



CONTRIBUCIÓN DE LOS **POSGRADOS** DEL ÁREA ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA AL DESARROLLO Y BIENESTAR SOCIAL

COORDINADORES

JOSÉ ECHEGARAY FRANYUTTI
MARÍA DEL PILAR ENRÍQUEZ GÓMEZ
GUADALUPE JUÁREZ GÓMEZ
MARÍA DEL CARMEN MEZA TÉLLEZ
ROSENDO ORDUÑA HERNÁNDEZ
IGNACIO ORTIZ BETANCOURT

ISBN: 978-607-5893-19-8



9 786075 893198

CONTRIBUCIÓN DE LOS POSGRADOS DEL ÁREA ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA AL DESARROLLO Y BIENESTAR SOCIAL

COORDINADORES

JOSÉ ECHEGARAY FRANYUTTI, MARÍA DEL PILAR ENRÍQUEZ GÓMEZ, GUADALUPE JUÁREZ GÓMEZ, MARÍA DEL CARMEN MEZA TÉLLEZ, ROSENDO ORDUÑA HERNÁNDEZ, IGNACIO ORTIZ BETANCOURT

AUTORES

Ada Monserrat García Fernández, Adrián de Jesús Ruiz Cuevas, Alma Delia Escobedo Buenabad, Alma Delia Manilla Cariño, Ana Laura Domínguez Nadal, Ana Lilian Mendoza Cuevas, Andrés Rocha Herrera, Antonio Huerta Estévez, Arturo López Saldiña, Aura Álvarez Nieto, Beatriz Eugenia Salas Parada, Belizario Antonio Pacheco, Blanca Estela Grajales Briscón, Celia del Pilar Garrido Vargas, Celina Ruiz Garrido, Christian Daniel Salinas Toledano, Claudia Piloto Aguilar, Corina Tello Fomperosa, Daniela Veneroso Bravo, David Ernesto González Martínez, Diana Hernández Serrano, Dora Emilia Aguirre Bautista, Dora Silvia Barradas Troncoso, Elena Aguilar Canseco, Elsa Cabello Pérez, Elvitz de los Ángeles Gutiérrez Vázquez, Erika Chavarría Jiménez, Ernesto Levet Gorozpe, Fabiola Vargas Lara, Fátima Montserrat Balcázar Juárez, Francisco Amador López Villegas, Frank Ramírez Marín, Gabriel Ruiz Blanco, Gina Guadalupe Zaragoza Reyes, Guadalupe Juárez Gómez, Hayde Zizumbo Ramírez, Ignacio Ortiz Betancourt, Iván Ramón Rivera Rocha, Jesús Manuel Pérez Solórzano, Jonathan Castañeda Arredondo, José Alonso López Vásquez, José Andrés Ruiz Blanco, José Oliver Martínez Hernández, José Refugio Vázquez Fernández, José Satsumi López Morales, Josué López Desirena, Josué Rivadeneyra Hernández, Juan José Hernández Martínez, Juan Pablo Munguía Tiburcio, Judith Alejandra Grijalva Chávez, Kevin Eduardo Chacón Reyes, Laura Veronica Ortega Crivelli, Leonardo Daniel Ocejo Alonso, Liliana Elizabeth Zetina Gallardo, Lizbeth Vázquez Beltrán, Luis Alberto García Peña, Luis Angel Vanegas Cárdenas, Luis Moisés Alonso López, Luz del Alba Marcial Cadena, María de Carmen Levet Ferreira, María de Lourdes Castellanos Villalobos, María del Carmen Meza Téllez, María Elena Maceda Rodríguez, María Esther Carmona Guzmán, María Esther Fragoso Terán, María Eugenia Senties Santos, María Soraya Delgado Vázquez, Marina Elizabeth Salazar Herrera, Mario Alberto González Azamar, Mario Antonio Peña Meza, Marisol Pérez Mugica, Martha Eugenia Aguilera Molina, Melany Alexa Ramírez García, Nancy López Jara, Pedro Aguilar Canseco, Rebeca Castellanos Villalobos, Rosa María Vaca Espino, Rosendo Orduña Hernández, Salomé Pérez Prieto, Saúl Velázquez Villaraldo, Sergio Federico Toledo Barrios, Susana Gallegos Cázares, Susana Sánchez Solís, Tania Beatriz Quintero Bastos, Tania Irais Martinez Rodriguez, Víctor Aguilar Pizarro, Yessica Yaneli Negrete Ruiz, Zoila Luz de los Ángeles Fernández Arrazola

©RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. 2024



EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.

CEL 2282386072
www.redibai.org
redibai@hotmail.com

Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.
(978-607-5893)

ISBN: 978-607-5893-19-8



Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.

No. de ejemplares: 2

Presentación en medio electrónico digital

Formato PDF 5 MB

Fecha de aparición 06/09/2024

ISBN 978-607-5893-19-8

Xalapa, Veracruz. México a 23 de agosto de 2024

DICTAMEN EDITORIAL

La presente obra fue arbitrada y dictaminada en dos procesos; el primero, fue realizado por el **COMITÉ EDITORIAL RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.** con sede en México; que sometió a los capítulos incluidos en la obra a un proceso de dictaminación a doble ciego para constatar de forma exhaustiva la temática, pertinencia y calidad de los textos en relación a los fines y criterios académicos de la misma, cumpliendo así con la primera etapa del proceso editorial. El segundo proceso de dictaminación estuvo a cargo del **COMITÉ CIENTÍFICO RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.**; donde se seleccionaron expertos en el tema para la evaluación de los capítulos de la obra y se procedió con el sistema de dictaminación a doble ciego. Cabe señalar que previo al envío a los dictaminadores, todo trabajo fue sometido a una prueba de detección de plagio. Una vez concluido el arbitraje de forma ética y responsable y por acuerdo del Comité Editorial y Científico de la Red Iberoamericana de Academias de Investigación A.C. (REDIBAI), se dictamina que la obra **“CONTRIBUCIÓN DE LOS POSGRADOS DEL ÁREA ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA AL DESARROLLO Y BIENESTAR SOCIAL”** cumple con la relevancia y originalidad temática, la contribución teórica y aportación científica, rigurosidad y calidad metodológica, actualidad de las fuentes que emplea, redacción, ortografía y calidad expositiva.

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.

(978-607-5893)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072

Xalapa, Veracruz. México a 06 de septiembre de 2024

CERTIFICACIÓN EDITORIAL

RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI) con sello editorial **No. 978-607-5893** otorgado por la Agencia Mexicana de ISBN, hace constar que el libro **“CONTRIBUCIÓN DE LOS POSGRADOS DEL ÁREA ECONÓMICO-ADMINISTRATIVA AL DESARROLLO Y BIENESTAR SOCIA”** registrado con el **ISBN 978-607-5893-19-8** fue publicado por nuestro sello editorial con fecha de aparición del 06 de septiembre de 2024 cumpliendo con todos los requisitos de calidad científica y normalización que exige nuestra política editorial.

Fue evaluado por pares académicos externos y aprobado por nuestro Comité Editorial y Científico.

Todos los soportes concernientes a los procesos editoriales y de evaluación se encuentran bajo el poder Editorial de **RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI)**, los cuales están a disposición de la comunidad académica interna y externa en el momento que se requieran.

La normativa editorial y repositorio se encuentran disponibles en la página **<http://www.redibai-myd.org>**

Doy fe.

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C.
(978-607-5893)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072

ÍNDICE

PARTE I

COMERCIO EXTERIOR 1

CAPÍTULO I

EL AVANCE DEL RECINTO PORTUARIO DE VERACRUZ Y SU IMPACTO EN LAS OPERACIONES EN EL PERIODO 2016 - 2022 CONFORME AL PROGRAMA MAESTRO DE DESARROLLO PORTUARIO.....2

Chacón Reyes Kevin Eduardo
García Peña Luis Alberto

CAPÍTULO II

EL PAPEL DEL NEARSHORING EN EL CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR, LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO.....9

Zaragoza Reyes Gina Guadalupe
Manilla Cariño Alma Delia
Negrete Ruiz Yessica Yaneli
Ortiz Betancourt Ignacio
Meza Téllez María del Carmen

CAPÍTULO III

TRÁNSITOS INTERNOS SU IMPORTANCIA EN LA ACTIVIDAD LOGÍSTICA EN EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS EN NUESTRO PAÍS 15

Ruiz Blanco Gabriel
Garrido Vargas Celia del Pilar
Ruiz Garrido Celina
Zizumbo Ramírez Hayde
Delgado Vázquez María Soraya

CAPÍTULO IV

ESTABLECIMIENTO DE CADENAS GLOBALES DE VALOR..... 21

Ruiz Blanco José Andrés
Pérez Prieto Salomé
Ruiz Garrido Celina

CAPÍTULO V

ÁREAS DE OPORTUNIDAD PARA EXPORTACIÓN DE MÉXICO HACIA AUSTRALIA.....27

Alonso López Luis Moisés
Maceda Rodríguez María Elena
Pérez Solórzano Jesús Manuel
Rocha Herrera Andrés
Veneroso Bravo Daniela

CAPÍTULO VI

THE IMPORTANCE OF APEC FOR INTERNATIONAL TRADE IN MEXICO.....33

García Fernández Ada Monserrat
Cabello Pérez Elsa
Barradas Troncoso Dora Silvia

CAPÍTULO VII

SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE PEPINILLO: CASO COMERCIALIZADORA DE EXPORTACIÓN.....40

Cabello Pérez Elsa
García Fernández Ada Monserrat
Grajales Briscón Blanca Estela

CAPÍTULO VIII

SUSTENTABILIDAD Y COMERCIO EXTERIOR: REALIDAD Y DESAFÍOS.....47

Manilla Cariño Alma Delia
Zaragoza Reyes Gina Guadalupe
Negrete Ruiz Yessica Yaneli
Grijalva Chávez Judith Alejandra
Rivadeneira Hernández Josué

CAPÍTULO IX

REUBICACIÓN DE LA CADENA Y PROPUESTA DE VALOR A TRAVÉS DEL NEARSHORING 52

Pérez Prieto Salomé
Ruiz Blanco José Andrés
Fragoso Terán María Esther
Senties Santos María Eugenia
Fernández Arrazola Zoila Luz de los Ángeles.

CAPÍTULO X

EVALUACIÓN DE LA INDUSTRIA TABACALERA MEXICANA EN EL COMERCIO EXTERIOR EN EL AÑO 2022..... 57

Salazar Herrera Marina Elizabeth
Aguirre Bautista Dora Emilia
Grajales Briscón Blanca Estela
Sánchez Solís Susana
Ruiz Cuevas Adrián de Jesús

CAPÍTULO XI

ENFOQUE ESTRATEGICO: SELECCIÓN DE MERCADO META PARA LA EXPORTACIÓN DE BOLSAS TEXTILES ARTESANALES MEXICANAS..... 62

Pérez Solórzano Jesús Manuel
Rocha Herrera Andrés
Veneroso Bravo Daniela
Alonso López Luis Moisés
Maceda Rodríguez María Elena

CAPÍTULO XII

IMPORTANCIA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL COMERCIO EXTERIOR.....68

Ramírez García Melany Alexa
Salas Parada Beatriz Eugenia
Juárez Gómez Guadalupe
Barradas Troncoso Dora Silvia
Vaca Espino Rosa María

PARTE II

INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

75

CAPÍTULO XIII

LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL PERSONAL DEL ÁREA B2B EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR DE LÍNEA

BLANCA.....76

Delgado Vázquez María Soraya

López Vázquez José Alonso

Ramírez Marín Frank

CAPÍTULO XIV

NIVEL DE EDUCACIÓN FINANCIERA EN ESTUDIANTES DE UNA IES EN EL ESTADO DE VERACRUZ82

Antonio Pacheco Belizario

López Desirena Josué

López Jara Nancy

González Martínez David Ernesto

CAPÍTULO XV

LA IMPORTANCIA DEL POSGRADO EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR COMO MOTOR DE

INNOVACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL Y CULTURAL.....90

Munguía Tiburcio Juan Pablo

Aguilera Molina Martha Eugenia

Tello Fomperosa Corina

Gutiérrez Vázquez Elvitz de los Ángeles

Martínez Hernández José Oliver

CAPÍTULO XVI

LAS EMPRESAS Y LA PROTECCIÓN DE DERECHOS HUMANOS97

Castellanos Villalobos Rebeca

Levet Gorozpe Ernesto

Castellanos Villalobos María de Lourdes

Levet Ferreira María de Carmen

CAPÍTULO XVII

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA EL SECTOR DE ARTESANÍAS EN XALAPA, VERACRUZ 104

González Azamar Mario Alberto

Orduña Hernández Rosendo

López Saldiña Arturo

Vázquez Fernández José Refugio

CAPÍTULO XVIII

EL PAPEL DEL DOCENTE, EN EL DESARROLLO DEL ESPIRITU EMPRENDEDOR EN LOS ESTUDIANTES DE

CONTADURÍA..... 111

Vázquez Beltrán Lizbeth

Álvarez Nieto Aura

Chavarría Jiménez Erika

Salinas Toledano Christian Daniel

Escobedo Buenabad Alma Delia

CAPÍTULO XIX

EL EMPRENDIMIENTO COMO ALTERNATIVA LABORAL DE ESTUDIANTES DE CONTADURÍA 118

Chavarría Jiménez Erika
Álvarez Nieto Aura
Vázquez Beltrán, Lizbeth
Salinas Toledano Christian Daniel
Escobedo Buenabad Alma Delia

CAPÍTULO XX

IMPACTO DEL USO DE LAS TIC EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO Y TURISMO DEL H. AYUNTAMIENTO DE VERACRUZ 125

Piloto Aguilar Claudia
Delgado Vázquez María Soraya
Peña Meza Mario Antonio
Marcial Cadena Luz del Alba

CAPÍTULO XXI

EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN VERACRUZ UN MODELO DE NEGOCIO COMPETITIVO Y PERTINENTE 133

Pérez Prieto Salomé
Ruiz Blanco José Andrés
Fragoso Terán María Esther
Hernández Serrano Diana
López Saldiña Arturo

PARTE III

FINANZAS Y GESTIÓN 141

CAPÍTULO XXII

LA INCLUSIÓN: INNOVACIÓN EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR 142

Aguilar Canseco Pedro
Toledo Barrios Sergio Federico
Quintero Bastos Tania Beatriz
López Villegas Francisco Amador
Aguilar Pizarro Víctor

CAPÍTULO XXIII

RELEVANCIA DE LA INTEGRACIÓN DE LA DIVERSIDAD EN LAS AULAS 149

Rivera Rocha Iván Ramón
Gallegos Cázares Susana
Balcázar Juárez Fátima Montserrat
Pérez Mugica Marisol
Aguilar Canseco Elena

CAPÍTULO XXIV

EL USO DE LAS FINTECH EN MÉXICO FRENTE A LA BRECHA FINANCIERA DE GÉNERO 156

Vargas Lara Fabiola
Mendoza Cuevas Ana Lilian
Zetina Gallardo Liliana Elizabeth
Ocejo Alonso Leonardo Daniel

CAPÍTULO XXV

HMGL SAS: PLATAFORMA DE EMPODERAMIENTO PARA AGRICULTORES DE GRANOS 161

Domínguez Nadal Ana Laura
Hernández Martínez Juan José
Castañeda Arredondo Jonathan

CAPÍTULO XXVI

IDEAY BOX: MODELO DE NEGOCIOS BASADO EN EXPERIENCIAS GOURMET MULTISENSORIALES CON PRODUCTOS REGIONALES 165

Martinez Rodriguez Tania Irais
Ortega Crivelli Laura Veronica
Vanegas Cárdenas Luis Angel

CAPÍTULO XXVII

CEMEX CONTRIBUYENDO CON EL OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE NUEVE: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 172

Pérez Solórzano Jesús Manuel
Huerta Estévez Antonio
López Morales José Satsumi

CAPÍTULO XXVIII

LOS CONTROLES ANTIFRAUDE: MECANISMO PARA SALVAGUARDAR LAS FINANZAS DE LAS EMPRESAS 177

Velázquez Villaraldo Saúl

Nota: el contenido de cada capítulo refleja el trabajo de investigación realizado por los autores, así como sus opiniones o puntos de vista, por lo cual sus comentarios, el uso de la información y de los textos citados es su responsabilidad.

P A R T E



COMERCIO EXTERIOR

CAPÍTULO I

EL AVANCE DEL RECINTO PORTUARIO DE VERACRUZ Y SU IMPACTO EN LAS OPERACIONES EN EL PERIODO 2016 – 2022 CONFORME AL PROGRAMA MAESTRO DE DESARROLLO PORTUARIO

Autores

Chacón Reyes Kevin Eduardo; García Peña Luis Alberto

RESUMEN

Los avances que ha tenido el puerto de Veracruz en el periodo 2016 al 2022 comprenden el impacto en las operaciones portuarias del mismo, por lo cual resulta necesario conocer los principales cambios en la infraestructura del puerto comprendido en el Programa Maestro de Desarrollo portuario de Veracruz para conocer y realizar una comparación de los avances por año.

En este contexto se entiende que en ese periodo hubo avances importantes en los puertos y un crecimiento en el nivel de carga operada, además de las nuevas actualizaciones de reglamentos y leyes que se relacionan con cambios y avances significativos del puerto, y más por las diversas situaciones que se han abordado con el paso de los años, debido a la creciente demanda en la economía mundial. Es necesaria la comprensión del impacto que han ocasionado estos ajustes en el puerto, en las operaciones portuarias, infraestructura y avances tecnológicos, desde una perspectiva interna y externa, por medio de una revisión y comparación del Programa Maestro de Desarrollo Portuario (PMDP) del periodo 2016 al 2022 para analizar los resultados obtenidos de estos cambios en las operaciones y seguridad portuaria, logrando comprender la eficiencia alcanzada en estos últimos años.

ABSTRACT

The advances that the port of Veracruz has had in the period 2016 to 2022 comprise the impact on the port operations of the port, so it is necessary to know the main changes in the infrastructure of the port included in the Master Program of Port Development of Veracruz, to know and make a comparison of the advances per year.

In this context it is understood that in this period there were important advances in the ports and a growth in the level of cargo operated, in addition to the new updates of regulations and laws that are related to significant changes and advances of the port, and more for the various situations that have been addressed over the years, due to the growing demand in the global economy. It is necessary to understand the impact that these adjustments have caused in the port, in port operations, infrastructure and technological advances, from an internal and external perspective, through a review and comparison of the Port Development Master Program from 2016 to 2022 to analyze the results obtained from these changes in port operations and security, achieving an understanding of the efficiency achieved in recent years.

1. INTRODUCCIÓN

México como país se encuentra en crecimiento constante, por lo cual tiene un papel importante en las cadenas de valor comerciales en el mundo, tanto de forma interna como externa, involucrado directamente en el tráfico de mercancías de mayoreo y menudeo debido a su participación en Tratados de Libre Comercio y por su alianza con más de 50 socios comerciales lo que se fortalece con su posición geográfica privilegiada cercana a los Estados Unidos de América (EUA) y un punto intermedio en la circulación de mercancías (Castilla, 2022).

Es relevante conocer que en los inicios del año 2023 el valor de las exportaciones de mercancías alcanzó los 44,934 millones de dólares, de los cuales 42,662 millones de dólares son de mercancías diversas y 2,272 millones de dólares son de petróleo y derivados, por lo cual existe una reducción anual del 2.8%, mientras que la importación de las mercancías fue de 46,778 millones de dólares, por lo cual se obtuvo una alza de 4.1 en aumento, aumento del 3.1% en mercancías diversas y 12.9 en la de petróleo y derivados (Información oportuna sobre la balanza comercial de mercancías de México FEBRERO DE 2023, 2023). Por lo cual podemos decir que existieron avances en los últimos 6 años con respecto a las importaciones y exportaciones en México, lo cual es importante considerando es totalmente dependiente del comercio exterior, ya que en su Producto Interno Bruto (PIB) el 83.6% fue representado por actividades del comercio exterior según el Banco Mundial a finales del año 2021, exportando principalmente automóviles, máquinas de procesamiento automático, piezas de vehículo, aceites de petróleo, circuitos electrónicos, piezas de vehículos, etc. Mientras que en las importaciones entran al país principalmente piezas de y accesorios para vehículos, aceites de petróleo, circuitos electrónicos integrados, etc. (Santander trade, 2023).

Esto deriva de igual forma en las operaciones de comercio exterior con una caída del 9.2% a nivel mundial, por lo cual el sector portuario donde se realizan las importaciones y exportaciones se establecieron ciertas medidas sanitarias para mejorar y controlar las entradas y arribos de los barcos al puerto, al igual que con la operación portuaria, como respuesta a los problemas de movimiento de carga y cadena de suministros, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) comenta que para hacer frente a problemas de ciberseguridad tienen que establecer medidas tecnológicas confiables, y más por los nuevos procesos implementados y la eliminación momentánea de procesos presenciales y presentación de documentación en físico, lo cual facilita el comercio en tiempos difíciles haciendo más ágil las operaciones dentro de los puertos de México y del mundo (Sara, 2021).

Como se sabe, en México hay un total de 50 aduanas (19 en la frontera norte, 2 en la frontera sur, 17 marítimas y 12 interiores) y diversos puertos importantes, el puerto que debe más tonelaje es el puerto de Manzanillo, en el año 2020 que fue la crisis alcanzó unas 14 millones 188 mil 892 toneladas, movilizándolo un total de 2 millones 393 mil 325 TEUs. Sin embargo, en segundo lugar, se encuentra el puerto de Veracruz con 11 millones 962 mil 665 toneladas, aunque este tiene la peculiaridad de ser el puerto más antiguo del país y es el primer puerto equipado para el transporte de automóviles, al igual que es el puerto que maneja más tipos de carga, lo que le da más variedad de operaciones a diferencia de sus competidores, y con el reciente proyecto de ampliación de la bahía norte pinta a ser el puerto más importante de México, por lo cual es un punto de partida para conocer los avances implementados en cuestión tecnológica ante los cuestionamientos anteriores (Juárez, the logistics world, 2021)

Además, tocando el tema de la ampliación portuaria es necesario revisar y comparar información de su Programa Maestro de Desarrollo Portuario para conocer el avance que tuvieron alrededor de estos años considerando las problemáticas, de igual forma si este muestra implementaciones tecnológicas tanto en infraestructura, software y equipos que ayuden a facilitar el comercio durante este periodo y en años posteriores, lo cual permite saber el verdadero impacto que han generado estos cambios en las operaciones y en el volumen de operaciones del puerto.

2. MÉTODO

El tipo de investigación que se realiza en el presente trabajo es básica con un medio de recolección de datos de una investigación documental, ya que se apoya principalmente en fuentes de carácter documental, como algunos documentos e informes correspondientes al recinto portuario, abarcando también una parte de la investigación bibliográfica, la hemerográfica y la archivística; ya que la primera se basa en la revisión y consulta de libros, la segunda en artículos o ensayos de revistas y periódicos que se acerquen al tema para recolectar información que sirva para la investigación y la tercera en documentos que se encuentran en los archivos, como cartas, oficios, circulares, y expedientes que son formatos correspondientes a los que expide nuestro sector a investigar.

Por lo que es importante aclarar que el presente trabajo tendrá un enfoque de investigación cuantitativo, ya que de forma cuantitativa se realiza el análisis de datos secundarios y ya existentes para abordar temas en específico de distintas fuentes de información.

Este tipo de investigación y los métodos de recolección de datos se encuentra enfocado al puerto de Veracruz, como a las empresas y personas relacionadas al recinto portuario que se encuentran activamente colaborando y realizando maniobras. Por lo que es necesario para fines de investigación centrarse en una muestra que abarque a los allegados al recinto portuario que se encuentren en el recinto portuario realizando maniobras portuarias, por lo que también es indispensable que sus actividades tengan relación con los cambios e implementaciones del programa maestro de desarrollo portuario.

