios madereros de la región oriente de Michoacán se han caracterizado en la fabricación de muebles tradicionales y rústicos para el hogar, en la actualidad se ha hecho presente la demanda de muebles de conjunto habitacional de conveniencia, debido a que el crecimiento de la población ha ocasionado desarrollo urbano de casas de interés social cuyas características de construcción y dimensiones requieren muebles que cubran tales características, siendo nuevas oportunidades de crear, pertenecer o consolidarse en el mercado de muebles de conjunto habitacional de conveniencia.

El determinar el tipo de mercadotecnia que permita potencializar el objetivo de posicionamiento para este producto de muebles de madera, permitirá un impacto profundo en la vida de las personas que vivan en casas de interés social porque se ejercerá una influencia notoria en sus hábitos de compra, estilos de vida e incluso formas de trabajo, dando como resultado la creación de una cadena de valor desde la producción, comercialización hasta la adquisición y uso del producto final.

Por ende, se pretende investigar antecedentes del comportamiento humano en su proceso de toma de decisiones de compra y de cuáles son las modificaciones que éste presenta en el momento de estar en contacto bajo una influencia y persuasión mercadológica, con el objetivo de detectar cuál tipo de mercadotecnia sería más

idónea en aplicar para posicionar en la mente del consumidor los muebles de madera para conjunto habitacional de conveniencia elaboradas en la región oriente de Michoacán.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Interrogante General

¿Qué tipo de estrategias mercadológicas se debería de aplicar para fortalecer a los empresarios madereros de la region oriente de Michoacán que comercializan muebles de conjunto habitacional de conveniencia?

Interrogante Específico

- a) ¿Son diferentes los tipos de estrategias mercadológicas que emplean los empresarios madereros de la region oriente de Michoacán que comercializan muebles de conjunto habitacional de conveniencia?
- b) ¿Cuáles son las estrategias mercadológicas que favorecen en la toma de decisión de compra para muebles de conjunto habitacional de conveniencia que fabrican los empresarios madereros de la region oriente de Michoacán?
- c) ¿La aplicación de estrategias mercadológicas brindan impacto en el fortalecimiento de los empresarios de la region oriente de Michoacán que comercializan muebles de conjunto habitacional de conveniencia para posicionarse en el mercado competitivo?

HIPÓTESIS

La aplicación de estrategias mercadológicas fortalece a los empresarios madereros de la región oriente de Michoacán que comercializan muebles de conjunto habitacional de conveniencia.

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El estudio de investigación tiene su perspectiva en la region oriente de Michoacán, enfocado en los negocios que comercializan muebles convencionales hechos de madera, entendiéndose como tal, muebles realizados con el recurso natural de madera con características y dimensiones para casa habitación de interés social.

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

En actualidad muchas empresas comerciales recurren al uso de la mercadotecnia para dar a conocer lo que brinda su empresa, los beneficios de esta y a su vez el impacto que tiene a nivel comercial para así poder llamar la atención de los compradores para que satisfagan sus necesidades; el internet se ha vuelto una herramienta de alto impacto ahora en la actualidad para promocionar las empresas ya que la mayor parte de la población se encuentra sumergida en el mundo del internet provocando una mayor captación de las personas a la hora de hacer publicitaria la empresa. La region oriente de Michoacán, México, se caracteriza por la transformación de la madera en muebles, principalmente tradicionales, modernos, o para conjunto habitacional por conveniencia, y se detecta la oportunidad de desarrollar un proyecto de investigación para este último producto, por la presencia de las nuevas necesidades que demandan los consumidores que requiere muebles para hogares con características de casa habitación de interés social, siendo un nuevo nicho de mercado que requiere atención emergente, por lo que a aplicación de una adecuada mercadotecnia se pudiese lograr un primer posicionamiento en la mente del cliente que puedan satisfacer sus necesidades y deseos en cuestión de muebles de madera, contribuyendo con el aspecto socio-económico de la región.

Estudio de estrategias mercadológicas para el fortalecimiento de empresarios madereros de la región oriente de Michoacán, tiene como objetivo determinar qué tipo de estrategias mercadológica deben enfocarse los negocios de muebles convencionales hechos de madera para crear y fortalecerse como herramienta de incremento de ventas, rentabilidad y posicionamiento en el mercado de la región. Se puede considerar un área de oportunidad inexplorada, ya que no existe evidencia de estudios realizados en este rubro. Este estudio permitiría para las empresas:

1. Identificar y conocer a sus mercados las metas.
2. Satisfacer al mercado meta de la mejor manera posible.
3. Crear cadena de valor

La función que se busca en la aplicación de estrategias de mercadotecnia consiste básicamente en la identificación de los clientes meta y satisfacción de sus necesidades o deseos de una manera competitiva y rentable para la empresa u organización; todo ello, mediante el análisis del mercado, la planificación de las diferentes actividades de mercadotecnia, la ejecución de las actividades planificadas y el control del avance y de los logros.

Mercadotecnia es un anuncio, mercadotecnia es un panfleto, mercadotecnia es un comunicado de prensa, y más recientemente, mercadotecnia es una página de facebook o una cuenta de twitter. La realidad es que la mercadotecnia se encuentra en la intersección entre los negocios y el consumidor, el gran árbitro entre los intereses de la empresa y las necesidades del comprador.

Cualquier mueble puede estar hecho de madera, este material fue utilizado para hacer los primeros muebles, hoy en día aún se sigue usando; la madera es empleada comúnmente con este fin, porque es menos cara que el metal, también se ha convertido en una moda debido a su duración y resistencia al medio ambiente, existiendo varios tipos de madera con los cuales poder hacer muebles. El uso de la mercadotecnia los negocios de muebles hechos de madera es de suma importancia ya que se puede potencializar el desempeño de la misma provocando ser el centro de atención de la gente aumentando en gran medida sus utilidades. Existen muchas empresas dentro del país, la gran mayoría de las cuales son pequeñas y medianas, y muy pocas grandes. En cada una de ellas pueden observarse diferentes etapas tales como supervivencia, crecimiento y desarrollo. El uso de la mercadotecnia brinda pasar de una a otra con base en la expansión y diversificación que pueda realizar la empresa de acuerdo a sus posibilidades.

Unos de los principales factores externos que influyen en el desarrollo de la mercadotecnia en las empresas son los económicos, sociales, políticos, tecnológicos, legales o geográficos. Los internos que son la empresa, los proveedores, los competidores, canales de distribución o de cliente y los factores clave que son la rentabilidad o rendimiento sobre la inversión, productividad, competitividad, participación o posición en el mercado, desarrollo del personal, responsabilidad pública e investigación y desarrollo. La calidad en el producto al

clientes es uno de los puntos más importantes a cumplir dentro de las empresas ya que muestran la capacidad que tienen para desempeñarse como organización, siendo la primera imagen que se da a los clientes, ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos. Un producto de alta calidad da la credibilidad a la fuerza de ventas. Las empresas que no presentan un buen servicio o producto no pueden tener éxito; la publicidad por sí sola sólo persuadirá a más personas para que experimenten un servicio malo y asegurar su inmediata retirada. Lo esencial de generar estrategias de mercadotecnia que refleje la diferenciación del mueble de madera puede ganarse la confianza del cliente ya que es un requisito vital para competir y confiere una ventaja diferenciadora al momento de decidir comprar el producto que la empresa brinda.

MARCO TEÓRICO

Los temas históricos de la mercadotecnia son base para la evolución de las nuevas prácticas mercadológicas; no obstante las prácticas actuales deben ser el centro de atención del nuevo profesional en la gestión administrativa para poder comparar los errores del pasado con las soluciones del presente.

La administración de toda empresa requiere una serie de actividades que deben desarrollarse adecuada y oportunamente, con el propósito de asegurar la consecución y logro de sus objetivos. Por administración se entiende el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupo los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos.⁴ La mercadotecnia es una disciplina que actualmente incluye temas como relaciones públicas, diseño de productos, estrategias para el ciclo del producto, ventaja competitiva o diseño para campañas publicitarias. En el mundo comercial se debaten el mercado tanto como mayoristas como minoristas, donde pequeñas o grandes empresas las estrategias de diferenciación, costos bajos son necesarios. Las estrategias señaladas anteriormente son las bases de la mercadotecnia estratégica que se fundamenta sobre la planeación estratégica.

⁴ Koontz Harold y Heinz Weihrich (1999), *Administración, Una Perspectiva Global*, (11ª ed.), p. 6, México, Mc Graw Hill.

La planeación de la mercadotecnia es parte del estudio central que se analiza debido a que su conocimiento es fundamental para el departamento de mercadotecnia, entendiéndose como planeación de mercadotecnia el diseño de actividades relacionadas con los objetivos y cambios en el ambiente del mercado.

Se debe conocer al mundo de los mercadólogos y administradores, un mundo donde la creatividad, el esfuerzo de la dirección y a la mejora continua son las herramientas ante el éxito financiero, y para lograr este éxito se debe tener una cultura organizacional que respalde el fin de la empresa y que haga saber su organización.

Se entiende que se habla de un concepto determinado de cultura, es decir, la reunión de conceptos como hábitos, normas, creencias, valores y experiencias que son los encargados de dar una caracterización determinada a un grupo en concreto. En este caso, centrándose exclusivamente en un ámbito empresarial, como un negocio, una administración, institución o corporación entre otras.

La definición que se le da a cultura organizacional es la unión de normas, hábitos y valores que de una forma u otra, son compartidos por las personas y/o grupos que dan forma a una institución, y que a su vez son capaces de controlar la forma en la que interactúan con el propio entorno y entre ellos mismos.⁵ Es decir, el comportamiento de la empresa dependerá de la forma en la que se apliquen unas normas u otras por parte de sus integrantes.

Anteriormente se dice que la cultura organizacional está formada en parte por una serie de normas que se debían de seguir, pero ¿Qué son estas normas? Se trata de un sistema que permite que todos los individuos respeten unas determinadas conductas y procedimientos ante las situaciones que se generen. Estas normas están redactadas y aprobadas en los manuales de gestión y organización, por lo que su cumplimiento y respeto es obligatorio para todos.

¿Qué es un hábito? Es el concepto que viene después de las normas. Éstos no están escritos ni tienen que estar necesariamente aprobados, simplemente son pequeñas recomendaciones que en la mayoría de los casos se toman como normas.

⁵ Robbins Stephen P. (1998), *Comportamiento Organizacional*, (3ª ed.), p. 595, México, Prentice Hall.

¿Qué es un valor? Este punto se acerca más a la individualidad de las personas que forman la organización, aquí entran en juego multitud de cualidades como energía, simpatía, honradez o puntualidad.

¿Por qué es importante la cultura organizacional para una empresa? Es bastante importante, ya que, dentro de una empresa es tremendamente útil para poder detectar problemas y encontrar una solución lo antes posible. Con ella se pueden formar grupos de trabajo con aptitudes similares con el fin de ofrecer un rendimiento mucho más productivo.

A diferencia de los enunciados de la misión y la visión, las culturas no suelen estar de forma escrita y, sin embargo, son el alma de la organización.⁶ Además, tenerla bien definida permite integrar y pulir al personal nuevo para que vaya adquiriendo los objetivos que persigue cualquier negocio, o si se encuentra en fase de contratación, ayudará a encontrar el perfil que más se adapta a los requisitos requeridos.

Las organizaciones deberían tener en consideración objetivos de supervivencia en base a sus ciclos de vida, denotando una gran diferencia en una cultura organizacional débil y cultura organizacional fuerte. La cultura organizacional debe contar con una filosofía definida, que le brinde una identidad misma que será dada a conocer a los clientes a través de estrategias mercadológicas, que identifiquen a la empresa no sólo por sus productos y/o servicios sino como un ente parte de la sociedad, siendo prescindible por lo que ofrece.

La función de la mercadotecnia consiste en atender a los clientes, por este motivo, la presión por atraer nuevos clientes y mantener a los ya existentes, recaen siempre en el departamento de mercadotecnia.

Para lograr ambas metas, en la función de la mercadotecnia se sugiere incluir las siguientes tareas:

- *Análisis*: Del mercado y su entorno de mercadotecnia para encontrar oportunidades atractivas y evitar amenazas externas. También debe analizar sus fortalezas y debilidades junto con las de su competencia, para determinar cuáles oportunidades aprovechar mejor.

⁶ Slocum, Hellriegel (2009), *Comportamiento Organizacional*, (12ª ed.), p. 458, México, Ed. CENGAGE Learning

- *Planificación*: Esto implica decidir qué objetivo, estrategias y técnicas de mercadotecnia ayudaran a la empresa a alcanzar sus objetivos generales.
- *Implementación*: Es decir, convertir los planes de mercadotecnia en acciones concretas para alcanzar los objetivos planteados.
- *Control y monitoreo*: De las acciones y programas; es decir, evaluar los resultados de las estrategias y planes de mercadotecnia y tomar medidas correctivas para asegurar que se alcancen los objetivos.

Con lo anterior se puede considerar que la mercadotecnia muestra dos facetas: una que la mueve hacia una determinada dirección (Filosofía) y la otra que pone las tareas necesarias para ir en esa dirección (Función). Ambas facetas son imprescindibles para atraer nuevos clientes y conservar a los ya existentes: por lo cual podemos decir que la filosofía y función de la mercadotecnia consiste en tener una plena orientación hacia el cliente asumiendo el compromiso de entregarles valor y satisfacción a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización.

OBJETIVO

Objetivo General: Establecer el tipo de estrategia mercadológica que fortalezca a los empresarios madereros de la región oriente de Michoacán que comercializan muebles de conjunto habitacional de conveniencia.

Objetivos Específicos:

- a) Identificar los diferentes los tipos de estrategias mercadológicas que emplean los empresarios madereros de la región oriente de Michoacán que comercializan muebles de conjunto habitacional de conveniencia.
- b) Determinar las estrategias mercadológicas que favorecen en la toma de decisión de compra para muebles de conjunto habitacional de conveniencia que fabrican los empresarios madereros de la región oriente de Michoacán.
- c) Analizar si la aplicación de estrategias mercadológicas brinda impacto en el fortalecimiento de los empresarios de la región oriente de Michoacán que comercializan muebles de conjunto habitacional para posicionarse en el mercado competitivo.

METODOLOGÍA

Tipo de investigación. El tipo de investigación a desarrollar en el presente proyecto será Aplicada con el fin de resolver problemas concretos, siendo por ello que se recurrirá a:

- a) Estado que guarda los elementos de un problema o tema específico.
(Descriptiva)
- b) Relaciones entre elementos de un problema o tema específico.
(Correlacional)
- c) Causas de un problema específico (Explicativa)

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población. Partiendo de la delimitación de la investigación, se define que los elementos que participaran se consideran:

- a) Sector que se dirige la investigación: Empresarios madereros de la región oriente de Michoacán.
- b) Características que tiene en común los participantes: Empresarios madereros que comercializan muebles de conjunto habitacional de conveniencia.
- c) Número de elementos que constituye en la población: Población finita

MUESTRA

Para el cálculo del tamaño de la muestra se tomará en cuenta: tamaño recomendado de la muestra (n), margen de confiabilidad (Z), desviación estándar de la población (S), tamaño de la muestra (N), error o diferencia permitida entre la media muestral y la media de la población (E).

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

En base al análisis de las preguntas se considera esta investigación: Descriptiva, Correlacional y Explicativa.

Información que se desea conocer	Dimensiones	Proceso para obtener la información	Indicadores
a) ¿Son diferentes los tipos de estrategias mercadológicas que emplean los empresarios madereros de la región oriente Michoacán que comercializan muebles de conjunto habitacional de conveniencia?	Estrategias mercadológicas	Encuesta y/o observación	Descriptiva
b) ¿Cuáles son las estrategias mercadológicas que favorecen en la toma de decisión de compra para muebles de conjunto habitacional de conveniencia que fabrican los empresarios madereros de la región oriente de Michoacán?	Toma de decisión de compra	Encuesta y/o observación	Correlacional
c) ¿La aplicación de estrategias mercadológicas brindan impacto en el fortalecimiento de los empresarios de la región oriente de Michoacán que comercializan muebles de conjunto habitacional de conveniencia para posicionarse en el mercado competitivo?	Estrategias mercadológicas e impacto en el fortalecimiento de empresarios madereros.	Encuesta y/o Observación	Explicativa

Fuente: Elaboración propia (Delgado, Mendoza, Pérez, 2021)

Encontrándose tres dimensiones: estrategias mercadológicas, toma de decisión de compra, impacto en el fortalecimiento de empresarios madereros.

DISEÑO DE INSTRUMENTACIÓN

Instrumentos de Investigación

Los instrumentos de investigación estarán constituidos por:

- a) Cuestionarios. Que pueden ser diseñados y aplicados en forma de entrevistas o encuestas.
- b) Instrumentos de observación. Que deben ser aplicados de manera directa al observar el fenómeno estudiado con o sin experimentación. Aspectos a considerar:
 - El tipo de preguntas a realizar.
 - La naturaleza de la información que se busca.
 - La naturaleza de la población participante.

TIPOS DE PREGUNTAS

Los tipos de preguntas pueden clasificarse

- a) Abiertas. Que permiten obtener información narrativa, descriptiva o de magnitud muy diversa.
- b) Cerradas. Que permiten obtener información nominal u ordinal, descriptiva muy concreta. Pudiéndose dividir:
 1. Dicotómico. Compuesta por dos opciones de respuesta opuestas entre sí.

2. Opción múltiple Compuesta por varias opciones de respuesta.

NATURALEZA DE LA INFORMACIÓN

En cuanto a la naturaleza de la información se considerará en base a las características de obtención de datos:

- a) Información de Magnitud (Escalar). Datos numéricos que significan una medida o parámetro, que puede ser obtenida por medio de la aplicación de instrumentos abiertos, consulta de registros o por experimentación.
- b) Información Nominal. Información descriptiva cerrada que no conserva un orden jerárquico o de importancia entre ella, que puede ser obtenida por medio de aplicación de instrumentos cerrados.
- c) Información Ordinal. Información descriptiva cerrada que conserva un orden jerárquico o de importancia entre ella que puede ser obtenida por instrumentos cerrados.

NATURALEZA DE LA POBLACIÓN

Con respecto a la naturaleza de la población participante es necesario considerar las características como: extracto social, nivel cultural, ubicación, contexto, entre otras.

MEDIOS DE APLICACIÓN

Se considerará: directa, individual o grupo, correo electrónico, telefónico, intranet e internet, mensajería, correo postal.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Análisis Cualitativo. En investigaciones con un enfoque cualitativo los datos podrán provenir de: literatura o información publicada en diversos medios: instrumentos de observación abiertos, encuestas abiertas, entrevistas no estructuradas abiertas. La información narrativa, descriptiva y contextual obtenida, deberá ser analizada y estructurada para responder a las interrogantes de investigación y evaluar la hipótesis correspondiente sin requerir de aplicación matemática.

Investigación Cuantitativa. En investigaciones con un enfoque cuantitativo los datos pueden provenir de: datos publicados, instrumentos de observación cerrada, encuestas cerradas, entrevistas estructuradas cerradas, experimentos. La información de magnitud, nominal y ordinal concreta obtenida requiere procesamiento matemático para su análisis y así obtener los indicadores que permitan responder a las interrogantes de la investigación y evaluar la hipótesis correspondiente.

PROCESAMIENTO MATEMÁTICO

Para el procesamiento matemático de los datos recabados, se considerará: efectuar definición de variables, establecer categorías para cada variable, ponderar las categorías, preparación de la base de datos, procesamiento y análisis de datos.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Una vez vaciado los datos obtenidos de las encuestas en programa SPSS Statistics se obtendrá información que interprete las tendencias de comportamiento de cómo influye las estrategias mercadológicas en el proceso de decisión de compra de muebles de conjunto habitacional por conveniencia.

RESPUESTAS A LA INTERROGANTES

Enfoque Cualitativo. La información narrativa, descriptiva y contextual obtenida, debe permitir responder a las interrogantes de investigación

Enfoque Cuantitativo. La información que se refleje en datos numéricos debe permitir responder a las interrogantes de investigación.

ACEPTACIÓN O RECHAZO DE HIPÓTESIS

En esta etapa se debe indicar cada hipótesis y declarar si se acepta o se rechaza con base en los resultados encontrados. En esta evaluación, pudiera encontrarse que se rechazan las hipótesis, Dicha situación no debe ser motivo para considerar a la investigación un fracaso, de cualquier manera, aportará información importante sobre el tema de estudio.

CONCLUSIÓN

Apoyarse en herramientas mercadológicas permite a toda organización una innovación en posicionarse en la mente del consumidor a través de estrategias:

1. *Definición del Negocio.* Brindar sentido a la creación del negocio, tiempo en el mercado, el porqué de su creación, su actividad y giro, definir su portafolios de productos y servicios, identificar su mercado meta, tipo de necesidades y deseos a atender.
2. *Estructura organizacional de la empresa.* Analizar la estructura organizacional que se tiene o tendrá la empresa, y definir de acuerdo con las políticas de penetración y desarrollo del mercado cuál debe ser la carta organizacional más conveniente para la organización.

Para estructurar la carta organizacional de la empresa se debe considerar los siguientes aspectos:

1. Definición de procesos: definir el proceso, de quien depende el cargo, definir qué salario tendrá el cargo, definir funciones y perfiles; desarrollar el perfil profesional para desempeñar el cargo; definir las funciones o responsabilidades que debe tener el cargo y qué informes debe reportar el responsable del cargo.
2. Filosofía empresarial: visión, cuál debe ser el norte que perseguirá la organización y dónde quiere estar en el mediano y largo plazo frente a la competencia, en participación de mercado, con los clientes internos y externos, con los socios o accionistas y con la política sobre la conservación del medio ambiente. La visión de la organización se enfoca en los siguientes aspectos: qué busca con la comercialización de los productos, qué quiere ofrecerle a los clientes con estos productos, cómo quiere diferenciarse de la competencia, qué quiere lograr con la protección y conservación del medio ambiente y cómo quiere definir la política del servicio post-venta.
3. Misión: definir claramente cuál es su negocio, qué busca con los clientes. La definición de la misión necesita una clara respuesta a las siguientes preguntas: ¿producir y comercializar, o sólo producir o comercializar? , identificar qué productos produce y/o comercializa, qué necesidades y/o deseos satisface los productos en los clientes, qué mercados cubre o piensa atender: ¿mayoristas, minoristas,

detallistas?, en qué se diferenciará los productos de la competencia, qué servicio post-venta desea ofrecer a los clientes, ¿buscará imagen o reputación?

4. Valores corporativos: debe definir unas políticas de identificación personal que quiera construir con los clientes internos y que estos las proyecten hacia los clientes externos. Para efectos de diseñar los valores corporativos de la organización se debe considerar las siguientes posiciones: qué valores desea fomentar en los clientes para la solución de cualquier problema, ¿los colaboradores lo resuelve en equipo? ¿La solución viene de los directivos o de los mandos medios?, ¿Los colaboradores de la organización respetan las opiniones y apreciaciones de los demás compañeros? Con las anteriores posiciones podemos definir los valores que se desea fomentar en la organización: trabajo en equipo, equidad, respeto y calidad.

5. Política de calidad: qué busca con las características y beneficios que debe tener el producto para los clientes, y cuál es su proyección de mejoramiento de los procesos administrativos y operativos de la organización. Para el diseño de la política de calidad se debe seguir los siguientes pasos: ¿Cómo percibe los beneficios el cliente del producto que se elabora y/o comercializa?, ¿Cuál es el compromiso de los colaboradores para el mejoramiento de los procesos en la elaboración de los productos y/o para la comercialización del mismo?

Estas son herramientas de mercadotecnia que aplicándolas de acuerdo a lo establecido contribuye una mejora en el nivel empresarial notoria, ya que se conforma adecuadamente la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Druckert, P. (2007). El ejecutivo eficaz en acción. Barcelona: Deusto S.A. Ediciones.
- González, L. (2003). Cooperación y Empresas: Retos presentes y futuros. España: Thompson.
- Hernández, y. R. (2008). Administración: Teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad (2a. ed.). México: Mc Graw Hill.
- Ibarra, D. (2000). Los primeros pasos al mundo empresarial: Una guía para emprendedores. México: Limusa.
- King, N., & Niel, A. (2003). Colección Negocios: Como administrar la innovación y El cambio, Guía práctica para organizaciones. México: Thompson.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (1999). Administración, una perspectiva global (11a. ed.). México: Mc Graw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Fundamentos de marketing (8a. ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, L. (2006). Dirección de marketing (12a. ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Lamb, C., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2016). Marketing Edición Latinoamericana (1a. ed.). Cengage.
- Quintero, A., & Ibarrola, M. D. (2012). Las competencias como referentes curriculares: el proceso de traducción de lo laboral a la profesión en las universidades tecnológicas. Revista de la Educación Superior, XLV(164).
- Stanton, W., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2004). Fundamentos de Marketing. México: Mc Graw Hill.

AVANCES EN ESTUDIO PARA IDENTIFICAR PRODUCTOS CUYA TRANSFORMACIÓN EN LOS POLOS DE DESARROLLO DEL ISTMO DE TEHUANTEPEC REPRESENTA VENTAJAS COMPARATIVAS EN EL MARCO DEL TMEC.

LUIS MANUEL CUEVAS PADILLA¹, LUIS CRUZ KURI².

RESUMEN

Como parte del trabajo de investigación para identificar productos cuya transformación en los polos de desarrollo, que se tiene contemplado instalar dentro del proyecto del Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec, represente ventajas comparativas en el marco del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), se diseñó un instrumento que tiene como objetivo evaluar el grado de competitividad de una gran cantidad de productos diferentes, mediante un indicador cuantitativo que permita hacer comparaciones y análisis para la toma de decisiones estratégicas.

El alcance de la investigación para la cual se diseñó originalmente el instrumento abarca un universo de más de seis mil fracciones arancelarias de productos que se elaboran en diez países asiáticos, con la finalidad de analizar la factibilidad de su fabricación en los polos de desarrollo mencionados y ser exportados a Estados Unidos, aprovechando las condiciones establecidas en el T-MEC.

Sin embargo, el instrumento desarrollado se puede aplicar a cualquier producto, para cualquier país de fabricación original, país de fabricación propuesto y país de destino. Ello debido a que la metodología está basada en el cálculo de razones matemáticas de datos estadísticos y disposiciones cuantitativas, que están disponibles para todos los productos y casi todos los países del mundo.

¹ Universidad Veracruzana Luicuevas@Uv.Mx

² Universidad Veracruzana Lckuri@Uv.Mx

ABSTRACT

As part of the research work to identify products whose transformation in the development poles, which is planned to be installed within the Tehuantepec Isthmus Interoceanic Corridor project, represents comparative advantages within the framework of the Treaty between Mexico, the United States and Canada (T-MEC), an instrument was designed that aims to assess the degree of competitiveness of a large number of different products, through a quantitative indicator that allows comparisons and analysis for strategic decision making. The scope of the research for which the instrument was originally designed covers a universe of more than six thousand tariff fractions of products that are made in ten Asian countries, with the purpose of analyzing the feasibility of their manufacture in the aforementioned development poles and be exported to the United States, taking advantage of the conditions established in the T-MEC. However, the developed instrument can be applied to any product, for any country of original manufacture, country of proposed manufacture, and country of destination. This is because the methodology is based on the calculation of mathematical ratios of statistical data and quantitative provisions, which are available for all products and almost all countries in the world.

INTRODUCCIÓN

El transporte eficiente de mercancías entre regiones distantes del planeta ha sido, a través de los siglos, uno de los objetivos fundamentales que dieron lugar a las grandes rutas comerciales internacionales. Y una de dichas grandes rutas es la que une a oriente y occidente a través de los dos mayores océanos de la Tierra, el Pacífico y el Atlántico. Aunque existen varias alternativas para esta ruta, atravesando América, el continente que separa ambos océanos hay dos que han adquirido gran relevancia para el comercio mundial: los corredores multimodales de Estados Unidos y el Canal de Panamá. Sin embargo, justamente entre las latitudes de esas dos importantes rutas, se encuentra ubicada la franja terrestre más estrecha de toda Norteamérica, el Istmo de Tehuantepec. A pesar de que el Istmo de Tehuantepec fue visualizado desde la época de la Colonia como una opción para trasladar personas y mercancías entre los dos océanos, solo tuvo éxito para ese

propósito durante unos pocos años a inicios de siglo XX, mediante un ferrocarril transístmico; pero la apertura del Canal de Panamá, y posteriormente el desarrollo de los corredores multimodales transcontinentales de Estados Unidos, propiciaron que la ruta de Tehuantepec cayera en desuso como opción competitiva para el transporte de mercancías. Recientemente se inició por parte del Gobierno Federal de México un proyecto para retomar el Istmo de Tehuantepec como ruta logística para trasladar mercaderías entre el Atlántico y el Pacífico, mediante la modernización del ferrocarril y la carretera que atraviesan el Istmo, así como la ampliación de los dos puertos ubicados en los lados opuestos del Istmo, el de Coatzacoalcos en el Golfo de México en el Atlántico, y el de Salina Cruz en el Golfo de Tehuantepec, en el Pacífico. No obstante, sería difícil considerar que el Istmo de Tehuantepec pudiera llegar a competir, exclusivamente como opción de transporte, con el Canal de Panamá y los corredores multimodales de EEUU, dado el grado de consolidación que tienen ya ambas rutas comerciales; por lo que el proyecto del Istmo tiene como un componente importante la modalidad de servir como un corredor, a través del cual se realicen procesos de transformación de mercancías, que entren por uno de los puertos mencionados y salgan por el otro con un valor agregado proporcionado en parques industriales, a los que se les ha dado en el proyecto el nombre de “polos de desarrollo”. El proyecto, combinando la ruta logística para el transporte de mercancías y los polos de desarrollo para la transformación industrial, es conocido como “Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec” o “CIIT” por su abreviatura.

Coincidentemente al inicio de la construcción del proyecto del corredor interoceánico se dio la entrada en operación del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (TMEC), acuerdo comercial que substituyó al Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). Ese tratado, el TMEC, tiene dentro de sus principales diferencias respecto al TLCAN que substituye, un cambio en las reglas de origen, disposiciones que deben cumplir los productos para gozar de las ventajas del tratado, de modo que ahora muchos productos que se importen en México, Estados Unidos o Canadá, al amparo del TMEC, deberán tener mayor valor agregado por incorporación de materias primas o procesos de transformación en

cualquiera de los tres países signatarios del acuerdo. Y es justamente esta coyuntura: la implementación de un proyecto logístico con alcance de transformación industrial y la entrada en vigor de un nuevo acuerdo comercial con requerimientos más estrictos sobre el contenido regional, lo que origina el propósito de la presente investigación, la identificación de productos cuya transformación en los polos de desarrollo del Istmo de Tehuantepec ofrezca ventajas comparativas en el marco del TMEC. En el primer capítulo del estudio se muestran los antecedentes históricos del corredor del Istmo de Tehuantepec y las características del proyecto actualmente en desarrollo, incluyendo sus polos de desarrollo. Dado que esos polos de desarrollo toman como modelo el esquema de zonas económicas especiales, popularizado en muchos países del mundo, se presentan las características generales de este modelo y los resultados que han tenido algunas de dichas zonas. Por otra parte, el capítulo 2 está enfocado a estudiar los aspectos del comercio internacional relacionados con la investigación: las exportaciones de los países asiáticos de la Cuenca del Pacífico, las importaciones que se realizan en Norteamérica y el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá, instrumento jurídico y económico, cuyas nuevas disposiciones pueden dar lugar a las áreas de oportunidad anteriormente señaladas. Finalmente, el tercer capítulo muestra el marco teórico de la investigación y el desarrollo de la misma. En este último capítulo se plantea la investigación, especificando el tema a tratar, la justificación para realizarla y su objetivo, incluyendo una descripción del estado actual de la cuestión del problema, el problema a investigar, la hipótesis de trabajo, las variables de estudio usadas en la investigación, la metodología para la obtención y análisis de los datos, los datos recopilados y los resultados obtenidos del análisis en cada etapa de la metodología señalada.

La investigación concluye con las propuestas sobre los productos que pueden representar ventajas para su transformación en los polos de desarrollo, que se presentan junto con las conclusiones generales del estudio.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

El estudio tendrá como objetivo investigar los productos de origen asiático cuya transformación en los polos de desarrollo que se establecerán en el Corredor Interoceánico (CIIT) del Istmo de Tehuantepec, representan ventajas competitivas en materia de costos, aprovechando los cambios en las regulaciones de origen del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (TMEC).

Objetivos particulares

- Identificar los países asiáticos de la cuenca del Pacífico que fabrican insumos con potencial para ser transformados en los polos de desarrollo del CIIT.
- Investigar cuáles son los productos con mayor capacidad de exportación de los países identificados.
- Investigar los aranceles que se cobran en Estados Unidos a las importaciones de productos identificados.
- Investigar el monto de importaciones que realiza Estados Unidos de los productos identificados.
- Investigar los productos con mayores ventajas competitivas, tomando como base los datos de exportaciones, importaciones y aranceles.
- Investigar la mejor ubicación para la industrialización de los productos identificados, con base a las vocaciones establecidas por el CIIT para cada uno de los 10 polos de desarrollo.

PROBLEMA A INVESTIGAR

Aunque, desde una visión muy superficial, parecería que estaría garantizado el éxito de un medio de comunicación y transporte de mercancías que conecte eficientemente el océano Atlántico y el Pacífico, la realidad es que hace tanto tiempo que el tren transístmico dejó de tener operaciones normales^{3 4 5} sin usarse como una conexión interoceánica eficiente, que se requieren análisis muy exhaustivos

³ Martínez, 2002:119.

⁴ Torres, 2017:132.

⁵ Bonilla, 2007:20.

para poder determinar la viabilidad de un proyecto de tal envergadura. Asimismo, a pesar de los estudios sobre transporte y comunicaciones anteriores, no se cuenta con un estudio que determine el impacto que podrá tener la operación del corredor en los flujos a través del Istmo de mercaderías, especialmente las que se transportan contenerizadas, al ser los contenedores marítimos, en sus diferentes modalidades, la forma de almacenamiento de mercancías de uso más generalizado en las últimas décadas. De los diversos temas que abarca el corredor de Istmo de Tehuantepec, la investigación está enfocada específicamente a determinar, mediante una metodología soportada estadísticamente, los productos, principalmente de origen asiático, que, mediante una transformación por procesos industriales en el corredor, se conviertan en los principales insumos de un nuevo producto, y cumpliendo la regla de origen específica dentro del TMEC, puedan ingresar a Estados Unidos en condiciones competitivas. Por lo tanto, si dicha preferencia arancelaria compensa los costos adicionales de enviar los productos desde Asia hasta EEUU, y los volúmenes de importación en ese país son considerables, podrían representar una oportunidad para la instalación de plantas productivas en los polos de desarrollo que se instalarán a lo largo del corredor. Se analizará también la posibilidad que existe de que se pueda llevar a cabo, considerando los factores que podrían redundar en el éxito o fracaso del proyecto, así como el impacto que tendría su realización en el producto interno bruto de ambos estados.

La realización del estudio es viable y estará disponible, se lleve a cabo o no el proyecto del Corredor Interoceánico señalado. Si se concreta, servirá como una fuente de información útil para actividades de planeación de los operadores de corredor, y si no se llegara a realizar el proyecto en la presente administración federal, podrá contribuir en alguna medida a la toma de decisiones para una futura evaluación de retomar dicho proyecto logístico.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Como resultado de la investigación se buscará dar respuesta a la siguiente pregunta:

¿Cuáles productos de origen asiático podrían ser susceptibles de recibir un valor agregado en los polos de desarrollo del Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec para ser exportados a Estados Unidos con ventajas competitivas bajo las reglas de origen del TMEC?

HIPÓTESIS DE TRABAJO

Una vez que identificadas las variables de trabajo, estas se integrarán a la siguiente hipótesis de trabajo general, de la que se derivarán varias hipótesis específicas.

Hipótesis general:

Existen productos cuya transformación mediante procesos industriales en los polos de desarrollo del Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec, representan ventajas comparativas para su importación en Estados Unidos, bajo las nuevas condiciones del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá.

Hipótesis específicas:

- Es posible, mediante métodos de análisis de datos, determinar los productos cuya transformación mediante procesos industriales en los polos de desarrollo del Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec, representan ventajas comparativas para su importación en Estados Unidos, bajo las nuevas condiciones del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá.
- Existen productos fabricados con insumos asiáticos, cuya fabricación en los polos de desarrollo del Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec, cumpliendo las reglas de origen del TMEC, tendrán costos finales en Estados Unidos menores que su importación directamente desde Asia, pagando los aranceles correspondientes.
- La existencia de productos a fabricar con ventajas competitivas en los polos de desarrollo del CIIT, contribuirán un desarrollo industrial de la región del corredor, con generación de empleos en las empresas industriales que ahí se establezcan.

VARIABLES DE ESTUDIO

Las principales variables de investigación que se utilizarán en el estudio se muestran en el siguiente cuadro con su operacionalización.

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Categorías o dimensiones	Indicador	Nivel de medición	Unidad de medida	Item's
A	B	C	D	E	F	G	H
Monto de exportaciones por país.	Valor monetario de las mercancías exportadas por un país en un periodo determinado.	Suma del valor declarado en facturas o pedimentos de exportación o importación de las mercancías que se mueven entre un país y otro.	Exportaciones definitivas. Exportaciones temporales.	Importe de las mercancías que son vendidas por empresas de un país a destinatarios en otro país.	De razón.	Cuantitativa. Dólares de Estados Unidos (USD).	¿Cuánto fue el valor en USD de la mercancías exportadas de (país) a (país o región)?
Monto de importaciones por país.	Valor monetario de las mercancías importadas por un país en un periodo determinado.	Suma del valor declarado en facturas o pedimentos de exportación o importación de las mercancías que se mueven entre un país y otro.	Importaciones definitivas. Importaciones temporales.	Importe de las mercancías que son adquiridas por empresas de un país a proveedores en otro país.	De razón.	Cuantitativa. Dólares de Estados Unidos (USD).	¿Cuánto fue el valor en USD de la mercancías importadas en (país) provenientes de (país o región)?
Arancel.	Impuesto cobrado por el gobierno de un país a las importaciones provenientes de otro país.	Porcentaje del valor declarado o cantidad específica por unidad de medida de mercancías importadas que cobra el gobierno del país de destino.	Arancel ad-valorem. Arancel específico. Arancel mixto.	Valor cobrado por el gobierno del país de destino.	De razón.	Cuantitativa. % del valor declarado o USD por unidad de medida.	¿Cuánto es el arancel que se cobra en ___ por el producto ___ de fracción arancelaria ___ proveniente de ___.

POBLACIÓN DE ESTUDIO

La población de estudio serán 6,295 productos correspondientes, que corresponden al universo de fracciones arancelarias a seis dígitos que agrupan a la totalidad de los productos dentro del Sistema Armonizado de Clasificación Arancelaria.

Se estudiará el comportamiento de cada uno de esos productos con respecto a los diez principales países exportadores asiáticos: China, Japón, Corea del Sur, Hong Kong, Singapur, India, Vietnam, Tailandia, Malasia e Indonesia.

Ello nos da un total de 62,950 productos-país analizados.

DISEÑO Y FUNDAMENTACIÓN DEL ESTUDIO DE CAMPO

La investigación tiene las características que se señalan a continuación.

- **Enfoque:** Es mayormente cuantitativo, aunque no se exenta que algunas estrategias se presenten originalmente en forma cualitativa, y se les asigne posteriormente un valor cuantificable, para poder ser utilizada en los instrumentos estadísticos que formarán parte de la investigación.

- Alcance: La investigación es un estudio exploratorio, ya que buscará identificar productos con ventajas competitivas para su transformación en los polos de desarrollo del CIIT.
- Tipo de investigación: Es de enfoque descriptivo-propositivo.
- Fuente de datos: La investigación es retrospectiva, ya que utilizará datos históricos y actuales.
- Número de mediciones: Es una investigación transversal considerando que se analizarán datos de exportaciones, importaciones y aranceles asociados a varios países, pero también tendrá un componente longitudinal, ya que en una parte del análisis de los datos se utilizarán series de tiempo para analizar comportamiento de importaciones.

Al proponerse una investigación con enfoque cuantitativo de tipo relacional sobre datos históricos, la metodología general seguida es la siguiente:

- Diseño de la metodología de trabajo específica para el desarrollo de la investigación.
- Análisis de riesgos para la investigación.
- Recopilación de información documental, a través de fuentes bibliográficas e informáticas.
- Análisis estadístico de la información recopilada.
- Prueba de las hipótesis de trabajo definidas.
- Validación de propuestas resultantes de la investigación con la opinión de expertos en temas industriales y del comercio exterior.
- Presentación de conclusiones.

Las instituciones y autores particulares de información documental y estadística que se utilizará para el desarrollo de la investigación serán debidamente referidos en las citas bibliográficas correspondientes, y no se presentará información alguna que tenga restricción de confidencialidad, y si se tuviera acceso a ella, se elaborarán los instrumentos de confidencialidad que fueran necesarios para no incorporarla a los entregables del estudio.

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

El instrumento evaluará, para cada una de las fracciones arancelarias de la población de productos, cinco indicadores expresados tres de ellos en forma de razones y dos en porcentajes, los cuales se describen a continuación:

ITEM	DESCRIPCIÓN
1	Proporción de las exportaciones del producto del país seleccionado con respecto a las exportaciones mundiales del producto en el año 2019.
2	Proporción del monto de importaciones del producto en Estados Unidos provenientes del país asiático, respecto a las importaciones del producto en Estados Unidos provenientes de todo el mundo en 2019.
3	Proporción de la exportación de México del producto seleccionado con respecto a la exportación mundial del mismo en 2019.
4	Aranceles que se cobran en Estados Unidos a las importaciones del producto provenientes del país seleccionado.
5	Crecimiento promedio entre 2001 y 2019 de las importaciones en Estados Unidos del producto seleccionado.

Los datos para realizar el análisis de los datos con los parámetros requeridos para alimentar el instrumento, se obtendrán a través del portal Trade Map, herramienta con estadísticas e información actualizada sobre el comercio internacional entre los países del mundo.⁶

Cabe señalar que Trade Map goza de muy buena confiabilidad para el análisis de los flujos comerciales entre países, lo cual es reforzado por el nivel que las instituciones que lo auspician: la Organización Mundial de Comercio (OMC) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

PRUEBA PILOTO

Con la finalidad de analizar el funcionamiento del instrumento, se realizó una prueba piloto siguiendo el siguiente procedimiento:

1. Se seleccionaron los diez países asiáticos con mayor volumen de exportación en 2019, siendo ellos, en orden decreciente, China, Japón, República de Corea (Corea del Sur), Hong Kong (Región Administrativa Especial de China), Singapur, India, Vietnam, Tailandia, Malasia e Indonesia.
2. Se seleccionaron al azar veinte productos diferentes, generando igual cantidad de números aleatorios de seis dígitos en una hoja de cálculo y estos se hicieron corresponder con la fracción arancelaria más cercana al número generado.

⁶ Trade Map. Consultado el 11 de mayo de 2021.

3. A cada uno de los diez países se le asignaron dos de los productos generados aleatoriamente. El resultado se muestra en el anexo 1.
4. Se calcularon cada uno de los cinco ítems para los veinte productos seleccionados, dando como resultado la tabla que se muestra en el anexo 2.
5. Se sumaron los cinco resultados obtenidos para cada uno de los veinte productos, encontrándose que, de ellos, los que pueden representar un mayor grado de competitividad, ordenados de mayor a menor, son los que se muestran en el anexo 3.

PONDERACIÓN DE ITEMS

En la suma de los resultados de cada ítem en la prueba piloto no se hizo ninguna ponderación entre ellos. Sin embargo, es evidente que algunos de ellos pueden influir más que otros en las ventajas competitivas para la fabricación de un producto en el marco del comercio internacional y los acuerdos comerciales que tiene México. Por ello, se asignarán ponderadores a cada ítem, pero, para que dicha asignación no sea una decisión individual de quien desarrolla la investigación, se hará una encuesta entre expertos en materia de negocios internacionales en el ámbito empresarial, académico y gubernamental. En la encuesta que se enviará por correo electrónico a una veintena de expertos, se les mostrarán los cinco ítems y se les solicitará los ordenen en función de, a su juicio, cuáles pueden influir más en la decisión de fabricar un producto específico para su posterior exportación, en el caso de esta investigación, a Estados Unidos.

Una vez obtenidas las respuestas de los encuestados, se colocarán los ítems en el orden que resulte de acuerdo al promedio de las respuestas recibidas, y se asignarán los siguientes ponderadores.

Relevancia de acuerdo a la encuesta	Ponderación que se asignará
1	0.30
2	0.25
3	0.20
4	0.15
5	0.10

TÉCNICA DE ANÁLISIS DE DATOS

El instrumento se aplicó a las 6,295 fracciones arancelarias a seis dígitos y, mediante una hoja de cálculo, se obtuvo un promedio del resultado de los 5 ítems para cada una de las fracciones y en cada uno de los diez países asiáticos seleccionados.

Posteriormente se ordenaron los valores de promedios obtenidos, de mayor a menor, para cada uno de los países estudiados.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Como resultados preliminares, se pudo observar que existen cinco productos de los países ya analizados que invariablemente tienen el mayor puntaje en el promedio de los ítems y que se señalan a continuación, con la reserva de que es un resultado todavía preliminar.

- Plataformas de perforación o explotación, flotantes o sumergibles.
- Anilina y sus sales.
- Toluol "tolueno" con un contenido de tolueno > 50% en peso.
- Semillas de algodón.
- Automotores para vías férreas y tranvías autopropulsados.

Los siguientes once productos son los que siguen en puntaje del promedio de los ítems, aunque no en la totalidad de los cinco países, existiendo en cada uno de dichos productos un país de origen donde su puntaje no corresponde al lugar que ocupan en los otros cuatro.

- Tabaco de mascar, rapé y demás tabacos y sucedáneos del tabaco.
- Tabaco para fumar, incluso con sucedáneos de tabaco en cualquier proporción.
- Tabaco "homogeneizado" o "reconstituido".
- Cacahuates, con cáscara.
- Grañones y sémolas, de cereales.
- Cacahuates sin cáscara.
- Semillas de cacahuete, para siembra.
- Cacahuates preparados o conservados (exc. confitados con azúcar).

- Tabaco, total o parcialmente desvenado o desnervado, pero sin elaborar de otro modo.
- Etilbenceno.
- Aceite de algodón y sus fracciones.

CONCLUSIONES

Una conclusión preliminar, acorde a los objetivos de la investigación, es que los productos: plataformas de perforación o explotación, flotantes o sumergibles; anilina y sus sales; toluol "tolueno" con un contenido de tolueno > 50% en peso; semillas de algodón; y automotores para vías férreas y tranvías autopropulsados, son productos cuya transformación en los polos de desarrollo que se instalen en el Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec tiene ventajas comparativas si se utiliza como una estrategia para darles valor agregado en dichos polos y, cumpliendo las reglas de origen del TMEC, tener importantes posibilidades de acceso al mercado de Estados Unidos, respecto a otros productos u otros países para su transformación. Sin embargo, un hecho importante de la presente investigación, es que la metodología desarrollada permite aplicar el instrumento a cualquier producto, para cualquier país de fabricación original, país de fabricación propuesto y país de destino. Ello debido a que la metodología está basada en el cálculo de razones matemáticas de datos estadísticos y disposiciones cuantitativas, que están disponibles para todos los productos y casi todos los países del mundo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldrich James y Cunningham, James. *“Using SPSS Statistics”*. Estados Unidos. 2016.
- Alvarez Macotela Samantha. *“El peso de nuestro descontento: la diplomacia británica en torno al paso interoceánico por el istmo de Tehuantepec, 1847-1858”*. Instituto Mora. México 2003.
- Argüello Ana Rosa. *“El camino de Tehuantepec”*. Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora. México. 2014.
- Autores varios. *“Istmo de Tehuantepec. Nueva forma de entender el desarrollo”*. La Jornada, Suplemento especial, diciembre 2019. México. 2019.
- Autoridad del Canal de Panamá. *“Estudio del Impacto Económico del Canal en el Ámbito Nacional. Panamá”*. 2006.
- Banco de Desarrollo de América Latina (CAF). *“Gobernanza del sector de infraestructura y de las APP”*. 2021.
- Bonilla Isabel. *“Los ferrocarriles en el Istmo de Tehuantepec”*. Tierra Ferroviaria N° 2. Centro Nacional para la Preservación del Patrimonio Cultural Ferroviario. México. 2007.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). *“Gobernanza corporativa en el Brasil, Colombia y México”*. 2012.
- Decreto por el que se crea el organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, no sectorizado, denominado Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec. Diario Oficial de la Federación del 14/Junio/2019. México. 2019.
- Di Pace Guillermo. *“Ampliación del canal de Panamá”*. Editorial ANI. México. 2012.
- El Universal. *“Marina Controlará el Interoceánico”*. Publicado el 20/Marzo/2021.
- Field Andy. *“Discovering statistics using IBM SPSS statistics”*. SAGE. Estados Unidos. 2013.
- Galeana Patricia. *“El Tratado McLane-Ocampo. La comunicación interoceánica y el libre comercio”*. Reseña de Ricardo Méndez-Silva. Porrúa. México. 2005.
- Instituto Nacional de Administración Pública Madrid (INAP). *“La gobernanza hoy: 10 textos de referencia”*. España. 2005.
- Garner Paul H. *“Leones británicos y águilas mexicanas”*. Fondo de Cultura Económica. México 2013.
- Martínez Juan Vicente. *“Elementos para el análisis y perspectivas del corredor interoceánico en el Istmo de Tehuantepec”*. Forhum International Journal of Social Sciences and Humanities, 2(2). 2020.

- Martínez Norma, Sánchez María Teresa y Casado José María. "Istmo de Tehuantepec: un espacio geoestratégico bajo la influencia de intereses nacionales y extranjeros. Éxitos y fracasos en la aplicación de políticas de desarrollo industrial (1820-2002)". Investigaciones Geográficas, N° 49. Instituto de Geografía de la UNAM. México. 2002.
- Martner Carlos. "El sur también existe: el corredor multimodal del istmo de Tehuantepec en la era de la globalización". Región y Sociedad, Año XXIV, N° 54. Colegio de Sonora. México. 2012.
- Martner Carlos. "Puertos, espacio y globalización: el desarrollo de hubs en México". Convergencia, N° 52. Universidad Autónoma del Estado de México. México. 2010.
- Mendes de Paula, Germano, João Carlos Ferraz y Georgina Núñez (comps.) *"Gobernabilidad corporativa, responsabilidad social y estrategias empresariales en América Latina"*. Mayol Ediciones. Colombia. 2005.
- Moro Tomás. *"Librillo verdaderamente dorado, no menos beneficioso que entendido, sobre el mejor estado de una república y sobre la nueva isla de Utopía"*. Inglaterra. 1516.
- Ornelas Delgado Jaime. *"El plan Puebla-Panamá y la globalización neoliberal"*. Red Aportes. México. 2006.
- Paz Octavio. "El ogro Filantrópico". Letras, letrillas, letrones. México 1978.
- Peng Mike. "Negocios globales". 3ª edición. CENGAGE. México. 2018.
- Programa para el Desarrollo del Istmo de Tehuantepec 2020-2024. Diario Oficial de la Federación del 4/Agosto/2020. México. 2020.
- Prud'Homme Eduardo. "Mexico Isthmus project is loved by politicians, but rife with complications". Natural Gas Intelligence. www.naturalgasintel.com . 20/Agosto/2021.
- Secretaría de Economía. "Ruta para exportar". México. 2020.
- Sedano Mauricio. "Los trabajadores del Ferrocarril de Tehuantepec y la huelga "olvidada" de Rincón Antonio (1903)". Secuencia N° 96. México. 2016.
- Suárez Ana Rosa. "¿La frontera en Tehuantepec? El debate mexicano de defensa de la integridad y la soberanía territorial entre 1851 y 1852". Ulúa N° 11. Universidad Veracruzana. México. 2008.
- Torres Jaime. "El corredor del Istmo de Tehuantepec: de los proyectos fallidos a las nuevas posibilidades para su desarrollo". Espacios Públicos, Vol. 20 N° 48. UAEM. México. 2017.

UNCTAD. “Review of Maritime Transport 2019”. Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y Desarrollo (UNCTAD). Descargado de www.uctad.org . 2019.

Zottele, Anibal (coordinador). “Veracruz: De la Nao de China a la Franja y Ruta”. Centro de Estudios China-Veracruz. México. 2019.

Textos oficiales. “Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá”. México. 2020.

Villafuerte Luis Fernando. “El populismo globalizado: ¿el fin de la democracia representativa?” en “Relaciones Internacionales en el siglo XXI. Una visión global”. Editorial Anáhuac Xalapa. México. 2021.

ANÁLISIS DE LAS ÁREAS FUNCIONALES DE LAS MIPYMES EN EL MUNICIPIO DE FELIPE CARRILLO PUERTO, QUINTANA ROO.

PEDRO JOSE RIVERO TURRIZA¹, EFREN DAVID TURRIZA BORGES², MARÍA DEL CARMEN CHULIM LÓPEZ³

RESUMEN

En el municipio de Felipe Carrillo Puerto Quintana Roo, existe una falta de crecimiento por parte de las empresas, puesto que, no hay un buen manejo en la gestión de las áreas como: finanzas, administración y recursos humanos, mercadotecnia, producción y operaciones, por lo tanto, algunas tienden a fracasar y esto da como resultado el cierre de su negocio.

Entre los objetivos del presente trabajo se encuentran identificar las características y gestión de las áreas funcionales de las Mipymes especialmente en las áreas de mercadotecnia, finanzas, operaciones y recursos humanos. Todo lo anterior con el fin de analizar la administración y gestión de las empresas, dicha investigación puede dar a conocer la situación de las MiPyMes y con ello realizar mejoras *a posteriori*.

En el siguiente documento se presenta los resultados preliminares de una investigación realizada en Felipe Carrillo Puerto en el año 2020, aplicada a una muestra de microempresas elegidas por juicio, en un marco cuantitativo y descriptivo.

De acuerdo a resultados preliminares se puede afirmar que el área que presenta mayores debilidades es la de mercadotecnia y entre las funciones de ésta, el seguimiento postventa, el estudio de mercado entre otras son las variables que presentan mayores debilidades

Palabras clave: Microempresas, gestión, áreas funcionales

¹ Tecnológico Nacional de México Tecnológico Superior de Felipe Carrillo Puerto
p.rivero@itscarrillopuerto.edu.mx

² Tecnológico Nacional de México Tecnológico Superior de Felipe Carrillo Puerto
e.turriza@itscarrillopuerto.edu.mx

³ Tecnológico Nacional de México Tecnológico Superior de Felipe Carrillo Puerto
m.chulim@itscarrillopuerto.edu.mx

ABSTRACT

In the municipality of Felipe Carrillo Puerto Quintana Roo, there is a lack of growth on the part of the companies, since there is no good management in the management of areas such as: finance, administration and human resources, marketing, production and operations, therefore, some tend to fail and this results in the closure of their business.

Among the objectives of this work are to identify the characteristics and management of the functional areas of MSMEs, especially in the areas of marketing, finance, operations and human resources. All of the above in order to analyze the administration and management of companies, this research can reveal the situation of MSMEs and thus make improvements a posteriori.

The following document presents the preliminary results of an investigation carried out in Felipe Carrillo Puerto in the year 2020, applied to a sample of micro-enterprises chosen by trial, in a quantitative and descriptive framework.

According to preliminary results, it can be affirmed that the area that presents the greatest weaknesses is marketing and among its functions, after-sales monitoring, market research, among others, are the variables that present the greatest weaknesses.

Keywords: Microenterprises, management, functional areas

INTRODUCCIÓN

La importancia económica de las micro pequeñas y medianas empresas (MiPyMES) en México es evidente dado que existen alrededor de 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son MIPYMES que generan 52 % del PIB y 72 % del empleo en el país (Chiatchoua y Castañeda-González, 2015).

En el municipio de Felipe Carrillo Puerto, como en todo México son las MiPyMes las que predominan en la economía, proporcionan fuentes de trabajo y son una forma importante de fuente de ingresos para las familias.

A pesar de su peso específico las MpyMES se enfrentan a diversos obstáculos para su permanencia en el mercado relacionados estos últimos con las áreas funcionales de la organización, tales como mercadotecnia, operaciones, finanzas

y administración, en esta última área se observa una falta de planeación a largo plazo, lo que significa que en general los empresarios de las PyMES no tienen la cultura del análisis del entorno y sus implicaciones para la empresa (Zapata, 2004). Desde el punto de vista de Zorrilla (2005) la falta de crecimiento en las empresas puede darse según su dimensión por varios motivos, entre las cuales son el mercado, la dirección y la incertidumbre o también llamado riesgo que pueda surgir en el futuro, de igual modo puede ir acompañado de los problemas de la gestión de recursos.

Actualmente en el municipio de Felipe Carrillo Puerto, existe una falta de crecimiento por parte de las empresas, puesto que, no hay un buen manejo en la gestión de las áreas como: finanzas, administración y recursos humanos, mercadotecnia o producción y operaciones, por lo tanto, algunas tienden a fracasar y esto da como resultado el cierre de su negocio.

En el presente documento se presenta una investigación realizada en Felipe Carrillo Puerto, aplicada a 380 MIPyMES, en la que, por medio de una metodología descriptiva, transeccional y con un análisis promedio porcentual de los planos organizativo, dinámico, funcional, estructural y de comportamiento, se detectaron situaciones irregulares, en cuatro áreas funcionales: administración y recursos humanos, Mercadotecnia, finanzas y producción-operaciones. De lo anterior se pudo concluir de manera preliminar que las áreas con mayores requerimientos son específicamente las relacionadas con las ventas y la gestión financiera.

METODOLOGÍA

El estudio que se presenta se desarrolló una recolección de datos de 380 empresas en el municipio de Felipe Carrillo Puerto, durante el período 2020.

Las empresas elegidas fueron elegidas de acuerdo a un muestreo de juicio o conveniencia, elegidas de un marco muestral de las empresas registradas en el Ayuntamiento de Felipe Carrillo Puerto al 31 de diciembre de 2019.

Se llevó a cabo un análisis cuantitativo, descriptivo transeccional y los estadísticos en una primera instancia por medio del análisis promedio porcentual.

Para el análisis de los resultados se estructuraron de acuerdo a las cuatro secciones revisadas y que forman parte de objetivo principal de la investigación: Finanzas, mercadotecnia, producción-operaciones y administración-recursos humanos. Cada sección estudiada tenía consignado 10 preguntas de opción múltiple, con cuatro opciones que van de nunca a siempre.