3. RESULTADOS

El recinto portuario de Veracruz ha pasado por grandes cambios que han aumentado los niveles de operaciones portuarias y facilitado el comercio exterior a escalas muy importantes para México, cabe resaltar que estos cambios se hicieron por planeaciones y exigencias de competencia económica debido a la necesidad de adaptarse a los cambios que tenían los puertos a nivel global, además del aumento del movimiento de las mercancías debido al crecimiento económico y la necesidad de adquirir productos y maquinaria extranjera para algunas industrias, si bien el puerto obtuvo muchos cambios desde su inauguración en 1512 hasta la fecha

El Programa Maestro de Desarrollo Portuario es un documento que se encuentra disponible para consulta pública el cual permite por medio de una planeación aprovechar los espacios portuarios, su avance a futuro y su conexión con los sistemas generales de transporte para identificar y apreciar el uso que se les da, sus lugares de destino y la forma en la que operan en las zonas del puerto (coordinación General de Puertos y Marina Mercante, 2022). Los planes que sean plasmados en el PMD deben ser aprobados por la secretaria de Marina adoptando las políticas y programas para el desarrollo de la infraestructura

portuaria nacional, teniendo una visión prevista de 20 años, teniendo que proponer y organizar cada 5 años un Programa maestro de desarrollo vigente (Ley de puertos, 2020).

En primera instancia, tenemos al propio puerto de Veracruz, el cual está situado en 19° 12' 30" Latitud N y 96° 08'00" Longitud W (Edificio Venustiano Carranza), siendo este un puerto de altura que tiene rompeolas en el sureste y noroeste y una escollera de protección en el Oeste, también cuenta con arrecifes, islas, etc. el puerto de Veracruz ha sido uno de los puertos con más movimiento de carga en el país, esto debido igual a la antigüedad de este y el inicio de sus operaciones, por lo que su infraestructura ha sido abarcada en distintos periodos de construcción y modernización, desde la etapa colonial ya que su evolución ha contribuido a que en términos comerciales, sea el más importante, ya que manipula el 100% de carga netamente comercial y que abarca de forma eficiente los 6 segmentos de carga a nivel nacional en cuestión de carga contenerizada, carga general, granel agrícola, granel mineral, vehículos y fluidos no petroleros (Programa Maestro de Desarrollo Portuario de Veracruz 2011-2016, 2011)

La mayoría de las mercancías está destinada a un número de clientes no instalados en el puerto y que representan a las industrias manufactureras y de servicios, por lo que hay una gran variedad de servicios portuarios, de transporte, distribución, almacenamiento, etc. los puertos de Veracruz y Altamira en conjunto hicieron una aportación en el año 2015 de un 56.2% del total de la carga comercializada en todo el golfo de México, el volumen movilizado por estos de la carga contenerizada fue del 96.5%, 63.2% de la carga agrícola, el 29.6% de la carga mineral, el 65% de fluidos y el 41.4% de la carga general suelta, siendo más específicos en el sector de contenedores se registró en el golfo de México un movimiento de 1.6 millones de TEUs de los cuales Veracruz participó con el 58.2%, siendo la mayoría de esta cantidad, mientras que en año 2021 estos dos puertos hicieron una aportación del 63% del total de la carga total comercial operada en el golfo de México, de los cuales estos dos puertos representaron un 93% de la carga contenerizada en esta región, el 62% del granel agrícola, el 46% del granel mineral, el 60% de otros fluidos y el 75% de la carga suelta, centrando la información del sector de los contenedores en el año 2021 se registraron en el golfo de México un total de 2.2 millones de TEUs , de los cuales el puerto de Veracruz participó con el 51%, de la carga contenerizada hubo un descenso de 3.5%, un descenso de la carga agrícola del 1.2% de carga agrícola, un aumento del 17.6% de la carga mineral, una disminución del 5% de fluidos y un aumento de 33.6% , y en movimiento de TEUs hubo un aumento de 0.6 millones de contenedores operados en México, pero la participación del puerto de Veracruz tuvo una disminución de un 7.2% los resultados mostrados a finales del año 2015 e inicios del 2016 (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2016-2021, 2016), (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2022-2027, 2022).

Según el PMD 2016-2021 (2016), a la fecha de elaboración de este mismo, se contaba con las siguientes edificaciones y construcciones: Edificio Principal de APIVER, Edificio de capitania, centro de control de tráfico marítimo (CCTM), edificio de operaciones y mantenimiento, y estacionamiento, oficina de APIVER (Migración), centro de desarrollo de negocios de comercio exterior, edificio de nombramiento, edificio colindante a almacén 19-Anexo, edificio para el acceso peatonal y vehicular partículas para el recinto, centro de rescate y extinción de incendios, instalaciones para el manejo de residuos, aduana de Veracruz, edificios en isla de sacrificios, edificio en isla de en medio, edificios en Isla de Santiaguillo, planta de tratamiento de aguas residuales, edificio de oficinas de supervisión APIVER, casas de capitán

de puerto y navegación y las oficinas y edificios operativos de los cesionarios (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2016-2021, 2016).

Tomando en cuenta la comunidad portuaria que se encontraba conformada por prestadores de servicios portuarios y conexos, encontramos un total de 23 cesionarios, 30 prestadores de servicios portuarios del puerto de Veracruz, en prestadores de servicios conexos del puerto de Veracruz se tenían 60 empresas, las cuales prestan servicios de atraque, maniobras portuarias, muellaje, renta de equipo, almacenaje, pesaje, puerto, consolidación y desconsolidación de mercancías, consolas para contenedores refrigerados, etc. (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2016-2021, 2016) Durante el año 2016 hasta el año 2022, se obtuvieron avances relevantes, Hablando de infraestructura del puerto en el año 2021, a partir de esa fecha se denomina la bahía sur y la famosa bahía norte primera etapa, así como las áreas e instalaciones que dispone el puerto para sus operaciones portuarias, tomando en cuenta la próxima bahía norte segunda etapa que estará disponible en el mediano y largo plazo para realizar las operaciones realizadas en bahía sur, esto derivado de la construcción del proyecto de la “ampliación natural del puerto de Veracruz” en la zona norte (ampliación del puerto) (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2022-2027, 2022) El señalamiento marítimo entra en un papel importante para la correcta señalización del puerto en sus entradas y salidas, por lo que en el año 2021, por lo cual el puerto ahora disponía en bahía norte con 26 boyas, 3 balizas interiores y 6 balizas de enfilación, mientras que en la bahía sur tiene habilitado 1 faro en la isla de sacrificios equipado con balizas de radar, 1 luz de sector en el faro de la isla del sacrificio, 8 boyas, 1 bota de amarre, 8 balizas de enfilación, 9 balizas interiores, 12 balizas exteriores, 2 boyas medidoras de oleaje a cargo del IMT Y 7 balizas en el área de Antón Lizardo, el cual está basado en las normas de la Organización Marítima Internacional (OMI) al igual con la International association of lighthouse Authorities (Asociación Internacional de Señalización Marítima “IALA”) (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2022-2027, 2022)

La infraestructura que se ocupa para la navegación de los buques tiene una superficie de 258 hectáreas, así mismo el puerto cuenta con 6,000.75 hectáreas de fondeadero, por lo cual, tomando en cuenta las obras de atraque, a esas fechas se contaban con 22 posiciones de atraque para manejo de carga, las cuales son utilizadas por 21 terminales y/o instalaciones y 1 terminal que se encuentra terminando su construcción para poder operar. Las longitudes de estas posiciones de atraque son de 7,985m y 850m (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2022-2027, 2022). Las vías férreas en Veracruz en 2021 disponían de 66.0 km de uso común, la empresa ferrocarriles del sureste (FERROSUR) es la empresa privada concesionaria que presta el servicio de transporte ferroviario a lo largo de las vías de uso público al interior del recinto portuario, operando la concesionaria del servicio ferroviario y empresa privada Kansas City Southern de México, S.A. de C.V. (KCSM) (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2022-2027, 2022).

Concentrándose en la infraestructura terrestre, las vialidades vehiculares de uso común dentro del puerto contaban a la fecha con una longitud de 39 km, mientras que en cuestión de vialidad de personas entre áreas comunes dentro del recinto portuario, el puerto de Veracruz contaba con 17,032.50 m² de andadores peatonales de concreto, mientras que en cuestión de edificios para la realización de actividades objeto de su concesión, el puerto dispone en 2021 de los edificios: Edificio principal de ASIPONA Veracruz, Edificio de Capitanía, Centro de Control de Tráfico Marítimo (CCTM), edificios

de operaciones y mantenimiento y estacionamiento, Oficina de ASIPONA Veracruz (migración) bodega y baños, centro de Desarrollo de negocios de comercio exterior, Edificios de nombramientos, Edificio colindante al almacén 19-anexo, Edificio para el acceso Peatonal y Vehicular particular para el recinto (Av. Fidel Velázquez), centro de rescate y extinción de incendios, instalaciones para el manejo de residuos, Aduana de Veracruz, edificios en isla del sacrificio, Edificio en isla de en medio, edificio en isla de Santiaguillo, planta de tratamiento de aguas residuales, edificios de oficina de supervisión ASIPONA Veracruz, casa de capitán del puerto y navegación y las oficinas y edificios operativos de los cesionarios (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2022-2027, 2022).

Este PMDP resalta al Centro de Control de Tráfico Marítimo, el cual se encuentra en el noveno piso de ASIPONA Veracruz, el cual vigila, controla y proporciona asistencia de navegación e información relevante a las embarcaciones de su área de influencia para mejorar la seguridad y eficacia en la navegación y en la vida humana en el mar, cotando con un sistema de detección, sistema de comunicaciones, sistema de tráfico marítimo y un sistema meteorológico, en longitudes de áreas de almacenamiento encontramos que los patio suman una longitud de 2,327,106.18 m², los almacenes 1,030,222.41 m², un total de 127 tanques y 35 silos (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2022-2027, 2022).

Respecto a la comunidad portuaria está integrada por cesionarios, autoridades, prestadores de servicios portuarios y conexos, en el año 2021 existían dentro del puerto un total de 24 cesionarios, autoridades e instituciones del puerto se tienen un total de 8 autoridades, 38 prestadores de servicios portuarios del puerto de Veracruz, en prestadores de servicios conexos se tienen 52 empresas prestando esta clase de servicios las cuales prestan servicios de atraque, maniobras portuarias, muellaje, renta de equipo, almacenaje, pesaje, puerto, consolidación y desconsolidación de mercancías, consolas para contenedores refrigerados, etc (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2022-2027, 2022). Dentro de estos 6 años que abarca el periodo, el puerto ha tenido un crecimiento de aproximadamente del 4.0%, siendo un aproximado de 10 millones de toneladas extra, teniendo de esta forma un crecimiento homogéneo entre las importaciones y exportaciones , aunque como se mencionó antes una disminución significativa en cabotaje por el tráfico que hay de los combustibles, que ha sustituido el cabotaje por las importaciones (Programa Maestro de Desarrollo Portuario del puerto de Veracruz 2022-2027, 2022).

4. CONCLUSIONES

Se puede apreciar un panorama más amplio sobre la situación reciente del puerto respecto a sus avances de infraestructura y avances tecnológicos, ya que anteriormente se podía afirmar que el puerto de Veracruz ha aumentado su eficiencia y volumen de operaciones gradualmente, pero sin saber los factores involucrados en estos resultados tanto en aspecto tecnológico como de infraestructura portuaria, lo cual es importante conocer para realizar mejoras en las áreas de oportunidad que se muestran en los resultados del puerto y opiniones de personas allegadas al puerto.

El puerto de Veracruz recauda una suma importante de movimiento de carga contenerizada, granel agrícola, carga suelta y automóviles lo cual beneficia al país hablando de las operaciones portuarias y del aumento del Producto Interno Bruto (PIB), permitiendo el crecimiento económico para ser un país más competitivo, al igual que la tecnología e infraestructura ha jugado un papel importante en el aumento

de estas operaciones y en el resguardo nacional de las mercancías y el personal de la aduana, al igual que los procesos que se realizan han cambiado de forma exponencial gracias a la implementación de estos avances, lo que ha ocasionado la eliminación de papel y otros procesos innecesarios facilitando el comercio para el personal de la aduana y asociados, aunque es más que claro que aún existen áreas de oportunidad en la ejecución de estos sistemas y procesos que deberían ser mejorados con el paso del tiempo paulatinamente.

A lo largo de los años antes del periodo mencionado, el puerto ha tenido cambios importantes que han facilitado y agilizado las operaciones y la forma en la que se realizan los procesos de despacho aduanero y maniobras de las mercancías, al igual que la implementación de leyes y reglamentos que ayudaron a facilitar estos cambios importantes y radicales, en años más recientes se estableció el PMDP que permite conocer los cambios más importantes en el puerto por periodos de 5 años, de los cuales se aprecian avances en infraestructura y tecnología portuaria en el periodo 2016-2022, aunque no fue el esperado debido a los problemas y atrasos generados por la pandemia, los cuales si bien establecieron un crecimiento estable en la infraestructura, también mostraron un descenso en las operaciones por los cambios en el comercio resultado de las afectaciones del COVID 19, pero de igual forma las embarcaciones y mercancías como el granel mineral y contenedores fueron altamente beneficiadas durante este periodo, y las demás podrán ir mejorando con el cambio de tecnologías e infraestructura portuaria, como la implementación de la bahía norte y con la instalación de la nueva aduana que se ubicará en esta zona del puerto.

REFERENCIAS

- Castilla, B. A. (04 de 08 de 2022). *Ipade business school*. Obtenido de <https://www.ipade.mx/2022/08/04/perspectivas-de-mexico-ante-el-comercio-internacional/>
- (2023). *INFORMACIÓN OPORTUNA SOBRE LA BALANZA COMERCIAL DE MERCANCIAS DE MÉXICO FEBRERO DE 2023*. Ciudad de México.
- Juárez, C. (18 de 01 de 2021). *the logistics world*. Obtenido de the logistics world: <https://thelogisticsworld.com/historico/los-5-puertos-maritimos-mas-importantes-en-mexico/>
- López, L. (2019). Estrategias para la reducción de aranceles. *El comercio exterior: estudios de vanguardia*, 1(4), 10-19. Obtenido de www.journals.com
- Reyna, L. (13 de septiembre de 2020). El comercio exterior. *Los exportadores*. Obtenido de www.losexportadores.com.mx
- Santander trade*. (06 de 2023). Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/mexico/cifras-comercio-exterior#:~:text=M%C3%A9xico%20es%20altamente%20dependiente%20del,Mundial%2C%20%C3%BAltimos%20datos%20disponibles>
- Sara, M. (26 de 03 de 2021). *Lexlatin*. Obtenido de <https://lexlatin.com/opinion/desafios-sector-maritimo-portuario-pandemia>

CAPÍTULO II

EL PAPEL DEL NEARSHORING EN EL CONTEXTO DEL COMERCIO EXTERIOR, LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO

Autores

Zaragoza Reyes Gina Guadalupe; Manilla Cariño Alma Delia;
Yessica Yaneli Negrete Ruiz; Ortiz Betancourt Ignacio; Meza Téllez María del Carmen

RESUMEN

A partir de la Segunda Guerra Mundial, se iniciaron una serie de cambios en el entorno internacional, los cuales derivaron en la creación de instituciones internacionales, el fortalecimiento del intercambio comercial entre países y el creciente flujo de inversiones a nivel global, entre las que destacó el desplazamiento de las unidades productivas de sus territorios originales a otras regiones, con el fin de mejorar su eficiencia operativa. De manera gradual, estos movimientos han provocado la aparición de distintos conceptos como deslocalización, globalización y, recientemente, el *nearshoring*, el cual, está en pleno desarrollo. En este contexto, nuestro país es considerado por especialistas como un punto estratégico para el comercio internacional, dada su cercanía a los mercados más importantes, y, con potencial de crecimiento. Con base en lo anterior, el objetivo de este trabajo es analizar el efecto del nearshoring en el comercio exterior, la innovación y el emprendimiento, que son tres temas fundamentales en nuestro tiempo. Para ello, se realiza un estudio de corte documental y descriptivo, del cual se concluye que nuestro país goza de una serie de oportunidades, las cuales, para materializarse, deben de guiarse a través de un plan estratégico que involucre a la política industrial e incentivos de política fiscal.

ABSTRACT

Since the Second World War, a series of changes in the international environment began, which led to the creation of international institutions, the strengthening of trade between countries and the growing flow of investments at a global level, among which the displacement of productive units from their original territories to other regions stood out, in order to improve their operational efficiency. Gradually, these movements have led to the emergence of different concepts such as offshoring, globalization and, recently, nearshoring, which is in full development. In this context, our country is considered by specialists as a strategic point for international trade, given its proximity to the most important markets, and with growth potential. Based on the above, the objective of this work is to analyze the effect of nearshoring on foreign trade, innovation and entrepreneurship, which are three fundamental issues in our time. To this end, a documentary and descriptive study is carried out, from which it is concluded that our country enjoys a series of opportunities, which, in order to materialize, must be guided through a strategic plan that involves industrial policy and fiscal policy incentives.

1. INTRODUCCIÓN

Desde la creación del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT, por sus siglas en idioma inglés), en 1947, se ha generado un consenso a favor de la eliminación de las barreras al comercio internacional, a fin de facilitar las transacciones, favoreciendo a todos los involucrados; lo anterior, puede observar en el texto original del GATT (OMC, 1947) se establece que “Los Gobiernos del Commonwealth de Australia, Reino de Bélgica, Birmania, Estados Unidos del Brasil, Canadá, Ceilán, República de Cuba, República Checoslovaca, República de Chile, República de China, Estados Unidos de América, República Francesa, India, Líbano, Gran Ducado de Luxemburgo, Reino de Noruega, Nueva Zelandia, Reino de los Países Bajos, Paquistán, Reino Unido de Gran Breaña e Irlanda del Norte, Rhodesia del Sur, Siria y Unión Sudafricana, Reconociendo que sus relaciones comerciales y económicas deben tender al logro de niveles de vida más altos, a la consecución del pleno empleo y de un nivel elevado, cada vez mayor, del ingreso real y de la demanda efectiva, a la utilización completa de los recursos mundiales y al acrecentamiento de la producción y de los intercambios de productos, Deseosos de contribuir al logro de estos objetivos, mediante la celebración de acuerdos encaminados a obtener, a base de reciprocidad y de mutuas ventajas, la reducción substancial de los aranceles aduaneros y de las demás barreras comerciales, así como la eliminación del trato discriminatorio en materia de comercio internacional...”.

Posteriormente, la Ronda de Uruguay marcó la transición del GATT a la Organización Mundial de Comercio (OMC, 1995), en cuyo acuerdo, las partes afirman que “sus relaciones en la esfera de la actividad comercial y económica deben tender a elevar los niveles de vida, a lograr el pleno empleo y un volumen considerable y en constante aumento de ingresos reales y demanda efectiva y a acrecentar la producción y el comercio de bienes y servicios, permitiendo al mismo tiempo la utilización óptima de los recursos mundiales de conformidad con el objetivo de un desarrollo sostenible y procurando proteger y preservar el medio ambiente e incrementar los medios para hacerlo, de manera compatible con sus respectivas necesidades e intereses según los diferentes niveles de desarrollo económico...”, reafirmando la premisa que fundamenta este movimiento: el comercio puede generar beneficios para todos.

No obstante, durante los años posteriores a la creación del GATT, las empresas comenzaron a trasladar su producción a otros países donde los salarios fuesen más bajos, tuviesen acceso preferente a los insumos esenciales para conducir sus procesos o existiesen incentivos fiscales; todo esto, permitiría reducir sus costos e incrementar su competitividad. A este modelo, se le conoce como deslocalización, la cual, de acuerdo con (García de Andrés, 2012), se define como “aquel proceso por el cuál una empresa de capital foráneo situada en un país toma la decisión de abandonar su actividad parcial o totalmente para situarla en otro país, cualquiera que sea la causa que la determine”.

Es decir, a partir de la deslocalización las empresas podrían abaratar sus procesos, incrementando su margen de utilidad o permitiéndoles enfrentar la creciente competencia de un mercado internacional cada vez más competitivo, a causa de la liberalización y la desregulación arancelaria. En este sentido, es importante mencionar que cada país ha experimentado o participado en este proceso de apertura de manera distinta, pues, algunos iniciaron incluso antes de la creación del GATT, y, otros, como México, iniciaron a inicios de la década de los ochenta. Sin embargo, al ser cada vez más los países inmersos en esta dinámica, los flujos del comercio global han crecido exponencialmente.

Al respecto, la OMC presenta las siguientes cifras (OMC, 2024): “En la actualidad, el volumen del comercio mundial es aproximadamente 45 veces el registrado en los primeros días del GATT (un crecimiento del 4500% entre 1950 y 2022); En la actualidad, los valores del comercio mundial se han multiplicado casi por 400 respecto de los niveles de 1950...; A fecha 2022, el volumen y el valor del comercio mundial han aumentado en promedio el 4% y el 6% respectivamente desde 1995, año en que se estableció la OMC; Los aranceles NMF aplicados actualmente en el mundo son del 9% en promedio”. En este entorno, existe otra variable fundamental: la inversión. Por ello, la OMC destaca que “la Iniciativa sobre la Facilitación de las Inversiones para el Desarrollo (FID) tiene como objetivo elaborar un acuerdo mundial en este ámbito que mejore el entorno empresarial y de inversión, y hacer que sea más fácil para los inversores de todos los sectores de la economía invertir, llevar a cabo su actividad diaria y ampliar sus operaciones”.

La suma del comercio y las inversiones a escala internacional, produjo el surgimiento de otro concepto esencial para entender la dinámica del comercio desde mediados del siglo XX hasta inicios del XXI, que es la globalización. De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2002), podemos definirla como un proceso que alude a “la creciente gravitación de los procesos financieros, económicos, ambientales, políticos, sociales y culturales de alcance mundial en los de carácter regional, nacional y local”.

Este, se ha desarrollado en tres etapas, siendo la primera de 1870 a 1913, la segunda de 1945 a 1973, y, la tercera en se afianzó en el último cuarto del siglo XX, “cuyas principales características son la gradual generalización del libre comercio, la creciente presencia en el escenario mundial de empresas transnacionales que funcionan como sistemas de producción integrados, la expansión y la considerable movilidad de los capitales, y una notable tendencia a la homogeneización de los modelos de desarrollo, pero en la que también se observa la persistencia de restricciones al movimiento de mano de obra” (CEPAL, 2002).

Además, la tercera ola se acompañó de una creciente innovación y desarrollo de las tecnologías de información y comunicación (llamadas TIC's), entre las que destaca la aparición del Internet y la cada vez mayor digitalización de los procesos; en este sentido, (Garrido, 2022) destaca que “Desde la década de 1990 en los países desarrollados se aceleró la expansión de la llamada producción distribuida geográficamente que, a través de complejos procesos económicos, tecnológicos y políticos e institucionales en los distintos países, dio lugar a que se constituyera un complejo tejido económico de alcance planetario, que coloquialmente se caracteriza como la globalización económica. Este fenómeno generó procesos extremadamente dinámicos, impulsados principalmente por las grandes corporaciones capitalistas movidas por el incentivo de la ganancia, aunque en algunos aspectos ha habido actores públicos que han participado significativamente en estas evoluciones, particularmente en el desarrollo de las infraestructuras de diverso tipo que han hecho posible estos tejidos económicos en los que se ponen en interacción actores y procesos en posiciones geográficamente muy distantes”.

No obstante, las crisis financieras de la primera década del siglo XXI junto con la tensión geopolítica en algunas regiones estratégicas para la economía global, así como los cambios en la política industrial y fiscal de ciertas economías emergentes, han provocado que las empresas transnacionales reconsideren sus estrategias de inversión, lo cual ha incidido en la reconfiguración de las cadenas globales de valor. Tal como lo menciona (Garrido, 2022), con base en el modelo de (Zhan, 2020), en el transcurso de esta

década, podrían observarse cuatro tipos de trayectorias: reubicación (*reshoring*), diversificación, regionalización (*nearshoring*) y replicación.

De estas, el *nearshoring* ha cobrado relevancia en los últimos años, pues, otorga especial importancia a la regionalización, favoreciendo la reducción de los tiempos en las cadenas de valor, al establecer los centros productivos en territorios cercanos.

2. DESARROLLO

Para abordar la definición de *nearshoring*, debemos partir del idioma inglés, pues se compone de dos palabras *near* (cerca o cercano) y *shore* (costa u orilla); por ello, en sentido literal, su traducción podría ser “acercamiento de la costa”, lo cual, no aparece adecuado o impediría comprender la dimensión del fenómeno.

Sin embargo, aún no existe una definición única en el idioma español, y por ello, existen distintos enfoques del concepto; por ejemplo, (Lázaro, 2022) menciona que “consiste en mudar las fábricas del país de origen a uno cercano en el que todo sea más barato: el salario de los obreros, la electricidad y los combustibles, los insumos...y hasta los impuestos”. Por otra parte, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2024), señala que “es una estrategia enfocada en la relocalización de cadenas productivas esenciales a países cercanos”. De forma similar, el sitio (ConnectAmericas, s.f.) lo acota a “acercar la producción al territorio de consumo”.