RESULTADOS

De acuerdo al análisis preliminar se obtuvieron los siguientes resultados en cuanto al área de finanzas, de los establecimientos encuestados de la localidad de Felipe Carrillo Puerto, Q. Roo, se puede decir en promedio que de todos los puntos revisados más de la mitad llevan a cabo algún tipo de control financiero, destacando el control de inventarios, de ingresos y egresos, así como el análisis de la contabilidad y sus resultados.

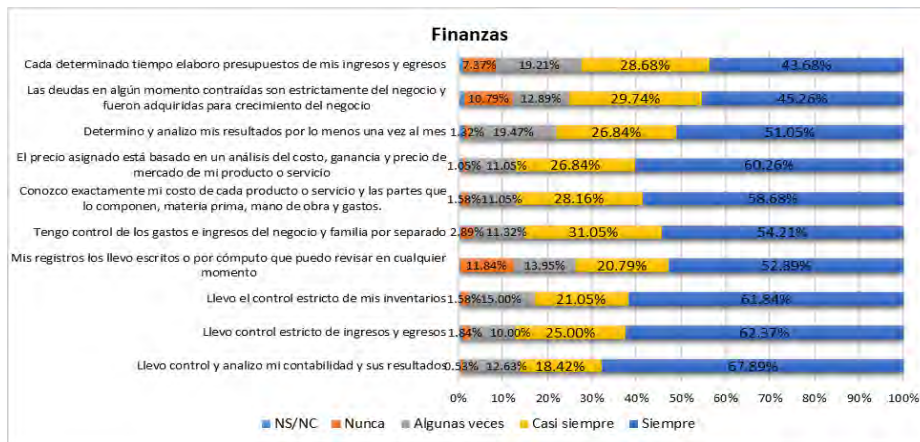


Figura 1 Resultados globales área de finanzas

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al área de mercadotecnia ésta fue la que presentó mayores deficiencias respecto a los ítems revisados en la encuesta, se puede decir que todos los encuestados estuvieron por debajo del 30% en cuanto al seguimiento mercadológico de su empresa. Es importante señalar estas limitaciones, dado que todos los esfuerzos organizacionales están enfocados en las ventas y el área en la que reside esta actividad es más débil entre las analizadas. Especialmente como se puede observar en la figura 2 en lo referente a la publicidad, promociones, seguimiento al cliente y estrategias de posicionamiento.

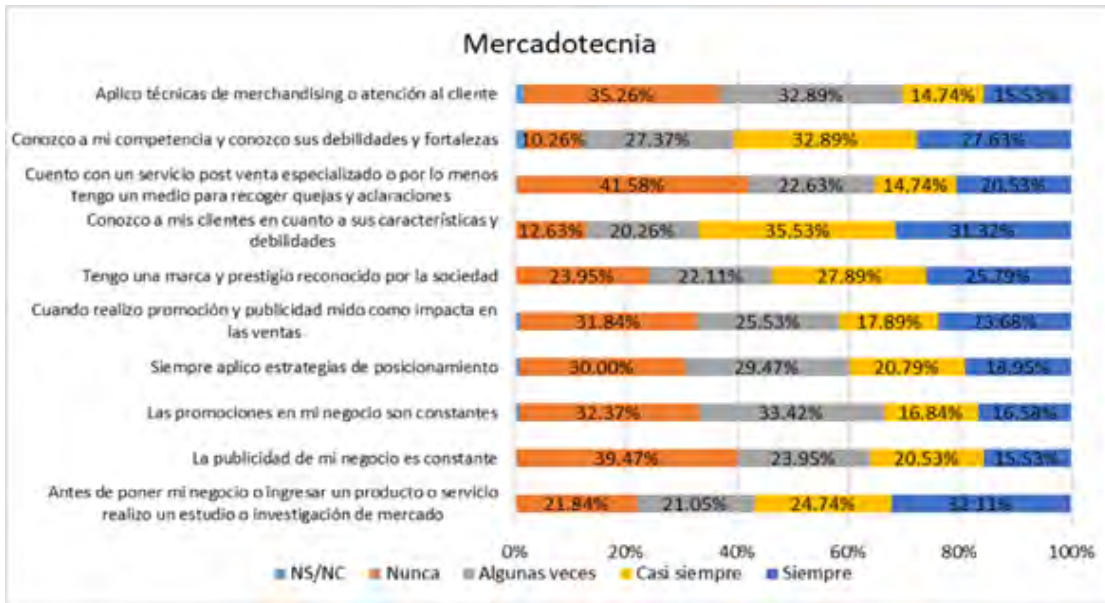


Figura 2. Resultados globales área de mercadotecnia

Fuente: elaboración propia

Respecto al área de operaciones y producción, como se puede observar en la figura 3 las micro empresas de esta localidad de Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo los resultados obtenidos estuvieron por encima del 60% respecto al cumplimiento de los ítems revisados en esta sección Del total de las empresas encuestadas 73.16% respondieron que aseguran ofrecer productos o servicios 100% garantizados siempre, pero solo 40.79% de las empresas encuestadas contestaron que cuentan con un sistema de calidad.



Figura 3. Resultados globales área de producción y operaciones

Fuente: elaboración propia

En el aspecto administrativo el 74.74% de las empresas encuestadas contestaron que cuentan con empleados muy leales y el 65% cuenta con sueldos y salarios justos, ligados a incentivos de rendimiento o productividad, pero de las 380 empresas que fueron encuestadas solo el 42.63% realizó y aplicó la planeación estratégica.



Figura 4. Resultados globales área de administración y recursos humanos

Fuente: elaboración propia

DISCUSIÓN

Las MIPyMES, tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza (COEPES,2021), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado (Andersen, 1999).

En el análisis interno de la problemática de la MIPYMES en Felipe Carrillo Puerto, se puede afirmar que se han identificado algunos generalizados como:

- a). Participación limitada en el Comercio Exterior
- b). Acceso limitado a fuentes de financiamiento

- c). Desvinculación con los sectores más dinámicos
- d). Capacitación deficiente de sus Recursos Humanos
- e). Falta de vinculación con el sector académico
- f). No tienen una cultura de innovación de procesos y desarrollo tecnológico (CIPI, 2001).

Las publicaciones disponibles no analizan de manera formal la gestión de los pymes en México, lo que existe son los comentarios y argumentos de profesionales y proveedores de servicios, basados principalmente en experiencias pasadas, que estresan a los medios de comunicación las áreas de oportunidad en las pymes, por ejemplo: el desarrollo de una estrategia de negocio, realizar bechmarking, estudio de mercado, capacitación para la exportación, apoyos de financiamiento para el crecimiento, cursos de administración y de las operaciones del negocio, capacitación de recursos humanos en todas las áreas y de e-commerce (Barcelo y Perez, 2003). Es importante observar que las áreas de oportunidad que se mencionan en los medios de comunicación son las mismas que se estudian en la literatura de gestión para las grandes empresas (Garrido, 2001).

El estudio de los procesos de gestión puede ayudar a explicar ¿por qué los resultados sobre los “problemas” internos de las PYMES son contradictorios entre un estudio y otro?, partiendo del postulado de que: dependiendo de la integración de los temas de gestión los problemas son diferentes en la gestión de las PYMES. Y, es de esperarse, que los problemas de gestión y su posible solución también sean diferentes entre una PyME de servicios, comercial, y manufacturera (Vázquez, recuperado 8/09/2021).

Las pymes no cuentan con un modelo gestión definida lo cual generan grandes problemas puesto que aplicaran una correcta gestión permite el mejoramiento y optimización de los procesos para lograr los objetivos de los empresarios, estos autores proponen que se apliquen diferentes modelos de gestión en función de las áreas que lo requieran (Recalde, Paez, Yopez y Andrade 2017).

De este análisis interno conduce necesariamente a las habilidades directivas y, es importante que los propietarios y funcionarios mejoren sus capacidades personales para establecer y coordinar sistemas eficientes de gestión (Ramirez, 2018), para

comprender a los diferentes grupos de consumidores y para diseñar acciones de atención específicas para dar respuesta a cada uno de ellos en función de sus necesidades.

Rojas y Briceño (2007) concluyen que las Pymes realizan investigaciones de mercado cuando inician sus actividades, pero no consideran diferentes aspectos para poner tener una mercadotecnia proactiva. Únicamente lo utilizan para conocer las necesidades del mercado, para mejorar sus productos y para medir la calidad de su producto y consideran las necesidades de los clientes, el valor que se puede agregar con los servicios de apoyo, y la promoción-publicidad es escasa en algunos casos inexistente.

Dentro de estas áreas de gestión interna de la MIPYMES, la mercadotecnia juega un papel fundamental entendida como “El proceso de administración responsable de la identificación, anticipación y satisfacción de los requerimientos del cliente con una utilidad” (Jefkins, 1997).

En este sentido el área de mercadotecnia y especialmente la actividad de ventas tiene un peso específico en todas las empresas especialmente las MIPYMES, hoy en día las ventas constituyen una herramienta importante de gestión empresarial, muy particularmente en las empresas con orientación al cliente, al servicio (Vázquez, recuperado 8/09/2021).

CONCLUSIONES

Se puede concluir de manera preliminar que la gestión interna de las MYPIMES en Felipe Carrillo Puerto, coincide en sus características con las mostradas en el resto del país y del Estado. Las áreas funcionales tienen un peso específico, sin embargo, las que contiene procesos fundamentales como las ventas aún carecen de la atención adecuad, especialmente en las ventas y en el seguimiento de las mismas.

En otras áreas como la financiera, los empresarios expresan un alto nivel de gestión, desde la perspectiva de las MIPYMES con niveles muy básicos de administración de recursos financieros que a su juicio son suficientes para la administración del negocio.

En cuanto a la calidad los resultados reflejan buenos niveles de administración de la calidad entendida desde su perspectiva como el manejo de la “calidad” en los productos y no como un sistema integral de gestión de calidad.

En relación al aspecto de los recursos humanos se registraron buenos niveles de gestión toda vez de la cercanía afectiva y muchas veces familiar entre los integrantes de la organización, ya que el mayor porcentaje de estos negocios son familiares.

Como se mencionó anteriormente, el área de mercadotecnia es la que presenta mayores limitaciones en la gestión de las MiPymes estudiadas, en los aspectos de promoción y ventas, estudio del mercado y sus características, estrategias de postventa entre otras.

De manera general se puede comprobar el compromiso de los empresarios de las MIPYMES con sus negocios dado que invierten prácticamente todos sus recursos en estos esfuerzos, sin embargo, existen áreas de oportunidad para consolidarse mercadológica y financieramente. Dejando de lado el crecimiento de las mismas dado que si esto sucediera, las condiciones cambiarían y tendrían que enfrentar nuevos retos de gestión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andersen, A. (1999). Diccionario de Economía y Negocios. Editorial ESPASA, España
- Barceló M., Pérez A. (2003). Uso de las TI en las PYMES en el noroeste de México. Universidad de Sonora, CISC 2003. [En línea: www.jit.industrial.uson.mx/aperez/cisci2003.html] [accesado el 13 de feb, 2005]
- Chiatchoua, C., & Castañeda-González, Y. (2015). Influencia de las MIPyMES en la generación de empleos en la región XI Texcoco, Estado de México (2000-2010). Quivera. Revista de Estudios Territoriales, 17(2),55-71.[fecha de Consulta 1 de Julio de 2021]. ISSN: 1405-8626. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40143424004>
- CIPI (2001). Documento informativo sobre las pequeñas y las medianas empresas en México. Secretaría de Economía, 24 abril 2001
- COEPES (2021), Importancia de las pymes en México, recuperado el 1 de julio de 2021 en <http://www.noticiascoepesgto.mx/articulos/255-pymesroque>.
- Garrido C. (2001). Estrategias empresariales ante el cambio estructural en México. Comercio Exterior, 29(4) dic. 2001
- Jefkins, F., (1997), Comercialización Actual, Primera Edición, Editorial Trillas
- Palomo , M. (2005). Los procesos de gestión y la problemática de las PYMES.
- Ramírez-Rojas, Jorge Ismael. (2018). Las habilidades directivas una condición para una ejecución eficaz. Revista Investigación y Negocios, 11(17), 23-29. Recuperado en 02 de septiembre de 2021, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372018000100004&lng=es&tlng=es.
- Recalde M., Páez J., Yépez J. Andrade M. (2017): “Los modelos de gestión administrativa de las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Quito”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (octubre 2017). En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/gestion-administrativa-quito.html>
- Rojas, M., & Briceño, M. E. (2007). La Mercadotecnia en las PYMEs manufactureras del sector tradicional y residual del estado Trujillo. Visión Gerencial, (2),316-327.[fecha de Consulta 31 de Agosto de 2021]. ISSN: 1317-8822. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545876007>

Vázquez, M. Las ventas en el contexto gerencial latinoamericano, recuperado www.ucema.edu.ar, el 08-09-2021

Zapata Guerrero, E. (2004). Las PyMES y suproblemática empresarial. Análisis de casos. Revista Escuela de Administración de Negocios, (52), 119-135. [fecha de Consulta 1 de 3 Julio de 2021]. ISSN: 0120-8160. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20605209>

FACTORES QUE GENERAN EL TECHO DE CRISTAL EN LA ALTA DIRECCIÓN EMPRESARIAL EN EL SECTOR INDUSTRIAL DEL CORREDOR BRUNO PAGLIAI DEL PUERTO DE VERACRUZ

ARIELA AGUIRRE LÓPEZ¹, YOLANDA RAMÍREZ VÁZQUEZ².

RESUMEN

A través del presente, se busca investigar cuales son los factores que generan el techo de cristal en la Alta Dirección del sector industrial del corredor Bruno Pagliai ya que, a ciencia cierta no existe un motivo aparente que justifique esta realidad, por lo tanto, se parte del supuesto de que este problema tiene sus orígenes directamente relacionados con los estereotipos y el rol de género culturalmente concebido. Por lo anterior, se pretende realizar una investigación cualitativa de alcance descriptivo con el objetivo de determinar los factores por los que el género femenino con formación académica y con aspiraciones a obtener puestos directivos en el sector industrial, no consigue ascender a la Alta Dirección, de forma similar a como suele ocurrir con el género masculino y que a su vez permita identificar que se necesita para facilitar la participación de las mujeres en la Alta Dirección del sector industrial, así como analizar los obstáculos a los que se enfrentan las mujeres para lograr posiciones en la Alta Dirección de este sector y por último, analizar la situación laboral actual de las mujeres en los puestos de Alta Dirección en el contexto del sector industrial.

Palabras clave: Alta Dirección, sector industrial, techo de cristal

ABSTRACT

Through the present, it is sought to investigate what are the factors that generate the glass ceiling in the Senior Management of the industrial sector of the Bruno Pagliai corridor since, for sure, there is no apparent reason that justifies this reality, therefore, it is part of the assumption that this problem has its origins directly related

¹ Universidad Veracruzana aguilo10@hotmail.com

² Universidad Veracruzana yramv@hotmail.com

to stereotypes and the culturally conceived gender role. Due to the above, it is intended to carry out a qualitative research of a descriptive scope with the objective of determining the factors by which the female gender with academic training and with aspirations to obtain managerial positions in the industrial sector, does not manage to ascend to Senior Management, similar way to what usually happens with the male gender and that in turn allows identifying what is needed to facilitate the participation of women in the Senior Management of the industrial sector, as well as analyze the obstacles that women face to achieve positions in Senior Management in this sector and finally, to analyze the current employment situation of women in Senior Management positions in the context of the industrial sector.

Keywords: Senior Management, industrial sector, glass ceiling

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo, es un apartado que forma parte de un proyecto de investigación, y que tiene como finalidad contar con los elementos y evidencias que permitan al investigador determinar cuáles son los factores que generan el techo de cristal en la Alta Dirección empresarial en el sector industrial del corredor Bruno Pagliai del puerto de Veracruz.

Por otra parte y tomando conciencia del ambiente empresarial y la sociedad en general y bajo el entorno del desarrollo de la cultura colaborativa, a través de este, se espera concebir su relevancia social en la oportunidad de contribuir a la inclusión y equidad de género.

EL TECHO DE CRISTAL

El concepto del techo de cristal, se refiere al conjunto de barreras “invisibles” (porque en teoría no hay una limitación explícita), a los que muchas veces el género femenino debe enfrentarse cuando busca el ascenso en sus carreras profesionales, independientemente de su nivel académico y sus logros. (Camarna & Luisa, 2018) Según el portal del gobierno de México, el techo de cristal se refiere al conjunto de normas no escritas al interior de las organizaciones que dificulta a las mujeres tener acceso a los puestos de alta dirección.(GOB,2021)

Sin embargo, fue Marilyn Loden acuñó el término por primera vez en 1978, el cual ha sido normalizado dentro de las organizaciones al percibirse un sentido de indiferencia ante la falta de mujeres en la Alta Dirección. Además, este problema no solo resulta exclusivo de nuestro país, ya que existen evidencias del mismo a nivel mundial.

La Ley por su parte, establece la igualdad entre hombres y mujeres, pero es una realidad que en la práctica esto no se lleva a cabo y como ejemplo, se puede evidenciar la problemática que existe ante la inequidad que se vive en el entorno laboral, donde las mujeres se ven limitadas en su ascenso laboral.

GÉNERO FEMENINO Y ENTORNO LABORAL

La creciente presencia de la mujer en el ámbito empresarial es notoria, tanto en empresas públicas como privadas, en comparación con décadas pasadas, lo que demuestra el talento y la capacidad con la que cuentan para contribuir al logro de los objetivos en las empresas que laboran.

Si bien, el género femenino constituye poco más de la mitad de la población, se ha observado que esta cifra no resulta igualitaria en temas laborales, especialmente cuando se habla de Alta Dirección Empresarial, debido al denominado techo de cristal, entendido como una serie de barreras “invisibles”, porque en teoría no hay una limitación explícita, que afecta la presencia de mujeres en las posiciones más elevadas de las estructuras organizacionales. (GOB, 2021, pág. S/P)

En el mismo tenor, la página del gobierno de México expresa lo siguiente:

“Algunas medidas adoptadas por las empresas para empoderar a las mujeres e impulsar la igualdad de género incluyen establecer metas de diversidad de género para aumentar la representación de las mujeres en los niveles directivos desarrollando el talento femenino en todos los puestos de decisión, así como asumir la representación paritaria –mitad y mitad– de las mujeres en sus juntas directivas”(www.gob.mx,2019)

De acuerdo al portal de internet Branding Industrial, el cual señala que la industria es un sector tradicionalmente hostil a la presencia femenina donde todavía persisten estereotipos y roles de género pasados. De igual forma, se menciona que uno de

los objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas para 2030 hace hincapié en la necesidad de lograr la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres en el mundo laboral. “La poca presencia femenina en la industria y, especialmente en cargos directivos, es un problema que se percibe desde la educación” (branding industrial, 2021).

Por otra parte, Camila Ayala en un artículo de El Economista argumentó que en las actividades industriales las mujeres no han tenido mayor participación debido a que no se han establecido planes enfocados hacia ellas, ya que se ha manejado el concepto de que es una industria para hombres.(Ayala, 2021).

A través del estudio Principios para el empoderamiento de las mujeres, el cual fue realizado por ONU Mujeres, se pueden observar las evidencias así como los datos estadísticos en los cuales se demuestra que la igualdad de género y la incorporación de las mujeres en todos los niveles resultan benéficas para las organizaciones.

Por último y como lo señala el portal del gobierno de México, las empresas que tienen mayor igualdad de género gozan de niveles más altos de crecimiento y mejor desempeño.

LA ALTA DIRECCIÓN Y EL TECHO DE CRISTAL

A ciencia cierta, no existe un motivo aparente que justifique esta realidad, se parte del supuesto de que este problema tiene sus orígenes directamente relacionados con los estereotipos y el rol de género culturalmente concebido.

Sin embargo, resulta imperante la necesidad de establecer líneas de acción, acerca de la incorporación de la perspectiva de género en el ambiente empresarial, debido a las exigencias del entorno actual, sin embargo, esto representa un verdadero desafío para las organizaciones.

Como se señala en el portal oficial del gobierno de México, algunos de los retos que se enfrentan en México para lograr la igualdad de género en el ambiente empresarial, son los siguientes:

- “Fortalecer los liderazgos femeninos para promover una mejor representación de las mujeres en la política, los cargos públicos y los puestos directivos” (GOB, 2021, pág. párr. 13.)

- “Reducir las brechas persistentes de desigualdad en el ámbito económico, productivo y laboral” (GOB, 2021, párr. 13.)

Por su parte, el gobierno de México se suma a través de un enfoque integrado para definir políticas públicas que partan de cada Objetivo de Desarrollo Sustentable (ODS) establecidos en la Agenda 2030 y que a su vez, desarrollen sinergia con otros objetivos, bajo una visión multidimensional que acelere el desarrollo sostenible.

En la misma línea de acción, la entidad veracruzana a través del Plan Veracruzano de Desarrollo creó el Consejo Veracruzano de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, cuyo objetivo es coordinar, diseñar, ejecutar y evaluar las acciones que garanticen el cumplimiento a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en esta entidad.

Dentro de los 17 ODS, se incluye uno que es independiente para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres (ODS 5), y el cual debido a su alcance repercute en el ámbito empresarial.

En la actualidad, más de la mitad de los egresados universitarios son mujeres, por lo que, se tiene certeza de que el género femenino cuenta con la preparación académica necesaria, así como las habilidades y la capacidad de asumir responsabilidades dentro de las empresas, sin embargo, el número de féminas en los puestos de Alta Dirección se reduce al mínimo (Camarena & Saavedra, 2018); lo anterior, ha dado como resultado el estancamiento del género femenino, en la ocupación de los puestos de Alta Dirección Organizacional.

Según datos obtenidos del portal de MONEX, se menciona que en México la participación de las mujeres en posiciones directivas es tan solo de 25% (MONEX, 2018).

De igual forma, un estudio realizado en el 2018 por María Elena Camarena y María Luisa Saavedra, demostró como su principal hallazgo, que en promedio las mujeres que conforman el consejo de administración en las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores sólo alcanza el 4.56%. También expuso que de las 500 mejores empresas para trabajar en México, sólo el 3% se encuentran dirigidas por mujeres. (Camarena & Saavedra, 2018).

Tan sólo en México, seis de cada 10 mujeres profesionistas consideran “que no tienen las mismas oportunidades cuando se trata de promoción y desarrollo en un puesto de trabajo” según Forbes. (Villeda, 2021, pág. párr.5)

Resulta pertinente destacar, que el trabajo colaborativo igualitario entre hombres y mujeres constituye una alternativa de mejora continua organizacional. A través de esta forma de trabajo entre ambos géneros, se puede contribuir al enriquecimiento de la dinámica laboral, así como favorecer el desarrollo humano en beneficio de la sociedad en general y de las organizaciones en particular.

CONCLUSIONES

El techo de cristal se concibe como una barrera invisible ya que no existen normas, leyes o fundamentos teóricos que lo estipulen, más bien radica en el constructo derivado de estereotipos socioculturales que atribuyen ciertos roles preconcebidos tanto para hombre como para mujer en el ambiente privado y laboral, lo que repercute en el progreso laboral del género femenino, Por lo anterior, su significado se puede relacionar con algo metafórico.

Actualmente, la cultura empresarial en la Alta Dirección es predominantemente masculinizada y aunque cada día son más las empresas que se suman al trabajo colaborativo en aras de la inclusión de género, es una realidad que el prejuicio sociocultural sobre puestos de Alta Dirección y el género femenino aun forma parte de muchas estructuras organizacionales, en especial en el sector industrial el cual es tradicionalmente hostil a la presencia femenina y todavía persisten estereotipos y roles de género.

La falta de elementos y evidencias dificultan su estudio y es por eso que se pretende desarrollar la investigación del tema, para contribuir con el sustento teórico generado que permita continuar a futuras generaciones con el estudio del tema.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(02 de 10 de 2018). Obtenido de MONEEX: <https://blog.monex.com.mx/impulsar-al-talento-femenino-en-la-alta-direccion>

(20 de 04 de 2021). Obtenido de GOB: <https://www.gob.mx/agenda2030/articulos/5-igualdad-de-genero>

Camarena, M. E., & Luisa, S. M. (2018). El techo de cristal en México. *La ventana*.

Camarena, M. E., & Saavedra, M. L. (21 de 06 de 2018). *scielo.org*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362018000100312

Hernandez, R. e. (2010). *Metodología de la Investigación*. CDMX: Mc Graw Hill.

Villeda, K. (28 de 04 de 2021). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/307722>

TECNOLOGÍA DIGITAL: HACIA UN CAMBIO DE CULTURA EN LAS ORGANIZACIONES EDUCATIVAS

ANA AURORA FERNÁNDEZ MAYO¹, JOSEFINA CUEVAS RODRÍGUEZ².

RESUMEN

El presente documento es el resultado de una investigación que surge de un planteamiento reflexivo acorde a los tiempos actuales que se viven a nivel mundial, consecuencia de la pandemia por COVID-19 ocasionada por el virus SARS-Cov-2, que ha obligado a los diversos actores del ejercicio profesional de distintos rubros y a la sociedad en general a establecer un periodo de confinamiento que llevó a implementar estrategias para realizar las actividades en casa. También llamado teletrabajo o “*home office*” (por sus siglas en inglés), la nueva forma de realizar el trabajo en casa ha requerido adoptar medidas diversas que van desde el cuidado sanitario hasta el acondicionamiento del espacio físico en donde se realizan las actividades cotidianas de acuerdo con las funciones que desempeñan las personas en sus organizaciones, ya sea empresas, negocios o escuelas con el apoyo de la tecnología digital, de medios y herramientas emergentes, que lleva a las organizaciones educativas hacia un cambio en los paradigmas de su cultura.

Palabras clave: Procesos digitales, Cambio organizacional, Educación

ABSTRACT

This document is the result of an investigation that arises from a thoughtful approach according to the current times that are lived worldwide, as a consequence of the COVID-19 pandemic caused by the SARS-Cov-2 virus, which has forced the various actors of the professional practice of different areas and society in general to establish a period of confinement that led to the implementation of strategies to carry out activities at home. Also called teleworking or "home office", the new way of doing work at home has required adopting various measures ranging from health care to

¹ Universidad Veracruzana anafmayo@gmail.com

² Universidad Veracruzana jcrfauv@gmail.com

conditioning the physical space where daily activities are carried out. according to the functions that people perform in their organizations, whether companies, businesses or schools with the support of digital technology, media and emerging tools, which leads educational organizations towards a change in the paradigms of their culture.

Keywords: Digital processes, Organizational change, Education

INTRODUCCIÓN

La importancia de este documento es abordar la tecnología digital como la base fundamental del cambio que requieren las organizaciones educativas que han revestido importancia en los últimos años al ser la gestión la que permea el proceso para alcanzar las metas y objetivos de las instituciones, en específico del nivel superior. Se resalta en estas líneas el cambio generado por la nueva forma de llevar a cabo los procesos a partir de las consecuencias de la pandemia COVID-19 causada por el virus SARS-Cov-2 y que derivó en un confinamiento obligado que cambió la implementación de acciones educativas, de enseñanza, de aprendizaje, de gestión, para que respondieran de manera inmediata a la emergencia sanitaria dentro del ámbito educativo. Este impacto en la educación trajo diversos desafíos que debieron reconocerse como un área prioritaria dentro del contexto mundial en el año 2020.

Desde esta perspectiva es que se asume la importancia de generar una nueva cultura en las organizaciones educativas a través de los componentes de las instituciones de educación superior. Los apartados están divididos por temas que reflejan el ámbito en el que la educación se ha desarrollado en los últimos dos años y cuyo resultado pretende asumir el cambio de cultura en las organizaciones educativas.

Así, el tópico del primer apartado que ubica la importancia del tema educativo con relación a la pandemia. A continuación, se especifican los cambios repentinos que surgieron en las organizaciones de este sector educativo teniendo que implementar actividades remotas a través de la tecnología digital y las transformaciones en los procesos, que se han convertido en el apoyo principal para realizar el desarrollo de

las funciones sustantivas en todos los ámbitos de acción de las universidades o centros educativos, nivel educativo específico de este estudio.

En el último apartado se destaca la importancia de la cultura organizacional, características y aproximaciones que la definen, la razón de considerarla en las empresas para después adaptarla al ámbito educativo y comprender que la cultura es la parte fundamental que identifica a las organizaciones para promover su desarrollo. Por ello, en el marco de la nueva normalidad post-pandemia, las universidades o centros educativos precisan promover una nueva cultura que reoriente y redefina sus pasos para responder a las nuevas condiciones de vida social, educativa y contextual teniendo el apoyo de la tecnología digital para lograr su desarrollo.

DESARROLLO

Pandemia y los cambios en la educación

A finales del mes de diciembre del año 2019, la Organización Mundial de la Salud (OMS) tuvo conocimiento de la existencia del virus SARS-Cov-2 causante de la enfermedad Covid19 al ser informada de un grupo de casos de «neumonía vírica» que se habían declarado en Wuhan de la República Popular China situación que creció exponencialmente a nivel mundial y ocasionó la pandemia que se declaró el 30 de enero del año 2020 (OMS, 2020).

Los países latinoamericanos no estuvieron al margen de las consecuencias de la pandemia, cuya afectación los llevó a implementar diferentes acciones en todos los ámbitos de la vida social, económica y específicamente en materia de educación, donde se actuó de inmediato en todos los niveles educativos, entre ellos, el superior. Estas acciones generaron cambios al interior de las organizaciones educativas, universidades o institutos trabajo en donde se tomaron decisiones para implementar el trabajo en casa, virtual, remoto o a distancia considerando también que, en cada centro de trabajo

Cabe subrayar que lo anterior, aunado a la tecnología digital, han sido las razones principales por las cuales se vislumbra un cambio de cultura organizacional educativa, además de aquellos ajustes en espacios físicos, de higiene y agendas

de trabajo, incluyendo horarios, objetivos a corto, mediano y largo plazo y actividades específicas en cada una de las áreas académicas y administrativas de las organizaciones educativas.