Así, se observa que el *nearshoring* busca acercar a las empresas a los mercados o territorios de consumo, incidiendo positivamente en su competitividad. No obstante, para ello se requieren estrategias o estímulos que favorezcan el desplazamiento de las inversiones. Por ello, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP, 2023) destaca que el Gobierno de México “expidió un decreto para intensificar las inversiones dentro del país, tanto nacionales como internacionales, en respuesta a la creciente tendencia de *Nearshoring* a nivel mundial. Este decreto incluye incentivos fiscales, diseñados específicamente para empresas interesadas en trasladar o ampliar sus operaciones en México, con enfoque en diez sectores altamente exportadores de nuestro país.

Los incentivos fiscales presentados en el decreto se centran en dos aspectos esenciales. El primero es una deducción acelerada de inversiones, que permite a las empresas en los sectores de alta tecnología e investigación y desarrollo reducir sus bases imponibles a una tasa del 56% al 89% durante un año. Este incentivo está diseñado para aumentar la liquidez de las empresas y fomentar la reinversión.

El segundo es una deducción adicional del 25% que se aplicará durante tres años para cubrir los costos asociados con la capacitación del personal. Esta medida subraya el compromiso del Gobierno con la mejora continua de las habilidades y conocimientos de la fuerza laboral, promoviendo la innovación y la competitividad.

Estos incentivos no solo buscan atraer inversiones, sino también posicionan a México como un destino privilegiado para la reubicación de empresas en el escenario global, aprovechando sus fortalezas inherentes y consolidando su papel en la economía mundial.

Los sectores beneficiados han sido seleccionados minuciosamente, siguiendo criterios de alta productividad, apertura comercial, relevancia en la economía y potencial de demanda. Los sectores incluidos son: 1. Fabricación de partes para vehículos automotores; 2. Agroindustria; 3. Fabricación de productos farmacéuticos; 4. Fabricación de otros equipos y accesorios eléctricos; 5. Fabricación de

componentes electrónicos; 6. Producción de obras cinematográficas y audiovisuales; 7. Fabricación de equipo no electrónico y material desechable de uso médico, dental y para laboratorio; 8. Fabricación de fertilizantes, pesticidas y otros agroquímicos; 9. Fabricación de equipo aeroespacial; 10. Fabricación de instrumentos de medición, control, navegación, y equipo médico electrónico”.

Si bien estos estímulos son importantes para atraer inversiones, estos deben formar parte de una estrategia integral, donde se contemplen otras variables como: infraestructura, seguridad pública, servicios públicos de calidad, entre otros. Respecto a esto, el (Hernández N. , 2023) afirma que “la carga tributaria no parece estar dentro de las principales preocupaciones de los inversionistas y potenciales inversionistas. Lo que sí han señalado es la falta de un suministro confiable y a precios asequibles de energía eléctrica, la posible escasez de agua para uso industrial, y la necesidad de modernizar y ampliar la infraestructura para el transporte de mercancías. Además, hay un tema de falta de trabajadores para cubrir vacantes disponibles. Estas son solo algunas de las limitaciones que ponen en duda la viabilidad de invertir a largo plazo en el país”.

En este contexto, el *nearshoring* podría incentivar la innovación y el surgimiento de emprendedores, favoreciendo el crecimiento económico de nuestro país. Respecto al emprendimiento, resulta esencial la creación de proyectos productivos que aprovechen la expansión de las cadenas de valor, o, que funjan como proveedores de empresas medianas, grandes, e, incluso, multinacionales. Lo anterior, sin duda, exigiría elevar la competitividad, favoreciendo la innovación de las organizaciones.

3. CONCLUSIONES

El *nearshoring* representa una gran oportunidad para el crecimiento y desarrollo económico de nuestro país, por medio de la captación de inversión, nacional y extranjera, la cual, a su vez, impulse la innovación y el emprendimiento. Sin embargo, se requiere articular una serie de programas y estrategias que generen un clima de negocios idóneo y un ecosistema a favor de la producción, haciendo de nuestro país una plataforma global para la importación y exportación de bienes y servicios.

REFERENCIAS

- CEPAL. (2002). *Globalización y desarrollo*. CEPAL.
- ConnectAmericas. (s.f.). *ConnectAmericas*. Obtenido de ¿Qué es el nearshoring y cuáles son sus ventajas?: <https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-el-nearshoring-y-cu%C3%A1les-son-sus-ventajas>
- García de Andrés, R. (2012). *La deslocalización empresarial*. Valladolid: Universidad de Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/1172/TFG-B.63.pdf;jsessionid=EFFF3E55DCBE518727D44452AC77BCFF?sequence=1>
- Garrido, C. (2022). *México en la fábrica de América del Norte y el nearshoring*. CEPAL.
- Hernández, N. (03 de Noviembre de 2023). *IMCO. Centro de investigación en política pública*. Obtenido de LA “ESTRATEGIA” MEXICANA PARA EL NEARSHORING: <https://imco.org.mx/la-estrategia-mexicana-para-el-nearshoring/>
- IMCO. (2024). *Nearshoring: impacto sobre la inversión extranjera directa*. IMCO.
- Lázaro, E. (8 de Noviembre de 2022). ¿Qué es el nearshoring? *El Economista*. Obtenido de <https://www.economista.com.mx/empresas/Que-es-el-nearshoring-20221108-0093.html>

OMC. (1947). *GATT de 1947*. GATT.

OMC. (1995). *Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial de Comercio*. Montevideo: OMC.

OMC. (2024). *OMC*. Obtenido de Evolución del comercio en el marco de la OMC: estadísticas útiles: https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/trade_evolution_s/evolution_trade_wto_s.htm#:~:text=A%20fecha%202022%2C%20el%20volumen,son%20del%209%25%20en%20promedio.

SHCP. (11 de Octubre de 2023). *Secretaría de Hacienda y Crédito Público*. Obtenido de Comunicado No. 68 Gobierno de México fortalece inversiones por Nearshoring en todo el país: <https://www.gob.mx/shcp/prensa/comunicado-no-68-gobierno-de-mexico-fortalece-inversiones-por-nearshoring-en-todo-el-pais>

Zhan, J. (2020). *World Investment Report 2020: International Production Beyond the Pandemic*. UNCTAD. Obtenido de https://unctad.org/system/files/official-document/wir2020_en.pdf.

CAPÍTULO III

TRÁNSITOS INTERNOS SU IMPORTANCIA EN LA ACTIVIDAD LOGÍSTICA EN EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS EN NUESTRO PAÍS

Autores

Ruiz Blanco Gabriel; Garrido Vargas Celia del Pilar; Ruiz Garrido Celina;
Zizumbo Ramírez Hayde; Delgado Vázquez María Soraya

RESUMEN

El volumen de mercancía que maneja el comercio internacional en México ha ido en aumento, eso ha ocasionado que se busquen propuestas logísticas para el transporte de mercancía dentro de nuestro país para eficientar el desaduanamiento de mercancías. En la CUARTA RESOLUCIÓN DE MODIFICACIONES A LAS REGLAS GENERALES DE COMERCIO EXTERIOR PARA 2023 Y SU ANEXO 21 publicada en el DOF el día 30 de octubre de 2023 resuelve: PRIMERO reformar las reglas;; 4.6.17 segundo párrafo para dejar claro el plazo máximo de traslado entre las aduanas del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, de Cancún, de Guadalajara, de Lázaro Cárdenas, de Manzanillo, de Monterrey, de Nuevo Laredo, de Querétaro, de Toluca, de Tijuana y de Veracruz con destino a la Aduana del Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles y viceversa, el plazo máximo de traslado será de cinco días naturales. Con ello las autoridades aduaneras otorgan las facilidades para que las mercancías que lleguen a esos aeropuertos puedan trasladarse como tránsito interno entre ellas.

ABSTRACT

The volume of merchandise that is dedicated to international trade in Mexico has been increasing, which has caused logistics proposals to be sought for the transportation of merchandise within our country to make the customs clearance of merchandise more efficient. In the FOURTH RESOLUTION OF MODIFICATIONS TO THE GENERAL RULES OF FOREIGN TRADE FOR 2023 AND ITS ANNEX 21 published in the DOF on October 30, 2023 resolves: FIRST reform the rules;; 4.6.17 second paragraph to clarify the maximum transfer period between customs at the International Airport of Mexico City, Cancún, Guadalajara, Lázaro Cárdenas, Manzanillo, Monterrey, Nuevo Laredo, Querétaro, Toluca, from Tijuana and Veracruz to the Customs at Felipe Ángeles International Airport and vice versa, the maximum transfer period will be five calendar days. With this, the customs authorities provide the facilities so that the goods that arrive at these airports can be transferred as internal transit between them.

1. INTRODUCCIÓN

El transporte de mercancías internacionales y nacionales sigue evolucionando a través del tiempo y todos los gobiernos implementan métodos logísticos de importación y exportación de mercancías para coadyuvar con los empresarios dueños de las mercancías para tenerlas en tiempo y forma en el destino requerido.

En nuestro país las autoridades aduaneras otorgan diferentes “modalidades” para llevar a cabo el despacho aduanero de mercancías, entendiendo como despacho aduanero lo que nos indica la ley aduanera en su artículo 35.

ARTICULO 35. Para efectos de esta Ley, se entiende por despacho aduanero el conjunto de actos y formalidades relativos a la entrada de mercancías al territorio nacional y a su salida del mismo, que de acuerdo con los diferentes tráficó y regímenes aduaneros establecidos en el presente ordenamiento, deben realizar ante la aduana, las autoridades aduaneras y quienes introducen o extraen mercancías del territorio nacional, ya sea los consignatarios, destinatarios, propietarios, poseedores o tenedores en las importaciones y los remitentes en las exportaciones, así como los agentes aduanales o agencias aduanales, empleando el sistema electrónico aduanero. El Servicio de Administración Tributaria establecerá mediante reglas, lo procedente en los casos de contingencias en el sistema electrónico aduanero derivadas de caso fortuito o fuerza mayor.

Las “modalidades” marcadas por la Ley Aduanera en su artículo 35 son las de los diferentes tipos de tráfico y los regímenes aduaneros establecidos en la presente ley.

Entendemos como tipos de tráfico a la manera de conducción de las mercancías dentro y fuera de nuestro país, esto nos lo marca la Ley Aduanera en su artículo 11, que a la letra dice:

ARTICULO 11. Las mercancías podrán introducirse al territorio nacional o extraerse del mismo mediante el tráfico *marítimo, terrestre, ferroviario, aéreo y fluvial*, por *otros medios de conducción y por la vía postal*.

Y entendemos como regímenes aduaneros al tratamiento que los importadores y exportadores le asignan a su mercancía, de acuerdo con el tratamiento fiscal que desee para la misma.

Existen dentro de la Ley Aduanera los llamados Regímenes aduaneros que en su artículo 90 dice.....

ARTICULO 90. Las mercancías que se introduzcan al territorio nacional o se extraigan del mismo, podrán ser destinadas a alguno de los regímenes aduaneros siguientes:

A. Definitivos.

I. De importación.

II. De exportación.

B. Temporales.

I. De importación.

a) Para retornar al extranjero en el mismo estado.

b) Para elaboración, transformación o reparación en programas de maquila o de exportación.

II. De exportación.

a) Para retornar al país en el mismo estado.

- b) Para elaboración, transformación o reparación.
- C. Depósito Fiscal.

D. Tránsito de mercancías.

- I. Interno.
- II. Internacional.

E. Elaboración, transformación o reparación en recinto fiscalizado.

F. Recinto fiscalizado estratégico.

Siendo seis los distintos regímenes aduaneros por los que podemos optar para el despacho aduanero de nuestras mercancías.

Entendiendo por regímenes aduaneros al destino que se le debe dar a la mercancía de importación o exportación, al pasar por cualquier aduana de nuestro país.

Las “modalidades” citadas, tráfico de mercancías y regímenes aduaneros son parte imprescindible del documento oficial del despacho aduanero, llamado Pedimento. El cual viene definido en la Ley Aduanera en:

ARTICULO 36. Quienes introduzcan o extraigan mercancías del territorio nacional destinándolas a un régimen aduanero, están obligados a transmitir a las autoridades aduaneras, a través del sistema electrónico aduanero, en documento electrónico, un *pedimento* con información referente a las citadas mercancías, en los términos y condiciones que establezca el Servicio de Administración Tributaria mediante reglas, empleando la firma electrónica avanzada, el sello digital u otro medio tecnológico de identificación.

.....

Lo que significa que el importador o exportador de las mercancías deberán contar con este documento llamado *pedimento*, ya que es el documento que ampara la pertenencia legal de las mercancías a los importadores o exportadores.

En dicho pedimento se debe asentar a qué tipo de régimen vamos a destinar nuestra mercancía.

2. DESARROLLO

El vertiginoso aumento de la importación y exportación de mercancías en México ha ocasionado que las aduanas de nuestro país se saturen de mercancía y se cause en muchos casos el retraso de llegada de dichas mercancías a su destino dentro de nuestro país.

Las autoridades de nuestro país han implementado a través del tiempo mecanismos para facilitar el transporte de las mercancías de comercio exterior dentro de nuestro país, para dar facilidades a los importadores y exportadores que logren sus objetivos de contar con sus mercancías a tiempo para su manejo final.

Y es aquí en este artículo 90 de la Ley aduanera otorga a los importadores y exportadores beneficios para el trato de su mercancía.

Un beneficio logístico que reciben las aduanas de nuestro país es acelerar el despacho aduanero de las mercancías mediante la aplicación de estos regímenes aduaneros.

En la actualidad las aduanas de nuestro país mediante el tratamiento de los regímenes aduaneros pueden efectuar despachos aduaneros de mercancías en aduanas distintas a las que lleguen para su importación o exportación. Esta facilidad hace que el traslado de la mercancía para su despacho aduanero sea más rápido.

En las aduanas de nuestro país que tienen mucho movimiento de mercancía se les puede desahogar de mercancía realizando el traslado de la mercancía para realizar el despacho aduanero en otra aduana distinta a la de su llegada.

El régimen de Tránsito de Mercancías según la Ley Aduanera nos dice:

ARTICULO 124. El régimen de tránsito consiste en el traslado de mercancías, bajo control fiscal, de una aduana nacional a otra.

Es por ello por lo que la Ley Aduanera mediante los Tránsitos Internos de Mercancía nos dan las facilidades de despacho más ágil en distintas aduanas.

ARTICULO 125. Se considerará que el tránsito de mercancías es interno cuando se realice conforme a alguno de los siguientes supuestos:

- I. La aduana de entrada envíe las mercancías de procedencia extranjera a la aduana que se encargará del despacho para su importación.
- II. La aduana de despacho envíe las mercancías nacionales o nacionalizadas a la aduana de salida, para su exportación.
- III. La aduana de despacho envíe las mercancías importadas temporalmente en programas de maquila o de exportación a la aduana de salida, para su retorno al extranjero.

Es por ello que el día 30 de octubre de 2023 la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Servicio de Administración Tributaria. publican en el DOF la CUARTA Resolución de Modificaciones a las Reglas Generales de Comercio Exterior para 2023 y su Anexo 21.

Plazos máximos para el tránsito interno (Anexo 15) 4.6.17. ...

Tratándose del tránsito interno de mercancías de las aduanas del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, de Cancún, de Guadalajara, de Lázaro Cárdenas, de Manzanillo, de Monterrey, de Nuevo Laredo, de Querétaro, de Toluca, de Tijuana y de Veracruz con destino a la Aduana del Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles y viceversa, el plazo máximo de traslado será de cinco días naturales.

Esta CUARTA Resolución de Modificaciones a las Reglas Generales de Comercio Exterior para 2023 y su Anexo 21, nos deja claro la intención de las autoridades aduaneras en darle al Aeropuerto Intenacional Felipe Ángeles todas las “armas” para poder realizar operaciones de logística con las principales aduanas del país, otorgando un plazo de cinco días para poder trasladar mercancía hacia el citado aeropuerto y mandar mercancía desde dicho aeropuerto a las principales aduanas del país.

La operación que se debe realizar para poder realizar el inciso:

La aduana de entrada envíe las mercancías de procedencia extranjera a la aduana que se encargará del despacho para su importación.

Es la siguiente:

- I. Formular el pedimento de tránsito interno.

II. Determinar provisionalmente las contribuciones, aplicando la tasa máxima señalada en la tarifa de la Ley del Impuesto General de Importación y de Exportación y la que corresponda tratándose de las demás contribuciones que se causen, así como las cuotas compensatorias.

III. Anexar al pedimento la documentación que acredite el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias, aplicables al régimen de importación y, en su caso, el documento en el que conste el depósito efectuado en la cuenta aduanera de garantía a que se refiere el artículo 84-A de la Ley Aduanera, excepto en los casos que establezca el Servicio de Administración Tributaria.

Tratándose de regulaciones y restricciones no arancelarias cuyo cumplimiento se demuestre a través de medios electrónicos, no se requerirá imprimir la firma electrónica que demuestre su descargo total o parcial en el pedimento de tránsito interno.

IV. Pagar las contribuciones actualizadas desde la entrada de las mercancías al país y hasta que se efectúe dicho pago, así como las cuotas compensatorias, antes de activar el mecanismo de selección automatizado en la aduana de despacho.

V. Efectuar el traslado de las mercancías utilizando los servicios de las empresas inscritas en el registro de empresas transportistas a que se refiere el artículo 189 del Reglamento de la Ley Aduanera.

Artículo 186. El tránsito interno de bienes de consumo final se realizará mediante Pedimento elaborado por el importador o su representante legal, o bien, por el agente aduanal, proporcionando a las Autoridades Aduaneras la información de control relacionada con las rutas y tiempos en que los bienes arribarán a la aduana de despacho.

Artículo 187. Para efectos del artículo 126 de la Ley, se elaborará un Pedimento de tránsito interno por remolque, semirremolque o contenedor en el que se anotará el número de bultos y la descripción de las Mercancías, tal y como se declaró en el documento de transporte, según sea el caso.

Los remolques, semirremolques o contenedores deberán portar los candados oficiales que aseguren sus puertas, desde su entrada al territorio nacional.

Los contenedores de veinte pies y los que se transporten en plataforma de estiba sencilla, deberán estibarse puerta con puerta. Los contenedores de más de veinte pies deberán transportarse en góndolas y la puerta de acceso del contenedor se colocará contra la pared de la misma.

Artículo 189. Para obtener la inscripción en el registro de empresas transportistas de Mercancías en tránsito a que se refieren los artículos 129 y 133 de la Ley, se deberá presentar solicitud mediante el formato que para tal efecto establezca el SAT mediante Reglas, el cual deberá contener la siguiente información:

- I. Nombre, razón o denominación social y registro federal de contribuyentes de la empresa transportista;
- II. Actividad preponderante del solicitante;
- III. Domicilio fiscal de la empresa transportista y el señalado para oír y recibir notificaciones;
- IV. Nombre y registro federal de contribuyentes del representante legal y los datos del poder mediante el cual acredita su personalidad y sus facultades para obligar solidariamente a la empresa, y
- V. La demás que señale el SAT mediante Reglas.

La operación que se debe realizar para poder realizar el inciso:

- II. La aduana de despacho envíe las mercancías nacionales o nacionalizadas a la aduana de salida, para su exportación.

Es la siguiente:

Se deberá formular el pedimento de exportación, efectuar el pago de las contribuciones correspondientes y cumplir con las regulaciones y restricciones no arancelarias aplicables al régimen de exportación, en la aduana de despacho.

Al momento de presentar el pedimento ante el mecanismo de selección automatizado, las mercancías se deberán de encontrar físicamente en el recinto fiscal o fiscalizado, salvo que se trate de operaciones por las que proceda el “Despacho a domicilio”.

3. CONCLUSIONES

Es clara la política de las autoridades aduaneras, al emitir Resoluciones que tienden a favorecer a los importadores y exportadores mexicanos y extranjeros, que ayuden a las actividades logísticas del transporte de mercancías, otorgando las facilidades para que el flujo de mercancías sea constante y en los tiempos requeridos.

En lo particular esta CUARTA Resolución de Modificaciones a las Reglas Generales de Comercio Exterior para 2023 y su Anexo 21, deja muy claro el apoyo a la logística del transporte de mercancías por parte del gobierno federal, en lo particular al aeropuerto internacional Felipe Ángeles.

Asimismo la misma autoridad nos proporciona la leyes y las reglas a cumplir para llevar a buen fin nuestro tránsito de mercancías

REFERENCIAS

dipUtados.gob.mx

Leyes federales

Ley Aduanera

Reglamento de la Ley Aduanera

Ley de Comercio Exterior

sat.gob.mx (tránsito interno)

DOF

CAPÍTULO IV

ESTABLECIMIENTO DE CADENAS GLOBALES DE VALOR

Autores

Ruiz Blanco José Andrés; Pérez Prieto Salomé; Ruiz Garrido Celina

RESUMEN

Este trabajo nos dará a conocer cómo se pueden formar las cadenas globales de valor para que las empresas tengan mayor rentabilidad y saber dónde establecerse en los diferentes países que den las facilidades y tener todas las actividades logísticas para la planificación, implementación y control del flujo y almacenamiento eficiente y económico para que su producción de bienes y servicios sea benéfica para la misma y así satisfacer las necesidades de sus clientes, una vez que se establezcan esas cadenas globales de valor y establecerse cerca de los mercados que requieren los productos y servicios para expandir su mercado y mejorar ante su competencia aplicando el Nearshoring aprovechando el fenómeno de la globalización que se viene dando desde el establecimiento de la Organización Mundial de Comercio y aprovechando los países que tienen acuerdos comerciales entre sí para aprovechar éstos conforme a la facilidad del tránsito de mercancías y el abaratamiento conforme a la exención de impuestos.

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas ha ocurrido un cambio radical en la economía del mundo a la inversión internacional, por distancias, husos horarios e idiomas, así como diferencias nacionales en cuanto a normas gubernamentales, cultura y sistemas comerciales. Quedaron lejos los años en que las economías nacionales eran relativamente autónomas, aisladas entre sí por barreras al comercio como sucedió en México durante el periodo 1955-1970, donde la economía mexicana se orientó más hacia el mercado interno ya que se asiste a una profundización de la industrialización por sustitución de importaciones vía el incremento del proteccionismo comercial.

Todo producto y servicio hace parte de una cadena de valor. Algunas cadenas de valor son globales, como en la producción de un automóvil o una computadora; otras son locales, tal como la producción pesquera local. Los diferentes servicios (como el alojamiento en un hotel) y bienes (como calcetines) que salen de una cadena de valor compiten contra servicios y productos similares que proceden de cadenas de valor que podrían estar estructuradas de forma diferente. Por ejemplo, un hotel internacional de cinco estrellas y una casa de huéspedes local, ambos forman parte del sector turístico, pero es probable que sus cadenas de producción de servicios sean muy diferentes la una de la otra.

2. DESARROLLO

¿Qué es una cadena de valor? Una cadena de valor describe la gama de actividades que se requiere para llevar un producto o servicio desde su concepción, pasado por las fases intermedias de la producción y la entrega hasta los consumidores finales y su disposición final después de su uso. Esto incluye

actividades tales como el diseño, la producción, la comercialización, la distribución y los servicios de apoyo hasta llegar al consumidor final. Las actividades que constituyen una cadena de valor pueden estar contenidas dentro de una sola empresa o divididas entre diferentes empresas, dentro de una única ubicación geográfica o distribuidas en áreas geográficas más amplias.

Habiendo establecido qué son las cadenas de valor, ¿qué es exactamente el desarrollo de las cadenas de valor? En una economía de mercado, las cadenas de valor compiten una contra la otra.

Por ejemplo, para que una cadena de valor local de prendas de vestir se mantenga en el mercado, la ropa producida localmente tiene que ser más barata o tener otras cualidades distintivas que convengan a los consumidores finales de comprarla. Compite contra la ropa importada de una cadena de valor diferente. Los productores de prendas de vestir locales sólo se mantendrán en el mercado si su cadena de valor puede competir con las prendas importadas.

Esta competencia es el principal impulsor del desarrollo para la mayoría de las cadenas de valor:

Eficiencia del sistema: Hay oportunidades de reducción de costos y de aumento de la eficiencia en el mercado si los actores -grandes y pequeños- de la cadena de valor trabajan juntos.

Calidad del producto: Los mercados de hoy en día cambian rápidamente y la competencia se vuelve cada vez más intensa. Si los sistemas de producción quieren lograr que sus productos permanezcan en el mercado o incluso aumenten su cuota de mercado, necesitan asegurarse de que sus productos y servicios cumplan con los requisitos cambiantes del mercado y de las condiciones de la demanda.