Esta nueva cultura organizacional educativa deberá establecerse en concordancia con las nuevas disposiciones y acuerdos en materia de salud derivados de la pandemia promoviendo que sea el eje que oriente las acciones al interior de las universidades o centros educativos en la llamada nueva normalidad y para la futura incorporación a las actividades presenciales o híbridas ³ (también llamada modalidad mixta).

Tecnología digital en las organizaciones

El estudio de las organizaciones ha sido de gran interés para quienes se dedican a la investigación en el campo de la administración o áreas afines al definir las funciones y características para el desarrollo de las empresas de cualquier tipo o giro que la definen como organización a partir de su estructura, fines y recursos para el alcance de sus metas y objetivos. Dentro de este estudio, uno de los elementos fundamentales es la parte social, que conlleva a las acciones de las personas que conforman la estructura del ámbito laboral, de quienes forman el conjunto de actores que realizan las actividades que le dan sentido a la organización y establecen la cultura de la organización. Esta cultura le da sentido e identidad a la empresa, se conforma por las creencias, valores y políticas de operación que son el eje del ideario que la define y se comprende a partir de las normas que rigen las acciones, la misión que precisa su haber y la visión que describe lo que se espera de ella en un plazo determinado por el alcance de sus metas.

Las políticas educativas de los países en crecimiento enfocan sus perspectivas en la educación al ser uno de los ejes de mayor trascendencia para lograr su desarrollo, por ello, el realizar investigaciones que estén enfocadas en la innovación educativa permitirá crear nuevas políticas enfocadas hacia una educación de calidad con impacto en el sector empresarial y permitirá que los sistemas educativos

³ La modalidad híbrida implica la construcción de una nueva educación, formas de gestión diferenciadas con uso de formas sincrónicas, asincrónicas, automatizadas y manuales (Rama, 2021) y se menciona en este párrafo para destacar su importancia y pertinencia como una de las modalidades de los aprendizajes de los tiempos actuales dentro del ámbito educativo de las organizaciones.

proporcionen egresados cualificados para las exigencias laborales al incrementar su productividad y promover el uso eficiente y responsable de los recursos para contribuir a un crecimiento económico equilibrado que garantice un desarrollo igualitario, incluyente, sostenible y a lo largo de todo su territorio (Narro et al, 2012). En respuesta a los tiempos que se viven en la actualidad, las universidades o centros educativos de nivel superior tienen el enorme compromiso de atender a las nuevas formas de funcionamiento de las organizaciones, así como a los cambios repentinos surgidos por la pandemia de COVID-19 desde un enfoque holístico o totalitario basado en la tecnología digital que incluye los nuevos sistemas de información y herramientas tecnológicas para su óptimo desarrollo.

El Dr. José Ángel Gurría (2021), Secretario General de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en su “Informe Educación Superior, Competitividad y Productividad de la Organización de Estados Iberoamericanos” (OEI, 2021) menciona que América Latina presenta un estado agravado debido a la pandemia por COVID-19 y según el reporte “Educación Superior, Productividad y Competitividad en Iberoamérica” del mismo organismo resume la importante y creciente brecha entre las habilidades requeridas por las empresas y la oferta que proveen las universidades, dato congruente con los resultados de la Encuesta de Habilidades de Adultos de la OCDE donde países como Chile, Ecuador, España, Perú, Portugal y México han participado para determinar que este desajuste entre las habilidades y la capacitación de los actores está asociado con una menor productividad laboral.

En el mismo documento se destacan dos dimensiones que son clave para elevar la productividad:

- 1) La transformación digital y la mejora al acceso a las nuevas tecnologías fortaleciendo su uso a través del impulso de las habilidades digitales, conminando a las universidades y centros educativos a adaptar su oferta educativa y de investigación para que las nuevas generaciones desarrollen aptitudes transversales y capacidades digitales para implementar el cambio en la sociedad.

- 2) Las instituciones de educación superior deben jugar un papel clave en fomentar el espíritu empresarial de los jóvenes que les permita emprender, tomar riesgos, manejar la incertidumbre, ser creativos, y transformar ideas innovadoras en soluciones sostenibles.



Figura 1. Enfoque empresarial de los egresados de las universidades

Ello ha traído como consecuencia que el cambio en la utilización permanente de las nuevas tecnologías y los medios de información en educación surjan como una propuesta obligatoria que todas las organizaciones educativas deben establecer como parte de su plataforma institucional. Es en este ámbito de acción que se deben atender las nuevas formas de realizar sus procesos en las funciones académicas y administrativas y, en el sentido estricto, de cumplir con el objetivo de formar profesionistas competentes para la vida, mejorar e implementar proyectos innovadores en los procesos de enseñanza (Gurría, 2021). Asimismo, la implementación y adecuación del espacio utilizado para realizar las actividades del trabajo en casa debe tener las condiciones mínimas de habitabilidad, además de un óptimo servicio de internet que permita una conectividad apropiada y las adecuaciones de higiene para el resguardo de las personas que laboran.

Desde el siglo XIX la humanidad ha tenido cambios sustanciales en la forma de vida, que incluye el contexto económico, empresarial, social, entre otros.

Es a partir de la Revolución Industrial que los cambios definieron más los procesos de producción y los nuevos hábitos de vida que hasta entonces había: descubrimientos científicos, la invención de máquinas que simplificaron los procesos productivos y que, entre otras cosas, simplificaron la mano de obra y lograron abatir rezagos en los sistemas de producción impulsando el avance tecnológico que hasta hoy en día prevalece (Chiavenato,2006).



Figura 2. Tecnología digital utilizada en la actualidad

Los cambios tecnológicos en la vida cotidiana del ser humano ante una creciente y masiva presencia en cualquier ámbito (empresarial, educativo, industrial) son sin duda de los aspectos más importantes que atender; sin embargo, a pesar del aumento en el uso de la tecnología en el día a día, su adopción formal en la educación pareciera estar retrasada y atrapada en paradigmas tradicionales y los resultados, en la forma en que son medidos generalmente, tampoco parecen satisfacer a las sociedades debido muchas veces por la falta de infraestructura para su acceso o su inadecuado acceso (Severin, 2016).

La innovación tecnológica es de vital importancia no solo en el ámbito académico sino también para el desarrollo de un país, los avances tecnológicos son cada vez más dinámicos lo que genera que las organizaciones establezcan acciones y les permitan estar a la vanguardia tecnológica. En este sentido, el quehacer educativo a nivel superior debe construir estrategias que le permitan coadyuvar en el logro de los objetivos a través de la investigación aplicada. Esta premisa resalta la importancia de establecer un cambio en los criterios de realización de actividades escolares respondiendo a los nuevos esquemas educativos surgidos en el año 2020 y que habrán de continuar en una dinámica de adaptación y respuesta a las necesidades de los actores que forman parte de la estructura organizacional en el ámbito educativo.

Hacia un cambio en la cultura organizacional

Las personas por su condición humana son entes sociales que interactúan entre sí en las diversas actividades de la cotidianidad de su vida, lo que ha permitido generar relaciones humanas que garantizan la satisfacción de necesidades básicas de convivencia, situación que al generarse en el ámbito laboral permite pensar en

la conformación de equipos o grupos de trabajo que promuevan el desarrollo al interior de las organizaciones.

En este contexto es que se determina a la cultura organizacional educativa como un conjunto de normas que guían el hacer en las organizaciones para alcanzar las metas a la vez de orientar los esfuerzos hacia su consolidación y reconocimiento en el ámbito contextual en donde se establece. Los cambios repentinos en el mundo suscitados por la pandemia COVID-19 a partir del año 2020, han permeado el rumbo del quehacer organizacional, lo que se ha convertido en un desafío al deber responder de manera inmediata a las situaciones presentadas para su funcionamiento en un periodo donde las actividades se detuvieron de manera imprevista y, al día de hoy, se retoman con una perspectiva diferente que obliga a replantear el ser y hacer de las organizaciones, en específico, del ámbito educativo.

Por lo anterior, surge el siguiente cuestionamiento pertinente al contexto actual: ¿por qué las organizaciones cambian? ¿cuándo cambiar en una organización? Al respecto, se resalta que un cambio de la cultura organizacional implica nuevos procedimientos en relación con la organización, con los aspectos internos y, sobre todo, con los externos referidos al contexto (Chiavenato, 2006). Este impacto en el ámbito contextual externo determina al interior las nuevas formas de una cultura para redireccionar sus acciones en la mejora de procesos que propicien el alcance de metas, lo cual se ilustra de manera gráfica en la figura 3.

En el aspecto educativo, se requiere la implementación de estrategias que fortalezcan los procesos académicos y administrativos para alcanzar los objetivos de formación profesional y, en consecuencia, de desarrollo institucional.



Figura 3. Relación de los ambientes interno y externo que impacta en la organización

En el mismo sentido, Chiavenatto (2006) suscribe que el desarrollo de la organización se dará a partir de planificar el proceso con respecto al cambio cultural y estructural, que “visualiza la institucionalización de una serie de tecnologías sociales, de tal manera que la organización quede habilitada para diagnosticar, planificar e implementar esas modificaciones con asistencia de un consultor” (p. 435). Este esfuerzo complejo debe fortalecer el comportamiento al interior de la organización basado en los valores establecidos en el ideario, capaz de adaptarse a los cambios propios del contexto, ya que pueden afectar o no a la organización convirtiéndose en desafíos a los que se habrá de responder de manera mediata e inmediata.

La cultura organizacional se define como el conjunto de valores, creencias y principios compartidos entre los miembros de una organización. Dicho conjunto de características es lo que diferencia a las organizaciones, le confiere identidad y estilo propios, constituyéndose en el conjunto de ideas que guiará las acciones de sus miembros (Argüelles, 1999), es decir, las normas, creencias y valores que influyen en el desempeño de un individuo y se relacionan con la conducta y actitudes asociadas a los miembros de la organización. Este esquema de identidad que adquiere toda organización empresarial, también se ve en la organización educativa al llevar implícito en su ideario, la descripción de la misión, la visión y los valores institucionales que la identifican.

La siguiente imagen muestra como ejemplo una de las modalidades de identidad como parte del establecimiento de la cultura organizacional que unifica y da sentido a los documentos con el uso de los colores, logotipos y formas que identifican a la Universidad Veracruzana (UV, 2021) en los formatos a utilizar en los trabajos recepcionales de quienes egresarán de la institución.



Figura 4. Documentos identitarios para trabajos recepcionales de alumnos de la Universidad Veracruzana. (UV, 2021)

Chiavenato (2009) menciona acerca del término de cultura organizacional que las empresas o instituciones han acuñado para identificarlas en su haber y existir, en su interior y exterior; cultura que promueve su desarrollo a través de potenciar el trabajo de los empleados o miembros de la organización motivándoles a desarrollar el sentido de pertenencia para la consecución de las metas y a la vez, genera certidumbre ante los posibles cambios que las condicionantes del contexto interno o externo exigen, apoyando el proceso de adaptación del personal para establecer una nueva cultura de la organización que da forma y sentido al proceso de realizar las nuevas actividades y funciones de la empresa.

La administración moderna, basada en un sistema de gestión promueve procesos de innovación y transformación y propone una toma de decisiones práctica, pertinente y participativa para mejorar las funciones sustantivas de las organizaciones. Dentro de las universidades se requiere fomentar una nueva cultura que propicie el cambio considerando nuevas políticas educativas que incluyen el financiamiento, la evaluación y acreditación y el uso de los sistemas de información y comunicación apoyados en la tecnología digital. De esta manera, si se proponen cambios en la organización escolar, es importante realizarlos desde su coyuntura cultural con el sistema universitario de gestión (Perazzo y Pantoja, 2020).

Es importante señalar que la cultura organizacional está relacionada a la similitud que las organizaciones tienen al igual que los individuos, define su personalidad, tipo y características y se ha llegado a entender como el conjunto de supuestos que se crean y desarrollan en grupos de personas con metas comunes, lo que en el ámbito de las organizaciones educativas se aplica como el eje que orienta los procesos y lleve a la consecución de metas y objetivos de formación profesional.

El cambio en las organizaciones educativas se vislumbra al considerar las nuevas acciones que orientan las actividades académicas y administrativas, regidas por las disposiciones en materia de salud y con el apoyo de la tecnología digital, adoptadas en cada una de las universidades o centros de educación superior que los miembros de la organización deberán adaptarse de manera obligatoria a los cambios que generan una nueva cultura organizacional educativa para responder a una inminente *nueva normalidad* considerando, entre otras:

- Disposiciones generales para el trabajo académico.
- Disposiciones académicas y administrativas.
- Disposiciones para el uso de los espacios físicos para cada una de las funciones.
- Precisiones para el trabajo de la organización en la modalidad a distancia, presencial o mixto.
- Consideraciones para el uso de material de limpieza y espacios de salud o estaciones de higiene en el espacio físico que ocupa la organización.
- Precisiones para el uso de herramientas tecnológicas en el espacio físico de la organización (centro de cómputo, oficinas, secretarías).
- Precisiones para el teletrabajo, trabajo en casa o *home office* (por sus siglas en inglés).

La UV ha implementado un Plan de Contingencia para enfrentar los efectos que la pandemia ha permeado en sus actividades en todas sus áreas que ha generado una alteración en los procesos académicos y administrativos con un impacto en el desarrollo de sus funciones. La figura 5 muestra una imagen de las consideraciones implementadas en los periodos escolares desde que inició la pandemia en el mes de marzo de 2020.



Figura 5. Consideraciones y disposiciones para el trabajo académico de la UV.

Es importante considerar y apegarse a las nuevas disposiciones de los ámbitos educativos para reglamentar las actividades que dan sentido a las funciones sustantivas y adjetivas con el uso de la tecnología digital en las organizaciones escolares de cualquier tipo y nivel. Al interior de las universidades o instituciones educativas se tendría una mayor claridad en la relación laboral y en la realización

de las actividades propias de acuerdo con el rubro o función incluyendo horas y recursos materiales y tecnológicos.



Figura 6. Universo de la tecnología digital

Estas nuevas disposiciones: medidas de higiene, distanciamiento físico, limpieza y desinfección constante del entorno laboral, reducción de viajes o prácticas relacionadas al trabajo, comunicación de riesgos y gestión de apoyo a trabajadores, entre otras, además de la elaboración de un Plan de Acción (OMS, 2020) son sustancialmente importantes y, aunadas al cambio que ha llevado a implementar la modalidad virtual con el apoyo de la tecnología digital, potenciarán el desarrollo de las funciones en los plazos determinados en la programación previa de las actividades que sin duda, transitarán hacia una nueva cultura organizacional educativa.

CONCLUSIONES

El cambio de cultura organizacional en las instituciones educativas, basado en la tecnología digital, comprende el establecimiento de nuevas formas de ver y hacer las cosas a través de políticas de acción que permitan crear desde espacios para la ejecución de las funciones como capacitación de los actores en el uso de herramientas tecnológicas que potencien las capacidades y competencias de los egresados de las universidades y/o centros educativos para insertarse en los ecosistemas productivos desde un enfoque de emprendimiento, innovación y digitalización educativa con una visión empresarial.

La importancia de implementar una nueva cultura de organización en las instituciones educativas promueve su crecimiento y potencia su expansión en el tiempo como una constante que consolida su desarrollo al tomar en cuenta la pertinencia con los cambios mundiales del contexto. Los recursos deben permear

la eficiencia de los procesos a partir de las funciones realizadas en cada una de las áreas que conforman la estructura de la organización educativa involucrando a las personas que conforman su planta laboral en toda la red de puestos y funciones que la definen como institución formadora de profesionistas.

Hoy en día es fundamental que se promuevan hacia su interior, cambios pertinentes e innovadores basados en la tecnología digital con el apoyo de sistemas de información para responder a los tiempos actuales que, de manera repentina se convirtieron en desafíos de inmediata respuesta para adaptarse a la nueva realidad, también llamada nueva normalidad a partir de los eventos provocados por el virus SARS-Cov-2 que derivó en un confinamiento obligado y a un cambio sustancial del trabajo presencial al *home office* o trabajo en casa y a implementar el trabajo híbrido como base de un buen funcionamiento dentro de la organización educativa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones* McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.
- Gurría, A. en OCDE (17 de mayo de 2021). Consultado el 22 de julio de 2021 de <https://www.oecd.org/about/secretary-general/sg-ocde-presenta-informe-educacion-superior-competitividad-y-productividad-de-oei-17-mayo-2021.htm>
- OMS (27 de abril de 2020). Organización Mundial de la Salud. Consultado el 24 de julio de 2021 de <https://www.who.int/es/news/item/27-04-2020-who-timeline--covid-19>
- OMS (10 de mayo de 2020). Organización Mundial de la Salud. Consideraciones relativas a las medidas de salud pública y sociales en el lugar de trabajo en el contexto de la COVID-19: anexo a las consideraciones relativas a los ajustes de las medidas de salud pública y sociales en el contexto de la COVID-19, 10 de mayo de 2020. Consultado el 24 de julio de 2021 y recuperado de <https://apps.who.int/iris/handle/10665/332084>
- Perazzo, D., y Pantoja, M. (2020). Análisis Comparativo desde la Gestión Universitaria en países de América Latina: Tendencias para una Administración Moderna. *Convergence Tech*, 3(III), 10–21. <https://doi.org/10.53592/convtech.v3III.9>
- Severin, E. Coordinador (2016). *Tecnologías digitales al servicio de la calidad educativa. Una propuesta de cambio centrada en el aprendizaje para todos*. UNESCO. Chile.
- Narro R., J; Martuscelli Q, J., y Barzana G, E. (Coord.) (2012) *Plan de diez años para desarrollar el Sistema Educativo Nacional*. México: Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, UNAM. Consultado el 25 de julio de 2021 y recuperado de <http://www.planeducativonacional.unam.mx>
- Rama, C. (2021). *La Nueva Educación Híbrida*. Cuadernos de Universidades 11. UDUAL. México. Consultado el 25 de julio de 2021 y recuperado de https://www.udual.org/principal/wp-content/uploads/2021/03/educacion_hibrida_isbn_interactivo.pdf
- UV (2021). *Manual de identidad institucional. Tomo 3. Lineamientos de objetos de diseño*. Consultado el 20 de julio de 2021 y recuperado de <https://www.uv.mx/academicos/formatos-para-trabajos-recepcionales/>

UV (2021). Plan de contingencia. Consultado el 22 de julio de 2021 y recuperado de <https://www.uv.mx/plandecontingencia/>

EL TRADING COMO ALTERNATIVA DIGITAL FINANCIERA PARA INVERSORES EMERGENTES

ERIKA LUCERO LARA GÓMEZ¹, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ² EBER JARDIEL PÉREZ ZUÑIGA³

RESUMEN

La frase “vivir de mis rentas” responde al sueño de algunas personas por lograr la “*libertad financiera*”; esto puede verse como algo lejano al considerar que lograr una inversión que genere rentabilidad es exclusivo para personas con dinero de sobra y conocimientos financieros avanzados; pero en la actualidad las tecnologías reducen la brecha y están haciendo esto posible, ¿cómo? a través del “*trading*” como alternativa financiera para inversores novatos o emergentes. Ante ello, el propósito del artículo es abordar de manera deductiva su conceptualización teórica facilitando la comprensión de elementos que intervienen para poder iniciar en el ahora accesible mundo de los *mercados bursátiles*; el porqué de popularidad, las principales consideraciones de ésta práctica, y lo más importante argumentar si es una alternativa real en las finanzas personales, sin perder de vista que se requiere de formación, práctica, paciencia y entusiasmo para minimizar sus riesgos, por lo que también debemos analizar si es conveniente para personas que están incursionando en la compra y venta de activos con la intención de obtener utilidades como resultado de ese comercio. Como toda actividad especulativa el trading se considera una actividad riesgosa, al menos económicamente; sin embargo, hay muchos inversores dispuestos a hacer de ella su primera fuente de ingresos argumentando que sólo se requiere conocer el comportamiento de los mercados y posicionar las órdenes mediante un software de fácil acceso valiéndose de que hoy en día existen diversas plataformas financieras para realizar la actividad del trading, por lo que aparte de habilidad y conocimiento, sólo se necesita un dispositivo electrónico con conexión a internet y recursos económicos no tan elevados, haciendo que entre las personas cada día sea más atractivo incorporarse a este

¹ Universidad Veracruzana.

² Universidad Veracruzana. doliverag@gmail.com

³ Universidad Veracruzana

riesgo financiero con la promesa no siempre cumplida que desde la comodidad de la nube se puede alcanzar el éxito financiero.

Palabras clave: trading; mercados bursátiles; inversor emergente.

Clasificación JEL: G15

ABSTRACT

The phrase "living on my income" has always been a dream of some ordinary people, achieving "financial freedom" can be seen as something distant, or it is believed that to make an investment is exclusive for people with money to spare, but today technologies are bridging the gap and are making this possible, how? through "trading", so in this work the theoretical bases are explained, how to be able to start in this wide and now accessible world of stock market, the basic definitions, what it is, who does it, why, how, where, when and with what it is operated, how it has been gaining popularity, also its classifications and the possibilities that exist, for it to be a real alternative in personal finances, however it is only the beginning since it requires training, practice, patience and enthusiasm.

Trading in simple terms consists of buying cheap and selling expensive, or selling to buy cheaper later the financial instruments listed on the stock market, with all the intention of obtaining economic benefits in each transaction, although sometimes it does not happen this way, that is why trading is considered a risky activity, at least economically speaking, however there are many people who dedicate themselves completely to this, or some others who place it as their second source of income, since it can be said that it only requires the ability to know the markets and to position orders using an easy-to-use software.

To trade, besides from skill, you only need an electronic device with an internet connection and financial resources, which today the brokers on line allow you to start with a low budget, to achieve the much desired "financial freedom" from the comfort of home, with a little bit of dedication and consistence.

Keywords: financial freedom; investment; trading; stock markets; financial instruments.

INTRODUCCIÓN

En ocasiones los términos de trading e inversión se utilizan de forma indistinta, sin embargo, son prácticas diferentes, el trading consiste en comprar y vender activos financieros, generalmente a corto y medio plazo donde se especula beneficiarse de los precios al alza o a la baja, operar con apalancamiento y no ser el propietario del activo subyacente; por el contrario, la inversión implica la compra de activos tales como acciones, generalmente para mantenerlas durante un período más largo dejando la obtención de los beneficios por la venta después de que los precios hayan subido, implica el valor total de la inversión por adelantado y se es dueño de las acciones. (www.ig.com)

El trading no es una práctica nueva, existe desde hace mucho tiempo; sin embargo en los últimos años, el trading digital como alternativa financiera a atraído a cientos de personas en busca de oportunidades, siempre atraídos por las ventajas y beneficios que pueda obtenerse, y a medida que se intensificó las practicas digitales tambien se visibilizó esta práctica, haciéndose cada día más popular, en la que diversos analistas plantean varias razones para ello, como lo es: el facil acceso a tecnologías que reducen la barrera de entrada a esta actividad, permitiendo que cualquier persona en línea pueda comenzar a operar en los mercados financieros; la amplia libertad al encontrarse mercados abiertos para operar a cualquier hora del día; las bajas comisiones de algunas plataformas; la rápida reacción a los cambios del mercado al no haber tantos intermediarios lo que posibilita comprar o vender al instante; y, ser una fuente de ingresos adicional a la que se tiene. (cronicaglobal.elespanol.com)

Por ello, ya sea por las nuevas tecnologías las cuales permiten que cualquier persona que tenga una computadora o dispositivo móvil pueda entrar en cualquiera de los mercados mundiales, así como el incremento de personas que tienen acceso actualmente a internet, también se tiene a los brokers on line los cuales han realizado campañas de marketing muy fuertes, llenando el internet de anuncios publicitarios donde incluso regalan los primeros dólares o euros al registrarse para iniciar a hacer operaciones en sus páginas, así como la crisis económica derivada de la pandemia por COVID 19, donde hubo pérdida de empleos o disminución de

ingresos en las familias, así como restricción de movilidad, orillando a las personas a buscar nuevas formas de generar ingresos desde casa, el trading es visto como una alternativa digital financiera para inversionistas emergentes.

Como contraparte, a pesar de las ventajas para aquel inversor emergente que lo ve como una alternativa financiera, por ejemplo tener el control sobre las decisiones que se toman, sobre el tiempo que se le dedica a dicha actividad, y con la técnica adecuada se pueden lograr altos rendimientos en el corto plazo, existe también un riesgo alto debido a su carácter especulativo y ser además un mercado muy volátil que así como puede generar grandes ganancias, se puede perder dinero aun cuando el inversionista se considere experimentado y se tenga la capacidad de conocer los mercados, debido a que los mercados financieros están sometidos a presiones estructurales y coyunturales de orden mundial.

El artículo aborda de manera deductiva la conceptualización del trading como alternativa financiera tratando de aterrizar en sus partes para exponer y contrastar diferentes puntos de vista sobre lo positivo o negativo de esta práctica dada su popularidad entre las personas que quieren incursionar en esta práctica.

EL TRADING COMO ALTERNATIVA FINANCIERA

Antecedentes del trading

A través de los años, el *trading* ha sido un motor de desarrollo tanto social, como económico, y hoy en día con el auge de las plataformas digitales, es mucho más fácil participar en él. Su práctica ha jugado un papel crucial en el mundo que conocemos: el comercio de productos básicos trae frutas exóticas de otros países y pone combustible en los autos, se intercambian divisas cuando se va al extranjero; y algunas personas invierten en acciones de compañías, índices intersectoriales o monedas digitales, por poner algunos ejemplos, pero cuando se considera en el sentido moderno, generalmente se refiere al comercio de productos financieros, entre estos destacan las divisas, acciones, índices o criptomonedas que ocurre constantemente en línea, cualquier persona que quiera convertirse en *trader*, simplemente debe registrarse con un corredor confiable, o *broker* online.

Los primeros ejemplos de trading ocurrieron en la antigua civilización mesopotámica de Sumer, ahora el sur de Irak, los locales usaron fichas de arcilla y más tarde tabletas para representar la cantidad, la hora y la fecha de entrega de los activos comprados, y es así como se conocen los primeros contratos de futuros y aunque parecen muy diferentes, todavía se utilizan en actividades de inversión hasta el día de hoy. (fuente)

El trading de productos básicos continuó desarrollándose junto con otros mercados financieros. Para el año 600 a. C., el oro y la plata, valorados por su belleza y escasez, se habían convertido en las primeras monedas del mundo. Milenios después, los países desarrollaron sistemas monetarios, con la libra esterlina manteniendo posición constante como una de las monedas más fuertes del mundo. En ese momento, Londres era el centro de divisas, pero esto no duró mucho una vez que la Segunda Guerra Mundial agotó las economías europeas.

Más tarde, los comerciantes venecianos compraron y vendieron valores gubernamentales. Así se iniciaron prácticas comerciales que posteriormente fueron implementadas por comerciantes de otros países. La primera bolsa de valores oficial se estableció en Amberes, Bélgica, en 1460, sirviendo como un entorno de intercambio de productos básicos donde se podían usar bonos y pagarés.

En 1792, un antiguo mercado de esclavos en Wall Street se convirtió en un lugar para comerciantes y especuladores para comprar y vender valores. El Acuerdo de Buttonwood, el origen de la Bolsa de Nueva York (NYSE), brindó a los participantes ventajas de comisiones contra personas externas. Esto hizo que dichas organizaciones fueran atractivas y fomentaron su desarrollo. Pero incluso entonces, las operaciones se abrían y cerraban a través de un sistema de “clamor abierto”, que parecía caótico en el mejor de los casos.

Los gustos de la Bolsa de Londres y las actividades comerciales supervisadas de NYSE, regulaban a las compañías en sus respectivas bolsas y participantes autorizados en el mercado. Para garantizar que los precios se crearon de la manera más eficiente y transparente, los intercambios desarrollaron regulaciones estrictas. Además, apuntaron al costo de transacción más bajo, atrayendo a más compradores y vendedores. También proporcionaron a los participantes información

actualizada sobre los precios de los activos y una forma más rápida de liquidar las compras y transferencias de acciones. (Fuente)

En 1944, representantes de 44 naciones se reunieron en la Conferencia de Bretton Woods y establecieron el Fondo Monetario Internacional (FMI). En ese momento, las monedas se fijaron en un sistema de tipo de cambio que toleraba una fluctuación del uno por ciento frente al precio del oro, con el dólar estadounidense vinculado a \$35 por onza. El dólar se convirtió en la moneda de reserva de facto para los países capitalistas que reconstruían sus economías después de la Segunda Guerra Mundial. Cabe mencionar que todas las demás monedas estaban vinculadas al dólar. Esto significó un gran avance para la evolución del trading, Sin embargo, el patrón oro fue abandonado en 1971. Fue entonces cuando el FMI ordenó oficialmente un sistema libre de tipos de cambio internacionales, esto se convirtió en el mercado de divisas moderno. Del mismo modo, las primeras interacciones del mercado de valores se remontan al siglo XII. En ese momento, los primeros corredores administraban y negociaban deudas agrícolas en nombre de los bancos franceses. (fuente)

Sin embargo, en el siglo XX a medida que más participantes ingresaron al intercambio, los procesos se volvieron cada vez más complejos, y el desarrollo digital trajo consigo cambios radicales en las actividades financieras, por fin se introdujo el trading en línea en el mundo. Esto provocó que se otorgara al público acceso a los mercados de acciones, divisas y materias primas. En pocas palabras, democratizó la industria, introduciendo un nuevo modelo de negocio.