Diferenciación del producto: Cuanto más cooperen los actores a lo largo de la cadena de valor y coordinen sus actividades, tanto más difícil será para los competidores copiar el producto y el proceso de producción -porque no es sólo el producto lo que necesitan copiar, sino todo el sistema. La diferenciación del producto puede ayudar a lograr una ventaja competitiva por sobre los competidores.

Normas sociales y ambientales: Los consumidores son cada vez más conscientes de las normas sociales y ambientales y exigen cada vez más productos que cumplan con estos requisitos. Es más que una cuestión de hacer negocios de manera socialmente responsable: conviene a los intereses comerciales de las empresas reaccionar a las exigencias de estos consumidores. Garantizar buenas normas sociales y ambientales también puede contribuir a mejorar las condiciones de trabajo en toda la cadena de valor.

Entorno empresarial favorable: Las cadenas de valor no existen en forma aislada, sino que están integradas en un entorno de alta complejidad social, económica, política y cultural, lo que determina la naturaleza y el éxito de las transacciones comerciales al interior de la cadena. El mercado a su vez está influenciado por los reglamentos, las instituciones y las intervenciones que afectan directamente a un sector en particular. Los cambios en el entorno empresarial (por ej., en los reglamentos comerciales) pueden abrir nuevas oportunidades de mercado. (ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL TRABAJO, 2004)

Con la creación de la OMC y sus acuerdos han ido cayendo las barreras internacionales al comercio, a la inversión y a la libre circulación de personas (MERCOSUR), la unión fiscal y económica como lo es la Unión Europea, gracias a los avances en la tecnología se acortaron las distancias del transporte y de las telecomunicaciones, el proceso que ha originado todo lo anterior se llama *globalización*.

Según el Dr. Cándido García Fonseca en su libro “El exterior y su aplicación en la empresa” págs. 37-39 nos dice que la globalización no se dio por sí sola, sino en base a ciertos principios económicos los cuales enunciaremos:

Ventaja comparativa:

El argumento, sugiere que, “aunque la eficiencia productiva en un país sea mayor que en otro, es posible hallar ventajas en el intercambio de los bienes y servicios que ambos fabriquen, si la relación de eficiencias de cada país es diferente”.

Entiéndase por “eficiencias” mejor calidad y precio más bajo.

Teoría de que los países debe especializarse en la producción de los bienes y servicios que produzcan con mayor eficiencia.

Principio de la Ventaja Competitiva:

A partir del principio de la “ventaja comparativa”, los países deberán realizar esfuerzos para mejorar la red de transporte, los puertos, aeropuertos, las comunicaciones, el sistema de crédito a la exportación, los trámites aduanales, la legislación aduanera, etc., con el fin de facilitar y abaratar las operaciones de Comercio Exterior.

Asimismo, las empresas deberán realizar un conjunto de actividades tendientes a disminuir sus costos para penetrar a los mercados del exterior. Algunas de las actividades son: diseño del producto, administración eficiente, cambio tecnológico, especialización de los recursos humanos, utilización de insumos de mejor calidad, mercadotecnia internacional, logística de transporte, etc.

Principio de la Globalización Económica

La globalización de la economía no es un fenómeno reciente; desde principios de siglo, las empresas más importantes del mundo han mostrado la tendencia a mantener sucursales en países diferentes del país de origen de la empresa madre o matriz (se conoce con el nombre de Empresa Transnacional).

Las razones de este comportamiento pueden ser:

Obtener el control de las materias primas.

Aprovechar condiciones favorables.

Penetrar a países que se defienden de la competencia exterior.

Ampliar sus actividades en países que buscan industrializarse.

Alguna combinación de las razones anteriores.

La distribución mundial de las empresas transnacionales se asemeja a una red, donde los puntos de origen o centros de decisiones (empresas matrices) son pocos y los puntos de destino u operación (empresas sucursales) son muchísimos.

Prácticamente no hay país en el mundo en que no opere una empresa transnacional, sea matriz o sucursal, o ambos tipos, por lo que hoy se puede observar una clara división del trabajo a nivel internacional caracterizada por el intercambio de materias primas, partes, piezas y componentes de aparatos, de máquinas, de vehículos, etc. que se desplazan comercialmente de un país a otro.

Analizando profundamente estos tres principios, es donde nacen las Cadenas Globales de Valor donde las empresas deber ser más eficientes y eficaces.

La forma de incrementar la rentabilidad de una empresa radica en crear más valor. El total del valor que crea una empresa se mide por la diferencia entre sus costos de producción y el valor que los consumidores perciben de los productos. En general, entre más valor depositen los consumidores en los productos de una empresa, mayor es el precio que esta puede cobrar de dichos productos.

Se puede pensar en las operaciones de una empresa como una cadena de valor compuesta por una serie de actividades de creación de valor, como producción. Marketing y ventas, administración de materiales,

investigación y desarrollo, recursos humanos, sistemas de información e infraestructura. Estas actividades de creación de valor u operaciones se clasifican como actividades primarias y actividades de apoyo.

Sin embargo, la fragmentación geográfica de la producción ha creado una nueva realidad comercial. Esta fragmentación, designada con frecuencia con las expresiones “cadenas de valor mundiales” o “especialización vertical”, aumenta la interdependencia comercial y tiene muchas consecuencias sobre la manera en que entendemos la política comercial.

La formación de cadenas mundiales de valor se debe a la conjunción de varios factores. Comenzó con la modificación de los modelos de consumo de las economías industrializadas, que encontraron fuentes de suministro en determinados países en desarrollo. Muestra también como este enfoque del desarrollo, centrado inicialmente en algunas economías importantes que habían adoptado una estrategia de industrialización basada en la exportación, permitió a un número mayor de asociados regionales iniciar un proceso de industrialización que tuvo profundas consecuencias para su economía nacional. Este cambio estructural en el funcionamiento del comercio internacional necesita, a su vez, la adaptación de los instrumentos utilizados para analizar su evolución, en particular las estadísticas comerciales. (ORGANIZACION NMUNDIAL DE COMERCIO, 2011)

La nueva realidad competitiva presenta un campo de batalla en donde la flexibilidad, la velocidad de llegada al mercado y la productividad serán las variables claves que determinarán la permanencia de las empresas en los mercados. Y es aquí donde *la logística* juega un papel crucial, a partir del manejo eficiente del flujo de bienes y servicios hacia el consumidor final.

Logística es un término que frecuentemente se asocia con la distribución y transporte de productos terminados; sin embargo, ésa es una apreciación parcial de la misma, ya que la logística se relaciona con la administración del flujo de bienes y servicios, desde la adquisición de las materias primas e insumos en su punto de origen, hasta la entrega del producto terminado en el punto de consumo.

De esta forma, todas aquellas actividades que involucran el movimiento de materias primas, materiales y otros insumos forman parte de los procesos logísticos, al igual que todas aquellas tareas que ofrecen un soporte adecuado para la transformación de dichos elementos en productos terminados: las compras, el almacenamiento, la administración de los inventarios, el mantenimiento de las instalaciones y maquinarias, la seguridad y los servicios de planta (suministros de agua, gas, electricidad, combustibles, aire comprimido, vapor, etc.).

Las actividades logísticas deben coordinarse entre sí para lograr mayor eficiencia en todo el sistema productivo. Por dicha razón, la logística no debe verse como una función aislada, sino como un proceso global de generación de valor para el cliente, esto es, un proceso integrado de tareas que ofrezca una mayor velocidad de respuesta al mercado, con costos mínimos.

Según el Council of Logistic Management la gestión logística "es el proceso de planificación, implementación y control del flujo y almacenamiento eficiente y económico de la materia prima, productos semiterminados y acabados, así como la información asociada".

Los elementos que intervienen en el proceso logístico:

Compras, Recepción De Materiales, Almacén, Inventarios, Fabricación, Servicio De Apoyo, Expedición y Distribución.

Con respecto al rol de la gestión logística en el servicio al cliente El manejo adecuado de los flujos de bienes y servicios es de crítica importancia, no solamente para lograr una reducción en los costos asociados a los procesos de abastecimiento, producción y distribución, sino también para ofrecer una rápida respuesta a los requerimientos de los clientes.

Las tareas de almacenamiento y los traslados innecesarios de materias primas, materiales, productos en proceso y productos finales, son actividades que generan un gran porcentaje de los costos y, sin embargo, no agregan valor para el cliente. Es tarea de la logística eliminar todas aquellas actividades que comprometen costos sin agregar valor, con el fin de aumentar la eficiencia del sistema y ofrecer una rápida velocidad de respuesta a los requerimientos de los clientes.

Satisfacción del cliente: Menores precios por reducción de costos Mayor disponibilidad de productos, Mayor calidad en el servicio, y Menor tiempo de entrega. (ELDA, 2000)

A medida que la producción va siendo cada vez más compleja y fragmentada, la especialización en actividades básicas y la externalización han resultado inevitables. En el marco de su estrategia empresarial global, las empresas pueden externalizar una o más de sus actividades productivas, ya sea en el propio país o en el extranjero (deslocalización). Un entorno comercial internacional fiable y propicio garantiza el flujo eficiente y sin trabas de inversiones, bienes y servicios entre las naciones.

Las sucesivas negociaciones en el marco del GATT/OMC han hecho posible reducir considerablemente o eliminar los obstáculos al comercio y un sistema comercial estable y basado en normas ofrece garantías a las empresas y les impulsa a actuar en el plano internacional con confianza. La existencia de servicios de logística, transporte y comunicaciones eficientes y asequibles sustenta el sistema de producción mundial.

Por este motivo las empresas que externalizan suelen estar situadas en economías avanzadas, mientras que sus contrapartes correspondientes se encuentran a menudo en economías en desarrollo. En muchos países, la mayoría de las actividades de elaboración y montaje tienen lugar en zonas especialmente seleccionadas con un estatuto administrativo y reglamentario especial para fomentar el comercio y la inversión.

Aunque estas zonas pueden llamarse de distinta forma según los países, la expresión que se utiliza más frecuentemente para designarlas es la de “zona de elaboración para la exportación” (ZEE). La Organización Internacional del Trabajo (OIT) ha definido las ZEE como “zonas industriales dotadas de incentivos especiales para atraer a los inversores extranjeros, en las que los materiales de importación se someten a un cierto grado de proceso industrial antes de ser de nuevo exportados”.

En la actualidad, han llegado a abarcar todas las actividades. La OIT dice también que las ZEE “han evolucionado desde las actividades iniciales de ensamblaje y simple procesado para incluir zonas de alto nivel tecnológico y científico, zonas financieras, centros logísticos e incluso centros turísticos”. Muchas economías en desarrollo consideran que las ZEE son parte integrante de sus estrategias de crecimiento orientadas a la exportación. (ORGANIZACION MUNDIAL DE COMERCIO, 2011).

3. CONCLUSIONES

Analizando las Cadenas Globales de Valor las empresas multinacionales que se establecen en diferentes países es para incrementar la rentabilidad de la empresa basándose específicamente en el principio de la ventaja competitiva y el de la globalización debido a la apertura que se ha dado al comercio de

mercancías y servicios, buscando mano de obra especializada y barata en diferentes países que ofrecen facilidades para establecerse.

Todo esto nos da como resultado a un nuevo concepto que es el NEARSHORING que hace que las empresas tengan su cadena global de valor cerca de un mercado específico y de grandes dimensiones.

REFERENCIAS

García Fonseca Cándido (Última edición). El comercio exterior y su aplicación en la empresa. *¿Por qué se comercia con el exterior?* 2.2.3, 2.4, 2.5.

IDE-JETRO ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO, *Rutas del comercio y cadenas de valor mundiales en el caso de Asia Oriental.*

Elda Monterroso, *El proceso Logístico y la Gestión de la Cadena de abastecimiento.*

Nutz & Sievers, *Guía General para el Desarrollo de Cadenas de Valor, Organización Mundial del Trabajo, 2016.*

CAPÍTULO V

ÁREAS DE OPORTUNIDAD PARA EXPORTACIÓN DE MÉXICO HACIA AUSTRALIA

Autores

Alonso López Luis Moisés; Maceda Rodríguez María Elena;
Pérez Solórzano Jesús Manuel; Rocha Herrera Andrés; Veneroso Bravo Daniela.

RESUMEN

La exportación es un proceso fundamental en el ámbito del comercio internacional que implica la venta y envío de bienes o servicios producidos en un país hacia otro. Es un pilar crucial para el crecimiento económico de las naciones, ya que permite a las empresas expandir sus mercados más allá de las fronteras nacionales, aumentar sus ingresos y fortalecer la competitividad.

Este proceso involucra una serie de actividades, desde la producción y selección de productos aptos para la exportación hasta la gestión logística, trámites aduaneros y negociación de acuerdos comerciales. Las exportaciones no solo benefician a las empresas al abrir nuevas oportunidades de mercado, sino que también contribuyen al desarrollo económico de un país al generar empleo, aumentar la demanda de materias primas y tecnología, y fortalecer la reputación internacional.

Factores como la calidad del producto, precios competitivos, estrategias de marketing efectivas, conocimiento de regulaciones internacionales y la comprensión de las necesidades del mercado extranjero son fundamentales para el éxito en la exportación. En un mundo globalizado, la exportación juega un papel vital en la interconexión de las economías y el fomento de relaciones comerciales internacionales sólidas y sostenibles.

ABSTRACT

Export is a fundamental process in the field of international trade that involves the sale and shipment of goods or services produced in one country to another. It is a crucial pillar for the economic growth of nations, as it allows companies to expand their markets beyond national borders, increase their revenues and strengthen competitiveness.

This process involves a series of activities, from the production and selection of products suitable for export to logistics management, customs formalities and negotiation of trade agreements. Exports not only benefit companies by opening new market opportunities, but also contribute to a country's economic development by generating employment, increasing the demand for raw materials and technology, and strengthening international reputation.

Factors such as product quality, competitive prices, effective marketing strategies, knowledge of international regulations and understanding of the needs of the foreign market are fundamental for export success. In a globalized world, exports play a vital role in interconnecting economies and fostering strong and sustainable international trade relations.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivo.

El objetivo de este proyecto es establecer y consolidar una presencia exitosa en el mercado australiano para la exportación de libretas artesanales personalizadas, provenientes de México, dentro de los próximos dos años. Este objetivo se enfoca en aprovechar la demanda creciente por productos únicos y artesanales en Australia, promoviendo la identidad cultural mexicana a través de la comercialización de libretas de alta calidad y diseño personalizado. Se busca no solo expandir la base de clientes en Australia, sino también posicionarse como un proveedor confiable y preferido en el mercado de productos artesanales, estableciendo relaciones sólidas con distribuidores locales y generando un crecimiento sostenible en las ventas de libretas artesanales mexicanas en el país oceánico.

2. MÉTODO

Australia destaca como un mercado atractivo para las exportaciones mexicanas por su estabilidad política y económica, poder adquisitivo constante, ubicación estratégica en Asia Pacífico y creciente demanda de alimentos y bebidas, especialmente productos como aguacates, carnes, tequila y artesanías. Además, posee acuerdos comerciales y está experimentando un aumento en el comercio electrónico. A pesar de estas oportunidades, existen desafíos como la distancia geográfica, costos de transporte, cumplimiento de regulaciones de importación y la adaptación a preferencias del mercado australiano. Las exportaciones de México a Australia alcanzaron los 1,235 millones de dólares, colocando a Australia como el 37° socio comercial global de México y el 11° en Asia Pacífico. El Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (TIPA/CPTPP), vigente desde diciembre de 2018, es clave al proporcionar ventajas arancelarias a productos mexicanos y fomentar la integración de cadenas de valor regionales (fuente: adaptación). (exteriores, 2021).

2.1. Población.

La población de Australia es de 25.767.000 habitantes, lo que lo convierte en el 55° país más poblado de 196 países. La densidad de población en el país es muy baja. El producto interno bruto (PIB) per cápita de Australia en 2022 fue de 62.673 dólares, ocupando el puesto 12 en el mundo. Australia ha sido reconocida por las Naciones Unidas como uno de los países más felices del mundo debido a la sencillez que caracteriza su cultura (Expansion, 2023).

Australia es una mezcla de considerable diversidad étnica. Dado que más del 40% de la población son inmigrantes o sus descendientes, es común que personas de Asia, Europa, África y América vivan en armonía. (Chaparro, 2022).

2.2. Entorno Económico

En la actualidad, en Australia, existen más de 11,2 millones de pequeñas empresas que emplean a un total de 30,3 millones de personas. La economía australiana se centra en la producción de bienes y servicios con un alto valor de mercado, especialmente en términos de comercio internacional. En los últimos años, muchas empresas asiáticas han trasladado sus operaciones a Australia, con más de 470 empresas estableciendo presencia en los sectores de telecomunicaciones y servicios. El turismo es uno de los sectores clave que genera empleo en el país y ejerce un impacto significativo. En el año 2009, seis millones de visitantes extranjeros llegaron a Australia, y el número de visitantes de otros países continúa en aumento.

El dólar australiano (AUD) está valorado en 11,51 pesos mexicanos por dólar. Sin embargo, se puede escribir como A\$ o AU\$ para evitar confusiones con otras monedas denominadas en dólares. La moneda australiana se negocia principalmente frente a la libra esterlina en los mercados internacionales y es la quinta moneda más utilizada en el mundo. El factor de conversión consta de 5 cifras significativas (wise, 2023).

2.3. Cultura y Sociedad

Australia, reconocida por su diversidad cultural fruto de la influencia migratoria, se enorgullece de su carácter multicultural que acoge a diversos grupos étnicos y religiosos. La ONU ha destacado a Australia entre los países más felices, atribuyendo este logro a la sencillez que define su cultura, especialmente vinculada al amor por la actividad física. Las actividades populares incluyen caminatas, surf, natación, ciclismo, tenis, fútbol, atletismo, golf y la práctica entusiasta de deportes como rugby, baloncesto, béisbol, hockey, buceo y esquí en las ciudades. Además, Australia se destaca por su avanzada igualdad y respeto a la diversidad, independientemente de diferencias en género, religión, orientación sexual o clase social. (fuente: growproexperience.com, 2020).

2.4. Mercado objetivo

México es hogar de paisajes impresionantes, una cultura culinaria vibrante y una gran cantidad de artesanos con una historia interesante. Los artesanos mexicanos son verdaderos artesanos que crean verdaderas obras de arte con sus propias manos. Han transmitido habilidades y técnicas a lo largo de muchas generaciones, algunas de las cuales se remontan a la antigüedad, incluido un rico pasado prehispánico. Esta es una de las razones de su tecnología única (MXcity, 2017).

Esta realidad es evidente en la producción artesanal. Todo lo que se tiene que hacer es visitar los talleres, mercados y tianguis de México para ver una variedad de artículos cotidianos cuidadosamente elaborados en los estilos tradicionales del pasado. También se puede encontrar muchas tiendas de artesanías en zonas turísticas, así como en ferias y fiestas que son parte integral del calendario ritual, religioso y festivo de los mexicanos.

La producción artesanal se divide en dos áreas de consumo: por un lado, están los objetos llamados "artesanales", que en el ámbito académico suelen denominarse "típicos", "tradicionales", "locales" o "populares". Estas etiquetas enfatizan características culturales y estos productos están dirigidos al mercado turístico y al público en general, especialmente a la población rural (Novelo, 2008).

Para este proyecto, se planea enviar las libretas al puerto de Sídney, ubicado en la costa sureste de Australia, en el estado de Nueva Gales del Sur. Este puerto es parte de la ciudad de Sídney, la más grande y poblada de Australia.

El puerto de Sídney es renombrado por ser uno de los puertos naturales más grandes y profundos del mundo, lo que lo convierte en un lugar ideal para la navegación y el comercio marítimo. Está conformado por varias bahías, incluyendo la Bahía de Sídney (Sydney Harbour) y el Puerto de Botany Bay, entre otras. Este puerto desempeña un papel fundamental en la economía de Australia, siendo el epicentro del comercio y la logística en la región, manejando una parte significativa del comercio internacional del país.

A continuación, se detalla el mercado al que se dirigirá la venta del producto.

2.5. Segmentación de Mercado.

La segmentación de mercado implica dividir un mercado diverso en grupos homogéneos para adaptar estrategias de negocio. En Sídney, la población abarca desde jóvenes estudiantes hasta adultos mayores interesados en la vida urbana y actividades culturales. Las múltiples universidades atraen a estudiantes locales e internacionales, enriqueciendo la vida intelectual y cultural. Aunque Sídney es costosa, ofrece oportunidades laborales en diversos sectores gracias a ser el epicentro financiero y económico de Australia, lo que genera variaciones en ingresos según la industria y nivel educativo

2.6. Criterios de Segmentación.

Los criterios de segmentación de mercado son los elementos o atributos que una empresa emplea para subdividir un mercado más amplio en grupos más pequeños y homogéneos de consumidores o empresas que comparten necesidades, comportamientos o características similares. A continuación, en la Tabla #1 se detallan las variables geográficas:

Tabla n°1. Segmentación geográfica de mercado

SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	
VARIABLE	RESULTADO
REGIÓN	Sídney (Capital de Nueva Gales)
TAMAÑO DEL PAÍS	12 367 kilómetros cuadrados con 5.4 millones de habitantes
TIPO DE POBLACIÓN	Diversidad de población, mayormente británicos
TIPO DE CLIMA	Subtropical húmedo
IDIOMA	Inglés

En la tabla n°2 se consideraron las variables demográficas especificando la población que se encontró en el puerto de Sídney:

Tabla n°2. Segmentación demográfica del mercado

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	
VARIABLE	RESULTADO
EDAD	18 - 60 Años
SEXO	Indistinto
CICLO DE VIDA FAMILIAR	Jóvenes, Adultos, Solteros y Casados

Finalmente, en la tabla n°3 se aborda las variables psicográficas que hablan sobre la vida que lleva la población de Sídney:

Tabla n°3. Segmentación psicográfica del mercado

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA	
VARIABLE	RESULTADO
ESTILO DE VIDA	Lleno de oportunidades con base a cultura, escritura, literatura, deportes, vida social
CLASE SOCIAL	Media, media alta, alta o élite
CALIDAD DE VIDA	Alta calidad en salud, educación e infraestructura

2.7. Clientes potenciales

En lo que respecta a los posibles clientes, aquellos individuos con el potencial de convertirse en clientes de la empresa o adquirir productos o servicios en el futuro, se ha identificado que este grupo abarca tanto a personas interesadas en las libretas a nivel personal como a segmentos empresariales y educativos. Por ejemplo, los empresarios podrían encontrar valor en la posibilidad de contar con libretas personalizadas que reflejen la identidad de sus negocios. De manera similar, se anticipa que universidades y estudiantes universitarios (de edades comprendidas entre 18 y 23 años) podrían representar un mercado interesante

una vez que tengan conocimiento de la propuesta de libretas artesanales decoradas. Esta diversidad de perfiles entre los posibles clientes brinda una amplia gama de oportunidades para la empresa en términos de crecimiento y expansión.

3. CONCLUSIONES

Concretamente, el público objetivo de las exquisitas libretas decoradas incluye a personas que son empresarios, estudiantes universitarios, ávidos lectores y apasionados escritores, con edades que abarcan desde los 18 hasta los 60 años, y que aprecian la personalización en sus productos. En términos de capacidad económica, se ha notado que aquellos individuos con un nivel económico medio o superior serán los que tengan una mayor disposición para adquirir este producto.

Este segmento demográfico constituye una base sólida de posibles clientes, dado que suelen valorar la calidad y el valor añadido que ofrece una libreta personalizada. Además, al abarcar un amplio rango de edades, se presenta la oportunidad de atraer tanto a jóvenes estudiantes universitarios en búsqueda de productos a medida como a profesionales consolidados que aprecian la elegancia y singularidad en sus pertenencias.

El 30 de diciembre de 2018 marcó la implementación del Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (TIPAT/CPTPP), representando el primer acuerdo de libre comercio entre Australia y México. Este acuerdo se destaca por diversas razones significativas. Por un lado, fomenta una mayor integración de las cadenas de valor regionales. Por otro lado, ofrece un tratamiento arancelario preferencial a una amplia variedad de productos mexicanos. En conjunto con Australia y Nueva Zelanda, el TIPAT/CPTPP garantiza un acceso preferencial a una amplia gama de productos con aranceles reducidos al 0% (embamex, 2022).