La plataforma de negociación en línea permitió a las personas ingresar a la esfera comercial con facilidad y sin costo adicional. Surgieron más herramientas financieras, como los Contratos por Diferencia (CFD), que permiten especular sobre los movimientos de los precios de los activos. Como el comercio de CFD no requiere que un inversor posea un activo subyacente, es más flexible que el comercio tradicional y se ha vuelto cada vez más popular entre los traders europeos.

Hoy, el mercado financiero es un escenario para operadores altamente competitivos. Entonces, requiere una mayor supervisión y una regulación más estricta, es en este contexto en donde solo los corredores que estén listos para

reformular y volverse más transparentes sobrevivirán a la evolución del trading. (Arellamo, 2010)

Entendiendo el Trading

El *trading* consiste en la compraventa de activos cotizados con mucha liquidez de mercado, como pueden ser acciones, divisas y futuros, ese mercado financiero es electrónico y regulado. Su objetivo principal es obtener un beneficio económico cuando la operación genera una plusvalía (BBVA Inversiones, 2021); en palabras sencillas, el trading es una actividad financiera en la cual las personas estudian los mercados financieros para invertir en diferentes productos con el objetivo de obtener una rentabilidad, pero ¿es realmente una alternativa financiera? y más allá de este cuestionamiento ¿es para inversores emergentes o sólo para especializados?

Desde el punto de vista de la facilidad que ofrece, el trading en la era digital, ofrece a las personas una oportunidad para trabajar desde cualquier lugar del mundo, a cualquier hora y con la opción de obtener ganancias y materializarlas en muy corto plazo.

Con esta actividad puede negociarse desde acciones de grandes empresas que cotizen en bolsas financieras del mundo, hasta contratos de materias primas, pasando por metales, productos energéticos, divisas y hasta productos intangibles que han sido creados por especuladores.

Los inversores buscan, conocen y entienden diversas herramientas para poder deducir cuando un precio es barato y cuando ese mismo precio es caro, y tener una estrategia que le indique estos dos puntos para comprar y vender en el lugar indicado y obtener una utilidad en el proceso. Esto solo es posible no solo por la asistencia tecnológica, sino que además en el trading se puede vender sin necesidad de poseer lo que estas vendiendo haciendo muy sencillo el objetivo: especular con las variaciones de precio de los activos en el mercado.

El trading viene del comercio de materias primas y se acompañó de entidades ahora llamadas “Bolsas” encargadas de asegurar el cumplimiento de las entregas y los pagos de los contratos previamente pactados. Con el paso del tiempo, los especuladores asistían a estos lugares con el objetivo de firmar contratos de compra

o venta de materias primas para posteriormente firmar contratos contrarios a los iniciales para que en lugar de entregar la mercancía o tener que pagar para recibirla, pudieran tomar beneficio de las variaciones de los precios.

Actualmente, entendemos como una *bolsa de valores* como un mercado abierto y organizado para el intercambio de materias primas, valores, acciones, derivados y otros instrumentos financieros. Su función clave es proporcionar oportunidades de trading justas, eficientes y ordenadas centralizando la compra y la venta de un tipo particular de activo (IG, 2021). En lugar de tratar directamente con bolsas, la mayoría de los inversores utilizan un broker online; es decir, un intermediario financiero que ejecuta las órdenes de sus clientes al mercado por medio de una plataforma de trading en línea que permite comprar y vender activos financieros. Los traders utilizan estos brokers para acceder al mercado de divisas las 24 horas. (Admirals, 2021).

Hoy en día, el trading asistido por tecnologías digitales hace mas asequible el proceso para inversores emergentes –inversionistas que inician en esta actividad-, de manera que se puede estudiar y comprender su funcionamiento, habiendo inclusive plataformas que enseñan y educan al respecto, y otras plataformas lo fomentan e incentivan regalando incluso los primeros recursos para dar inicio a la primera inversión, aunado a las libertades que ofrece esta actividad, libertad financiera, libertad de espacio y libertad de tiempo, entre otras, hace que no sean pocas las personas interesadas en convertirse en inversores emergentes y participar en una actividad financiera como el trading, puesto que actualmente con el uso de la información de manera electrónica, los problemas de movilidad por situaciones como el Covid 19 o simplemente por el incentivo de ganar dinero sin necesidad de dirigirse hacia una oficina para prestar sus servicios de manera presencial.

No se puede negar que como cualquier otra actividad productiva y económica los beneficios que se obtienen cuando se logra la rentabilidad es un buen incentivo para incorporarse al trading, sin embargo involucra costos en el proceso, ya sea de estudio y práctica, o costos económicos, costo de tiempo, costo emocional, sacrificio, voluntad y disciplina. En el mejor de los casos, el inversor tendrá una tasa

de éxito aceptable, en el peor simplemente perderá algo mas que su inversión monetaria.

Según las estadísticas, 1 de cada 20 personas logran mantenerse como trader, partiendo del hecho de que todas las personas que ingresan en el mundo del trading, tienen alto interés en la producción de dinero, entonces fácilmente una persona cae en una guerra emocional consigo misma que lo lleva a ser víctima de la psicología de las masas que lo lleva directamente hacia el fracaso porque, sin duda alguna, la emocionalidad hace que las personas compren un activo financiero justamente cuando deberían estarlo vendiendo y viceversa. (fuente)

Los profesionales de este campo han sabido detectar a través de su experiencia aquel momento en el cual los traders poco experimentados se llenan de avaricia y entonces es buen tiempo para vender y en el caso contrario de un mercado descendente, los profesionales detectan cuando los traders emergentes o novatos tiene miedo y se crean grandes oportunidades de compra a precios relativamente bajos.

Según los inversores exitosos de la historia, para una persona que acaba de ingresar al trading, el éxito va a estar marcado por el manejo de las emociones más que por el manejo de la técnica de compra y venta en los mercados financieros; asunto difícil de aceptar para la gran mayoría de gente y por ende se puede observar como muchas personas llevan a la quiebra sus cuentas en los primeros días, semanas o meses de operación.

Las plataformas digitales dirigidas al trading tratan de dar una certidumbre técnica que minimize la incertidumbre emocional, por lo que los inversores emergentes que se acogen a esta alternativa de trabajo procuran tener los mejores recursos como un mejor dispositivo electronico fijo o movil, una conexión a internet dedicada, una batería de softwares analíticos para la colocación de las órdenes de compra y venta, la incorporación a que plataformas mas versátiles, una cuenta confiabilede broker y una conexión con la bolsa en la cual se van a realizar las transacciones, ya que en la era digital el manejo de la información puede ser una variable mas robusta que tenga mas peso que la variable emocional. Para muchos inversores especializados

el feeling o experiencia seguirá siendo un factor de peso que solo se logra manteniéndose en el negocio.

Lo que es innegable es que si bien el trading es una buena alternativa de trabajo promete facilidades, libertades y capacidades, debe reconocerse también que conlleva muchas dificultades en su proceso.

Tipos de trading que se pueden operar

Existen distintos tipos o modalidades de trading clasificados por la duración o plazo en el que abren y cierran sus operaciones; los traders se clasifican también por el tipo de operación que prefieren realizar: el trading Scalping (Trading intradía) realiza la negociación financiera en un mismo día; el trading Daytrading (Trading interdiario) es muy similar al scalping, pero difiere en que sus operaciones se tardan unas horas antes de cerrar la venta, utilizado por aquellos traders que no desean esperar al día siguiente para ver los resultados de la operación; existe también el trading Swingtrading, orientado a aquellos traders que son más pacientes y que pueden esperar unos días para cerrar sus operaciones, ya que se esperan hasta que la tendencia en el mercado suba hasta el punto de que ellos desean antes de cerrar una operación; por último, el trading Trading a largo plazo (Position trading), es el trading más largo de todos, con el cual se puede tardar en cerrar la operación tanto meses como años, especialmente para los traders más pacientes; para aquellos que no necesitan ver los resultados de sus operaciones de manera inmediata (Etayo, 2020).

La elección del tipo de trading a operar depende de las características personales del trader y su necesidad de materializar en el corto, mediano y largo plazo sus utilidades.

Una vez más la tecnología nos puede ayudar a definir un estilo de trading, ya que dependerá de la información de cada activo y del volumen del negocio. No todos los activos en los que se invierte se comportan de la misma forma, todos tienen distinta naturaleza, por ejemplo tenemos las divisas que cotizan en el mercado Forex (Fx) cuyo mercado es amplio, con millones de operaciones paralelas por lo que hay que tomar en cuenta el volumen de negocio y la volatilidad que se puede ocasionar en él, este mercado es el preferido para quienes realizan scalping y trading intradía, ya

que abren y cierran operaciones en cuestión de minutos y al cabo de un día; este mercado es aconsejable porque su alta liquidez favorece la disminución de costos de operación, pero participar en él requiere una combinación de análisis fundamentales de noticias y contextos a mediano y largo plazo, además de los técnicos con gráficas de oferta y demanda, por lo que el inversor emergente debe tener también un perfil más agresivo y arriesgado (Arellano, 2010).

Las acciones como otro tipo de activos, destacan por su versatilidad y en función de la información de las empresas que emiten estos títulos puede el inversor emergente apostar por mayores o menores riesgos.

El índice de la bolsa es el activo más estable y con fluctuaciones menos riesgosas y agresivas, dado que consiste en la extracción de una media de los principales valores bursátiles de una economía nacional, a los inversores emergentes que no les gustan los riesgos y son menos agresivos éstos mercados no están tan expuestas como las acciones.

Por último las materias primas, conocidas como *commodities*, tienen un comportamiento diferente al de los productos fabricados con ellas, entre las que cotizan en los mercados financieros están los metales, la energía y la producción agrícola, y se caracterizan por su volatilidad.

Así, los inversores emergentes tienen opciones menos o más agresivas pero todas ellas requieren un estudio cuidadoso de su comportamiento y eso será un determinante para la viabilidad de obtener utilidades además del dinero para invertir y la tecnología disponible.

EL “DECISION-MAKER”, EL TRADER EMERGENTE,

La naturaleza del trader

La persona que decide cómo, dónde y cuánto invertir es el “Trader”, es aquel inversor o especulador que opera en los mercados financieros con la finalidad de obtener beneficios en el corto, medio o largo plazo, puede operar sobre cualquier producto o modalidad de inversión, va a depender de su disponibilidad, experiencia y poder adquisitivo, define sus reglas de comportamiento y realiza un análisis bursátil para basar sus decisiones, con ayuda en distintas herramientas de

información, siempre en la búsqueda de los mayores beneficios económicos por sus transacciones (Vázquez Burguillo, 2015).

Un trader debe estar al tanto de aquellas tendencias del mercado para hacer varias operaciones en un tiempo breve, que significa un mayor riesgo, pero para muchos es mejor porque les proporciona una inmediata rentabilidad. Y un trader emergente o inversor emergente es el que está incorporándose a la actividad del trading y que es considerado novato o nuevo. El debate sobre si la tasa de éxito del trader dependerá de sus años de experiencia está abierto, aunque sin duda es un factor importante, mas importante es tener información, expectativas moderadas y un feeling o experiencia sobre el comportamiento de los activos lo que puede determinar el éxito o fracaso de las expectativas del trader.

Los traders o inversionistas de acuerdo con el riesgo que están dispuestos a asumir se clasifican en 3 principales tipos: conservador, moderado o agresivo. Para algunos analistas el conservador es el peor perfil para el trading, ya que busca arriesgar lo menos posible buscando rentas fijas o mercados poco volátiles cuyas utilidades pudieran obtenerse con otros tipos de actividades financieras; el moderado asume algo más de riesgo que el conservador, pero siempre intenta conseguir un valor de rentabilidad sostenido al riesgo que está asumiendo, trata de dividir el capital invertido en operaciones de rentabilidad fija y otras de rentabilidad variable en un cincuentaa por ciento y el último es el perfil agresivo, quizás el más idoneo para el trading, invierten hasta en un ochenta por ciento de su capital en renta variable, la especulación suele ser la principal arma de este perfil (Redacción APD, 2020).

Pero el perfil del trader puede estar condicionado al tipo de activo en el que se invierte aun cuando ser trader hoy es una actividad accesible para cualquier persona, debido a que se puede realizar desde casa y que con una modesta suma de capital se pueden obtener resultados interesantes; aun con todo este atractivo, la realidad es que no todo trader puede cumplir sus objetivos, las estadísticas dicen que solo el 5% de ellos son exitosos. Así que para formar parte de este porcentaje y obtener grandes beneficios a través del trading, no sólo requiere de un dispositivo electrónico de alta capacidad, una conexión a internet, disponer de un bróker con bajas comisiones y de una plataforma para llevar a cabo las operaciones en el

momento y el capital para ser invertido; además, se debe tener información y las bases para entenderla e interpretarla, responsabilidad, disciplina y, muy importante, la formación para comprender el funcionamiento del trading; por lo que ello requiere tiempo, esfuerzo y mucha dedicación para obtener los resultados deseados (Marcas y Mercados, 2021).

Principales mercados donde puede operar el trader

En el mundo financiero global, se clasifican los mercados por las diversas funciones que realizan y en los que se negocian instrumentos financieros específicos. Algunos de los mercados financieros que son más populares para el trading son los siguientes:

El Mercado Forex (Foreign Exchange o Fx) conocido como el mercado de divisas, es un mercado global descentralizado en el que se negocian divisas (monedas, billetes o cheques de viaje), su objetivo está centrado en facilitar la cobertura necesaria al flujo monetario que se deriva del comercio internacional. Actualmente existe un volumen medio diario negociado en torno a los cinco billones de dólares en el mundo. En esencia, quien busca invertir en divisas o el mercado FOREX comprará una moneda mientras se vende otra. Si la moneda que se adquiere aumenta en valor frente a la que se ha vendido, se podrá cerrar su posición con beneficios, en caso contrario se obtendrá una pérdida (Forbes Advertorial, 2018).

El mercado de valores o de acciones, dedicado a la compra y venta de acciones de las compañías que cotizan en bolsa, aquí las acciones de las empresas no cuentan con garantía alguna y su precio no está asegurado. El propietario puede conservarlas el tiempo que desee. Cuando se emiten, el precio se determina por el valor de la empresa, luego su precio dependerá de la oferta y la demanda. Las ganancias se obtienen de tres formas: compra, venta y dividendos. Cualquier persona puede comprar acciones en cualquier bolsa alrededor del mundo. Al poseer una acción se tienen los derechos económicos relacionados a los dividendos, beneficio de la diferencia entre la oferta-demanda y derechos de suscripción sobre nuevas acciones al ya ser poseedor de las mismas. Los derechos políticos hacen referencia a la posibilidad participar y votar en las juntas de accionistas, así como el acceso a la documentación financiera. Existen varias bolsas de valores alrededor

del mundo, algunas con una gran influencia en la economía de diferentes potencias. Ciertos ejemplos serían: La Bolsa de New York (NYSE), la de Tokio (JPX) y el NASDAQ. Otras bolsas conocidas son la Bolsa de Londres (LSE), y la Bolsa de Shanghai (SSE). Las bolsas de valores tienen una alta rentabilidad y una gran liquidez constante por el alto flujo de inversionistas y empresas que participan de estas, es por ello que son una de las formas de inversión más conocidas y tradicionales, sin embargo, precisamente por su liquidez y volatilidad puede acarrear ciertos riesgos (Academia forex, 2021).

El mercado de derivados es donde se negocian con activos subyacentes o derivados financieros por medio de contratos entre dos partes (traders). Existen dos tipos de modalidades en este mercado, los negociados en bolsa y los extrabursátiles; el mercado extrabursátil (también conocido como mercado OTC u Over The Counter) se encuentra por fuera de la bolsa de valores, aquí se pueden operar los Contratos por Diferencia (CFD) o contratos de futuros. Por medio de estos dos derivados los traders especulan y hacen sus apuestas basadas en cómo se comportan los diferentes activos como: Acciones, índices, materias primas, criptomonedas, entre otros. Por otro lado, los Exchange Traded Derivatives (ETD) se negocian a través de un mercado de valores con contratos regulados, lo que lo hace menos volátil y con menos riesgos que el OTC. Este mercado también cuenta con una alta liquidez y entre los principales mercados ETD que operan con derivados se destacan el Chicago Board of Trade, el New York Futures Exchange, el Tokio Financial Exchange, pero hay muchos otros. (Academia forex, 2021)

El mercado de materias primas y futuros, las materias primas o *commodities* se comercian en el mercado a través de los futuros, se caracterizan por ser una contratación a plazo en la que se establecen todos los detalles en el momento del acuerdo, mientras que el intercambio efectivo se realiza en la fecha de vencimiento del contrato. Su valor se basa en el precio de otro activo financiero denominado producto subyacente, como puede ser el petróleo, oro, gas, entre otros. Se puede negociar en largos y cortos, pudiendo incluso venderlos o comprarlos antes de tiempo e incluso podéis venderlos sin necesidad de haberlo comprado antes, ya que lo que se vende es la posición del contrato. Se negocia en mercados organizados,

se brindan garantías para comprar o vender. Su cotización evoluciona paralelamente al precio del activo al que hace referencia. Es un mercado extremadamente volátil, ya que el inversor asume que es poseedor del activo y deberá asumir las ganancias y pérdidas. Estos están afectados por factores externos como sequías o tensiones en los mercados. Además de que tienen retornos altos, el cual puede ser a favor o en contra del inversor. (Redacción estrategias de inversión, 2021)

El mercado de criptomonedas, es donde se intercambian las monedas virtuales, éstas funcionan como cualquier otra divisa tradicional, pero están fuera del control de los gobiernos e instituciones financieras. Existe un gran número de criptodivisas disponibles, todas con sus propias características y aplicaciones. Las que tienen mayor capitalización bursátil son una minoría que incluye el bitcoin, el bitcoin cash, el ether, el litecoin y el dash. Las criptomonedas pueden considerarse una alternativa a las divisas tradicionales, pero en realidad fueron concebidas como una solución de pago completamente convencional. (IG, 2021)

Al hacer trading es indispensable que el trader tenga claro qué objetivos quiere alcanzar, cuáles van a ser sus estrategias por aplicar y los instrumentos financieros a operar. La idea de identificar estos aspectos es obtener beneficios tanto a corto como a largo plazo con la negociación de los diferentes activos, por lo que la elección del mercado ideal será la que más se adecue a estos objetivos, no hay receta perfecta y es cuestión de comprender como se mueven los mercados para tomar la mejor decisión.

CONCLUSIONES

El trading es una alternativa financiera real para aumentar los ingresos de las personas, gracias a la facilidad que ofrece las soluciones digitales de la actualidad, además de la facilidad de poder hacer operaciones en cualquier parte del mundo y a cualquier hora, lo que ha fomentado la incursión de nuevos inversores o inversores emergentes en esta actividad atraídos por el objetivo de maximizar sus utilidades a través de vender y comprar activos en mercados financieros; sin embargo aunque está al alcance de muchos quizá no es para todos, se requiere de una formación

robusta para entender los mercados y los procesos del trading, además del manejo de tecnología en el ambiente digital del mundo contemporáneo que de alguna manera minimize el comportamiento emocional del inversor y maximice el racional, aún así no existe un manual que tenga todas las claves del éxito en una actividad especulativa en donde intervienen diversos factores técnicos, económicos, sociales, ambientales, y muchos más que pudieramos enlistar. Si bien existen muchos mercados donde se pueden realizar operaciones, cada uno con características específicas y niveles de riesgo, si no se elige el adecuado o no se comprende completamente los activos que se pueden comprar y vender, las operaciones no rendirán los frutos esperados. En definitiva, el ser un inversor emergente en el trading no es algo que se aprenda de un día para otro, si se hacen operaciones a ciegas, sin entender las tendencias de los mercados y hacer uso de los indicadores que brindan las herramientas electrónicas para la toma de decisiones oportunas, no sirve de nada tener un gran capital para operar o encontrar al mejor bróker con las comisiones más bajas del mercado. El trading puede ser una excelente alternativa si se tiene la disciplina para aprender, el tiempo para practicar y la capacidad de asumir los riesgos que estas transacciones volátiles conllevan, donde se pueden tener rendimientos muy altos en poco tiempo, pero también grandes pérdidas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Redacción APD. (17 de Enero de 2020). *APD*. Obtenido de Tipos de inversores: ¿Cómo elegir el mejor para las necesidades de tu empresa?: <https://www.apd.es/tipos-inversores-empresa/>
- Academia forex. (28 de Agosto de 2021). *Academia forex*. Obtenido de Tipos de mercados financieros en trading: ¿en cuál de ellos invertir?: <https://academiaforex.com/mercados-financieros-en-trading/#3>
- Admirals. (13 de Abril de 2021). *Admirals Markets*. Obtenido de Características de un Broker Online | Cómo elegir al Mejor : <https://admiralmarkets.com/es/education/articles/forex-basics/mejor-broker-online>
- Anzél, K. (21 de Octubre de 2019). *IG.com*. Obtenido de Trading frente a inversión: ¿cuál es la diferencia?: <https://www.ig.com/es/estrategias-de-trading/trading-frente-a-inversion-cual-es-la-diferencia-191014>
- Arellamo, A. (26 de Junio de 2010). *Tradennials*. Obtenido de EVOLUCIÓN DEL TRADING: POR QUÉ HAY QUE CONOCER DE HISTORIA.: <https://tradennials.com/evolucion-del-trading/>
- BBVA Inversiones. (17 de Febrero de 2021). *BBVA*. Obtenido de ¿Qué es el 'trading'? : <https://www.bbva.com/es/que-es-trading-que-hace-falta-para-operar/>
- Etayo, S. (11 de Agosto de 2020). *FinanciarRed*. Obtenido de Trading: ¿Qué es y qué tipos existen?: <https://www.finanzas.com/trading-que-es-y-que-tipos-existen>
- Forbes Advertorial. (16 de Octubre de 2018). *Forbes*. Obtenido de Mercado FOREX: todo lo que necesitas saber: <https://www.forbes.com.mx/mercado-forex-lo-que-hay-que-saber/>
- IG. (24 de Agosto de 2021). *ig.com*. Obtenido de Trading de criptomonedas: <https://www.ig.com/es/trading-de-criptomonedas/que-es-el-trading-de-criptomonedas>
- IG. (23 de Agosto de 2021). *IG.com*. Obtenido de Bolsa de Valores (definición) : <https://www.ig.com/es/glosario-trading/definicion-de-bolsa-de-valores>
- Marcas y Mercados. (30 de Junio de 2021). *Estrategias de inversión*. Obtenido de ¿Qué tan rentable es el trading como modalidad de inversión?: <https://www.estrategiasdeinversion.com/actualidad/noticias/otras/que-tan-rentable-es-el-trading-como-modalidad-n-479057>

Redacción estrategias de inversión. (19 de Marzo de 2021). *Estrategias de inversión*. Obtenido de ¿Cuál es el mejor instrumento de trading? : <https://www.estrategiasdeinversion.com/analisis/bolsa-y-mercados/informes/cual-es-el-mejor-instrumento-de-trading-n-470461>

Vázquez Burguillo, R. (26 de Noviembre de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Trader: <https://economipedia.com/definiciones/trader.html>

PASOS EN EL DISEÑO Y ORGANIZACIÓN DE UNA PERSONA MORAL

CAMERINA QUEVEDO VALENZUELA¹, CLAUDIA HERNÁNDEZ ORTIZ², HAYDEE NANCY ALVARADO ROMERO³

RESUMEN

El presente proyecto contribuye al perfil de los alumnos de la carrera de contador público del Instituto Tecnológico Superior de Alvarado, la capacidad de mostrar los pasos a seguir para el diseño de una Persona Moral desde el punto de vista Jurídico, administrativo, contable y fiscal de acuerdo a las disposiciones vigentes como las normas de información financiera, así como las leyes federales para establecer el marco legal. Se considera los diferentes elementos que implica su realización, así también se describe el proceso seguido para su diseño, y evaluación, se considera aplicar diferentes estrategias: evaluación por expertos en contenidos, en el diseño y en el uso educativo de las tecnologías de la información y comunicación, y por los estudiantes de la carrera

Uno de los problemas que se ha observado con los alumnos, es que puedan integrar los temas jurídicos, contables, administrativos y fiscales en un solo proyecto, el presente trabajo busca mejorar su aprendizaje como alumnos y el desempeño profesional como futuros contadores. Su objetivo general es exponer, los pasos para el diseño y organización de un Persona Moral a través de formatos y descripciones de sus requerimientos para un mejor aprendizaje. La importancia de conocer el diseño de una persona moral es relevante para el aprendizaje de los alumnos, que les permita saber la diferencia entre la creación de un negocio como persona física y persona moral, una de las razones importantes es que no se realizan operaciones a nombre propio, sino a través de una empresa constituida, refleja mayor seriedad, tu responsabilidad y riesgo están limitados es decir tus obligaciones ante terceros

¹ Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico Superior de Alvarado. qvcame@gmail.com

² Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico Superior de Alvarado. contafin9@gmail.com

³ Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico Superior de Alvarado.haydeenancy@gmail.com

solo responden hasta tu aportación, sin tocar el patrimonio personal, tiene mayores posibilidades para un financiamientos entre otros beneficios.

Palabras claves: Diseño, Organización, Persona Moral

ABSTRACT

The present project contributes to the profile of the students of the public accountant career of the Higher Technological Institute of Alvarado, the ability to show the steps to follow for the design of a Moral Person from the Legal, administrative, accounting and fiscal point of view of according to current provisions such as financial reporting standards, as well as federal laws to establish the legal framework. The different elements that its realization implies are considered, as well as the process followed for its design, and evaluation, it is considered to apply different strategies: evaluation by experts in content, in the design and in the educational use of information technologies. and communication, and by the students of the career

One of the problems that has been observed with the students is that they can integrate legal, accounting, administrative and fiscal issues in a single project, this work seeks to improve their learning as students and professional performance as future accountants. Its general objective is to expose the steps for the design and organization of a Legal Entity through formats and descriptions of its requirements for better learning. The importance of knowing the design of a legal person is relevant for student learning, which allows them to know the difference between creating a business as a natural person and a legal person, one of the important reasons is that operations are not carried out own name, but through an established company, reflects greater seriousness, your responsibility and risk are limited, that is, your obligations to third parties only respond to your contribution, without touching personal assets, it has greater possibilities for financing among other benefits.

Keywords: Design, Organization, Moral Person

INTRODUCCIÓN

La importancia de conocer el diseño de una persona moral es relevante para el aprendizaje de los alumnos contadores, que les permita saber la diferencia entre la creación de un negocio como persona física y otra como persona moral. Una de esas razones es que no realizan operaciones a nombre propio, sino a través de una empresa constituida, refleja mayor seriedad, su responsabilidad y riesgo están limitados es decir sus obligaciones ante terceros solo responden hasta por su aportación, sin tocar el patrimonio personal, tienen mayores posibilidades para un financiamiento, entre otros beneficios. Una de sus desventajas es que ha sido considerada, su constitución como costosa, porque se realiza a través de un notario e inscripción en el registro público de la propiedad y comercio, sin embargo, existe la sociedad unipersonal que es gratuita, se constituye en muy poco tiempo.

El objetivo general del presente trabajo es exponer, los pasos para el diseño y organización de un Persona Moral a través de formatos y descripciones de sus requerimientos para un mejor aprendizaje entre los alumnos de la carrera de Contador Público.

Se Inicia primeramente con la exposición de los requisitos previos de los trámites, realizar su constitución que es la parte jurídica, el cual consiste en un papel de trabajo en donde el estudiante va identificando los requerimientos. El siguiente paso es la elaboración de la planeación y organización que es la parte administrativa en donde se debe identificar las actividades, recursos necesarios, así como su filosofía empresarial, por último, se muestra con las obligaciones laborales, y contables.

El diseño de una entidad económica a través de una Persona Moral forma parte del aprendizaje para los estudiantes de la carrera de contador público, en donde se les solicita se desarrolle desde un punto vista jurídico financiero y fiscal con apego a las disposiciones vigentes como son las normas de información financiera, así como las leyes federales, estatales y municipales, para de esta forma establecer el marco legal pertinente.

DEFINICIÓN DE PERSONA MORAL

Según el Diccionario jurídico mexicano de UNAM, se conocen también como personas colectivas y son ciertas entidades (normalmente grupos de individuos) a las cuales el derecho considera como una sola entidad para que actúe como tal en la vida jurídica. Estas personas se integran por personas físicas o personas morales o la combinación de ambas, que tienen personalidad jurídica independiente al de sus integrantes, así como un patrimonio propio.

Otra definición se encuentra en el Código civil federal (CCF), en su artículo 25 establece que son personas morales:

La nación, los estados y los municipios;

Las demás corporaciones de carácter público reconocidas por la ley

Las sociedades civiles o mercantiles

Los sindicatos, las asociaciones profesionales y las demás a que se refiere la fracción XVI del artículo 123 de la Constitución Federal.

Las sociedades cooperativas y mutualistas;

Las asociaciones distintas de las enumeradas que se propongan fines políticos, científicos, artísticos, de recreo o cualquiera otro fin lícito, siempre que no fueren desconocidas por la ley;

Las personas morales extranjeras de naturaleza privada, en los términos del artículo 2736.

En materia fiscal la Ley del Impuesto Sobre la Renta señala en el artículo 7 los siguiente: cuando en esta ley se haga mención a persona moral, se entienden comprendidas, entre otras:

Las sociedades mercantiles.

Los organismos descentralizados que realicen preponderantemente actividades empresariales.

Las instituciones de crédito

Las sociedades y asociaciones civiles y asociación en participación

ASPECTOS RELEVANTES EN EL PROCESO DE CREACIÓN DE UNA SOCIEDAD.

Como primer paso es identificar a la sociedad que sea más conveniente para la empresa.

DE LA SOCIEDAD**a) Tipo de Sociedad**

Dependiendo de las actividades que se van a llevar a cabo en la empresa, existen diferentes tipos de sociedades. A continuación, se presenta una breve lista de sociedades para constituir de acuerdo a su objeto social y concepto del negocio:

- Asociación Civil(S.C.)
- Sociedad Civil (A.C.)
- Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.)
- Sociedad Anónima(S.A.)
- Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S.)
- Sociedad Cooperativa (S.C.L. o S.C.S.)

b) Capital Fijo o capital variable

Existe una diferencia entre las dos opciones, por una parte, el capital fijo en una sociedad significa que aumentar o reducir el importe del capital social, es necesario, en términos generales, cumplir con los siguientes requisitos:

- Celebrar asamblea extraordinaria.
- Levantar acta de asamblea extraordinaria correspondiente.
- Protocolizar el acta.
- Inscribir el acta en el registro público de comercio.

Por otro lado, el capital variable hace referencia al hecho de aumentar y reducir el importe del capital social, sin cumplir con los requisitos anteriores.

Así mismo, este aumento se llevará a cabo por aportaciones posteriores de los socios o por la entrada de nuevos socios; y la disminución de dicho capital, por retiro parcial o total de las aportaciones.

CUADRO ESQUEMATIZADO DE LOS ASPECTOS MÁS IMPORTANTES DE LAS SOCIEDADES

ARRIBA ENLISTADAS:

ASOCIACIÓN CIVIL(A.C.)	
Aspecto relevantes	Ley que la regula Código civil
Características	<ul style="list-style-type: none"> • No tiene carácter preponderantemente económico • Es utilizada para causas benéficas o de investigación, con la finalidad de ayudar a causas y personas vulnerables.
Proceso de constitución	<ul style="list-style-type: none"> • Es a través de contrato privado, para que tenga personalidad jurídica propia y surta efectos frente a terceros, se deberá otorgar en escritura pública e inscribirse en el Registro Público de personas morales no lucrativas
Capital social	<ul style="list-style-type: none"> • Sin capital social, este por medio de un patrimonio basado en cuotas
Número de asociados	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 2, máximo ilimitado
Responsabilidad de los asociados	<ul style="list-style-type: none"> • Administradores ilimitadamente

SOCIEDAD CIVIL(S.C.)	
Aspecto relevantes	Ley que la regula Código Civil
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Su fin es preponderantemente económico. • Esta utilizada para la prestación de servicios profesionales tales como abogados, médicos, contadores, arquitectos, entre otros.
Proceso de constitución	<ul style="list-style-type: none"> • Es a través de contrato privado, para que tenga personalidad jurídica propia y surta efectos frente a terceros, se deberá otorgar en escritura pública e inscribirse en el Registro Público de personas morales no lucrativas
Capital social	<ul style="list-style-type: none"> • No requiere de un capital social, pero si existe éste, siempre será fijo, debiendo señalarse la aportación de cada socio.
Número de socios	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 2, máximo ilimitado
Responsabilidad de los Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad subsidiaria, ilimitada y solidaria de los socios que administren; los demás socios solo estarán obligados con su aportación, salvo convenio en contrato.

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S. de R.L.)	
Aspecto relevantes	Ley General de Sociedades Mercantiles
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Sociedad utilizada comúnmente en negocios • Las partes sociales son indivisibles y no pueden estar representadas por títulos negociables • Menos flexible en transferencia de acciones y en pactos de accionistas
Proceso de constitución	<ul style="list-style-type: none"> • Junta de socios para elaborar de estatutos. Autorización de la Secretaria de relaciones exteriores. Protocolización ante notario público Inscripción en el Registro Público de Comercio
Capital social	<ul style="list-style-type: none"> • Sin limitaciones
Número de socios	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 2, máximo 50
Responsabilidad de los accionistas	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad limitada

SOCIEDAD ANÓNIMA(S.A.)	
Aspecto relevantes	Ley General de Sociedades Mercantiles
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Esutilizada común mente en negocios Sociedad tradicional • Su Capital está representado por acciones • Responsabilidad limitada al pago de sus acciones • Flexible en transferencia de acciones y en pactos de accionistas
Proceso de constitución	<ul style="list-style-type: none"> • Junta de accionistas para elaborar proyecto de estatutos • Autorización de la Secretaría de Relaciones Exteriores • Protocolización ante notario público • Inscripción en el Registro Público de Comercio
Capital social	Sin limitaciones
Número de accionistas	Mínimo 2, máximo ilimitado
Responsabilidad de los accionistas	Hasta por el monto de sus acciones (aportación)

SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA (S.A.S)	
Aspecto relevantes	Ley General de Sociedades Mercantiles
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Se puede constituir de manera online, a bajo costo y en poco tiempo • Ideal para que las pymes formalicen su negocio • Sociedad mercantil unipersonal en México
Proceso de constitución	<ul style="list-style-type: none"> • Debe tramitarse por uno de los accionistas. • El proceso es totalmente en línea a través del portal web www.gob.mx/tuempresa. • El accionista debe realizar previamente la autorización de uso de denominación en la misma página con su e.firma. • En proceso de creación de la S.A.S., se obtiene un folio mercantil (registro ante Registro Público de Comercio) en el mismo portal. El RFC se obtiene de igual manera en línea.
Capital social	<ul style="list-style-type: none"> • Por acciones. (ingresos anuales hasta 5 millones de pesos mexicanos)
Número de accionistas	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimo 1, máximo ilimitado
Responsabilidad de los accionistas	<ul style="list-style-type: none"> • Hasta por el monto de aportaciones de los socios

DOCUMENTOS NECESARIOS PARA INICIAR LA CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.

- a) **Nombre.** Considerar tres distintas denominaciones para la empresa.
- b) **Documentos de los accionistas:**
 - a. **Nombre de los accionistas.**
 - b. **Documentos de identificación.** Documentos oficiales de cada uno de los accionistas: RFC, CURP, Identificación oficial vigente
 - c. **Información general.** Es necesario contar con la siguiente información de los socios: Nacionalidad, lugar y fecha de nacimiento, estado civil, ocupación, domicilio.

- d. Documentación de representación legal.** En caso de que algún accionista sea una persona moral, necesitará tener los siguientes documentos a la mano: RFC, Constitución de la sociedad, poder del representante legal.
- c) Generalidades del representante legal.** Junto con los documentos mencionados se debe contar con la siguiente información del representante legal de la empresa que será accionista: Nacionalidad, lugar y fecha de nacimiento, estado civil, ocupación, domicilio, RFC y CURP.

ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD.

- a. Administración.** Se debe contar con un responsable de la administración, esto **puede ser** a través de un **Consejo de administración** conformado por dos o más personas **o** por un **administrador único** quien puede ser uno de los accionistas o personas de confianza de los accionistas.
- b. Vigilancia de la Administración.** Esta vigilancia se lleva a cabo por un **comisario**, el cual se hará cargo de revisar que la administración de la empresa cumpla de manera correcta y oportuna.

El comisario no puede ser miembro del órgano de administración ni pariente consanguíneo de los administradores, sus principales funciones son:

- Solicitar a los administradores el informe mensual el cual debe incluir los estados financieros básicos como son el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados.
- Realizar a través de un examen de las operaciones, documentación, registros y demás información comprobatoria que sea necesaria para verificar la información financiera y poder rendir fundadamente su Dictamen anualmente

- Realizar Dictamen anualmente para informar a la Asamblea General Ordinaria de Accionistas sobre la veracidad, suficiencia y razonabilidad de la información presentada por el Consejo de Administración; convocar a Asambleas ordinarias y extraordinarias de accionistas
- Asistir a todas las sesiones del Consejo de Administración y Asamblea de accionistas con voz, pero sin voto.
- En términos generales, vigilar el debido cumplimiento de la gestión y ejecución de los negocios de la Sociedad

TRAMITE DE INSCRIPCIÓN EN EL RFC A

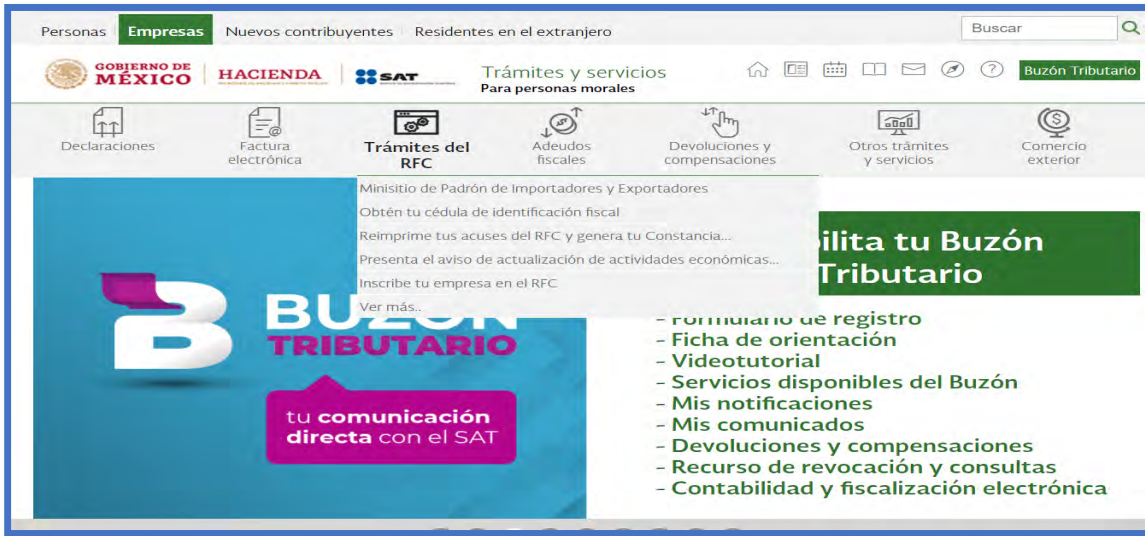
Para iniciar el trámite de inscripción en el RFC de la sociedad, Persona Moral a través del Portal del SAT y se concluya en Módulo de Servicios Tributarios de la Administración Desconcentrada de Servicios al Contribuyente

Inicio del trámite de preinscripción del RFC.

1. Ingresa a la página www.sat.gob.mx, da clic en “Empresas” del menú superior y posteriormente posiciona el cursor en el ícono de **Trámites del RFC**.



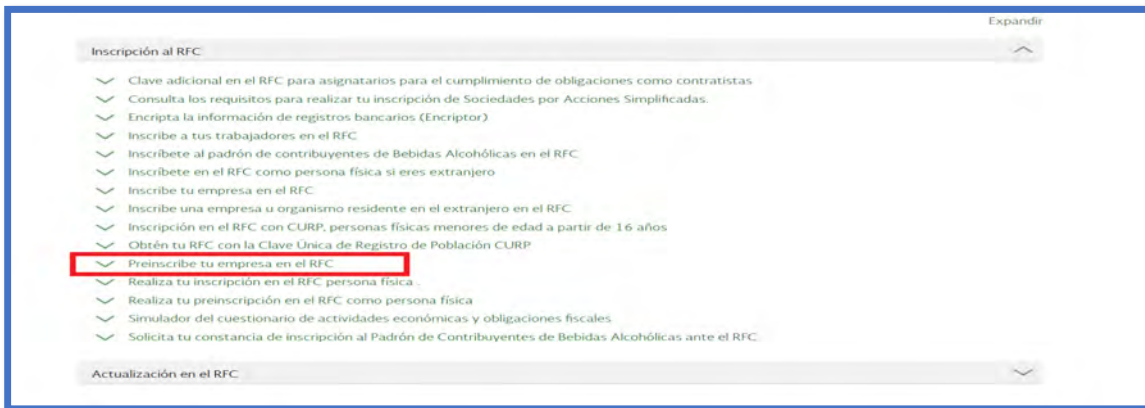
2. En el menú que se muestra selecciona la opción: **Ver más.**



3. Enseguida, selecciona la opción **“Inscripción en el RFC”**.



4. Posteriormente da clic en **“Preinscribe tu empresa en el RFC”**





5. Antes de que comiences con el registro de tu información, es importante que tomes en cuenta que:
 - i) Al inicio de cada pantalla aparecerán instrucciones, que te servirán como apoyo para la captura de tu información. Léelas cuidadosamente.
 - ii) Existen campos marcados con [*] asterisco, que son obligatorios, por lo que no pueden quedar vacíos.
 - iii) Algunos de los campos tienen el símbolo, en ellos encontrarás ayuda para la captura.
 - iv) Desliza las barras lateral y horizontal para visualizar todos los campos del formulario.
6. Para comenzar, registra la información que corresponda en cada uno de los campos y posteriormente los caracteres que se muestran:

Paso 1. Datos de identificación

Datos de identificación

Captura la información requerida en cada uno de los siguientes campos.

Denominación o razón social*:	<input type="text"/>	Régimen de capital*:	<input type="text" value="--Seleccione--"/>
Fecha constitución*:	<input type="text" value=""/> <input type="button" value="📅"/>	Tipo inscripción*:	<input type="text" value="--Seleccione--"/>
Fecha de inicio de operaciones*:	<input type="text" value=""/> <input type="button" value="📅"/>	Nacionalidad*:	<input type="text" value="--Seleccione--"/>
		Introduzca el texto de la imagen*:	<input type="text"/>

* Campos obligatorios

7. Inicia la captura de la preinscripción con la denominación o razón social de tu empresa y la demás información solicitada en los campos subsecuentes

8. Una vez realizado lo anterior, oprime el botón “Continuar”.



9. Se despliega la pantalla del “Paso 2. Datos de ubicación”, oprime el botón “Añadir”, para ingresar el domicilio fiscal de la empresa y el de otros domicilios alternos, como por ejemplo sucursales, establecimiento, bodegas u oficinas.

10. Una vez que registres la información, está se visualizará de la siguiente forma:

Preinscripción de personas morales

Paso 1. Datos de identificación | Paso 2. Datos de ubicación

Detalle domicilio

Ingresa los datos de tu domicilio comenzando con el código postal, al dar clic fuera del cuadro, el sistema te mostrará la Entidad Federativa, Municipio o Demarcación Territorial y la colonia. Si estos no son correctos, puedes cambiarlos en la lista respectiva. Si desconoces tu código postal, selecciona la Entidad Federativa, Municipio o Demarcación Territorial y demás datos de tu domicilio del listado desplegable. Si no conoces la localidad, elige la colonia. Por último, captura tu correo electrónico y en su caso teléfono.

<p>Tipo domicilio*: DOMICILIO PERSONAL</p> <p>Municipio o Demarcación Territorial*: ECATEPEC DE MORELOS</p> <p>Tipo de calle*: CALLE</p> <p>Número interior*: LT 41</p> <p>Características del domicilio*: EDIFICIO DE LADRILLOS</p> <p>Referencias adicionales*: ENFRETE DE LA FERRETERIA</p>	<p>Código postal*: 55029</p> <p>Localidad*: ECATEPEC DE MORELOS</p> <p>Calle*: 14</p> <p>Entre calle*: RECURSOS</p>	<p>Entidad Federativa*: MEXICO</p> <p>Colonia*: GRANJAS ECATEPEC 2A SECCION</p> <p>Número exterior*: MZ 11</p> <p>Y calle*: CIRCUITO EXTERIOR MEXIQUENSE</p> <p>Tipo inmueble*: INDUSTRIAS, FABRICAS Y TALLERE</p>
--	---	--

Tipo: Fijo Lada: 55 Teléfono: 26227415 + -

Correo electrónico: caperuza@gmail.com

* Campos obligatorios

Cancelar
Continuar

11. Si deseas continuar con la captura de la preinscripción, selecciona el botón

Continuar

si no deseas concluir el trámite, oprime el botón

Cancelar

es

importante que tomes en cuenta que, si eliges esta opción, tendrás que comenzar nuevamente la captura desde el principio, pues no se guardará la información capturada.

12. Si oprimiste el botón continuar, el sistema regresa a la pantalla del paso 9), visualizándose la información capturada.

Preinscripción de personas morales

Paso 1. Datos de identificación Paso 2. Datos de ubicación

Domicilios

Ingresa el domicilio fiscal y el o los domicilio(s) albanico(s) que utilicen para el desarrollo de las actividades de la empresa, ejemplo: sucursales, establecimientos, bodegas u oficinas.

Ver	Tipo	Domicilio	Teléfono	Dirección correo-e	Borrar
Ver	DOMICILIO FISCAL	MEXICO, ECATEPEC DE MORELOS, ECATEPEC DE MORELOS, 14, MZ 11, 55029	55-26227415	caparuz@gmail.com	

* Campos obligatorios

13. Se despliega el “Paso 3. Datos de representante legal y documento protocolizado”, la información del campo RFC es obligatoria y al registrarla en automático se despliega la información de los campos subsecuentes. La información de la sección “Documento protocolizado” no es obligatoria, sin embargo, se recomienda registrarla.

Preinscripción de personas morales

Paso 1. Datos de identificación Paso 2. Datos de ubicación Paso 3. Datos de representante legal y documento protocolizado

Datos del representante legal

Si el trámite lo estás realizando a nombre de otra persona (en representación), ingresa tu Clave del RFC:

RFC* : CURP:

Nombre(s) : Primer apellido : Segundo apellido:

Fecha de nacimiento : Estado:

Documento protocolizado

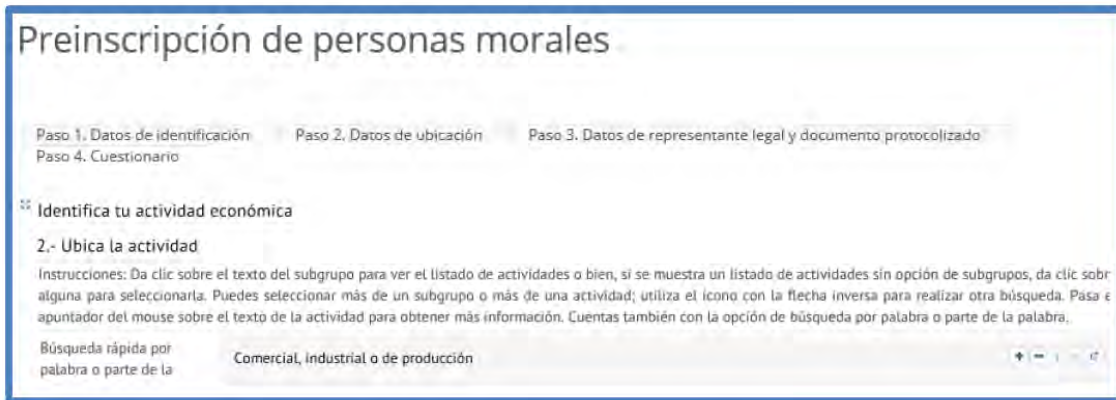
Número de escritura: Clave de RFC del fedatario público: Fecha:

Libro: Foja:

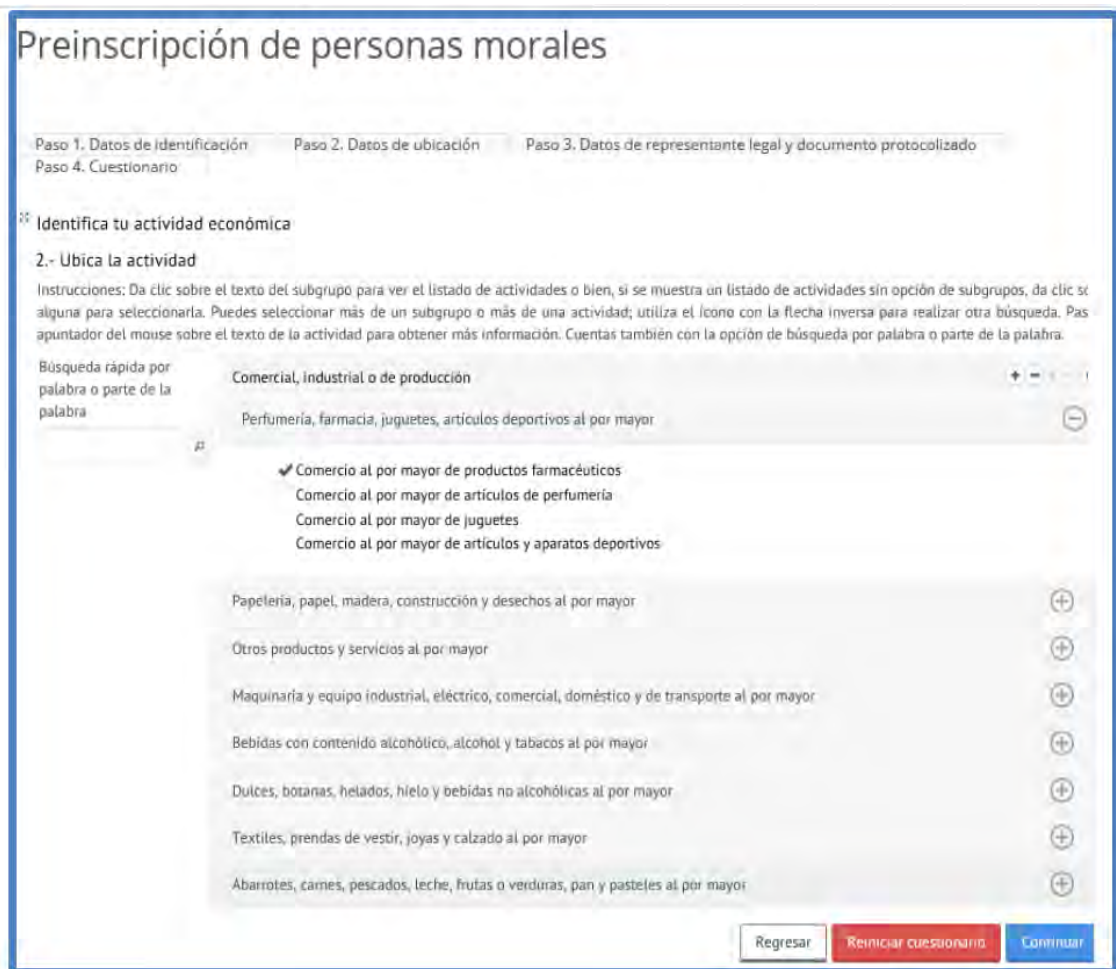
Datos del registro público de la propiedad y del comercio

* Campos obligatorios

14. Al oprimir el botón “Continuar”, se muestra la pantalla del “Paso 4. Cuestionario”.



15. Ubica la actividad económica que realizas, dando clic en la opción que corresponda.



16. Prosigue con la captura del “Cuestionario”, oprimiendo el botón “Continuar”, la aplicación también muestra el botón “Reiniciar cuestionario”, el cual sirve para borrar la información registrada en el cuestionario e iniciar su captura nuevamente y “Regresar” que sirve para retornar a la pantalla anterior para que puedas volver a registrar la información.



17. En las siguientes pantallas que se muestran, indica cómo se van a realizar las actividades económicas, el porcentaje de ingresos para cada una de ellas, proporciona lo solicitado en las preguntas complementarias y la información adicional.

Preinscripción de personas morales

Paso 1. Datos de identificación Paso 2. Datos de ubicación Paso 3. Datos de representante legal y documento protocolizado Paso 4. Cuestionario

24 Actividades económicas

3.- Indica cómo realizas tus actividades y el porcentaje de ingresos que percibes por cada una.

Actividades seleccionadas

Comercial, industrial o de producción	Descripción	Forma en que se realiza	Porcentaje	Borrar
	Comercio al por mayor de productos farmacéuticos	Selecciona opción		

Total: 0%

Regresar Reiniciar cuestionario Continuar

3.- Indica cómo realizas tus actividades y el porcentaje de ingresos que percibes por cada una.

Actividades seleccionadas

Comercial, industrial o de producción	Descripción	Forma en que se realiza	Porcentaje	Borrar
	Comercio al por mayor de productos farmacéuticos	Por cuenta propia como sociedad	0	

Total: 0%

Regresar Reiniciar cuestionario Continuar

Cómo realizas tu actividad

Da clic en el recuadro para seleccionar una forma en que realizas tu actividad, puedes seleccionar más de una opción.

La realizo	Seleccionar
Por cuenta propia como sociedad	<input checked="" type="checkbox"/>
Por cuenta propia como asociación en participación	<input type="checkbox"/>
Por cuenta propia como fideicomiso	<input type="checkbox"/>
Parte de un fideicomiso	<input type="checkbox"/>
Parte de una asociación en participación	<input type="checkbox"/>
Socio o accionista	<input type="checkbox"/>

Cancelar Listo

Inicio > Datos de identificación > Datos de ubicación > Datos de representante legal y documento protocolizado > Cuestionario

SHCP SAT

Preinscripción de personas morales

Paso 1. Datos de identificación Paso 2. Datos de ubicación Paso 3. Datos de representante legal y documento protocolizado Paso 4. Cuestionario

Actividades económicas

3.- Indica cómo realizas tus actividades y el porcentaje de ingresos que percibes por cada una.
Actividades seleccionadas

Comercial, industrial o de producción	Forma en que se realiza	Porcentaje	Borrar
Descripción			
Comercio al por mayor de productos farmacéuticos	Por cuenta propia como sociedad	100	
		Total: 100%	

Regresar Reiniciar cuestionario Continuar

Paso 1. Datos de identificación Paso 2. Datos de ubicación Paso 3. Datos de representante legal y documento protocolizado Paso 4. Cuestionario

Preguntas complementarias

4.- Completa tu información respondiendo las siguientes preguntas:

Instrucciones: Da clic en el recuadro de la respuesta de tu elección, después da clic en el botón Aceptar para que se muestre la siguiente pregunta. En caso de que no haya más preguntas da clic en el botón Continuar.

Comercial, industrial o de producción

Para el cálculo del impuesto sobre la renta, optas por:

Coeficiente de utilidad

El estímulo de acumulación de ingresos

Aceptar

Regresar Reiniciar cuestionario

Preguntas complementarias

4.- Completa tu información respondiendo las siguientes preguntas:

Instrucciones: Da clic en el recuadro de la respuesta de tu elección, después da clic en el botón Aceptar para que se muestre la siguiente pregunta. En caso de que no haya más preguntas da clic en el botón Continuar.

Comercial, industrial o de producción

Para el cálculo del impuesto sobre la renta, optas por:

Coeficiente de utilidad

El estímulo de acumulación de ingresos

Información adicional:

Para el desarrollo de tus actividades:

Tendrá trabajadores asalariados (pagará sueldos y salarios)

Pagará ingresos asimilados a salarios

No tendrá trabajadores o asimilados a salarios

Aceptar

Regresar Reiniciar cuestionario

Paso 1. Datos de identificación Paso 2. Datos de ubicación Paso 3. Datos de representante legal y documento protocolizado
Paso 4. Cuestionario

Preguntas complementarias

4.- Completa tu información respondiendo las siguientes preguntas:

Instrucciones: Da clic en el recuadro de la respuesta de tu elección, después da clic en el botón Aceptar para que se muestre la siguiente pregunta. En caso de que no haya más preguntas da clic en el botón Continuar.

Comercial, industrial o de producción

Para el cálculo del impuesto sobre la renta, optas por:

Coeficiente de utilidad
 El estímulo de acumulación de ingresos

Información adicional:

Para el desarrollo de tus actividades:

Tendrá trabajadores asalariados (pagará sueldos y salarios)
 Pagará ingresos asimilados a salarios
 No tendrá trabajadores o asimilados a salarios

Regresar Reiniciar cuestionario Continuar

18. Una vez finalizada la actividad anterior y al oprimir el botón “Continuar”, se muestra la siguiente pantalla, en la que debes establecer la relación con los socios o accionistas de la empresa, capturando el RFC de cada uno de ellos.

Paso 1. Datos de identificación Paso 2. Datos de ubicación Paso 3. Datos de representante legal y documento protocolizado
Paso 4. Cuestionario

Relaciones

5.- Establece las siguientes relaciones

Instrucciones: Ahora establezcamos las siguientes relaciones
Captura el RFC de tu socio o accionista y da clic en Registrar

Captura de datos	Datos capturados	Relación	Borrar
Socio o accionista	RFC XXXX123456XXX	Socio o accionista	

RFC:

Registrar

Para añadir otro socio o accionista, captura el RFC y da clic en Registrar, de lo contrario selecciona Continuar.

Regresar Reiniciar cuestionario Continuar

19. Al continuar con la captura se despliega el “Resumen” del cuestionario de actividades económicas y obligaciones de personas morales.

Paso 1. Datos de identificación Paso 2. Datos de ubicación Paso 3. Datos de representante legal y documento protocolizado Paso 4. Cuestionario

Cuestionario de actividades económicas y obligaciones de personas morales

✓ Has finalizado la captura de tu información, por favor revisala.

Denominación o razón social LA CAPERUCITA ROJA

Resumen

Régimen 601: Régimen General de Ley Personas Morales

Clave	Característica	Descripción
525	Actividad económica	Comercio al por mayor de productos farmacéuticos
	Forma en que se realiza	Por cuenta propia como sociedad 100%

Clave	Obligaciones	Próximo vencimiento
44	Declarar mensualmente el ISR, Regimen General de Ley.	A más tardar el día 17 del mes inmediato posterior al periodo que corresponda.
42	Presentar la declaración y pago provisional trimestral de Impuesto Sobre la Renta (ISR) de personas morales por inicio del segundo ejercicio fiscal.	A más tardar el día 17 del mes inmediato posterior al periodo que corresponda.
46	Presentar la declaración anual de Impuesto Sobre la Renta (ISR) de personas morales.	Dentro de los tres meses siguientes al cierre del ejercicio.
9	Declarar mensualmente el IVA.	A más tardar el día 17 del mes inmediato posterior al periodo que corresponda.
579	Informar mensualmente sobre las operaciones con proveedores para efectos del Impuesto al Valor Agregado (IVA).	A más tardar el último día del mes inmediato posterior al periodo que corresponda.