El producto está clasificado bajo el código HS 4820, que engloba una amplia gama de productos, como registros, libros de contabilidad, cuadernos, libros de pedidos, libros de recibos, blocs de notas, pads de carta, pads de memorando, diarios y artículos similares, cuadernos de ejercicios, pads de borrado, carpetas, carpetas de hojas sueltas u otros, fundas de archivos, formularios comerciales en papel intercalado, juegos de papel carbón intercalado y otros artículos de papelería hechos de papel o cartón; álbumes para muestras o colecciones y cubiertas de libros de papel o cartón. Este código se encuentra incluido en un acuerdo de libre comercio entre Australia y México. (AustralianGovernment, 2023).

REFERENCIAS

- australiancentre.com. (2023). *Economía da Australiav*. Obtenido de australiancentre.com.v:
<https://australiancentre.com.br/es/australia/economia/>
- AustralianGovernment, c. o. (2023). *Free Trade Agreement Portal*. Obtenido de Australian Government coat of arms: <https://ftaportal.dfat.gov.au/AUS/MEX/search/4820/4820?searchTerm=4820> v
- Chaparro, D. (2022). *5 datos sobre la cultura de Australia que te encantarán*. Obtenido de informationplanet.com:
<https://www.informationplanet.com.co/blog/estudiar-en-australia/cultura-de-australia/v>
- Chara, S. (2019). *Australian Culturev*. Obtenido de culturalatlas.sbs.v:
<https://culturalatlas.sbs.com.au/australian-culture/australian-culture-religionv>

- educations.com. (2023). *Estudiar en Australia: lengua y cultura*. Obtenido de educations.com: <https://www.educations.es/study-guides/oceania/study-in-australia/language-australia-20435>
- embamex. (2022). *Oportunidades de Comercio Exterior e Inversiones*. Obtenido de embamex.sre.gob.mx: <https://embamex.sre.gob.mx/australia/index.php/comercio-exterior-e-inversiones>
- Expansion. (2023). *Australia: Economía y Demografía*. Obtenido de datosmacro.com: <https://datosmacro.expansion.com/paises/australia>
- exteriores, S. d. (2021). *Oportunidades de Comercio Exterior e Inversiones*. Obtenido de sre.gob.mx: <https://embamex.sre.gob.mx/australia/index.php/comercio-exterior-e-inversiones>
- globalexchange. (2021). *El dólar australiano*. Obtenido de globalexchange.es: <https://www.globalexchange.es/monedas-del-mundo/dolar-australiano>
- Gob.mx. (2021). *AUSTRALIA*. Obtenido de diputados.gob.mx: <http://www.diputados.gob.mx/comisiones/exteriores/paises/australia.htm>
- growproexperience.com. (19 de Agosto de 2020). *7 experiencias para conocer la cultura de Australia*. Obtenido de growproexperience.com: <https://growproexperience.com/australia/cultura-de-australia/>
- López, L. (2019). Estrategias para la reducción de aranceles. *El comercio exterior: estudios de vanguardia*, 1(4), 10-19. Obtenido de www.journals.com
- MXcity. (2017). *Compra local: libretas artesanales hechas en México*. Obtenido de MXCity.mx: <https://mxcity.mx/2017/10/compra-local-libretas-artesanales-hechas-en-mexico/>
- National Geographic, r. (28 de febrero de 2022). *Australia*. Obtenido de nationalgeographic.es: <https://www.nationalgeographic.es/viaje-y-aventuras/australia>
- Novelo, O. V. (Octubre de 2023 de 2008). *La fuerza de trabajo artesanal mexicana, protagonista ¿permanente? de la industria*. Obtenido de Alteridades: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172008000100009&lng=es&tlng=es.
- Reyna, L. (13 de septiembre de 2020). El comercio exterior. *Los exportadores*. Obtenido de www.losexportadores.com.mx
- wise. (2023). *Dólar australiano (AUD)*. Obtenido de wise.com: <https://wise.com/es/currency-converter/currencies/aud-australian-dollar>

CAPÍTULO VI

THE IMPORTANCE OF APEC FOR INTERNATIONAL TRADE IN MEXICO

Authors

García Fernández Ada Monserrat; Cabello Pérez Elsa; Barradas Troncoso Dora Silvia

ABSTRACT

In the 1980s, Mexico began an important process of economic and commercial opening focused on the diversification of its exports, which today positions it around the world. It began when Mexico became a member of the General Agreement on Tariffs and Trade. The country gradually changed the official reference prices reduce import tariffs; abandon the policies protectionists and open to the international market. In this context, we will describe and analyze why international trade is important to our nation as well as how treaties impact in the domestic enterprises. Therefore, we have chosen to study the APEC forum and find the relevant statements of international leaders that can help improve the economics of our country through alliances with countries from the Asia-Pacific region, especially since APEC members represent a potential target market for Mexican exporters. All the above, evaluating the commitment of the parties involved to keep markets open and address supply chain disruption.

1. INTRODUCTION

International trade of goods and services across the world is based in the need of all countries to satisfy their population. Thereby, international trade has a huge impact in economies across the world and these are the principal reasons countries assemble to set agreements for cooperations between nations. As a result, Mexico has become member of treaties to benefit its commerce and its producers, to facilitate the exchange of its goods and services around the world. Mexico has a network of 14 Free Trade Agreements (FTA) with 50 countries, 30 Agreements for the Promotion and Reciprocal Protection of Investments (APPRI) with 31 countries or administrative regions and 9 agreements of limited scope (Economic Complementation Agreements and Partial Scope Agreements) within the framework of the Latin American Integration Association (ALADI).

Consequently, the objective of this work is to identify the importance of the Asia-Pacific Economic Cooperation for the international commerce in Mexico, taking into count that ASIA is an enormous and promising market, we will analyze its advantages and disadvantages, as well as the Mexican initiatives to enhance the exports activities for the development and prosperity of the national productivity of Small and Medium Enterprises.

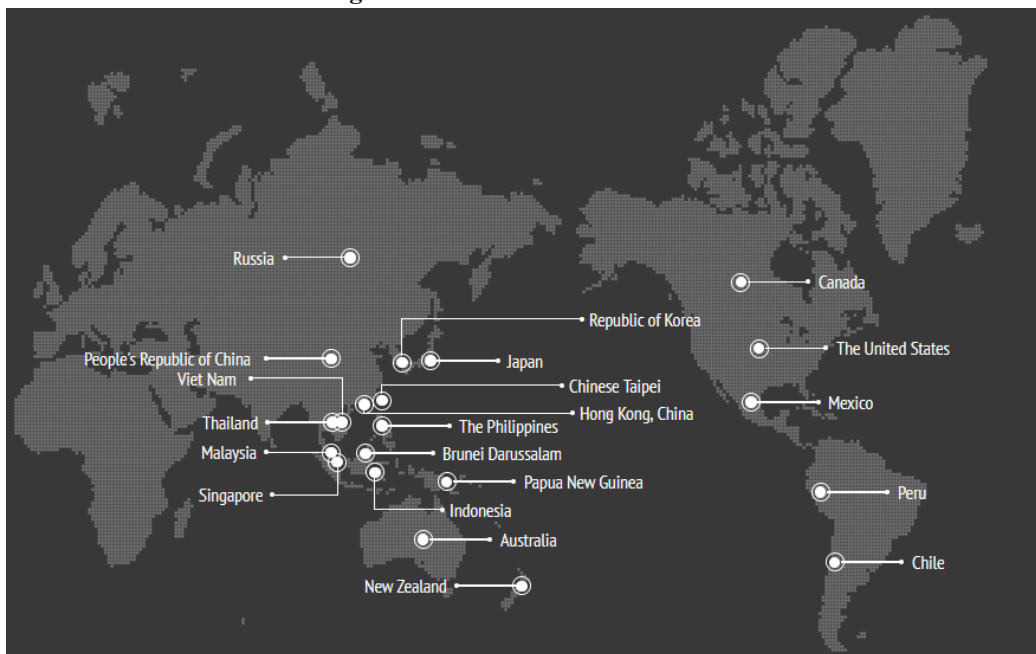
2. DEVELOPMENT

2.1. WHAT IS APEC?

The idea of APEC was firstly publicly broached by former prime minister of Australia Bob Hawke during a speech in Seoul, Korea, on 31 January 1989. Ten months later, 12 Asia-Pacific economies met in Canberra to establish APEC. The Asian Pacific Economic Cooperation (APEC) was created in 1989

as a multilateral organization, with the objective of facilitating commerce and investment in the region (Ramírez Bonilla, 2006). The founding members were Australia; Brunei Darussalam; Canada; Indonesia; Japan; Korea; Malaysia; New Zealand; the Philippines; Singapore; Thailand; and the United States. China; Hong Kong, China; and Chinese Taipei joined in 1991. Mexico and Papua New Guinea followed in 1993 (Asia-Pacific Economic Cooperation, 2023). Nowadays APEC's is formed by the 21 economies shown in the next figure:

Figure 1. APEC member Economies.



Source: (Asia-Pacific Economic Cooperation, 2023).

According to the Department of Foreign Affairs and Trade (Australian Government, 2023), APEC was formed to encourage a growing and prosperous regional economy through:

- Trade and investment liberalization and facilitation – at the border, across the border and behind the border.
- Reduced costs of cross-border trade to assist businesses.
- Economic and technical cooperation.
- Exchanges of best practice information on trade and investment.
- Simplified regulatory and administrative processes.
- Improved institutional capacity to implement and take advantage of the benefits of trade and investment reform.

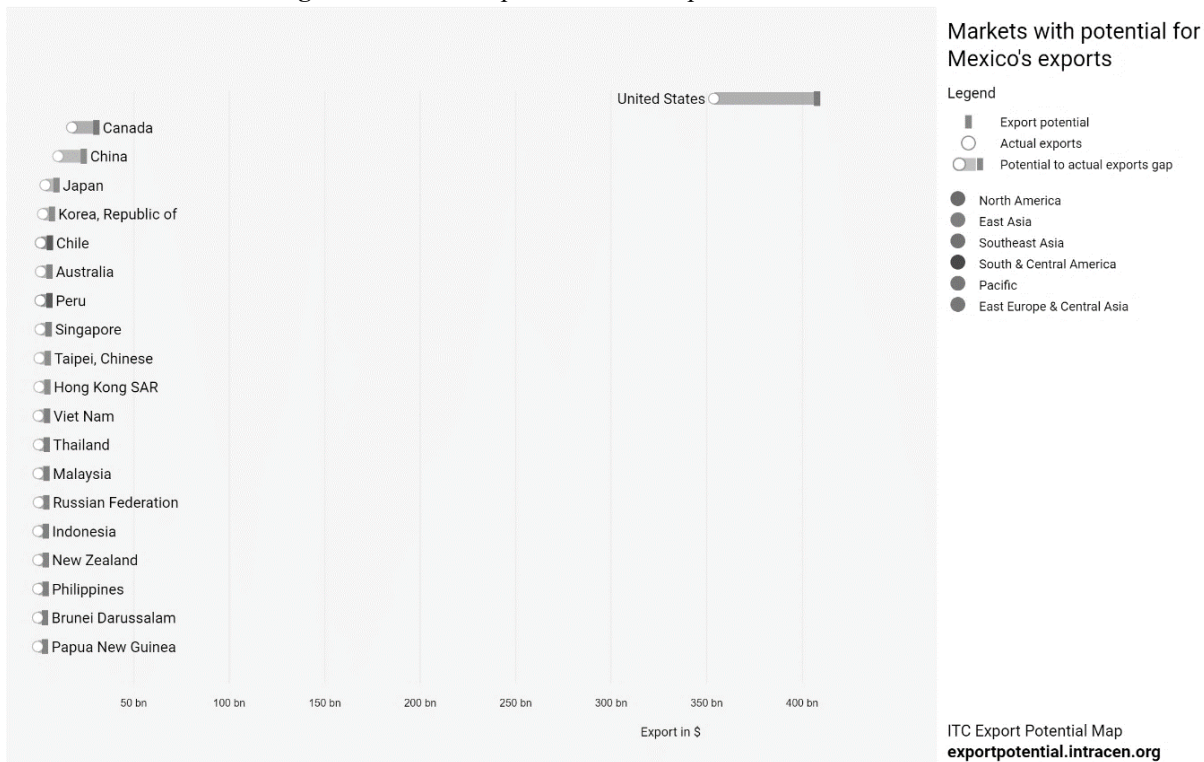
2.2. MEXICO'S PARTICIPATION IN APEC

The objective of Mexico's accession was to expand and diversify economic ties with the Asia-Pacific region, have a greater international presence and assimilate best practices on issues associated with competitiveness. On the other hand, Mexico's entry into this forum led to the creation of an agreement by which the country commits to respecting the principles and compliance with the group's rules (Zottele Allende, n.d.).

With Mexico's entry into the Asia-Pacific Economic Cooperation Forum, efforts have been made to promote economic integration in the region. Mexico's participation in APEC has allowed progress in the liberalization of the Mexican economy and in other competitiveness issues, such as regulatory improvement, competition policy and structural reforms (Presidencia de la República EPN, 2014).

The following graph shows the export potential of Mexico to APEC countries (export in \$). The markets with greatest potential for Mexico's exports of all products are United States, Canada and China. The United States shows the largest absolute difference.

Figure 2. Mexico Export Potential Map to members of APEC.



Source: (ITC, 2023).

This year's APEC Economic Policy Report (AEPR) discusses the complex topic of Structural Reform and an Enabling Environment for Inclusive, Resilient and Sustainable Businesses. In particular, it sheds light on the important intersection between private activity and the public interest. It highlights the importance of ensuring a conducive business environment, one that reduces transaction costs and facilitates firm entry, operation, and closure (APEC Economic Committee, 2023).

Not only is this good for business and competitiveness, but it also gives firms the space to contribute toward inclusion, resilience and sustainability goals. It further highlights the importance of measuring and recognising firms' contributions toward the public interest, be it in eliminating greenhouse gas emissions or serving underserved communities. In the same vein, it points out that policymakers can, through structural reform policies, do more to enable businesses, especially small and medium enterprises (SMEs), to contribute toward social goals; measure progress regularly and comprehensively; and incentivise private sector investment toward inclusion, resilience and sustainability (APEC Economic Committee, 2023, p. i).

2.3. BENEFITS FOR MEXICO IN APEC

APEC has had as one of its central missions, disseminating the benefits of commercial openness, providing an economic cooperation that seeks to solve the problems derived from globalization and structural change, serving as a forum for dialogue with the private sector, civil society organizations and the academic sector (Traslosheros, 2019).

On the other hand, Mexico's imports from APEC economies grew by 227.1% during the period 1999-2019, which means, along with the dynamism observed in exports, the integration that Mexico has had in the region (Girón et al., 2021).

Also, according to (Secretaría de Gobernación, 2017), the advantages of being a member of APEC are the following:

- Diversify the Mexican economic and trade relations.
- Improve the competitiveness of the Mexican market to better face competition from Asian nations.
- Establish strategic alliances.
- Take advantage of economic and technical cooperation.
- Achieve a full participation from all sectors of Mexico's population.
- Cooperation in human capacity building, through workshops and seminars.
- Exchange of information and experience with other member economies, with a view to learn from other principles, instruments, and institutional mechanisms.
- Taking advantage of APEC's financing support of projects related to trade and investment liberalization and facilitation and economic and technical cooperation.
- It also gives Mexico the possibility to take advantage of projects related to human capacity building, exchange of information, development of micro, small and medium enterprises, education, communication technology, among others.

In this year's *Leaders' Declaration*, one of the statements was: "We underscore our commitment to advance economic integration in the region in a manner that is market-driven, including through the work on the Free Trade Area of the Asia-Pacific agenda. To this end, we will enhance our capacity building and technical cooperation efforts in support of economies' readiness to participate in high quality and comprehensive regional undertakings" (APEC Secretariat, 2023). Through Mexico's active participation in this forum as a member committed to integration and cooperation in the region, the country could take the opportunities presented for cooperation and take advantage of the region's willingness to participate in initiatives and thus establish more Free Trade Agreements with the member nations. However, for his purpose it is necessary for the government to show greater interest in international forums.

The leaders also stated, "We will continue to work to ensure a level playing field to foster a favourable trade and investment environment" and "We reaffirm our determination to deliver a free, open, fair, non-discriminatory, transparent, inclusive, and predictable trade and investment environment". This could be an opportunity for Mexico to try and better its international competitiveness, which has unfortunately been declining in recent years. An indicator in which this can be perceived is the IMD World Competitiveness Ranking.

The International Institute for Management Development releases the World Competitiveness Ranking, which is based on 333 competitiveness criteria selected as a result of comprehensive research using economic literature, international, national, and regional sources, and feedback from the business community, government agencies, and academics. It evaluates four Factor Rankings: Economic Performance, Government Efficiency, Business Efficiency, and Infrastructure (International Institute for Management Development, 2023). Regarding the APEC economies for 2023, Mexico is in last place in Government Efficiency and is second-to-last in Business Efficiency and Infrastructure, only ahead of Peru. However, in the overall Global Rank, Mexico is in last place (APEC Economic Committee, 2023). In that same area, they expressed: “We also reaffirm our commitment to keep markets open and address supply chain disruptions, including by working to support our businesses in building secure, effective, resilient, sustainable, and open supply chains that create a predictable, competitive, and digitally interconnected Asia-Pacific region”. One of the most complex recent economic problems that has plagued not just Mexico but the entire world since the start of the pandemic, has been the interruption of many processes along the production chain. This year will be challenging due to recession fears in a big part of the world. Regarding supply chains, this situation could reduce the necessary investments in some key sectors to boost the efficiency of production processes in the world (Padilla, 2023).

Mexico must work towards a green supply chain, the growing interest in sustainability and environmental responsibility in supply chains; the digitalization and automation of the supply chain, to improve the efficiency and visibility of its supply chains; strengthen alliances and collaborations, and a greater focus on risk management to diversify suppliers, improve resilience and develop contingency plans to address potential disruptions. By doing so, Mexico alongside the member nations, would work towards more inclusive and sustainable policies that ensure benefits for all their people and economies. Point 11 of the Declaration, manifests “We emphasize the importance of creating pathways for MSMEs and start-ups to grow, including through opportunities to become more competitive, specialized, and innovative. We will support MSMEs to expand into regional and global markets, including by integrating into global value chains, through collaboration with large enterprises, and through the use of digital tools and technologies”. This is particularly beneficial for Mexico. In the APEC region, Mexico is the fifth country with the most SMEs, only behind Indonesia, the United States, China, and Russia (APEC Economic Committee, 2023). APEC’s backup for MSMEs is a great complementary support to Mexico’s already existing set of resources and support to help these enterprises, to boost the business and digital skills of entrepreneurs, and to the overall promotion of MSME development in Mexico.

3. CONCLUSIONS

For Mexico, APEC continues to be the main door to interact with the Asia-Pacific region. According to statistics of the International Trade Centre, Mexico has Export Opportunities for Trade Development and the markets with greatest potential for Mexico’s exports of all products are the United States, Canada, and China. As expected, the United States of America shows a largest absolute difference between potential and actual exports in value terms.

From 1999 to 2019, exports and imports of México with APEC members generated employment, brought investment, and improved the economy of our country and the finances of the companies that had taken advantage of this Economic Cooperation.

In Mexico, small and medium enterprises with aspirations to export to such countries have a competitive advantage compared to producers from other countries that are not part of this treaty. Due to nearshoring, Mexico today is a crucial link in the Asia-Pacific relationship; accordingly, the country should explore more opportunities of collaboration for the nation's development and prosperity.

REFERENCES

- APEC Economic Committee. (2023). *2023 APEC Economic Policy Report: Structural Reform and an Enabling Environment for Businesses*. Asia-Pacific Economic Cooperation. https://www.apec.org/docs/default-source/publications/2023/11/223_ec_aepr.pdf?sfvrsn=888cd37c_2
- APEC Secretariat. (2023, November 17). *2023 Leaders' Declaration*. Asia-Pacific Economic Cooperation: <https://apec.sitefinity.cloud/meeting-papers/leaders-declarations/2023/2023-leaders-declaration>
- Asia-Pacific Economic Cooperation. (2023, October). *History*. APEC: <https://www.apec.org/about-us/about-apec/history>
- Asia-Pacific Economic Cooperation. (2023). *Member Economies*. APEC: <https://www.apec.org/about-us/about-apec/member-economies>
- Australian Government. (2023, November 13). *Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)*. Department of Foreign Affairs and Trade: [https://www.dfat.gov.au/trade/organisations/apec/asia-pacific-economic-cooperation-apec#:~:text=Asia%2DPacific%20Economic%20Cooperation%20\(APEC\),-International%20relations](https://www.dfat.gov.au/trade/organisations/apec/asia-pacific-economic-cooperation-apec#:~:text=Asia%2DPacific%20Economic%20Cooperation%20(APEC),-International%20relations)
- Girón, A., Ivanova, A., & Zamora, A. (2021). *México en APEC: agenda en tiempos de pandemia*. Bubok Publishing S.L. https://www.conmexcepec.org/archivos/2022/08/Libro-Me%CC%81xico-en-APEC_print.pdf
- International Institute for Management Development. (2023). *World Competitiveness Ranking*. IMD: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/>
- ITC. (2023). *Trade Map*. Export Potencial Map: <https://exportpotential.intracen.org/en/markets/gap-chart?fromMarker=i&exporter=484&toMarker=j&whatMarker=a&what=a>
- Padilla, A. (2023, February 3). *Punto de inflexión en cadenas de suministro en la segunda mitad de 2023*. Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/punto-de-inflexion-en-cadenas-de-suministro-en-la-segunda-mitad-de-2023/>
- Presidencia de la República EPN. (2014, November 10). *Importancia de APEC para México*. Gobierno de México: <https://www.gob.mx/epn/articulos/importancia-de-apec-para-mexico>
- Ramírez Bonilla, J. (2006). La iniciativa de la educación de los líderes de APEC: balance y perspectivas. In *Perfiles Educativos*. <https://elibro.net/es/ereader/biblioteca/v/6920?page=3>.
- Secretaría de Gobernación. (2017, August 25). *What are the Benefits for Mexico to be a Member of APEC?* Economía-SNCI: http://www.economia-snci.gob.mx/sic_php/pages/organismos/apec/beneficios_mexico_apec_ing.php

- Traslosheros, G. (2019). México y el Mecanismo de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC). *México y la cuenca del pacífico*, 8(23), 9-22. <https://doi.org/10.32870/mycp.v8i23.622>
- Zottele Allende, A. C. (n.d.). *México ingresa al Foro de Cooperación Económica Asia – Pacífico*. Sitio Web de la CNDH: <https://www.cndh.org.mx/noticia/mexico-ingresa-al-foro-de-cooperacion-economica-asia-pacifico-0>

CAPÍTULO VII

SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE PEPINILLO: CASO COMERCIALIZADORA DE EXPORTACIÓN

Autores

Cabello Pérez Elsa; García Fernández Ada Monserrat; Grajales Briscón Blanca Estela

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo, exponer la situación del mercado internacional de pepinillo, con el propósito de conocer la oferta y demanda de este producto y analizar la posible comercialización de una empresa veracruzana al mercado de los Estados Unidos o al mercado canadiense; de tal manera que le permita la toma de decisiones, considerando además las ventajas del tratado de libre comercio con dichos países. Se trata de un estudio de caso, en donde a través de un análisis descriptivo se identificó el mercado meta para la exportación del pepinillo; el método usado fue tanto cuantitativo como cualitativo; las fuentes consultadas son principalmente secundarias, también se consultaron fuentes primarias a través de la técnica de la entrevista, realizada a quienes representan la empresa. Entre los resultados encontrados se identifican los antecedentes y características del pepinillo, los países exportadores e importadores de este producto, se identificó el mercado nacional en donde se aprecia la participación del estado de Veracruz como productor importante. Además, se describe brevemente los antecedentes del T-MEC, y finalmente se hace la propuesta a la empresa a qué mercado dirigirse como la mejor opción para su primera exportación.

ABSTRACT

The objective of this work is to present the situation of the international pickle market, with the purpose of knowing the supply and demand of this product and analysing the possible commercialization of a company from Veracruz to the United States market or the Canadian market; to allow decision-making, considering the advantages of the free trade agreement with said countries. This is a case study, where through a descriptive analysis the target market for the export of pickles was identified; the method used was both quantitative and qualitative; the sources consulted are mainly secondary, primary sources were also consulted through the interview technique, carried out with who represents the company. Among the results found, the background and characteristics of the pickle are identified, as well as the exporting and importing countries of this product, the national market where the participation of the state of Veracruz as an important producer is appreciated was identified. In addition, the background of the T-MEC is briefly described, and finally a proposal is made to the company on which market to target as the best option for its first export.