Las obligaciones y características fiscales proporcionadas en esta guía, se asignan con base en la legislación fiscal vigente y en la información que proporcionaste en cada una de las preguntas del cuestionario, por lo que éstas podrán variar si dicha legislación sufre cambios o si te ubicas en una situación jurídica o de hecho diferente. Esta guía se emite con fines informativos, no crea derechos ni establece obligaciones distintas a las contenidas en las disposiciones fiscales vigentes.

Regresar Reiniciar cuestionario Guardar datos del Cuestionario

20. Al oprimir el botón “Guardar datos del Cuestionario”, se despliega el “Paso 5. Vista Previa” Con esto concluyes la captura del trámite y se genera el “Acuse de pre inscripción al Registro Federal de Contribuyentes”.

gob mx

FOLIO: RF2019101098002



SECRETARÍA DE HACIENDA
Y CREDITO PÚBLICO





SAT
Servicio de Administración Tributaria

ACUSE DE PRE INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

Lugar y Fecha de Emisión
 ECATEPEC DE MORELOS, MEXICO, a 03 de Abril de 2019

Se ha terminado con éxito tu pre inscripción en el RFC

Datos de Identificación del Contribuyente:

Nombre (s):	ROSARIO
Primer Apellido:	LUNA
Segundo Apellido:	MARTINEZ

Tipo de Movimiento:

Identificación del aviso: Inscripción de persona física	Fecha del Aviso: 03/04/2019
---	-----------------------------

Datos de Ubicación:

Tipo de Domicilio: DOMICILIO FISCAL	Código Postal: 55029
Tipo de Vialidad: CALLE	Nombre de Vialidad: 15
Número Exterior: MZ 30 LT 40	Número Interior:
Nombre de la Colonia: GRANJAS ECATEPEC 2A SECCION	Nombre de la Localidad: ECATEPEC DE MORELOS
Nombre del Municipio o Demarcación Territorial: ECATEPEC DE MORELOS	Nombre de la Entidad Federativa: MEXICO
Entre Calle: 13	Y Calle: 15
Características del Domicilio: CASA VERDE CON BLANCO	Referencias Adicionales: ENFRENTE DEL OXXO
Teléfono Fijo:	55 26227415

Página [1] de [3]



MÉXICO
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS





COAHUILA
de Zaragoza

Contacto
 Av. Hidalgo 77, col. Guerrero, s.p. 06300, Ciudad de México.
 Atención telefónica: 627 22 728 desde la Ciudad de México,
 o 01 (55) 627 22 728 del resto del país.
 Desde Estados Unidos y Canadá 1 877 44 88 728.
 denuncias@set.gob.mx

gob mx

FOLIO: RF2019101098002

SHCP
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO

SAT
Servicio de Administración Tributaria

ACUSE DE PRE INSCRIPCIÓN AL REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

Correo Electrónico: caperucita.roja@gmail.com

Actividades Económicas:

Orden	Actividad Económica	Porcentaje	Fecha Inicio	Fecha Fin
1	Comercio al por menor en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneos	100%	01/04/2019	

Regímenes:

Régimen	Fecha Inicio	Fecha Fin
Régimen de las Personas Físicas con Actividades Empresariales y Profesionales	01/04/2019	

Obligaciones:

Descripción de la Obligación	Descripción Vencimiento	Fecha Inicio	Fecha Fin
Declaración informativa de 50 principales clientes y proveedores de IEPS. TRIMESTRAL	En los meses de abril, julio, octubre y enero respecto del trimestre anterior	01/04/2019	
Declaración anual de ISR. Personas Físicas.	A más tardar el 30 de abril del ejercicio siguiente	01/04/2019	
Declaración informativa de IEPS trasladado. TRIMESTRAL	En los meses de abril, julio, octubre y enero respecto del trimestre anterior	01/04/2019	
Declaración informativa de IEPS trasladado. TRIMESTRAL	En los meses de abril, julio, octubre y enero respecto del trimestre anterior	01/04/2019	
Pago definitivo mensual de IVA.	A más tardar el día 17 del mes inmediato posterior al periodo que corresponda.	01/04/2019	
Declaración de proveedores de IVA	A más tardar el último día del mes inmediato posterior al periodo que corresponda.	01/04/2019	
Declaración informativa anual de bienes producidos, enajenados e importados, así como de servicios prestados, en cada entidad federativa.	Durante el mes de marzo de cada año	01/04/2019	
Pago provisional mensual de ISR por actividades empresariales. Régimen de Actividades Empresariales y Profesionales	A más tardar el día 17 del mes inmediato posterior al periodo que corresponda.	01/04/2019	
Pago definitivo IEPS por alimentos chatarra no básicos MENSUAL	A más tardar el día 17 del mes inmediato posterior al periodo que corresponda.	01/04/2019	

Página [2] de [3]

MÉXICO
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

GO:MER
GOBIERNO FEDERAL
de México

Contacto
Av. Hidalgo 77, col. Guerrero, c.p. 06300, Ciudad de México.
Atención telefónica: 627 22 728 desde la Ciudad de México,
o 01 (55) 627 22 728 del resto del país.
Desde Estados Unidos y Canadá 1 877 44 88 728.
denuncias@sat.gob.mx

21 Para concluir tu inscripción, acude previa cita a las oficinas del Servicios de Administración Tributaria, con los requisitos señalados en el Catálogo de Trámites y Servicios que se encuentra en el Portal del SAT o los establecidos en la ficha 39/CFF del Anexo 1-A de la Resolución Miscelánea Fiscal vigente

A CONTINUACIÓN, SE PRESENTEN ALGUNAS OBLIGACIONES DE LAS PERSONAS MORALES

- Llevar contabilidad conforme al CFF
- Expedir los comprobantes fiscales por las actividades que realicen.
- Formular estados financieros y levantar inventarios
- Presentación de declaraciones a través de medios electrónicos:
 - a) Pago definitivo mensual de IVA, declaración anual de ISR del ejercicio, pago provisional mensual de ISR personas morales flujo de efectivo, Declaración informativa mensual de operaciones con terceros de IVA
- Conservar documentación comprobatoria
- Registro en contabilidad

CONCLUSIÓN

El propósito principal del presente trabajo fue exponer, los pasos para la creación de un Persona Moral a través de cuadros esquematizados y guías con imágenes de las descripciones de las diferentes opciones de sociedades con sus características requerimientos, buscando la integración de los temas jurídicos y fiscal para la creación de las personas morales, recopilando información de los temas que se relacionan;

En los programas de estudio de la carrera de contador público son pocos los que integran los temas del diseño de Personas Morales, es hasta en la materia de seminario de contabilidad en donde se solicita al estudiante el diseño, constitución y organización de una persona moral, observando en algunos casos su difícil integración de los temas para los alumnos, por tal motivo se considera la necesidad de realizar el presente trabajo el cual forma parte de un proyecto de investigación en donde se realiza la elaboración de un libro didáctico con dichos temas para el proceso de enseñanza-aprendizaje en los alumnos de la carrera de Contador Público en los tecnológicos descentralizados del TECNM.

Iniciando con la detección de las necesidades actuales de los estudiantes a través de clases en línea y de manera virtual con alumnos, docentes. Seleccionando cada uno de los temas para el proceso metodológico, se establecieron en tres capítulos uno para la Constitución y organización de la empresa, el segundo sobre la

identificación de las obligaciones y cumplimiento fiscales y el tercero la identificación de las obligaciones y cumplimientos laborales todos esto conforme a la materia de Seminario de contabilidad con el propósito de ayudar en el aprendizaje del alumno. La aplicación del libro con esta metodología se espera ayude para interconectar e interrelacionar los conceptos, temas pasos de los aspectos contables, fiscales y laborales que se relación con la creación y diseño de una Persona Moral. Con el análisis sistemático se obtuvo una visión integral, detallada y explicativa de los temas seleccionados de la materia de Seminario de Contabilidad, los requisitos de información necesarios para entender los procesos de la constitución de la entidad, los aspectos fiscales, laborales.

Este trabajo fue realizado con la finalidad de brindar alternativas de enseñanza acorde a los tiempos actuales, una herramienta académica importante para enfrentar la realidad. Actualmente las instituciones educativas de educación tecnológica son una de las más importantes en nuestro país, Tecnm considerando un beneficio para todas aquellos estudiantes de la carrera de Contador Público como las áreas de económico administrativo. El alcance de este trabajo es a través de la vinculación en primera instancia es en el instituto Tecnológico Superior de Alvarado, junto con los docentes y alumnos para su difusión, así como las autoridades municipales de Medellín. Así como la colaboración de otras instituciones de la zona e industrias para detectar las áreas de oportunidad y la mejora continua del mismo, por medio de la vinculación entre el sector educativo y productivo para la actualización, retroalimentación y profundizar el acercamiento entre los grupos de interés.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES. (14 de 06 de 2018). Diario Oficial de la Federación. México: Cámara de Diputado del H. Congreso de la Unión.

RENTA, L. D. (31 de 07 de 2021). Diario Oficial de la Federación. México: Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.

Tributaria, S. d. (s.f.). Portal de Trámites y servicios. Obtenido de <https://www.sat.gob.mx/empresas>.

Unión, H. C. (s.f.). Cámara de Diputados LXV Legislatura. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lgsm.htm>:

ORIENTACIÓN EN PROYECTOS DE RESIDENCIA PROFESIONAL DE ING. EN GESTIÓN EMPRESARIAL EN EL ITSX PARA BRINDAR IMPACTO EN EL CRECIMIENTO DE LAS MIPYMES VINCULADAS AL ITSX

JANETH RAMOS LÓPEZ¹, RENE ÁLVAREZ FERNÁNDEZ², CESAR PACHECO GUTIÉRREZ³, ADAHÍ CONTRERAS FLORES⁴, LISSETH RIVERA AGUIRRE⁵

RESUMEN

La Ingeniería en Gestión Empresarial, es una disciplina en la que se fomenta y promueve el cambio en las organizaciones, se aplican conocimientos haciendo uso de técnicas y herramientas para lograr una meta o solucionar problemas en cualquier área funcional de las organizaciones diseñando procesos de mejora en eficiencia y eficacia. Hoy en día, los avances tecnológicos, la alta competitividad del mercado, o la gran cantidad de datos generados por las organizaciones, requieren más que nunca, de un análisis y planificación basados en criterios científicos.

Los jóvenes estudiantes próximos a egresar tienen una experiencia educativa llamada Residencia Profesional, constituye la etapa final de su formación profesional en los tecnológicos pertenecientes al TecNM. La Residencia Profesional es una estrategia educativa de carácter curricular, que permite al estudiante emprender un proyecto teórico-práctico, analítico, reflexivo, crítico y profesional; con el propósito de resolver un problema específico de la realidad social y productiva, para fortalecer y aplicar sus competencias (TecNM,2012).

Este proyecto tiene el propósito del fortalecimiento de este proceso de Residencias Profesionales que permitirá desarrollar las competencias profesionales planteadas en el perfil de egreso de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial del Instituto

¹ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Xalapa

² Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Xalapa

³ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Xalapa

⁴ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Xalapa

⁵ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico Superior de Xalapa

Tecnológico Superior de Xalapa aplicadas en beneficio de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Se realizó un estudio analítico de diferentes diagnósticos empresariales propuestos por estudiosos del tema, para proponer una herramienta idónea para evaluar las necesidades de las MiPymes de la ciudad de Xalapa, Ver., que posteriormente se validó con académicos expertos en estas áreas.

Los resultados de esta investigación es un instrumento de diagnóstico de las capacidades empresariales de las MiPymes para definir el proyecto de mejora en la organización en donde se realizará la Residencia Profesional, recabando información pertinente y relevante para proponer un proyecto de impacto positivo para la empresa y genere conocimiento y experiencia valiosa en el estudiante.

Se considera que este instrumento es una aportación significativa para que los estudiantes desarrollen conocimientos en un proceso de aprendizaje/trabajo real para conocer y manejar las problemáticas y oportunidades de mejora de su entorno, aplicando tecnología, métodos, sistemas y procedimientos de trabajos actualizados y acordes con su profesión.

Palabras clave: MiPymes, Residencia Profesional, Competencias

ABSTRACT

Business Management Engineering is a discipline in which change is encouraged and promoted in organizations, knowledge is applied using techniques and tools to achieve a goal or solve problems in any functional area of organizations by designing improvement processes in efficiency and effectiveness. Today, technological advances, the high competitiveness of the market, or the large amount of data generated by organizations require, more than ever, an analysis and planning based on scientific criteria.

Young students about to graduate have an educational experience called Professional Residency, which constitutes the final stage of their professional training in the technological ones belonging to TecNM. The Professional Residency is an educational strategy of a curricular nature, which allows the student to undertake a theoretical-practical, analytical, reflective, critical and professional

project; with the purpose of solving a specific problem of the social and productive reality, to strengthen and apply their skills (TecNM, 2012).

This project has the purpose of strengthening this process of Professional Residencies that will allow the development of the professional competencies raised in the graduation profile of the Business Management Engineering career of the Higher Technological Institute of Xalapa applied for the benefit of micro, small and medium-sized companies. .

An analytical study of different business diagnoses proposed by scholars of the subject was carried out, to propose an ideal tool to assess the needs of MSMEs in the city of Xalapa, Ver., which was later validated with expert academics in these areas.

The results of this research is an instrument for diagnosing the business skills of MiPymes to define the improvement project in the organization where the Professional Residency will be carried out, gathering pertinent and relevant information to propose a project with a positive impact for the company and Generate valuable knowledge and experience in the student.

It is considered that this instrument is a significant contribution for students to develop knowledge in a real learning/work process to know and manage the problems and opportunities for improvement of their environment, applying updated and consistent technology, methods, systems and work procedures. with your profession.

Keywords: MiPymes, Professional Residency, Competencies

INTRODUCCIÓN

El propósito de esta investigación es diseñar un recurso de apoyo al estudiante que realizará su residencia profesional para que emprenda pertinentemente un proyecto teórico-práctico en la empresa con el propósito de resolver un problema específico o aprovechar un área de oportunidad productiva, y con ello fortalezcan y apliquen sus competencias profesionales. Así mismo le permitirá conocer sus fortalezas y debilidades de su actual formación, y conocer sus propios intereses, vocaciones y/o gustos ante esta experiencia educativa. “el aprendiz, en el desarrollo de

capacidades, habilidades y actitudes, se infiere que el aprendizaje situado se desenvuelve en comunidades de aprendizaje afines a las expectativas y objetivos de aprendizaje del estudiante. (Ruíz, 2014 pág. 82)

La propuesta de este proyecto contempla como objetivo general “diseñar un instrumento de diagnóstico alineado al perfil de egreso de la carrera de ingeniería en gestión empresarial, que permita conocer las necesidades empresariales y áreas de oportunidad de la micro, pequeña y mediana empresa”, con lo cual se pretende, tener un instrumento objetivo, estandarizado, y aplicable por el residente en la organización en donde realizará su residencia profesional, con la información recabada el residente contará con elementos reales para la elaboración de su protocolo de residencia profesional de un proyecto que permita plantear una solución o propuesta de mejora en algún proceso o producto y/o servicio de la organización.

Ruiz dice (2014) “realizando proyectos que son de utilidad tanto para la empresa como para el propio aprendizaje del estudiante, convierten a las empresas en espacios formales de aprendizajes situados”.

Contar con un instrumento de diagnóstico empresarial válido, que sistematice la identificación y análisis de las áreas claves que componen a la organización de la micro, pequeña o mediana empresa; permitirá detectar causas de ineficiencias y/o áreas oportunidad y con la información obtenida se propongan proyectos de residencia profesional pertinentes y que permitan una intervención productiva para la organización.

En ese artículo se detalla los antecedentes que fundamentan la pertinencia de este proyecto, la metodología realizada, los resultados obtenidos y las conclusiones.

ANTECEDENTES

El Modelo Educativo para el Siglo XXI: Formación y desarrollo de competencias profesionales, se formuló en razón de las tendencias educativas actuales y emergentes en la formación académica superior, con énfasis en la aplicación de conocimientos a situaciones concretas para resolver problemas reales, la gestión de la información e interacción entre diversos campos de estudio, el trabajo

interdisciplinario y colectivo, el manejo de tecnologías de la información y la comunicación, las técnicas autodidactas y la reflexión ética, para construir un enfoque que facilite la formación y el desarrollo de competencias profesionales en los estudiantes inscritos en las instituciones del Sistema Nacional de Institutos Tecnológicos.(Acosta, 2012).

El plan de estudios incluye una estrategia que facilita a los estudiantes el desarrollo gradual de las competencias, para que puedan concluir de manera integral su proceso de titulación. Ésta consiste en distribuir, a lo largo del plan de estudios, un conjunto de asignaturas diseñadas para este fin. Para la obtención del título profesional, es requisito indispensable el aprendizaje y práctica de otro idioma, con el fin de apoyar el desarrollo del estudiante y facilitar con ello su inserción en el mercado laboral.

Por otra parte, en el plan de estudios se revalora el saber hacer, al asignar una cantidad mayor de créditos a la realización de prácticas en aulas, talleres, laboratorios y en el entorno social y productivo, así como en el desarrollo de proyectos de investigación. Con esto se busca que la formación del estudiante trascienda el ámbito escolar y tenga lugar en el contexto social y laboral; como es la Residencia Profesional actividad teórico-práctica mediante la cual el estudiante ejercita sus competencias profesionales en la realidad de su entorno social y productivo, si bien puede incluso efectuarla en el extranjero. Tiene un valor de 10 créditos.

La experiencia educativa de Residencias Profesionales permite en el estudiante próximo a egresar, enfrentar un problema en un contexto de una realidad laboral fuera de aulas, en donde planteará una propuesta de solución, con cuál desarrollará las competencias profesionales que le plantea su perfil de egreso de Ingeniería en Gestión Empresarial.

La Residencia Profesional (RP) es una estrategia educativa de carácter curricular, que permite al estudiante emprender un proyecto teórico-práctico, analítico, reflexivo, crítico y profesional; con el propósito de resolver un problema específico de la realidad social y productiva, para fortalecer y aplicar sus competencias profesionales (TecNM, 2015).

El proceso de la RP se inicia con un proyecto teórico-práctico en que desarrollará las competencias genéricas y específicas adquiridas durante el proceso de enseñanza-aprendizaje realizado en las asignaturas estudiadas previamente en el plan de estudio, con lo que se pretende integrar aprendizajes significativos y experiencia, como lo menciona la Dra. Estela Ruiz Larraguivel, en su estudio “Las empresas como espacios para el aprendizaje ocupacional”.

Por todo lo anterior es pertinente, relevante y significativo diseñar un instrumento de diagnóstico que facilite y garantice la identificación de problemáticas a atender en el proyecto de Residencia Profesional para orientar a los estudiantes y se cumplan eficientemente el objetivo de impactar positivamente al crecimiento de las empresas y a su propio aprendizaje.

DESARROLLO

El desarrollo de esta investigación se basó en la validación por juicio de expertos, ya que es un método muy útil para verificar la fiabilidad de una investigación, en la mayoría de los casos se define como una opinión en la cual, personas que conocen el tema y que tienen gran trayectoria, nos brindan la información necesaria, evidencia, juicios o valoraciones.

Según Cabero y Lorente (2013) el juicio de expertos “consiste, básicamente, en solicitar a una serie de personas la demanda de un juicio hacia un objeto, un instrumento, un material de enseñanza, o su opinión respecto a un aspecto concreto”.

Esta investigación se desarrolló en tres etapas, la primera consistió en la estructura conceptual de los elementos claves realizando las siguientes actividades:

- Búsqueda y análisis del concepto de competencias en educación superior.
- Identificación de las competencias profesionales señaladas por el TecNM para el programa de estudio de Ing. en Gestión Empresarial alineadas a su perfil de egreso.
- Identificación de requerimientos de grupos de interés.

- Búsqueda y análisis de fuentes bibliográficas para la caracterización de las MiPymes, así como metodologías técnicas para el estudio de las capacidades empresariales en las organizaciones.

La segunda etapa se refiere al diseño y validación del instrumento de diagnóstico del interno de capacidades empresariales para la micro, pequeña y mediana empresa, para lo cual se realizaron las siguientes actividades:

- Búsqueda de modelos de diagnóstico empresarial y elaboración de los ítems del instrumento.
- Diseño estadístico para la validación del instrumento de diagnóstico interno de capacidades empresariales de las MiPymes.
- Aplicación del proceso de validación del instrumento de diagnóstico interno de capacidades empresariales de las MiPymes, conforme al diseño propuesto.
- Adecuación del instrumento de diagnóstico interno de las capacidades empresariales de las MiPymes, conforme a la retroalimentación obtenida del diseño estadístico.
- Aplicación de encuesta, recolección y análisis de información de residentes de Ingeniería en Gestión Empresarial periodo 2020- 2021.

La tercera y última etapa consistió en la elaboración de un manual de uso del instrumento de diagnóstico interno de capacidades empresariales, para los estudiantes, y de este modo garantizar la eficiencia y buen uso de esta herramienta. La validez de contenido se establece con frecuencia a partir de dos situaciones, una que atañe al diseño de una prueba y la otra, a la validación de un instrumento sometido a procedimientos de traducción y estandarización para adaptarlo a significados culturales diferentes. Es aquí donde la tarea del experto se convierte en una labor fundamental para eliminar aspectos irrelevantes, incorporar los que son imprescindibles y/o modificar aquellos que lo requieran, en sí se debe validar los ítems y descriptores de un cuestionario destinado para algún fin.

RESULTADOS

El instrumento de diagnóstico interno validado, se considera como un modelo para evaluar “las capacidades empresariales de las MiPymes vinculadas al Instituto Tecnológico Superior de Xalapa”, el cual nos permitirá conocer las necesidades empresariales y áreas de oportunidad de la micro, pequeña y mediana empresa, que tenga convenio con el Instituto Tecnológico Superior de Xalapa.

Se selecciono a destacados catedráticos del Instituto Tecnológico Superior de Xalapa con experiencia de asesores o coordinadores en Residencia Profesional de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial, a los cuales se les envió el instrumento de diagnóstico interno de las capacidades empresariales de las MiPymes; los beneficios derivados de dichas sugerencias mejoran la validez del instrumento, incidiendo directamente en el contenido de los ítems y de algunos aspectos relacionados con su estructura, evitando posibles sesgos de contenido y/o errores durante su aplicación posterior; con sus retroalimentaciones se realizó las adecuaciones y ajustes del citado instrumento con lo que se obtuvo la versión final del mismo.

El resultado de las encuestas que se aplicaron a través de Microsoft Forms de 16 preguntas a 35 residentes, de Ingeniería en Gestión Empresarial que realizaron residencias profesionales en el periodo escolar de septiembre 2020 a febrero 2021; son los siguientes datos referentes al tipo de empresa: el sector de la organización o empresa en la que se están realizando las residencias profesionales se distribuyen de la siguiente manera: 57% en el sector privado y un 43% en el sector público; el sector económico de la organización o empresa en la que se encuentra el residente: el 69% es de servicios, 29% de comercio y solo el 3% es manufacturero.

En lo referente a datos sobre las características de los estudiantes: De los 35 residentes profesionales encuestados el 83% siempre tuvo conocimiento claro de lo que iba a realizar en la residencia profesional, sin embargo, solo el 74% sabía que proyecto desarrollar dentro de la empresa u organización; el 40% de las organizaciones u empresas asignaron a los residentes un proyecto.

Otros datos relevantes identificados fueron: que hizo el residente para detectar las necesidades de la empresa y con ello desarrollar su protocolo: un 46% escucharon

comentarios de su asesor externo, el 23% se basó en las materias que le agradaban, 25% aplicaron un instrumento de diagnóstico y sólo el 6% no tuvo que hacer nada pues el proyecto ya estaba totalmente asignado.

El 34 % de los residentes encuestados dicen que la mayor dificultad a la que se enfrentaron fue no saber qué proyecto desarrollar.

Cabe destacar que el 89% de las empresas conocen las funciones de un residente, por lo que podría ser esta la razón de que algunas organizaciones u empresas hayan asignado directamente un proyecto. Un 89% de los estudiantes si recibieron de su asesor externo apoyo sobre la información que necesitaba para conocer el desarrollo de su proyecto de Residencia Profesional.

El 74% de los residentes siempre tuvo claro que herramientas, técnicas, métodos y enfoques utilizar para el desarrollo de su proyecto; un 54% de los residentes manifestaron que las asignaturas de ingeniería tuvieron un mayor impacto para el proyecto de residencia profesional; el 6% de los residentes no tuvieron claro los objetivos que debía cumplir en su proyecto.

También se realizó un análisis del marco muestral de las empresas que tiene convenio vigente con el Instituto Tecnológico Superior de Xalapa para la realización de Residencias Profesionales, el cual se encuentra en el directorio de la página web del I.T.S.X, en el periodo septiembre 2020 – febrero 2021, y se obtuvo los siguientes datos estadísticos: existen 162 organismos o empresas que tiene convenio vigente, de estas el 52% son empresas privadas y 48% organismos o instituciones públicas. El 58% son del municipio de Xalapa y de otros municipios de Veracruz y el 42% externas de otros estados o países.

Estos resultados confirman la necesidad de diseñar un instrumento de diagnóstico de necesidades empresariales, que con su aplicación permitan identificar problemáticas pertinentes en el sector productivo y dar soluciones eficientes y reales obteniendo un aprendizaje significativo.

Como resultado final de esta investigación se realizó un manual para el uso apropiado donde se detalla datos generales obtenidos en esta investigación, procedimiento e instructivo de llenado.

Asimismo, incluye la descripción de cada aspecto a evaluar en este instrumento y las asignaturas que se relacionan con cada área, los cuales también son un dato importante para el estudiante y para la validación de la pertinencia del proyecto en relación al perfil del Ing. en gestión Empresarial.

Se anexa el instrumento validado, que sistematiza la identificación y análisis de las áreas claves que componen a la organización de la micro, pequeña o mediana empresa; permitirá detectar causas de ineficiencias y/o áreas oportunidad y con la información obtenida se propongan proyectos de residencia profesional pertinentes.



**INSTRUMENTO DE DIAGNÓSTICO INTERNO PARA CONOCER LAS
CAPACIDADES EMPRESARIALES DE LAS MIPYMES QUE TIENE
CONVENIO VIGENTE CON EL I.T.S.X. PARA REALIZAR RESIDENCIAS
PROFESIONALES.**

Datos de identificación:

Nombre completo del estudiante: _____

Número de control: _____

Nombre de la empresa: _____

Sector económico: _____

Tamaño de empresa: _____

Instrucciones:

Identifica las siguientes capacidades de la empresa en la que se podrá enfocar tu protocolo de Residencia Profesional para detectar las áreas de oportunidad y realizar una propuesta de proyecto de mejora para la organización.

Lee los enunciados y aplica la ponderación de 0 al 2 de acuerdo a la siguiente escala:

Escala de ponderación para evaluar los aspectos de la organización	
Ponderación	Criterio
0	La organización no tiene contempladas estas actividades.
1	La organización realiza estas actividades de manera semiformal.
2	La organización realiza estas actividades de manera formal y continua.

A.- PROCESO DE PLANEACIÓN		
No.	Cuestionamiento	Ponderación
1	La organización tiene un proceso permanente de planificación para toda la organización.	
2	El proceso de planeación que utiliza la organización corresponde a una planeación estratégica.	
3	La organización tiene manifestada una visión, misión y valores en forma explícita, y son conocidas por todos los colaboradores de la organización.	
4	Se realiza un FODA: Debilidades Oportunidades, Fortalezas y Amenazas durante la planeación.	
5	Existe un proceso permanente para el análisis del entorno externo de la organización, en donde se considera diversos factores como lo son clientes potenciales, proveedores, productos/servicios nuevos, competencia, tecnologías, reglamentaciones, normas.	
6	Al diseñar las estrategias para la organización, éstas se comparan con las de otras organizaciones que han sido exitosa en el mercado.	
7	La organización realiza convenios con otras organizaciones de su sector económico o ramas comerciales complementarias.	
8	Utiliza un enfoque estratégico para identificar y aprovechar oportunidades del entorno y hacer negocios.	
9	La organización tiene formalmente señaladas metas cuantificables en lapsos de tiempo establecidos y verificables.	
10	Se tiene formalizado el proceso de toma de decisiones a través de personas plenamente identificables en la organización.	
11	La organización tiene indicadores de gestión en diversas áreas claves, los cuales se monitorean permanentemente.	

12	Se cuenta con procesos de verificación de la participación para el logro de los objetivos e implementación de las estrategias.	
13	La planeación estratégica de la organización es elaborada en un trabajo de equipo de la alta gerencia.	
14	La Toma de decisiones se base en indicadores de gestión que tiene la organización.	
15	La planeación que tiene la organización es modificada en lapsos menores a un año.	

B.-ENFOQUE DE LA CALIDAD		
No.	Cuestionamiento	Ponderación
1	Lo métodos de trabajo son del conocimiento y aplicación del personal operativo.	
2	La organización tiene un enfoque de procesos que le permita identificar y monitorear procesos críticos.	
3	Existe documentación sistematizada de los procesos críticos.	
4	Se cuenta con procedimientos de acciones correctivas y preventivas conservar la calidad del producto o servicio.	
5	Se tienen procedimientos con parámetros definidos para la adquisición de: materia prima, equipos, insumos, etc.	
6	Cuenta con procesos de calibración de equipos y maquinaria.	
7	Se incorporan las necesidades del cliente en los procesos de producción.	
8	Se cuenta con equipos de colaboradores destinados a la resolución de problemas.	
9	Se encuentran establecidos los parámetros de calidad en el proceso de producción.	
10	Se cuenta con sistemas de calidad certificados.	
11	Se tiene manifestada una política de calidad para la organización.	
12	Existe en el organigrama el puesto de calidad.	
13	En caso de existir certificaciones de calidad, éstas se proyectan hacia los clientes para su conocimiento.	
14	Existe cursos de capacitación de calidad y mejoramiento continuo.	
15	Existe cursos de capacitación para atención a clientes.	

C.- ADMINISTRACIÓN		
No.	Cuestionamiento	Ponderación
1	La organización cuenta con sistemas administrativos bien definidos y actualizados.	
2	La organización tiene documentado el organigrama funcional y/o departamental.	
3	La organización cuenta con estudios actuales de diagnósticos organizacionales.	
4	Se tiene debidamente definidos los puestos de trabajo, con deberes, responsabilidades, líneas de mando y derechos.	
5	La organización cuenta con un enfoque de procesos en todas sus áreas funcionales.	
6	Existen sistemas de evaluación del desempeño de los colaboradores.	
7	Se tiene una continua actualización formal para los puestos de trabajo de acuerdo con las necesidades del mercado.	
8	La organización cuenta con sistemas de comunicación eficientes entre los diversos departamentos.	
9	Se cuenta con esquemas de trabajo de equipo para resolver problemas.	
10	La organización cuenta con una junta de gobierno.	
11	Existe incentivos formales para los colaboradores	
12	Se realizan diagnósticos de ambiente organizacional.	
13	La empresa tiene manifestados sus valores, código de convivencia.	
14	La organización tiene formalizado cursos de capacitación, adiestramiento y formación.	
15	Cuentan sistemas administrativos certificados.	

D. VENTAS-MARKETING		
No.	Cuestionamiento	Ponderación
1	Se cuenta con una planificación específica de marketing.	
2	A partir de la planificación se generan estrategias de marketing.	
3	La organización tiene una planificación sobre cuotas de venta y clientes nuevos para sus agentes de venta.	
4	La organización cuenta con la plena identificación de su segmento de mercado.	
5	Se tiene registrada su(s) marca(s) y estrategia(s) de posicionamiento.	
6	El establecimiento de los precios de los productos y/o servicios están determinados en base a factores como: costos, demanda y competencia.	
7	Se tiene definido en detalle el mercado al que va dirigido la organización.	
8	La organización cuenta con la plena identificación de los clientes objetivos.	
9	Se cuenta con un proceso que mida la satisfacción de clientes y los resultados tienen utilización.	
10	Se tiene establecido un sistema de atención de quejas, reclamos y felicitaciones.	
11	Se cuenta con información específica de competidores y se actualiza constantemente.	
12	Se cuenta con una asignación de recursos específica y constante para el marketing.	
13	Se cuenta con procesos de evaluación sobre el impacto de la promoción y publicidad contratada.	
14	Se ofrece digitalmente material informativo con especificaciones técnicas de sus productos o servicios.	
15	Se cuenta con un sistema de investigación y análisis de clientes para lograr su permanencia.	

E.-FACTOR HUMANO		
No.	Cuestionamiento	Ponderación
1	Cada puesto vacante tiene debidamente definido con precisión las responsabilidades, deberes.	
2	Se cuenta con sistemas eficientes de comunicación entre los diversos niveles de la organización.	
3	Se tiene instaurado un plan de carrera para el personal.	
4	Existen mecanismos de retroalimentación de las actividades del personal para elevar su desempeño.	
5	Se fomenta el trabajo colaborativo entre los colaboradores de cada área e interdepartamental.	
6	Se cuenta con identidad organizacional que permita que los colaboradores sientan pertenencia y lealtad.	
7	Se considera primeramente a los colaboradores para ocupar las vacantes existentes en la organización.	
8	Existe mecanismos de premiación para el desempeño del personal.	
9	Se tiene indicadores de desempeño para cada puesto de trabajo.	
10	El ambiente de trabajo permite la seguridad y salud del personal en todas sus áreas.	
11	Para la selección de personas para las vacantes se tiene establecido una formal valoración objetiva.	
12	Se tiene estándares de verificación de documentación de candidatos a las vacantes.	
13	Se tiene un proceso debidamente definido de inducción al puesto de trabajo para el nuevo personal.	
14	Se fomenta actividades de integración del personal y familiar por parte de la organización.	
15	Se tiene un sistema de vinculación asistida de la organización.	

F.-LOGÍSTICA Y CADENAS DE SUMINISTRO		
No.	Cuestionamiento	Ponderación
1	Tiene la gerencia un enfoque de cadenas de suministro	
2	Se tiene definidas estrategias para la logística de la organización.	
3	Se tiene definidas estrategias para las cadenas de suministro de la organización.	
4	Existe actualización permanentemente de los procesos logísticos.	
5	El factor humano está capacitado en logística.	
6	Se tiene debidamente identificados y monitoreados los flujos logísticos.	
7	Se cuenta con un control para el seguimiento eficiente del sistema logístico.	
8	Existen parámetros logísticos entre proveedores, organización y clientes.	
9	Se tiene definidas las actividades y responsabilidades del personal del almacén.	
10	Se tiene tecnología que operativice eficazmente el sistema logístico.	
11	Se cuentan con indicadores de desempeño específicos para la logística.	
12	Están establecidas las responsabilidades y actividades del personal que registra pedidos.	
13	Se tiene una codificación de sus productos y/o servicios.	
14	Se tiene un formal sistema de inventarios.	
15	Se tiene un estudio debido del envase o embalaje.	

G.- PRODUCCIÓN		
No.	Cuestionamiento	Ponderación
1	El proceso de producción siempre se basa en una planeación de producción previa.	
2	Se tienen especificados los criterios y definidas las variables para la planeación de la producción.	
3	Las instalaciones y equipos de la organización son óptimos para el funcionamiento actual.	
4	El proceso de producción es flexible para satisfacer los requerimientos de los clientes.	
5	Existe un sistema de inventarios que garantice los niveles óptimos de producción.	
6	Existen planes de actualización tecnológica para la producción del producto o servicio.	

7	Se cuenta con un proceso de investigación para la incorporación de nuevas tecnologías o procesos.	
8	Los inventarios que cuenta el área están debidamente administrados.	
9	La solicitud de materiales se basa en mantener un nivel óptimo de inventarios según las necesidades planteadas.	
10	Todo el personal participa en mantenimiento de equipos y herramientas.	
11	Se cuenta con un proceso de evaluación de proveedores.	
12	Se cuenta con sistemas formales de mantenimiento permanente de maquinaria y equipo.	
13	Cuenta con planes de higiene y seguridad industrial actualizados para el área de producción.	
14	Se tiene instaurado programas de protección civil.	
15	Se tiene contratados seguros contra siniestros en equipos e instalaciones.	

H.-INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO		
No.	Cuestionamiento	Ponderación
1	Están definidas estrategias para la Investigación y Desarrollo en la organización.	
2	Están definidas estrategias para la innovación en la organización.	
3	Están definidas estrategias para la transferencia de tecnología para la organización.	
4	Existe procesos de investigación formal en la organización.	
5	Está capacitado el personal en Investigación y Desarrollo.	
6	Existen sistemas de gestión del conocimiento.	
7	La innovación es incorporada en los diferentes procesos y se considera fundamental para la organización.	
8	Los productos y/o servicios que ofrecen son surgidos de una política de Investigación y Desarrollo.	
9	Se ha generado un alza de porcentaje en ventas y utilidades por productos/servicios nuevos durante los últimos dos años.	
10	Utiliza la organización asesoría externa en Investigación y Desarrollo.	
11	Se han realizado convenios de transferencia de tecnología.	

12	Tienen conocimientos de instituciones que desarrollen Investigación y Desarrollo y puedan hacer vínculos.	
13	Se ha participado en programas de vinculación con instituciones investigación.	
14	Se ha participado en programas de vinculación con instituciones de Educación Superior.	
15	Se ha participado en programas gubernamentales para el desarrollo, investigación o innovación.	

RESULTADOS

Apartado	ASPECTOS	Puntaje
A	Proceso de planeación	
B	Enfoque de la calidad	
C	Administración	
D	Ventas-marketing	
E	Factor humano	
F	Logística y cadenas de suministro	
G	Producción	
H	Investigación y desarrollo	

Puntaje total por área	Criterio de decisión para el enfoque del Proyecto de Residencia profesional vinculada al aspecto específico de la organización
0 < 15	Este puntaje relaciona con una alta oportunidad para realizar un proyecto de Residencia profesional vinculado a esta área y el(los) apartado(s) específico(s) del aspecto evaluado de la organización.
15 < 30	Este puntaje relaciona con una mediana oportunidad para realizar un proyecto de Residencia profesional vinculado a esta área y el(los) apartado(s) específico(s) del aspecto evaluado de la organización.
30	Este puntaje relaciona una baja oportunidad para realizar un proyecto de Residencia profesional vinculado a esta área y el(los) apartado(s) específico(s) del aspecto evaluado de la organización.

CONCLUSIONES

Los beneficios de esta investigación son fortalecer a la Académica en sus procesos académicos y pedagógicos, al aportar elementos de análisis y reflexión tendientes a elevar la calidad de formación del futuro egresado en Ingeniería en Gestión Empresarial.

Por otro lado, otro beneficio tangible es el recibir la retroalimentación del sector productivo, sobre el desempeño de los estudiantes en formación profesional que realizaron proyectos eficientes permite mejorar sus programas académicos y mantenerlos actualizados pertinentemente.

Desarrollando proyectos productivos enfocados a problemas reales permite brindar un mejor servicio y visualizar las capacidades del estudiante, lo que mejora las perspectivas de empleo de sus egresados y, además, incrementar el prestigio del Instituto Tecnológico Superior de Xalapa, a través de su proyección en el sector externo mediante los estudiantes, los docentes y la promoción de sus proyectos, programas, investigaciones y demás actividades universitarias (Sánchez de Mantrana 2005 pág. 356).

Con el conocimiento y experiencias que surja de esta propuesta, permitirá proveer a nuestra institución educativa de proyectos que contribuyan a fortalecer sus procesos académicos de Residencias Profesionales.

Se espera que la aplicación de este proyecto de mejora en el proceso de Residencias Profesionales de inicio en la carrera de ing. en gestión empresarial, pero en un futuro cercano se adecue a las necesidades de perfil de las otras 10 ingenierías que oferta el ITSX

Es pertinente continuar con esta investigación y ampliar el marco de acción de este instrumento de diagnóstico para la generación de un banco de proyectos, y se brinde la oportunidad de identificar más áreas de oportunidad en los diversos sectores que atiende el Instituto Tecnológico Superior de Xalapa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arguelles, A. (1999). La educación tecnológica en el mundo. México D.F. Limusa.
- Cárdenas Salgado Enrique Diógenes (2012). The historical Path of technological in education systems in some countries of the world and its influence on education technology in Colombia. Bogotá, Colombia. Editorial Magisterio.
- De Ibarrola, María y Enrique Bernal (1997). "Perspectivas de la educación técnica y la formación profesional en México", en Boletín Cinterford, No. 141.
- Ruiz Larraguivel, Estela (2004), Los ingenieros en la industria manufacturera. Formación, profesión y actividad laboral, México, CESU-UNAM/Plaza y Valdés.
- Vargas Leyva, Ruth (1999). Reestructuración Industrial, educación tecnológica y formación de ingenieros. ANUIES.
- Acosta, Mara, Armendariz Griselda et. al. Modelo Educativo para el Siglo XXI, Formación y Desarrollo de Competencias Profesionales. Dirección General de Educación Superior Tecnológica. Diciembre 2012.[fecha de Consulta 9 de Agosto de 2020]. <http://www.dgest.gob.mx/director-general/modelo-educativo-para-el-siglo-xxi-formacion-y-desarrollo-de-competencias-profesionales-dp2> 25.
- Aguilar, M. S. (s.f.). Las características de las microempresas en México. quickbooks. Obtenido de: <https://quickbooks.intuit.com/mx/recursos/crece-tu-negocio/ejemplos-de-microempresas-y-caracteristicas/>
- Ávila, R. (2018, 25 octubre). ¿Cómo hacer un diagnóstico empresarial? Blog Luz. <https://blog.luz.vc/es/como-hacer/el-que-y-como-hacer-uno-diagnostico-empresarial/>
- Gamino-Carranza, Arturo, & Acosta-González, Mara Grassiel (2016). Modelo curricular del Tecnológico Nacional de México. Revista Electrónica Educare, 20(1),1-25.[fecha de Consulta 27 de junio de 2020]. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1941/194143011010>
- García, Juan Antonio, López, Martín et. al. Gestión curricular por competencias en la Educación Media y Superior. Primera Edición. GAFRA Editores. 2012. [fecha de Consulta 1 de agosto de 2020]. [https://www.uees.edu.sv/wpcontent/uploads/2017/planeamiento/doc/Libro%20Gestion%20Curricular%20\(GarFra\).pdf](https://www.uees.edu.sv/wpcontent/uploads/2017/planeamiento/doc/Libro%20Gestion%20Curricular%20(GarFra).pdf)
- Hurtado Restrepo, M. C. y Hurtado Restrepo, M. C. (2018) Consultoría empresarial. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/itsx/titulos/70333>
- Tecnológico Nacional de México, (s.f.) <https://www.tecnm.mx>

Instituto Tecnológico Superior de Xalapa. (s.f.) <https://www.itsx.edu.mx>

ANÁLISIS DE DATOS PARA MARKETING DIGITAL: CASO DE ESTUDIO MIPYMES DEL MUNICIPIO DE ÚRSULO GALVÁN, VERACRUZ

MONTSERRAT ACOSTA CADENAS¹, JAZMÍN BALDERRÁBANO BRIONES², METZY BEATRIZ GUEVARA HERNÁNDEZ³, LYTTY ITZAYANA HERRERA LINARES⁴

RESUMEN

El desarrollo del presente estudio con enfoque cualitativo- cuantitativo y alcance descriptivo se realizó con el propósito de analizar las comunicaciones de las redes sociales en las miPymes de la zona de Úrsulo Galván y recopilar información referente al uso y conocimiento de las redes sociales en su lugar de trabajo.

Debido al crecimiento de la tecnología en relación a las diferentes situaciones que se han pasado, como lo es la pandemia por el virus COVID-19; ya que las empresas se han tenido que adaptar a estos cambios tan drásticos y repentinos.

Para un ingeniero en gestión empresarial es de vital importancia estar alerta ante las diferentes situaciones que puedan pasar a su alrededor, y por ello el tener diferentes estrategias las cuales pueda utilizar para combatir y dar solución a un problema que pueda presentarse dentro de la empresa.

Palabras Clave: redes sociales, marketing digital, análisis de datos, mipymes, COVID-19

ABSTRACT

The development of this study with a qualitative-quantitative approach and descriptive scope was carried out with the purpose of analyzing the communications

¹ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván.
montserrat.ac@ugalvan.tecnm.mx

² Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván.
jazmin.bb@ugalvan.tecnm.mx

³ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván.
L18883546@ugalvan.tecnm.mx

⁴ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Úrsulo Galván.
L18883512@ugalvan.tecnm.mx

of social networks in the MSMEs of the Úrsulo Galván area and compiling information regarding the use and knowledge of social networks in their de job.

Due to the growth of technology in relation to the different situations that have happened, such as the COVID-19 virus pandemic; since companies have had to adapt to these drastic and sudden changes.

For a business management engineer it is vitally important to be alert to the different situations that may happen around them, and therefore to have different strategies which they can use to combat and solve a problem that may arise within the company.

Keywords: social networks, digital marketing, data analisis, MSMEs, COVID19

INTRODUCCIÓN

A lo largo del tiempo las empresas han llevado su mercadotecnia de manera tradicional, la cual es brindando folletos, haciendo comerciales en televisión o la radio, dando muestras gratis si es que son un producto, sin embargo, en la actualidad las pequeñas y medianas empresas se han estado adaptando a bastantes cambios, los cuales son por medio del uso de las diferentes redes sociales.

Debido al crecimiento de la tecnología en relación a las diferentes situaciones que se han pasado, como lo es la pandemia por el virus COVID-19; ya que las empresas se han tenido que adaptar a estos cambios tan drásticos y repentinos.

Sin embargo, muchas empresas se han envuelto en conflictos ya que algunas no han podido adaptarse adecuadamente, pues desconocen la forma en la que se utilizan algunas redes sociales, pero no todo es negativo en esta parte, pues existen empresas que han podido adaptarse a este nuevo estilo de vida y han hecho un esfuerzo para poder utilizar dichas redes sociales y encontrarle una ventaja en relación a la demanda que se puede generar, pues es aquí donde la mercadotecnia hace su labor y ayuda a impulsar sus estrategias.

Para un ingeniero en gestión empresarial es de vital importancia estar alerta ante las diferentes situaciones que puedan pasar a su alrededor, y por ello el tener diferentes estrategias las cuales pueda utilizar para combatir y dar solución a un

problema que pueda presentarse dentro de la empresa; para estos casos una de las mas grandes posibilidades y que se pueden tener al alcance de los clientes son el uso de las redes sociales, además tomando en cuenta, que en una empresa pequeña y mediana no toma mucho a consideración.

DESARROLLO

OBJETIVOS

General:

Analizar la comunicación de las redes sociales en las Pymes de Úrsulo Galván.

Específicos:

- Conocer si las PYMES de la localidad de Úrsulo Galván cuentan o utilizan alguna red social.
- Identificar cuáles son las redes sociales que se utilizan con mayor frecuencia en las PYMES de la localidad de Úrsulo Galván.
- Sintetizar los datos obtenidos mediante una investigación de campo realizado en las PYMES de la localidad de Úrsulo Galván.
- Utilizar la información recabada para examinar detalladamente la utilización que tienen las redes sociales como comunicación de las Pymes de Úrsulo Galván.

RESULTADOS

Graficas de los resultados de las encuestas:



Analizando los resultados obtenidos de los 35 instrumentos de investigación aplicados, se pudo observar que el 100% de las empresas encuestadas en la localidad de Úrsulo Galván utilizan las redes sociales dentro de su negocio. Lo cual, significa que el 20% de la población que se estableció como uno de los objetivos se logró cumplir.



En relación al análisis de los datos obtenidos de las 35 encuestas aplicadas en las Pymes de la localidad de Úrsulo Galván se puede observar que el 57% de la muestra seleccionada se encuentra registrada dentro del buscador de Google maps, lo cual nos refleja que el 43% de la muestra no se encuentra dada de alta en dicho buscador. Por lo cual, nos indica que las personas no podrán conocer ni acceder a posible información relevante del negocio relacionada a la dirección del lugar, artículos en venta y posibles promociones. Sin embargo, se encontraron situaciones en donde algunas direcciones no se encontraban actualizadas y estaban proporcionando datos erróneos a las personas interesadas en la ubicación de la empresa



Podemos concluir en esta gráfica que el 100% de las empresas tomadas en la muestra que se encuentran en la localidad de Úrsulo Galván conocen los beneficios que les pueden traer a su negocio el uso de las redes sociales; como lo son el dar a promocionar su negocio, el tener la oportunidad de aumentar sus ventas, dar a conocer los productos que ofrecen, proporcionar el número con el cual se puede estar en contacto con la empresa y con ello que más personas lo conozcan.



En relación a la gráfica anterior, se puede observar que, dentro de los resultados del instrumento aplicado a las 35 empresas en la localidad de Úrsulo Galván, las aplicaciones más conocidas son Facebook con el 100%, Instagram y Youtube con el 91%, siguiendo con la aplicación de Whatsapp bussines con 83%, Twitter con el 74% y las páginas web con 25%. Por otra parte, las aplicaciones menos conocidas son el Google my bussines con 37%, Facebook bussines con el 34% y finalmente LinkedIn con el 14%. Lo cual indica que las personas solo suelen ocupar las redes sociales por ocio y no por ámbitos laborales o profesionales, las cuales pueden sacarle una diversidad de provecho. En conclusión, las aplicaciones más utilizadas y conocidas por la muestra en la localidad de Úrsulo Galván son Facebook, Instagram y Youtube.



Observando la gráfica anterior se obtiene que el 82% de las empresas de la muestra seleccionada utilizan Facebook y un 71% Whatsapp para promocionar su empresa, dando a conocer que dentro de las empresas las redes sociales mas utilizadas son las que se mencionaron anteriormente. Las demás redes sociales como lo son Google my bussines, Linkedin, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube y las Páginas web nos arrojaron un valor desde el 0% hasta un 23%.

Las empresas que venden sus productos física y virtualmente tienen un mayor conocimiento, conciencia e inversión en el e-marketing, pero pocos realizan análisis con los datos. Los que consideran muy importante la implementación del e-marketing y realizan inversión en este, tienden a analizar más los datos o realizar acciones con estos.

CONCLUSIONES

Tomando en consideración la interpretación de los datos obtenidos en el total de la población de las empresas y tomando una muestra representativa de las Pymes de Úrsulo Galván, se logró analizar que las empresas que no se encuentran con la actualización de su ubicación sea la actual para evitar posibles confusiones de localización en las personas y que las Pymes que no se encuentren dadas de alta en el Google Maps sean registradas para que puedan ampliar su demanda y sean conocidas por las personas de la localidad de Úrsulo Galván al momento que requieran alguna información, servicio o producto al instante. Otra propuesta posible puede ser que las empresas que cuentan con redes sociales en los negocios sean constantes y no abandonen las páginas ya que esto puede generar perdida en los clientes y en su rentabilidad, por lo cual se propone que se mantengan al día y en constante innovación.

A la falta de formación y entrenamiento en análisis de datos (en técnicas para descripción, diagnóstico, predicción y prescripción) se suman los aspectos de seguridad de la información y protección de datos, de manera que la calidad de los datos internos y externos y su uso sean garantizados tanto para las empresas como para los potenciales clientes, como lo propone, (Li, Li, Ye, Li, Chen & Xiang, 2018).

El marketing no ha sido ajeno al continuo cambio digital, y ha aprovechado las ventajas que ofrecen las herramientas tecnológicas para acercarse a sus clientes, con lo que se generó el marketing digital. Es por esto que también ha evolucionado en paralelo a su versión 2.0, conocida también como Social Media Marketing (smm), la cual se interesa en el cliente y la interacción con él al utilizar los canales del smm en lugar de la televisión, prensa o radio (Fuentes, Huacón & Arisendy, 2015).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ISMARU. (2015, Abril 25). Encuesta.com. Obtenido de Tipos de preguntas en la encuesta: <https://www.e-encuesta.com/tipos-de-pregunta-en-la-encuesta/>
- Fuentes V. S. L., Huacón, V., & Arisendy, A. (2015). Análisis de la evolución del marketing 1.0, al marketing 3.0 y propuesta de aplicación en la marca miller de la compañía Cervecería Nacional en el sector de la ciudad de Guayaquil. (Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil, Ecuador). Recuperado de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/10026>
- Marín López, J. C., & López Trujillo, M. (2020). Análisis de datos para el marketing digital emprendedor. Caso de estudio del Parque de Innovación Empresarial de Manizales. *Universidad & Empresa*, 22(38), 65-78.
Doi:
<http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7135>
- Li, P., Li, T., Ye, H., Li, J., Chen, X., & Xiang, Y. (2018). Privacy-Preserving Machine Learning with Multiple Data Providers. *Future Generations Computer Systems: FGCS*, 87, 341-350.

ANEXO 1

Importancia de las redes sociales en las Pymes de Úrsulo Galván

Las preguntas a continuación son cerradas le permite al entrevistado elegir las opciones establecidas y son de elección múltiple o dicotómicas para una elección de las opciones planteadas (ISMARU, 2015).

ENCUESTA

Se realizó la presente encuesta teniendo como objetivo la recolección de datos exclusivamente utilizados para fines académicos. Agradeciendo de ante mano su tiempo e interés por contestarla, garantizando la total confidencialidad en el manejo de los datos obtenidos.

1. ¿Utiliza las redes sociales?
 - Sí
 - No
2. ¿Actualmente su negocio se encuentra registrado en el buscador de Google Maps?
 - Sí
 - No
3. ¿Conoce usted los beneficios de utilizar las redes sociales?
 - Sí
 - No
4. De acuerdo a la siguiente lista indique con una "x" las aplicaciones que usted conoce:
 - Google my bussines
 - LinkedIn
 - Facebook
 - Facebook bussines
 - Instagram
 - Whatsapp bussines
 - Twitter
 - Youtube
 - Página web
5. Con base a la siguiente lista indique de favor cual es la aplicación que utiliza dentro de su negocio:
 - Google my bussines
 - LinkedIn
 - Facebook
 - Facebook bussines
 - Instagram
 - Whatsapp bussines

- Twitter
- Youtube
- Página web

6. En relación a la pregunta anterior, ¿Nos podría proporcionar el nombre de sus redes sociales?

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. (978-607-99621)
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.
No. de ejemplares: 2
Presentación en medio electrónico digital: PDF 10 MB
Fecha de aparición 13/12/2021
ISBN 978-607-99603-0-8

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

RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

COORDINADORES

DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ

MILAGROS CANO FLORES

BRISSA SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ

JOSÉ ADRIÁN ROMERO PEÑA

AUTORES

ABIGAIL MARIN MORALES, ADAHÍ CONTRERAS FLORES, ADRIANA PÉREZ TELLO, ALEJANDRA MENDOZA REYNOSO, ALICIA PERALTA MAROTO, ANA GRACIELA PÉREZ SOLÍS, ANAHÍ ROSAS HERRERA, ANAÍ GRACIELA ARITZMENDI HERNÁNDEZ, ARIELA AGUIRRE LÓPEZ, ARTURO MUÑOZ CAMACHO, BRISSA SÁNCHEZ DOMÍNGUEZ, CAMERINA QUEVEDO VALENZUELA, CARLOS EDUARDO HERNÁNDEZ PIÑERO, CARLOS HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, CESAR PACHECO GUTIÉRREZ, CLAUDIA HERNÁNDEZ ORTIZ, DAMARIS ITZAYANA GÓMEZ OLMOS, DANIEL ARMANDO OLIVERA GÓMEZ, DANIEL BELLO PARRA, DANIEL PÉREZ SOTO ROMERO, DIANA PATRICIA GONZÁLEZ SÁNCHEZ, DOREIDY MELGAREJO GALINDO, EBER JARDIEL PÉREZ ZUÑIGA, EDALID ALVAREZ VELÁZQUEZ, EFREN DAVID TURRIZA BORGES, ERIKA LUCERO LARA GÓMEZ, FERNANDO SOLER GÓMEZ, GUADALUPE DEL SAGRARIO FUENTES SALAZAR, HAYDEE NANCY ALVARADO ROMERO, ISABEL LIRA VÁZQUEZ, ISRAEL BECERRIL ROSALES, ITZEL JHOANY RIVERA AMAYA, JANETH PÉREZ MARTÍNEZ, JANETH RAMOS LÓPEZ, JAZMÍN BALDEARRÁBANO BRIONES, JERSON MÜLLER TEJEDA, JORGE UBALDO JACOBO SÁNCHEZ, JOSÉ ADRIÁN ROMERO PEÑA, JUAN MANUEL ORTIZ GARCÍA, JUANA MÉNDEZ MONTEJO, KARLA IVONNE VÁSQUEZ MEDINA, LÁZARO DE JESÚS GARCÍA DÍAZ, LÁZARO SALAS BENÍTEZ, LIBNI JANAI SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, LINDA JOHANA GONZÁLEZ MORENO, LISSETH RIVERA AGUIRRE, LOIDA MELGAREJO GALINDO, LUIS ALBERTO DELFÍN BELTRÁN, LUIS CRUZ KURI, LUIS MANUEL CUEVAS PADILLA, LYTTY ITZAYANA HERRERA LINARES, MARGARITA LIMÓN MENDOZA, MARIA DEL CARMEN CHULIM LOPEZ, MARÍA ELENA PENSADO FERNÁNDEZ, MAYTE PULIDO CRUZ, METZY BEATRIZ GUEVARA HERNÁNDEZ, MILAGROS CANO FLORES, MONSERRAT COUTIÑO PADÓN, MONSERRAT ACOSTA CADENAS, NANCY ALARCÓN SOLÍS, PATRICIA GUADALUPE MORA NEGRETE, PEDRO JOSE RIVERO TURRIZA, RAÚL MANUEL ARANO CHÁVEZ, RAÚL PALMA MORA, RAZIEL MELLA VALDEZ, RENE ÁLVAREZ FERNÁNDEZ, ROSALÍA JANETH CASTRO LARA, SAULO SINFOROSO MARTÍNEZ, SINUHE DE JESÚS ABURTO SANTOS, VANESSA ALEJANDRA DELGADO MAY, VERANIA SENTIES BORBONIO, VICTOR EMMANUEL HIGAREDA ARANO, YESSICA CITLALI NAUA FERNÁNDEZ, YOLANDA RAMÍREZ VÁZQUEZ, ZULEYMA DOMÍNGUEZ DOMÍNGUEZ



ISBN: 978-607-99603-0-8



9 786079 960308