1. INTRODUCCIÓN

Entre los errores más comunes que comenten las empresas al inicio de una exportación destacan no hacer investigación sobre las tendencias del mercado, no contar con una estrategia de precio para la

exportación, no buscar nuevos clientes en el exterior y conformarse con uno solo, errores documentales (Secretaría de Economía, 2020), el desconocimiento del proceso aduanero, incorrecta asignación de los términos de comercio internacional (INCOTERM), el no contratar un seguro de la carga y no tener un buen socio logístico.

Por lo anterior, el presente trabajo es un avance de un proyecto de exportación de pepinillo de una empresa veracruzana con su producción en la región. Se investigó cuál sería el mercado para comercializar su producto, por lo que se inició el estudio analizando los países de mayor consumo del pepinillo y con los que se tiene Tratados de Libre comercio, como es el caso del T-MEC.

2. MÉTODO

El presente estudio es de tipo descriptivo, el método usado fue cuantitativo y cualitativo; las fuentes consultadas son principalmente secundarias, pero también se consultó a fuentes primarias a través de la técnica de la entrevista, realizada a los que dirigen la empresa, quienes se encuentran muy interesados en exportar su producto al mercado internacional; específicamente, a Canadá o Estados Unidos.

3. RESULTADOS

3.1. ANTECEDENTES DE LOS PAÍSES PRODUCTORES DE PEPINILLO

Los pepinillos son originarios de la India, de una región cercana a los Himalayas, se mencionan en la Biblia, se han cultivado por más de 3,000 años, y se encontraban en las regiones del Norte de África, Italia, Grecia y Asia Menor en los inicios de la era cristiana. A Inglaterra llegaron en los años 1300 y fue Cristóbal Colón quien los trajo a la isla de Haití, también se les cultivó en Estados Unidos de Norteamérica en Florida en 1539 y llegaron a Virginia a fines del siglo XVI, hoy en día Carolina del Norte es uno de los Estados con mayor producción de pepinillos (Troxler y Reardon, s.f.).

3.2. CARACTERÍSTICAS DEL PEPINILLO

El pepinillo en el sentido botánico es una fruta. El pepinillo para encurtidos se obtiene de unas variedades de la especie *Cucumis sativus* adaptadas a producir frutos de reducido tamaño. La planta que produce los pepinillos emite, al poco de nacer, una fuerte raíz pivotante que puede llegar a alcanzar hasta 1,20 metros (Cotrina Vila, 1979).

Es una baya en pepónide que si se recolecta en su plena madurez fisiológica presenta una corteza dura, marrón con manchas amarillentas y fuertes espinas. La recolección comercial del pepinillo para encurtido se efectúa cuando el fruto apenas ha iniciado su crecimiento. Suelen ser frutos oblongos con abundantes pelos y de consistencia diferente, según las variedades. La coloración del fruto varía también con la variedad, siempre se mantiene en variedades de verde. La pulpa es blanca con una ligera pigmentación verdosa y un leve sabor amargo (Cotrina Vila, 1979).

El pepino es un cultivo de estación cálida y susceptible a los daños causados por el frío y las heladas. La siembra debe esperar hasta que la temperatura del suelo sea de 15 °C o más (preferiblemente de 24 a 32 °C). Las temperaturas extremadamente altas pueden provocar un color verde claro en la fruta y un sabor amargo en muchas variedades de pepino. Los pepinos crecerán en casi cualquier suelo bien drenado (Brandenberger et al., 2021).

Tamaño: miden entre 15 y 25 centímetros de largo y unos 5 centímetros de diámetro, a excepción de los encurtidos, con una longitud máxima de 15 centímetros. Su peso oscila entre los 30 y los 200 gramos

dependiendo de la variedad (Eroski Consumer, 2015). En el caso de la empresa en cuestión, su producto es el pepino corto o pepinillo.

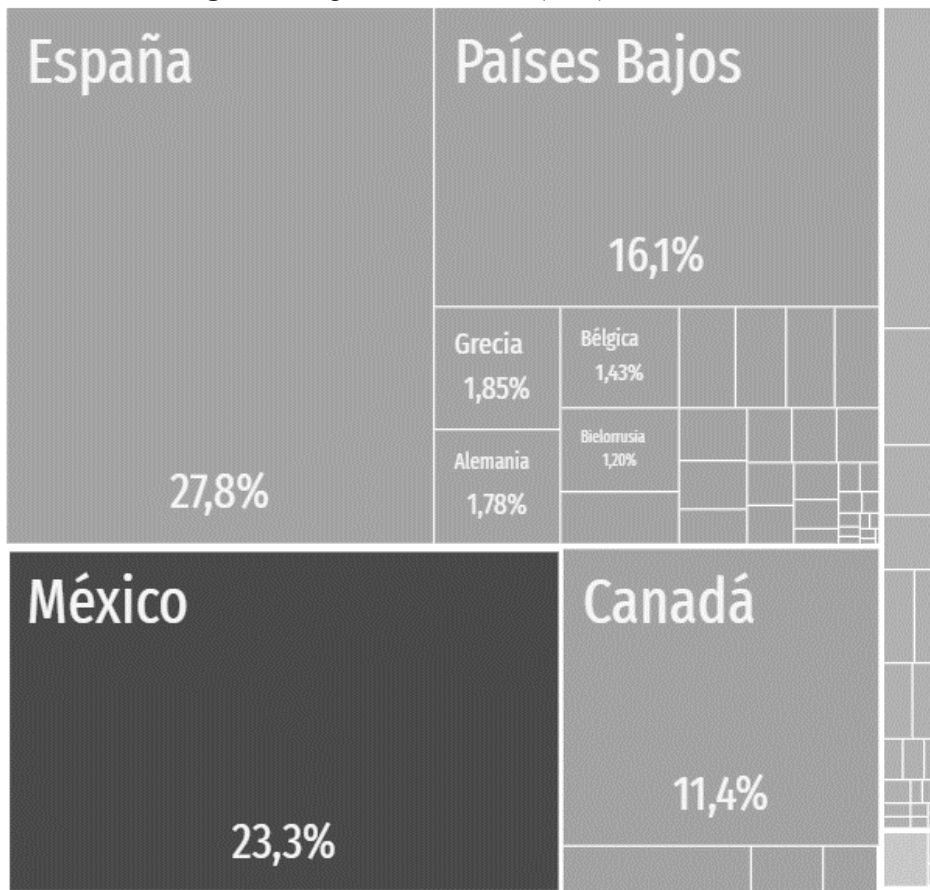
En la producción de campo, es necesario transferir polen de las flores masculinas al estigma de la flor femenina: esto es llevado a cabo principalmente por insectos polinizadores. Por lo tanto, proteger y controlar los insectos polinizadores es fundamental para la fructificación. Una mejor polinización se traduce en más frutos y los correspondientes aumentos en el rendimiento (Brandenberger et al., 2021). Para elaborar el pepinillo se utilizan ingredientes limpios y sanos que pueden haber sido sometidos o no previamente a fermentación y curación en salmuera. El producto se prepara y conserva mediante fermentación natural o controlada o mediante la adición directa de vinagre hasta un pH equilibrado de 4,6 o inferior (United States Department of Agriculture, 2019).

Para la salud humana, los pepinillos tienen un alto contenido de agua y por ello resultan diuréticos; su cáscara es rica en fibra y contiene además varios minerales, sobre todo potasio, silicio, magnesio y ácido fólico. Su fibra dietética regula el colesterol y ayuda a la digestión, son una buena fuente de vitamina C, remueven materiales de desecho y toxinas químicas del organismo. Su contenido de magnesio ayuda a relajar los músculos, los nervios y la buena circulación sanguínea. El manganeso que contiene ayuda al funcionamiento de ciertos nutrientes, sobre todo a la tiamina, el ácido ascórbico y a la absorción de la colina (Troxler y Reardon, s.f.).

3.3. PAÍSES EXPORTADORES E IMPORTADORES DE PEPINILLO

En 2021 a nivel mundial, los principales países **exportadores** (*Figura 1*) de Pepinos y Pepinillos, Frescos o Refrigerados fueron España (US\$846M), México (US\$708M), Países Bajos (US\$490M) y Canadá (\$371M). En el mismo año, los principales países **importadores** (*Figura 2*) de Pepinos y Pepinillos, Frescos o Refrigerados fueron Estados Unidos (US\$1,038M), Alemania (US\$748M), Reino Unido (US\$207M), Países Bajos (\$102M), Francia (\$86,7M) y Canadá (US\$5.2M) (Gobierno de México, 2023). China destaca como el mayor productor en el mundo con cerca de 72.779,78 millones de kilos de pepinos que equivalen 79.75% de la participación mundial (Troxler y Reardon, s.f.).

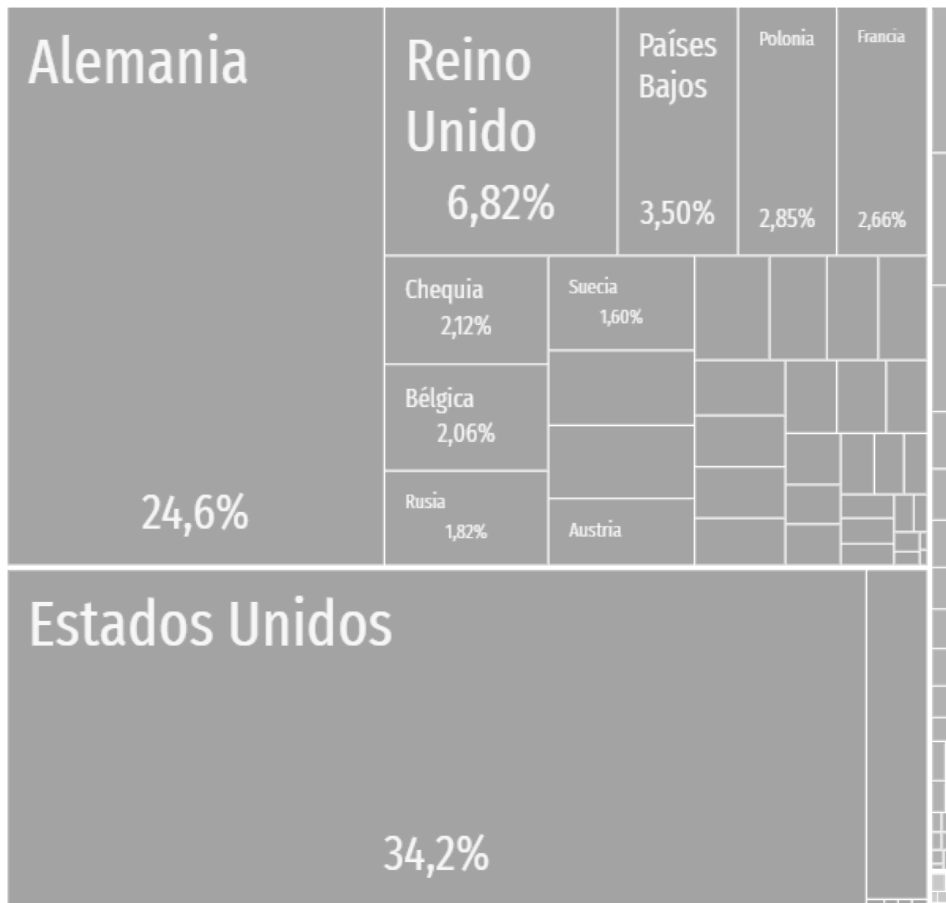
Figura 1. Orígenes Comerciales (2021): US\$3,3038M.



Fuente: (Gobierno de México, 2023).

Como podemos ver, los socios comerciales del T-MEC (Estados Unidos y Canadá), son parte de los principales comparadores de pepino y pepinillo, por lo que llegamos a la decisión de aconsejar a la empresa a exportar a uno de estos dos países. Entre los mercados potenciales en EU están Florida, California, Michigan, Texas, Carolina del Norte y del sur, Ohio, Oregón. Y para Canadá, son las provincias de Ontario, Quebec, British Columbia, ciudades donde se concentra la mayor parte de la actividad económica. Hay que destacar que Canadá para el 2021 contaba solo con 37 millones de habitantes (Statistics Canada, 2023), concentrados en su mayoría en las provincias citadas; sin embargo, se debe tomar en cuenta para exportar a Canadá las particularidades de cada provincia no tan solo por la logística y los costes implícitos de transporte, sino también por las características de sus habitantes. Por ejemplo, la extensión del país y la baja densidad de población, por lo anterior, llegar a todos los centros urbanos es complejo y caro debido a su dispersión, su tamaño relativamente pequeño, y las diferencias entre regiones. Además, los centros logísticos son pocos y la mayoría están concentrados en Toronto, Montreal y Halifax (este), y Vancouver y Calgary (oeste) (Mordor Intelligence Industry Reports, 2023). Asimismo, hay regiones (sobre todo del norte) en las que la capacidad de distribución es limitada y a veces sufren escasez de algunos productos y, en cambio, hay centros urbanos con alta densidad de población en los que surgen problemas debido a la alta congestión del tráfico.

Figura 2. Destinos Comerciales (2021): US\$3,3038M.



Fuente: (Gobierno de México, 2023).

3.4. MERCADO NACIONAL DE PEPINILLO.

En 2022, las entidades federativas con mayores ventas internacionales en Pepinos y Pepinillos, Frescos o Refrigerados fueron Sinaloa (US\$261M), Sonora (US\$113M), Michoacán de Ocampo (US\$70.9M), Baja California (US\$64.2M) y Jalisco (US\$54.1M) (Gobierno de México, 2023).

En México, el pepino y pepinillo se le califica como hortaliza, se cultiva en 29 estados del país, de los cuales Sinaloa y Sonora son los principales productores. En 2021 su producción fue de más de un millón de toneladas y se cosecharon poco más de 18 mil hectáreas y Sinaloa aportó el 32.2% al valor de la producción nacional en 2021 (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2023). Otros estados productores son Michoacán, Morelos, Veracruz, Baja California, Guanajuato y Jalisco, pero estas regiones no todos necesariamente se concentran en la exportación, sino que se dedican a satisfacer la demanda nacional. México es el quinto productor y tercer exportador de pepino a nivel mundial, siendo EU, Canadá, Guatemala, Reino Unido y Países Bajos algunos de los principales importadores del pepinillo mexicano (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, 2023).

3.5. ANTECEDENTES DEL T-MEC

El T-MEC es el nuevo acuerdo comercial entre México, Estados Unidos y Canadá, que sustituye al Tratado de Libre Comercio (TLCAN). Entró en vigor el 1 de julio del 2020. Dicho acuerdo tendrá una vigencia de 16 años, pero será sometido a revisión cada 6 años. Entre sus diferencias destaca el número

de capítulos con los que cuenta cada Tratado, el primero tenía 22 capítulos, mientras que el actual tiene 34 capítulos. Las adiciones y modificaciones a los capítulos que constituyen el T-MEC implican importantes cambios con respecto al TLCAN, particularmente en temas como contenido regional (que tiene un impacto importante en la cadena de suministro y registro de procesos), combate a la corrupción, salarios, medio ambiente y comercio electrónico. Se espera incrementar la competitividad de México como plataforma de producción y exportación (Forbes Staff, 2020).

El T-MEC facilitará el comercio de servicios; proporcionará una mayor integración de la infraestructura de telecomunicaciones, y fortalecerá el marco regional de protección a la propiedad intelectual. Entre los beneficios para México, el nuevo tratado resalta para la Administración Aduanera y Facilitación Comercial, la reducción de los costos derivados de operaciones aduaneras, a fin de facilitar los intercambios comerciales, a través de una rápida circulación de mercancías en las fronteras y facilitando el control de la cadena logística. En el tema de la Agricultura, en el T-MEC se modernizan las disciplinas en materia de comercio agrícola, eliminando disposiciones que fueron superadas en el transcurso de la vigencia del actual Tratado, e incorporando nuevas disciplinas que forman parte de Tratados de Libre Comercio firmados recientemente por México y de los trabajos que se realizan en el marco de foros internacionales. Se prevé que, con esta actualización, se impulse el comercio para que sea beneficioso para todas las partes y posibilite mayor libertad en los mercados, así como un comercio más justo y un sólido crecimiento económico en América del Norte (Forbes Staff, 2020).

3.6. PROPUESTA A LA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE EXPORTACIÓN

Considerando que se cuenta con un tratado de libre comercio (T-MEC) con el socio comercial más importante de México (Estados Unidos), y considerando la calidad del pepinillo producido en el estado de Veracruz por la empresa Comercializadora, se propone el mercado de California, debido a la fuerte demanda del pepinillo en este estado norteamericano. Además, es el estado más rico del país, con un alto poder adquisitivo, un fuerte consumidor de frutas y verduras y el más poblado con 39.24 millones de habitantes. No se recomienda exportar al mercado canadiense, pues se pudo identificar que para exportar a este país debe tomarse en cuenta la gran extensión del territorio y la baja densidad de población, lo que sería difícil para la empresa, llegar a todos los centros urbanos de Canadá, es complejo y caro debido a su dispersión, además se tienen pocos centros logísticos, y la mayoría de éstos están concentrados en Toronto, Montreal y Halifax (este), y Vancouver y Calgary (oeste).

4. CONCLUSIONES

Con lo expuesto previamente, se identificó una mayor demanda del pepinillo en el mercado internacional. Como se pudo apreciar, el país de mayor consumo es Estados Unidos, principal socio comercial de México, y con quien además se tiene un Tratado de Libre Comercio (T-MEC). Por ello, se propone a la empresa comercializadora considerar el mercado estadounidense: específicamente, al estado de California para la exportación de su producto, debido a que cuenta con un alto poder adquisitivo y a que es uno de los mayores consumidores de frutas y verduras de Estados Unidos. Adicionalmente, el sector agropecuario de México cuenta con una ventaja importante sobre otros países que también producen pepinillos y que no son miembros del T-MEC. Con lo anterior, se concluye que el objetivo de la investigación se alcanzó, no sin antes comentar que lo expuesto en este artículo, es sólo un avance de el plan de exportación para el apartado del estudio de mercado.

REFERENCIAS

- Brandenberger, L., Shrefler, J., Rebek, E., y Damicone, J. (2021). Cucumber Production. *Oklahoma Cooperative Extension Service*, 8.
- Cotrina Vila, F. (1979). *Cultivo del Pepinillo*. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- Eroski Consumer. (Agosto de 2015). *Pepino*. Consumer: <https://verduras.consumer.es/pepino/introduccion>
- Forbes Staff. (1 de julio de 2020). *¿Qué es el T-MEC y por qué es importante para México?* Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/economia-que-es-el-t-mec-y-por-que-es-importante-para-mexico/>
- Gobierno de México. (2023). *Pepinos y Pepinillos, Frescos o Refrigerados. Código 070700 (Sistema Armonizado 2012 por 6 dígitos)*. Data México: <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/cucumbers-and-gherkins-fresh-or-chilled-2070700>
- Mordor Intelligence Industry Reports. (2023). *MERCADO DE LOGÍSTICA DE PROYECTOS DE CANADÁ Análisis de tamaño y participación - Tendencias de crecimiento y pronósticos (2023 - 2028)*. Mordor Intelligence: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/canada-project-logistics-market>
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (21 de enero de 2023). *Pepino mexicano, el favorito de muchos*. Gobierno de México: <https://www.gob.mx/agricultura/articulos/pepino-mexicano-el-favorito-de-muchos>
- Secretaría de Economía. (junio de 2020). *Ruta para exportar: Guía de pasos básicos para MiPyMEs mexicanas que buscan exportar*. Secretaría de Economía: <https://exportamx.economia.gob.mx/docs/guia-exportador.pdf>
- Statistics Canada. (8 de noviembre de 2023). *Census Program - Census of Population*. Government of Canada: <https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/index-eng.cfm>
- Troxler, S. W., y Reardon, J. (s.f.). *Pepinillos*. North Carolina Department of Agriculture: Food and Drug Protection Division: <https://www.ncagr.gov/fooddrug/espanol/documents/Pepinillos.pdf>
- United States Department of Agriculture. (20 de mayo de 2019). *United States Standards for Grades of Pickles*. Agricultural Marketing Service: <https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/PicklesStandard.pdf>

CAPÍTULO VIII

SUSTENTABILIDAD Y COMERCIO EXTERIOR: REALIDADES Y DESAFÍOS

Autores

Manilla Cariño Alma Delia; Zaragoza Reyes Gina Guadalupe;
Negrete Ruiz Yessica Yaneli; Grijalva Chávez Judith Alejandra; Rivadeneyra Hernández Josué

RESUMEN

Desde inicios del siglo XXI, la sustentabilidad se ha posicionado como uno de los temas más importantes en la agenda internacional, pues se relaciona con la capacidad de los individuos para satisfacer necesidades presentes sin sacrificar los recursos para las generaciones futuras. No obstante, para lograr dicho cometido, se requieren estrategias que permitan gestionar con mayor eficiencia los insumos, algunos cada vez más escasos, así como diseñar productos y servicios más amigables con el medio ambiente, reduciendo su impacto en entorno; todo ello, sin descuidar el factor humano, que sigue siendo el centro de toda actividad. En este contexto, el crecimiento de la población global y el aumento del ingreso en economías emergentes han acelerado el consumo de bienes y servicios transfronterizos, lo cual, implica el desplazamiento de personas y mercancías alrededor del mundo, generando residuos y exigiendo soluciones que contribuyan a un intercambio comercial más responsable. Con base en lo anterior, el objetivo de este trabajo consiste en indagar la relación entre la sustentabilidad y el comercio exterior, con énfasis en el territorio mexicano. A partir de una investigación documental, se detectó la existencia de un marco jurídico que favorece el libre comercio y el respeto al medio ambiente, así como la presencia de desafíos en esta materia.

ABSTRACT

Since the beginning of the 21st century, sustainability has positioned itself as one of the most important issues on the international agenda, as it relates to the ability of individuals to meet present needs without sacrificing resources for future generations. However, to achieve this goal, strategies are required to manage inputs more efficiently, some of which are increasingly scarce, as well as to design products and services that are more environmentally friendly, reducing their impact on the environment; all of this, without neglecting the human factor, which remains the center of all activity. In this context, the growth of the global population and the increase in income in emerging economies have accelerated the consumption of cross-border goods and services, which implies the movement of people and goods around the world, generating waste and demanding solutions that contribute to a more responsible trade exchange. Based on the above, the objective of this work is to investigate the relationship between sustainability and foreign trade, with emphasis on the Mexican territory. Based on documentary research, the existence of a legal framework that favours free trade and respect for the environment was detected, as well as the presence of challenges in this area.

1. INTRODUCCIÓN

La evolución de la sociedad ha provocado una serie de transformaciones, que van de la mano con la capacidad de los individuos para resolver problemas y satisfacer necesidades; prueba de ello, son la acelerada innovación tecnológica, reflejada en la digitalización de los procesos, aplicados en prácticamente todas las actividades humanas y sectores productivos. Sin embargo, estos avances se han acompañado de fenómenos como el cambio climático y el calentamiento global, los cuales podrían considerarse como las problemáticas más relevantes de nuestra época. En este sentido, (National Geographic, 2024), señala que: “calentamiento global y cambio climático se han usado indistintamente como sinónimos, pero, desde hace años, los científicos prefieren utilizar "cambio climático" para describir los complejos cambios que afectan actualmente a los sistemas meteorológicos y climáticos de nuestro planeta.

El cambio climático engloba no sólo el aumento de las temperaturas medias, sino también las catástrofes naturales, los cambios en los hábitats de la fauna y la flora, la subida del nivel del mar y otros muchos efectos. Todos estos cambios se están produciendo a medida que el ser humano sigue añadiendo a la atmósfera gases de efecto invernadero que atrapan el calor, como el dióxido de carbono y el metano.

Llamamos calentamiento global a las consecuencias que generan la liberación de esos gases de efecto invernadero, pero este fenómeno en realidad está provocando una serie de cambios en los patrones meteorológicos de la Tierra a largo plazo que varían según el lugar. Conforme la Tierra gira cada día, este nuevo calor gira a su vez, recogiendo la humedad de los océanos, aumentando aquí y asentándose allá, y cambiando en definitiva el ritmo del clima al que todos los seres vivos nos hemos acostumbrado”.

De manera similar, la Organización de las Naciones Unidas (ONU, s.f.), señala que “El cambio climático se refiere a los cambios a largo plazo de las temperaturas y los patrones climáticos. Estos cambios pueden ser naturales, debido a variaciones en la actividad solar o erupciones volcánicas grandes. Pero desde el siglo XIX, las actividades humanas han sido el principal motor del cambio climático, debido principalmente a la quema de combustibles fósiles como el carbón, el petróleo y el gas.

La quema de combustibles fósiles genera emisiones de gases de efecto invernadero que actúan como una manta que envuelve a la Tierra, atrapando el calor del sol y elevando las temperaturas.

Las emisiones principales de gases de efecto invernadero que provocan el cambio climático son el dióxido de carbono y el metano. Estos proceden del uso de la gasolina para conducir un coche o del carbón para calentar un edificio, por ejemplo. El desmonte de tierras y bosques también puede liberar dióxido de carbono. La agricultura y las actividades relacionadas con el petróleo y el gas son fuentes importante de emisiones de metano. La energía, la industria, el transporte, los edificios, la agricultura y el uso del suelo se encuentran entre los principales emisores”.

Con base en lo anterior, se observa que los cambios en los procesos y sistemas de producción, así como en los patrones de consumo, han acelerado estas transformaciones, lo cual, incide en el bienestar de la sociedad global. Por ello, desde el siglo XIX se han encauzado diversos estudios orientados a medir la relación entre las actividades productivas y su impacto en el ambiente, con el fin de pronosticar las posibles consecuencias en caso de implementar acciones adecuadas, así como diseñar estrategias que permitan continuar con los procesos productivos, bajo nuevos modelos o esquemas que contemplen la necesidad de resguardar los recursos para las generaciones futuras.

La creciente preocupación por los efectos de la actividad humana, derivaron en un extenso debate a escala internacional, el cual, alcanzó uno de sus principales hitos con la publicación del informe “Nuestro futuro común” (*Our common future*), mejor conocido como “Informe Brundtland” (ONU, 1987), en el que aparece el concepto de desarrollo sostenible, al cual se hace referencia de la siguiente forma: “Está en manos de la humanidad hacer que el desarrollo sea sostenible, duradero, o sea, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias. El concepto de desarrollo duradera implica límites - no límites absolutos, sino limitaciones que imponen a los recursos del medio ambiente el estado actual de la tecnología y de la organización social, la capacidad de la biósfera de absorber los efectos de las actividades humanas”.

2. DESARROLLO

Si bien se ha generado un debate entre las definiciones de sostenible y sustentable, las cuales se utilizaron recurrentemente como sinónimos, con el paso del tiempo se han señalado las diferencias entre dichos conceptos; en este sentido, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT, 2018) señala que: “Según las raíces de las palabras, sustentable y sostenible no significan lo mismo, sin embargo, durante mucho tiempo hemos empleado ambas como sinónimos. Lo sustentable se aplica a la argumentación para explicar razones o defender, en tanto que lo sostenible es lo que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos”.

De manera similar, (Reyna, s.f.) menciona que “La diferencia entre sostenible y sustentable es que la primera tiene en cuenta los procesos antes descritos que tienen como objetivo lograr un cambio profundo: medioambiental, social, económico, político y cultural; mientras que la segunda se centra en la defensa y el uso racional de los recursos. Por tanto, algo que **es sostenible cumple con una serie de procesos** que ayudan a crear un entorno social mejor y más respetuoso con el planeta y **algo sustentable es aquello que se mantiene por sí mismo**, si se trata de forma adecuada”.

Así, la (ONU, 2023) afirma que “El desarrollo sostenible implica cómo debemos vivir hoy si queremos un futuro mejor, ocupándose de las necesidades presentes sin comprometer las oportunidades de las generaciones futuras de cumplir con las suyas. **La supervivencia de nuestras sociedades y de nuestro planeta común pasa por un mundo más sostenible**”. Bajo este contexto, en el cual se busca que las actividades humanas no comprometan los recursos para las generaciones futuras, el comercio internacional representa un tema estratégico, pues, cada vez existe una mayor comercialización de bienes y servicios transfronterizos.

Por ello, la Organización Mundial de Comercio (OMC, 2011) subraya que: “Un sistema de comercio internacional estable y previsible favorece la inversión, la innovación y el cambio tecnológico, que son fundamentales para conseguir un desarrollo sostenible y la transición a una economía verde. En este sentido, los principios fundamentales de no discriminación y transparencia, sobre los que se cimentan todos los Acuerdos de la OMC, establecen un marco que garantiza la previsibilidad y la aplicación imparcial de las medidas relacionadas con el medio ambiente.

Desde el punto de vista del desarrollo, las normas de la OMC normalmente incluyen disposiciones que atribuyen derechos especiales a los países en desarrollo. Entre ellas cabe mencionar las medidas destinadas a aumentar las oportunidades comerciales para los países en desarrollo y permitirles cierta flexibilidad en sus compromisos.

Desde el punto de vista del medio ambiente, los Acuerdos de la OMC otorgan a los Miembros un margen de actuación para adoptar medidas relacionadas con el comercio con el fin de alcanzar objetivos legítimos como la protección del medio ambiente. En determinadas circunstancias, puede permitirse que los Miembros soslayen el cumplimiento de normas básicas de la OMC. Al mismo tiempo, este margen de maniobra para fijar políticas está sometido a condiciones que impiden que los Miembros adopten medidas con un propósito proteccionista encubierto”.

De esta manera, se observa el interés de la OMC por impulsar un intercambio de mercancías cada vez más sostenible, y, que, a su vez, permita la transferencia de tecnología “verde” a nivel global, creando beneficios sociales; de esta manera: “El comercio desempeña un papel fundamental de apoyo al medio ambiente, debido en parte a que sirve de canal para la transferencia de tecnología verde. La apertura al comercio permite acceder a un precio más bajo a una gran variedad de bienes y servicios importados en los que intervienen tecnologías respetuosas con el medio ambiente. También aumenta el tamaño de los mercados para los productores de bienes acabados y los proveedores de componentes, incrementando así los beneficios de la innovación para los que participan en las redes de producción relacionadas con bienes verdes. La capacidad de innovación en los mercados mundiales posibilita el aumento de la especialización e incentiva la producción de bienes verdes que requieren una investigación intensiva. Estos beneficios de una mayor apertura del comercio ponen de relieve la importancia de las negociaciones de la Ronda de Doha que pretenden, entre otras cosas, reducir los obstáculos al comercio de bienes y servicios ambientales”.

También, la OMC se ha sumado al esfuerzo por alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, por lo cual delimitó las siguientes medidas para contribuir con dicho cometido: “

1. Incorporar el comercio a las estrategias nacionales y sectoriales para lograr los ODS; 2. Fortalecer el sistema multilateral de comercio de manera que pueda seguir apoyando el crecimiento inclusivo, el empleo y la reducción de la pobreza; 3. Seguir reduciendo los costos del comercio, en particular mediante la plena aplicación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC; 4. Crear capacidad de oferta e infraestructura relacionada con el comercio en los países en desarrollo y los países menos adelantados; 5. Centrarse en la diversificación de las exportaciones y la adición de valor; 6. Mejorar el sector de los servicios; 7. Aplicar normas de origen flexibles para aumentar la utilización de los sistemas de preferencias; 8. Garantizar que las medidas no arancelarias no se conviertan en obstáculos al comercio; 9. Hacer del comercio electrónico un motor de inclusión; y, 10. Contribuir a que las microempresas y pequeñas y medianas empresas participen en el comercio internacional” (OMC, 2018).

En lo que se refiere al marco jurídico mexicano, el Artículo 1o de la Ley de Comercio Exterior (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 1993) señala que: “La presente Ley tiene por objeto regular y promover el comercio exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país, integrar adecuadamente la economía mexicana con la internacional, defender la planta productiva de prácticas desleales del comercio internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población”. Aunque no se menciona de forma explícita, podría asociarse el concepto de sostenibilidad al objetivo de utilizar eficientemente los recursos productivos en nuestro territorio, ya que, muchos de ellos provienen de la naturaleza.

Aunado a lo anterior, la Secretaría de Economía (SE, 2020) señala que la participación de nuestro país en el Foro de Cooperación Asia-Pacífico (APEC, por sus siglas en idioma inglés), junto con el resto de

sus miembros tiene como propósito “crear una mayor prosperidad para la gente de la región promoviendo un crecimiento equilibrado, inclusivo, sostenible, innovador y seguro, acelerando la integración económica regional”.

3. CONCLUSIONES

El comercio internacional representa un elemento fundamental en nuestros días, pues permite el intercambio de mercancías entre distintas regiones; sin embargo, el transporte de las mercancías supone una serie de retos para alcanzar las metas y los objetivos de desarrollo sostenible. Por ello, cada vez son más los países y las instituciones internacionales que destinan recursos y esfuerzos para hacer del comercio un mecanismo a favor de la sostenibilidad y no un obstáculo. Sin duda, los desafíos aún son muchos, pero se observan avances en el entorno global y en el contexto mexicano. Por ello, es necesario seguir diseñando estrategias en este sentido, a fin de obtener mejores resultados.

REFERENCIAS

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (1993). *Ley de Comercio Exterior*.
- National Geographic. (2024). *National Geographic*. Obtenido de ¿Qué es el calentamiento global?: <https://www.nationalgeographic.es/medio-ambiente/que-es-el-calentamiento-global>
- OMC. (2011). *Aprovechamiento del comercio para un desarrollo sostenible y una economía verde*. OMC. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/publications_s/brochure_rio_20_s.pdf
- OMC. (2018). *Incorporar el comercio para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. OMC.
- ONU. (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development : note / by the Secretary-General*. Obtenido de Report of the World Commission on Environment and Development : note / by the Secretary-General.: <https://digitallibrary.un.org/record/139811?ln=es&v=pdf#files>
- ONU. (08 de Agosto de 2023). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Obtenido de ¿En qué consiste el desarrollo sostenible?: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2023/08/what-is-sustainable-development/>
- ONU. (s.f.). *Naciones Unidas. Acción por el clima*. Obtenido de ¿Qué es el cambio climático?: <https://www.un.org/es/climatechange/what-is-climate-change>
- Reyna, A. (s.f.). *BBVA*. Obtenido de ¿Cuál es la diferencia entre sustentabilidad y sostenibilidad?: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/cual-es-la-diferencia-entre-sustentabilidad-y-sostenibilidad/>
- SE. (26 de Mayo de 2020). *Secretaría de Economía*. Obtenido de Comercio Exterior, Organismos Multilaterales: <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-organismos-multilaterales?state=published>
- SEMARNAT. (2018). *Gobierno de México*. Obtenido de Diferencia entre sustentable y sostenible: <https://www.gob.mx/semarnat/articulos/diferencia-entre-sustentable-y-sostenible>

CAPÍTULO IX

REUBICACIÓN DE LA CADENA Y PROPUESTA DE VALOR A TRAVÉS DEL NEARSHORING

Autores

Pérez Prieto Salomé; Ruiz Blanco José Andrés; Fragoso Terán María Esther;
Sentíes Santos María Eugenia; Fernández Arrazola Zoila Luz de los Ángeles

RESUMEN

Los retos globales que las empresas enfrentan para lograr competitividad empresarial son entre otros: atender ejes transversales que buscan el cumplimiento de los objetivos de la Agenda 2030 de la ONU, la transformación digital con la automatización de procesos a través de la inteligencia artificial y marketing digital, cambios radicales en tecnologías de comunicación e información, adopción de redes sociales como estrategias de posicionamiento y venta, diseños web para la experiencia del usuario, gestión e ingeniería de datos, descentralización de operaciones, formatos híbridos y flexibles de trabajo, reubicación de cadenas de valor (nearshoring); y la transición a empresas inteligentes.

Por décadas la estrategia de operación de proveeduría de valor y cadena de suministro fue a través del offshoring cuyo principal beneficio era la reducción de costos por la migración de las operaciones a países que significaban menor costo y por lo tanto más alto beneficio. La estrategia cambió y se apresuró esta conclusión con los efectos de la pandemia en donde el nearshoring se convirtió en la opción ideal para la diversificación de operaciones, un más amplio alcance en territorio comercial y mayor impacto en las transacciones comerciales y beneficios al cliente interno y externo de una organización.

ABSTRACT

After COVID pandemic experience lived around the world in 2019, value and supply chain changed the way business established strategies to fulfill global competitiveness challenges. Problems arose in the value chains, such as interruptions in the flow of intermediate inputs around the world, bottlenecks in supply chains, and a general inability to adapt to the needs of a volatile economy, which revealed the need to strengthen global processes of production to guarantee its ability to face unexpected external shocks.

Several events as the situation of Russia's invasion of Ukraine and its impact on goods prices agricultural and energy sectors, also commercial and political stressed tension between China and the United States among others, determine the 180 degree change on decision making to relocate production chains to nearby countries, both geographically and ideological, became an option to have stable productive chains capable of meet the demand for intermediate and final goods and preserve the level of clients and suppliers' loyalty.

Nearshoring refers to the strategy for localizing production activities adopted by transnational companies, it consists of transferring the chains essential productive resources to countries with

geographical proximity and with strong alliances, for the unique purpose of concentrating its productive activity in one country, or in a few countries belonging to the same region

1. INTRODUCCIÓN

Los retos a los que se han tenido que enfrentar las organizaciones para mantenerse en el mercado, operen en el sector público, privado; ámbito nacional o internacional son la capacidad para atender y llevar a cabo transacciones de cualquier recurso bajo la cobertura de una normativa, operatividad y entre ciudadanos globales; usuarios más informados, aunque eso no signifique estar mejor informados, el acceso a información a la rapidez y distancia de un click, cambios en las tecnologías de información y comunicación a una velocidad sin precedentes, re estructuración de modalidades y flexibilidad en jornadas de trabajo, re localización geográficas de procesos productivos, cadena de valor y cadena de suministro como estrategias de ingresos, mercadotecnia, costos y diversificación de opciones geográficas, productos, servicios y experiencias para el mercado final y proveedores.

El nearshoring es la estrategia que ha dejado atrás el offshore para dar oportunidad a las empresas privadas a obtener beneficios y estímulos para ofrecer cercanía de procesos, productos y recursos a sectores en industrias particulares que abonan al crecimiento y desarrollo económico y social de una región.

2. DESARROLLO

NEARSHORING LA ESTRATEGIA DE RE LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA PARA DAR VALOR Y MEJORAR LA CADENA DE SUMIINISTRO.

El nearshoring es la nueva forma de monetizar ganancias y obtener beneficios en diferentes aspectos en la empresa, ya sean logísticos, operativos, o comerciales para ofrecer valor a los clientes, mejorar la proveeduría de productos, realizar una restructura en la producción y tomar decisiones estratégicas en función del costo beneficio para diversificar geográficamente las acciones buscando reducir resultados de escenarios negativos o de riesgo.

Para que esta estrategia se pueda llevar a cabo es necesario que se tomen consideraciones y acciones que atiendan a:

- Considerar la perspectiva legal y normativa que regula el nearshoring.
- Análisis de los incentivos y beneficios fiscales en cada Estado.
- La constitución de sociedades en función de lo que beneficia a cada entidad.
- Apoyo a POA's, y reglas de operación que abonan la identificación de personal para llevar a cabo el proceso.
- Elaboración de contratos y la perspectiva de impuestos al comercio exterior.
- Análisis de factibilidad de la aduana en los estados.
- Establecer los padrones y patrones de importación general y sectoriales.
- Buscar certificaciones de programas específicos de apoyo.
- Análisis de tratados de comercio y acuerdos de participación entre países.
- Propuestas de impuestos directos y precios de transferencia.
- Considerar las obligaciones e implicaciones fiscales.
- Análisis de modelos de negocios y estructuras operativas.

- Garantía de soporte con la aplicación de reglas de impuestos internacionales y tratados de doble tributación.

Además de lo anterior las organizaciones que desean garantizar un exitoso proceso de nearshoring para transformar sus operaciones y cadena de suministro requieren:

Realizar un análisis a detalle de la ubicación que permita conocer la perspectiva operacional con un análisis de costos pertinente para la toma de decisiones en materia de disponibilidad de infraestructura, talento humano, recursos tecnológicos, servicios y redes logísticas.

Realizar un análisis de perspectiva socioeconómica en el que se contemple un análisis de variables relacionadas a seguridad pública, entorno socio-económico, contexto industrial, entre otros.

Determinar los grados y niveles de proveeduría con la correspondiente evaluación del nivel de madurez y preparación de los proveedores, identificación y selección de proveedores. Además de las estrategias para el acercamiento y consolidación de relaciones con nuevos proveedores

Identificar y realizar proceso de reingeniería que provea de modelo operativo de manufactura haciendo un diagnóstico del nivel de madurez de las operaciones actuales de manufactura, estableciendo los programas de optimización de producción, realización del diseño de modelo operativo futuro que incluya todos los recursos de la planta, organización o empresa.

Finalmente determinar la distribución y logística que permita la optimización de redes de distribución y alianzas estratégicas con socios/aliados logísticos.

2.1 NEARSHORING EN MÉXICO

Carlos Sierra (2002, p.1) en el análisis realizado con respecto a las oportunidades del nearshoring en México establece que el impacto de esta estrategia en México ha sido en función de:

- Fortalecimiento de las relaciones bilaterales con Estados Unidos y la mejora en la eficiencia y control de las cadenas productivas y de suministro.
- Aumento de las exportaciones hasta en n 11% anual.
- Entrada al territorio mexicano de más y mejores tecnologías.
- Incremento potencial de la investigación y desarrollo; y por ende de la productividad.
- Aproximadamente se lograría un 4% de incremento en el PIB por la inversión extranjera.
- Incremento de la producción manufacturera que representa un crecimiento en la productividad nacional.

De acuerdo a Zerraga, C. & Cado, Y. (2023, p. 2) a pesar de los daños de la pandemia, la incertidumbre de los mercados por la situación en Europa y la invasión de Rusia a Ucrania y las tensiones en la implementación de acciones para lograr la operatividad del tratado de comercio entre Estados Unidos, Canadá y México, la República Mexicana se ha posicionado como una alternativa competitiva con respecto a otras latitudes que incluso ofrecen menores costos y beneficios fiscales, para la atracción de inversión a través de la instalación de empresas en nearshoring por:

- Principalmente México es un país atractivo a nivel internacional y gracias a los 13 tratados comerciales que tiene firmados, se le abren las puertas a los productos mexicanos en más de 46 países.
- Mano de obra especializada a un menor costo.
- Especialización de procesos de manufactura a un menor costo con mayor impacto y crecimiento en diferentes sectores en varios estados del país.
- Accesibilidad y disposición para facilitar trámites de acceso e instalación.

- Cercanía al territorio estadounidense que facilita el movimiento de mercancía.
- Ventajas en materia de tarifas/ aranceles en gracias a los acuerdos tomados en el Tratado de libre Comercio con Canadá y Estados Unidos.

Expertos en el tema que aunque tiene varios años llevándose dentro de las actividades estratégicas de las organizaciones, no hay tantos estudios que permitan conocer hasta el momento el impacto de las operaciones a corto plazo que como en todo cambio al que se han tenido que adaptar después de pandemia, se pueden mencionar retos, áreas de oportunidad y aprendizaje.

Algunos de los beneficios del nearshoring:

- Disminución en costo de mano de obra
- Bajo costo de aranceles
- Bajo costo logístico
- Reducción en el lead time

Algunas áreas de oportunidad:

- Disponibilidad incierta de mano de obra
- Disponibilidad de materiales
- Fluctuación del tipo de cambio
- No mejora la resiliencia de la cadena

3. CONCLUSIONES

En general, es probable que las organizaciones con procesos de producción con distribución global se vean beneficiados con la regionalización o relocalización de la cadena de suministro (nearshoring) pues las nuevas plantas al establecerse en diferentes regiones geográficas impulsan inversiones adicionales.

Los clientes han cambiado en edad, cantidad de información, nivel de exigencia y control de algunos procesos dentro y fuera de la administración organizacional y hoy en día están empezando a priorizar proveedores y proveduría flexibles.

Los proveedores en las industrias son empresas multinacionales con centros de producción en diferentes regiones y equipos de ventas y que gestionan para operar de forma local en cada mercado. Aunque el nearshoring empieza a identificarse como una estrategia que ofrece una ventaja competitiva, es una más que deberán analizar a detalle emprendedores, empresarios y dueños de negocios al ser sensibles de que los escenarios actualmente son volátiles y cambiantes y se requiere de la resiliencia, y astucia para analizar el estatus que guardan las cadenas de suministro que impacten en los flujos de suministro.

La realidad actual del nearshoring es que permite a diferentes rubros y segmentos de negocios tener la oportunidad de diversificarse geológicamente y beneficiar a diferentes sectores de mercado como el de la salud, energías, hardwares, etc.

REFERENCIAS

Sierra, C. (2019). Nearshoring oportunidades de inversión en México *I*(4), 10-19. Obtenido de <file:///C:/Users/WINDOWS10/Downloads/Nearshoring.pdf>

Zerraga, C. & Cado, Y. (2023). Una estrategia para mejorar la competitividad y resiliencia en la cadena de suministro. PWC. Obtenido de file:///C:/Users/WINDOWS10/Downloads/202307-nearshoring-esp.pdf

Nearshoring oportunidad que desafía a las empresas mexicanas. Insitituto Mexicano para la competitividad. Obtenido de file:///C:/Users/WINDOWS10/Downloads/S2200726_es.pdf

Garrido, C.(2022) “México en la fábrica de América del Norte y el nearshoring”. CEPAL

CAPÍTULO X

EVALUACIÓN DE LA INDUSTRIA TABACALERA MEXICANA EN EL COMERCIO EXTERIOR EN EL AÑO 2022

Autores

Salazar Herrera Marina Elizabeth; Aguirre Bautista Dora Emilia;
Grajales Briscón Blanca Estela; Sánchez Solís Susana; Ruiz Cuevas Adrián de Jesús

RESUMEN

En este estudio se realiza una evaluación de la industria tabacalera mexicana y su incursión en el comercio exterior desde la perspectiva socioeconómica. Se presentan las cifras correspondientes a las exportaciones e importaciones del año 2022 y su lugar dentro del tejido social en México. La industria tabacalera está integrada por organismos que aportan al producto interno bruto tanto por el consumo como por las importaciones y exportaciones siendo el intercambio comercial del tabaco de \$188 millones de dólares de acuerdo con la Secretaría de Economía (2022). El objetivo de este trabajo es mostrar la rentabilidad del sector tabacalero y su aportación a la economía mexicana a través de la siembra y cosecha de la hoja de tabaco, sus beneficios para los agricultores y el sello distintivo que le impone el agricultor a una cosecha muy apreciada en el extranjero. La importancia del estudio del cultivo de la hoja de tabaco en México es debido a la posición que ocupa como parte de la economía nacional, generadora de divisas y como conservador de la cultura en las entidades donde se siembra. Este trabajo contempla dos áreas de estudio: la sociedad y la rentabilidad.

ABSTRACT

This study is an evaluation of the Mexican snuff industry and its incursion into foreign trade is carried out from a socioeconomic perspective. The corresponding figures to exports and imports for the year 2022 and their place within the social fabric in Mexico are presented. The tobacco is made up organizations that contribute to the gross domestic product both through consumption and imports and exports, with the tobacco trade being \$188 million dollars according to the Secretary of Economy (2022). The objective of this work is to show the profitability of the tobacco sector and its contribution to the Mexican economy through the planting and harvesting of the tobacco leaf, its benefits for farmers and the distinctive seal that the farmer imposes on a very appreciated abroad. The importance of the study of tobacco leaf cultivation in Mexico is due to the position it occupies as part of the national economy, generator of foreign currency and as a preserver of culture in the entities where it es planted.

1. INTRODUCCIÓN

El tabaco por más de un siglo ha estado ligado a la vida de los mexicanos en los aspectos económicos, culturales y sociales; así como México, muchos países como Turquía son productores de la hoja de tabaco por ser ésta una importante generadora de empleo e ingresos para los agricultores; además en una alternativa atractiva para aquellos suelos pobres y con escasez de agua, poco rentable para otros cultivos,

de aquí que sea un renglón significativo en las exportaciones y por ende, para la integración del producto interno bruto. La alta calidad del tabaco que produce México es cada vez más cotizada en los mercados internacionales para la fabricación de puros, situación que favorece las exportaciones de este tipo de producto del tabaco y genera gran cantidad de empleos en zonas específicas donde se produce el puro. Hay municipios donde se conjunta la riqueza de la región y se plasma en grandes terrenos fructíferos para la siembra; más del 50% de sus habitantes han visto en los plantíos de tabaco una fuente de ingreso que combinan con el arte de elaborar puros. Hay zonas tabacaleras al 100%, con imagen a nivel internacional por la cosecha del tabaco, la venta de la hoja y el puro hecho a mano, en el Estado de Veracruz existen importantes zonas de tabaco, esto dentro de la República Mexicana.

Los principales estados en México que producen la hoja de tabaco son –en orden de importancia- Veracruz, Nayarit, Chiapas, Guerrero y Jalisco (Sagarpa, 2016), por otro lado, la entidad federativa con más compras internacionales en 2022 fue ciudad de México con US \$8,49M (economía, Gobierno de México, 2022)

Para el desarrollo de la perspectiva social de este estudio, se tomó información in situ, cosecha y proceso de la hoja de tabaco en el Estado de Veracruz, por otro lado, la parte rentable se apoya en información publicada y analizada por diversos organismos relacionados a la industria tabacalera.

2. DESARROLLO

Perspectiva social del tabaco. La principal característica económica del cultivo de tabaco, que por razones técnicas no puede alcanzar un alto nivel de mecanización, es la muy elevada utilización de mano de obra, que puede llegar a las 2,200 horas de trabajo anuales por hectárea. En la Unión Europea, esta actividad emplea alrededor de 200,000 personas en los sectores de producción y transformación. Para el corte y arreglo de las hojas de tabaco se requiere de habilidades aprendidas a lo largo de varias generaciones, por ello se incorpora toda la familia, incluyendo a menores, cuya edad promedio es de cuatro años y medio, encontrándose dos niñas por cada niño. Como es de esperarse, el riesgo de otros problemas de salud asociados con el cultivo y cosecha de tabaco se incrementa dada la presencia de factores como: limitado acceso a los servicios de salud, deficientes condiciones de nutrición, analfabetismo, monolingüismo, bajos ingresos y la falta de servicios básicos.

Las tierras al sureste de México son las que se utilizan para cultivar el tabaco de los puros “ATV”. Dos tipos de plantas de tabaco son utilizadas en la elaboración del puro: el corajo del que se obtienen las hojas para la capa y el criollo de sol, que provee las hojas para la tripa y el capillo.

La producción y el comercio del tabaco a nivel mundial se basa fundamentalmente en que las labores comerciales son una mezcla de hojas de tabaco de diversos orígenes, cuyas calidades vienen determinadas por numerosos factores naturales o tecnológicos, como: calidad de la variedad, clima, suelo y agua de riego, técnicas de cultivo, abonado y la tecnología de la transformación como el curado, fermentación y almacenamiento (Escuder, 1938), el área de cultivo representa en promedio el 0.04 por ciento del área total y se ha mantenido estable desde hace más de 20 años. Sin embargo, el número de hectáreas cosechadas se ha reducido sensiblemente pero el rendimiento por hectárea ha permanecido bastante estable, alrededor de 1.7 toneladas por hectárea; hay que separar el área de cultivo del área de producción, debido a que la producción de la hoja de tabaco se ha visto afectada por los precios bajos que se manejan a los productores, el incremento en las importaciones y además se debe de considerar

que la Organización Mundial de la Salud ha emprendido una campaña en contra del tabaquismo al igual que en México donde se ha prohibido fumar en casi todos los lugares públicos, sean cerrados o abiertos. En este aspecto, las campañas publicitarias producto de las regulaciones y disposiciones gubernamentales en contra del tabaco han mermado el consumo de la hoja de tabaco en México, peso a ello -recientemente- los restauranteros, a través de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac) obtuvieron un amparo para suspender en forma indefinida el decreto de reforma al reglamento de la Ley General para el Control del tabaco que había entrado en vigor en enero del 2023, argumentando que habían bajado en un 30% sus comensales por la falta de espacios para sus entre mesas.

Pese a lo expuesto, la producción y consumo de tabaco en México constituye un problema de salud que causa alrededor de 43 mil muertes por año. Según la Encuesta Global de Tabaquismo en Adultos 14.3 millones de los adultos de 15 años y más fumaban tabaco (GATS, 2015),

Perspectiva rentable de la hoja del tabaco. Las ventas de cigarros nacionales han superado los 60 000 millones de dólares y desde la década de los setenta del siglo pasado se emplean en la industria manufacturera más de 5 000 trabajadores. Sin embargo, México no se encuentra entre los principales productores y exportadores de tabaco y sustitutos a nivel mundial en el 2022, estos son China con US \$7.541 M, Emiratos Árabes Unidos con US \$5.812 M, Polonia con US \$4.440 M, Alemania con US \$3.041M (Orús, 2023).

En términos de ingresos y de capacidad de empleo, los cigarrillos que contienen tabaco han tenido ventas internacionales por más de US\$180M en el 2022 (Gobierno de México, 2022) con un intercambio comercial total de US\$188M incluyendo compras y ventas internacionales. Desde hace varios años, la entidad Federativa en México con más ventas internacionales ha sido la ciudad de México y el principal destino comercial de México con respecto al mundo ha sido, Colombia, Guatemala, Costa Rica, Japón y El Salvador (Secretaría de Economía, 2019).

En cuanto a las compras internacionales de cigarrillos que contienen tabaco para el año 2022, la entidad federativa con más compras internacionales fue ciudad de México con US\$8.49M y el principal origen comercial para el mismo año fue Turquía con US\$2.8M, seguida de Polonia con US\$2.36M, Ucrania con US\$2.18M, Paraguay con US\$908k y Canadá con US\$172k (Secretaría de Economía, 2022).

La participación mexicana en exportaciones globales de cigarrillos que contienen tabaco fue Polonia con US\$4,331M, seguido de Emiratos Árabes Unidos con US\$3,502M y Alemania con US\$4,464M. Los principales países importadores fueron Italia, Alemania y España. Sobre esta misma línea de información, los desperdicios de tabaco en el 2022 fueron de US\$4.9M. En mayo de ese mismo año, las ventas internacionales de Desperdicio de Tabaco fueron de US\$0, mientras que las compras internacionales alcanzaron US\$954k, de aquí que el balance comercial sea de -US\$954k (Secretaría de Economía, 2023).

La balanza comercial de los cigarrillos en México es superavitaria, sin embargo, la industria tabacalera ha registrado una tendencia decreciente de las exportaciones de los cigarrillos, en tanto que la importación de cigarrillos presentó su nivel más bajo en el año 2015 (3.19 toneladas); en el año 2019 la eficiencia básica de la razón valor monetario / volumen en toneladas del comercio es muy similar y cercano a la unidad (0.9647 en exportaciones y 0.9641 para importaciones). Ello da cuenta de que el tabaco importado no es mucho más caro que el producido en el país.

La importación de cigarros en México está sujeta a un arancel del 67 por ciento y se encuentra exento del arancel de exportación. En el año 2019, el 70 por ciento del valor de las exportaciones se destinaron al mercado canadiense, el 15 por ciento al mercado de Colombia y un 11 por ciento a otros mercados centroamericanos (Guatemala, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Honduras y Panamá). Por su parte, el mayor valor de las importaciones provino de Estados Unidos (37 por ciento), Ucrania (31 por ciento) y Turquía (16 por ciento) (Huesca & Sobarzo, 2021, p.5)

En línea con la evidencia internacional, los aumentos de impuestos en México generan un menor consumo de productos de tabaco, mayores beneficios a la salud pública, y al mismo tiempo generan mayor recaudación (Huesca et al., 2020).

3. CONCLUSIONES

Las conclusiones desde la perspectiva social fundamentan la generación de empleos, el legado cultural en algunas regiones de México, la habilidad de algunos grupos para el sembrado y cosecha de la hoja y el equilibrio que busca el gobierno entre el costo de salud y el pago de impuestos. La industria tabacalera está constituida por una serie de organizaciones que buscan hacer rentable su cosecha, como en cualquier otra actividad agrícola, cuidan la siembra, cosecha y hoja que regularmente se levanta de hoja en hoja, cuando mucho pueden cosechar 3 hojas a la vez de la planta.

En función al análisis efectuado relacionado a la rentabilidad, la industria tabacalera crea utilidad con los recursos que posee, por lo que es una alternativa para impulsarla en aquellos lugares donde existen suelos pobres con escasez de agua poco rentable para otros cultivos, no así para el tabaco. La producción de la hoja de tabaco en México es cada vez más cotizada en los mercados internacionales para la fabricación de puros, situación que favorece las exportaciones de este tipo de producto generando empleos en zonas específicas donde se produce.

El cultivo del tabaco y la industria tabacalera provee al fisco de grandes ingresos por lo que se sugiere el diseño de estrategias que permitan sea considerada como una organización formal con sus beneficios y responsabilidades para mantenerse en forma competitiva en un mercado global.

REFERENCIAS

Economía, G. d. (2019). *Intercambio según territorio*. México: Data México.

economía, S. d. (30 de 12 de 2022). *Gobierno de México*. Obtenido de Data México: <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/cigarettes-containing-snuff#intercambio-comercial>

economía, S. d. (30 de 12 de 2022). *Gobierno de México*. Obtenido de Data México: [https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/cigarettes-containing-snuff#:~:text=En%202022%2C%20las%20entidades%20federativas,Canad%C3%A1%20\(US%24172k\)](https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/cigarettes-containing-snuff#:~:text=En%202022%2C%20las%20entidades%20federativas,Canad%C3%A1%20(US%24172k)).

Escuder, C. (1938). *El Tabaco Su cultivo y elaboración*. Barcelona: Espasa-Calpe S.A.

fitosanitaria, D. d. (28 de 02 de 2016). *Secretaría de agricultura, ganadería, desarrollo rural, pesca y alimentación*. Obtenido de Dirección General de sanidad Vegetal: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/759380/Lineamientos_para_la_exportaci_n_de_hojas_de_tabaco_de_M_xico_a_China.pdf

- GATS. (2017). *Encuesta Global de Tabaquismo en Adultos, México 2015*. Washington, D.C. : OPS. Gobierno de México. (30 de 12 de 2022). Obtenido de Data México: [https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/cigarettes-containing-snuff#:~:text=En%202022%2C%20las%20entidades%20federativas,Canad%C3%A1%20\(US%24172k\)](https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/cigarettes-containing-snuff#:~:text=En%202022%2C%20las%20entidades%20federativas,Canad%C3%A1%20(US%24172k).).
- Huesca, L., & Sobarzo, H. L. (2021). *Los impactos macroeconómicos de los impuesto al tabaco*. . CDMX: Centro de investigaciones en Alimentación y desarrollo .
- Orús, A. (7 de 11 de 2023). *Bienes de consumo*. Obtenido de principales países exportadores de tabaco y sustitutos a nivel mundial en 2022: <https://es.statista.com/estadisticas/912654/paises-lideres-exportadores-de-tabaco-y-sustitutos-a-nivel-mundial/>
- Secretaria de Economía. (30 de 05 de 2023). Obtenido de Data México: <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/snuff-waste>

CAPÍTULO XI

ENFOQUE ESTRATEGICO: SELECCIÓN DE MERCADO META PARA LA EXPORTACIÓN DE BOLSAS TEXTILES ARTESANALES MEXICANAS

Autores

Pérez Solórzano Jesús Manuel; Rocha Herrera Andrés;
Veneroso Bravo Daniela; Alonso López Luis Moisés; Maceda Rodríguez María Elena

RESUMEN

Este artículo se sumerge en el proceso estratégico de selección del mercado meta para la exportación de textiles a Madrid, España. Abordando factores clave como regulaciones aduaneras, preferencias culturales, ubicación y el análisis destaca la importancia de una comprensión profunda del entorno comercial. Desde la adaptación cultural hasta el manejo logístico eficiente, se exploran estrategias esenciales para sobresalir en el mercado madrileño. Este estudio ofrece una guía práctica para empresarios y exportadores, subrayando la necesidad de una aproximación integral y adaptativa para maximizar el éxito en la exportación de estas piezas como lo son las bolsas textiles a la vibrante capital española.

ABSTRACT

This article dives into the strategic process of selecting the target market for the export of textiles to Madrid, Spain. Addressing key factors such as customs regulations, cultural preferences, location and the analysis highlights the importance of a deep understanding of the business environment. From cultural adaptation to efficient logistics management, essential strategies are explored to stand out in the Madrid market. This study offers a practical guide for entrepreneurs and exporters, highlighting the need for a comprehensive and adaptive approach to maximize success in the export of these pieces such as textile bags to the vibrant Spanish capital.

1. INTRODUCCIÓN

La artesanía mexicana, las bolsas textiles de origen artesanal se destacan como expresiones auténticas de la rica herencia cultural del país. Este legado de creatividad y destreza artesanal se fusiona en cada hilo, creando piezas únicas que cuentan historias de tradición y autenticidad. En este contexto, la selección del mercado meta para la exportación de estas bolsas adquiere un papel fundamental, no solo como un proceso comercial, sino como un puente cultural que conecta las manos hábiles de los artesanos mexicanos con los corazones y gustos de los consumidores internacionales. Enfrentándonos a un mundo cada vez más interconectado, la exportación de bolsas textiles artesanales mexicanas representa una oportunidad emocionante para compartir la belleza de la cultura y el arte con audiencias globales. Esta exploración va más allá de simplemente llevar productos al extranjero; implica descubrir y entender los matices de diferentes mercados, adaptarse a sus preferencias y, en última instancia, tejernos en las telas de las comunidades lejanas. En este viaje de selección de mercado meta, nos sumergiremos en los

desafíos y estrategias intrínsecos a la exportación de estas bolsas, explorando cómo la cuidadosa elección de destinos puede potenciar no solo el crecimiento económico, sino también la apreciación global por la maestría artesanal y la riqueza cultural de México.

2. DESARROLLO

La exportación de textiles a Madrid, España, no solo implica la simple transacción de productos, sino que requiere una cuidadosa planificación y selección del mercado meta. Este proceso estratégico es crucial para garantizar el éxito en un entorno comercial tan diverso y dinámico como el español. La selección del mercado meta para la exportación de bolsas artesanales, es un proceso que requiere una combinación de análisis, adaptación cultural y estrategias de marketing efectivas. Con una atención a estos elementos, los exportadores pueden no solo ingresar al mercado español con éxito, sino también establecer una presencia duradera y rentable.

Barreras arancelarias y no arancelarias

Las barreras arancelarias para importar textiles a Madrid, España, pueden variar según varios factores, incluyendo el valor, el país de origen, el tipo de material y el acuerdo comercial vigente (exteriores, 2022). El arancel común de la Unión Europea, para productos importados de fuera de la UE. España y la UE tienen acuerdos comerciales de libre comercio con varios países, lo que puede afectar las tasas arancelarias. Por ejemplo, el acuerdo entre la UE y México puede influir en los aranceles para productos mexicanos. El valor aduanero de las bolsas, incluyendo el costo de las bolsas, el flete y el seguro. Hay que declarar el valor de manera precisa y transparente. Por otra parte, El IVA (Impuesto sobre el Valor Añadido), se debe pagar el IVA al importar las bolsas a España.

Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias para textiles a Madrid, España, el Arancel Común de la Unión Europea (UE), como ya se sabe, España forma parte de la Unión Europea (UE), que tiene un arancel común para productos importados de fuera de la UE (Forbes, 2021). España y la UE tienen acuerdos de libre comercio con varios países, lo que puede influir en las tasas arancelarias. Por ejemplo, el acuerdo entre la UE y México. También, el valor aduanero, que incluye el costo, el flete y el seguro, para calcular los aranceles. Se debe declarar el valor con precisión y transparencia. Dependiendo de las características de las bolsas, como el material o el uso previsto, podrían aplicarse regulaciones específicas que afecten los aranceles. Además de los aranceles, se debe pagar el IVA al importar las bolsas a España. El tipo de IVA varía según el tipo de producto y su valor. La documentación aduanera, tener la documentación aduanera adecuada, que puede incluir facturas comerciales, conocimientos de embarque, certificados de origen y otros documentos que respalden la importación legal de las bolsas. Un agente de aduanas o un asesor especializado en importaciones será útil para garantizar el cumplimiento de los requisitos aduaneros y minimizar costos innecesarios.

Barreras no arancelarias

España y la unión europea tienen normativas estrictas relacionadas con la calidad y seguridad de los productos importados. Esto se aplica a factores como la composición de los materiales, los estándares de fabricación y las etiquetas de los productos. Normativas Sanitarias, estas regulaciones se centran en la prevención de plagas y enfermedades. Normativas de etiquetado, cumplir con las regulaciones de etiquetado que exige la UE. Esto incluye proporcionar información clara y precisa sobre la composición

del producto, instrucciones de cuidado y advertencias si es necesario. Para ciertas categorías de productos, como los productos textiles, se puede requerir el marcado CE (Conformité Européenne) para demostrar que cumplen con los estándares de la UE. Proporcionar la documentación aduanera completa y precisa. La falta de documentación o información incorrecta puede dar lugar a demoras en la aduana. Protección de la propiedad intelectual, España y la UE protegen los derechos de autor y las marcas registradas. Se debe tener un cumplimiento ambiental, como regulaciones ambientales y de sostenibilidad, además de regulaciones de residuos y reciclaje ya que en España y la UE tienen regulaciones específicas sobre la gestión de residuos y el reciclaje. También, las autoridades aduaneras pueden llevar a cabo inspecciones aleatorias o programadas en las mercancías importadas. Donde se debe estar preparado para que se realicen inspecciones y cumplir con los procedimientos correspondientes.

Mercado objetivo

El mercado objetivo para vender las bolsas en Madrid, España, puede ser diverso pero un factor a tomar en cuenta es que recibe millones de turistas de todo el mundo cada año. Los turistas que visitan la ciudad buscan recuerdos y productos auténticos del país que están visitando. Es una ciudad con interés por la moda y diseño que está en crecimiento (Zuñiga, 2020). Las personas que aprecian productos hechos a mano y artesanía pueden ser un mercado objetivo.

Madrid tiene una comunidad mexicana y latinoamericana significativa. Las bolsas artesanales mexicanas pueden ser un vínculo emocional con la cultura de origen y un elemento de conexión con la comunidad (Quintana, 2022). Las tiendas que se especializan en productos étnicos y artesanales pueden ser un canal de distribución efectivo. Estas tiendas a menudo buscan productos únicos y auténticos para ofrecer a sus clientes. Por otra parte, existen estrategias de marketing digital para promocionar las bolsas artesanales tanto a nivel nacional como internacional. Participar en ferias, mercados de artesanía y eventos culturales en Madrid permitirá llegar a un público interesado en los productos artesanales y culturales.

Ubicación, longitud y superficie

España es un país situado en el suroeste de Europa y ocupa la mayor parte de la península ibérica, compartiendo fronteras con Portugal al oeste y Francia al norte. Además de la península ibérica, España incluye dos archipiélagos: las Islas Baleares en el mar Mediterráneo y las Islas Canarias en el océano Atlántico, así como dos ciudades autónomas en el norte de África, Ceuta y Melilla. España se extiende a lo largo de aproximadamente 1.000 kilómetros de este a oeste y alrededor de 850 kilómetros de norte a sur en su punto más ancho. La superficie total de España es de aproximadamente 505,990 kilómetros cuadrados con base al sitio web oficial de turismo de España (2023). Esto la convierte en el cuarto país más grande de Europa en términos de superficie, después de Rusia, Ucrania y Francia. Es importante mencionar que España tiene una geografía diversa, que incluye montañas, como los Pirineos y la Sierra Nevada, llanuras fértiles, extensas costas en el mar Mediterráneo y el océano Atlántico, y una variedad de paisajes naturales. Su ubicación geográfica y diversidad hacen de España un país con una gran riqueza geográfica y cultural.

A continuación, en la imagen 1 se muestra la ubicación geográfica de España:

Imagen 1. Ubicación geográfica de España.



Fuente: Google Maps.

Población

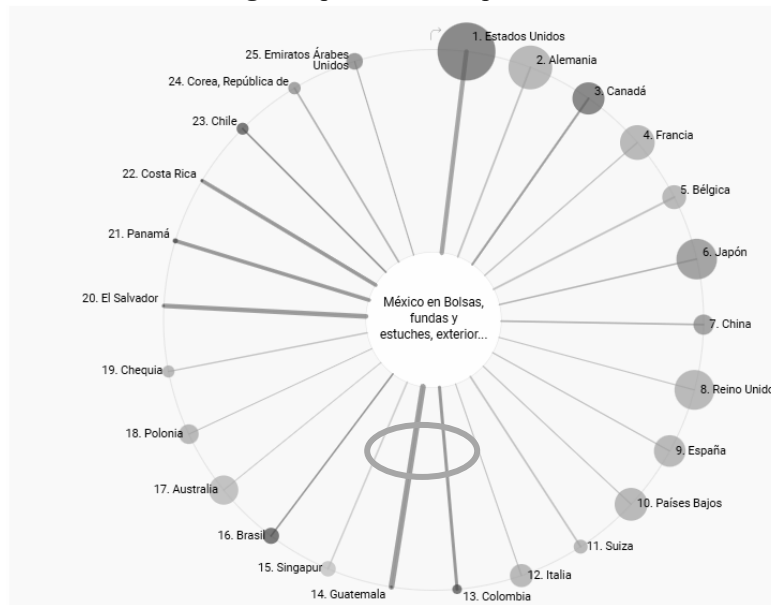
Con base al instituto nacional de estadística hasta su última actualización que fue en julio del presente año, señala que en España son 48,345,223 millones de los cuales 23,679,090 son del género masculino y 24,679,090 son femenino (estadística, 2023).

Perfil del consumidor

El perfil del consumidor de bolsas artesanales mexicanas en Madrid, España puede ser el interés en la artesanía y la cultura mexicana (Calvo, 2022). Los consumidores que compran bolsas artesanales mexicanas en Madrid suelen tener un interés en la artesanía y la cultura mexicana. Valorarán la autenticidad y la historia detrás de cada bolsa, y también personas que aprecian la calidad y la duración de las bolsas (Vazquez, 2021). Los compradores de bolsas artesanales a menudo buscan productos de alta calidad y duraderos. La preocupación por el medio ambiente y la responsabilidad social puede ser un factor importante para tomar en cuenta. El mercado de bolsas artesanales es limitado al género femenino por sus diseños y estilo. Por otra parte, el rango de edad amplio desde los 12 años hasta los 80 años. Compradores en línea y en tiendas físicas. Algunos consumidores pueden preferir comprar en línea, mientras que otros pueden disfrutar de la experiencia de visitar tiendas físicas para ver y tocar las bolsas antes de comprar. Los turistas y residentes en Madrid, que busquen recuerdos auténticos de su viaje como a residentes que aprecian la artesanía mexicana (KPMG, 2020). Los consumidores de origen latinoamericano o mexicano pueden sentirse identificados con las bolsas mexicanas y comprarlas como una forma de mantener su vínculo con su cultura de origen (mano, 2023). Además, las personas con una fuerte afición por la moda y el estilo personal pueden estar interesadas en bolsas únicas que les ayuden a destacar. Eventos especiales y regalos, pueden buscar bolsas artesanales mexicanas como regalos para ocasiones especiales, como cumpleaños, aniversarios o bodas.

A continuación, en la Imagen 2 se observa el potencial del país destino, que ocupa un lugar importante dentro de los primeros diez lugares como potencial de exportación.

Imagen 2: potencial de exportación.



Fuente: (Export Potential, 2023).

3. CONCLUSIONES

Este artículo tiene como conclusión, un enfoque estratégico para analizar y orientar la selección del mercado meta en el contexto de la exportación de bolsas textiles artesanales mexicanas. Es importante tomar en cuenta las complejidades del proceso, destacando la importancia de la adaptación cultural, la comprensión de las regulaciones internacionales y la implementación de estrategias de marketing efectivas. Con un enfoque estratégico, esta selección no solo maximiza las oportunidades comerciales, sino que también demuestra la riqueza cultural y artística de México en mercados internacionales.

REFERENCIAS

- Calvo, R. (2022). *Tendencias del consumidor español*. Madrid, España: Inmark.
- España, P. o. (2023). *Spain.Info*. Obtenido de <https://www.spain.info/es/descubrir-espana/datos-espana-geografia-paisaje/> estadística, I. n. (08 de 08 de 2023). *INE*. Obtenido de https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177095&menu=ultiDatos&idp=1254735572981
- exteriores, R. (24 de 05 de 2022). *embamex*. Obtenido de <https://embamex.sre.gob.mx/espana/index.php/asuntos-economicos/como-exportar-a-espana>
- Forbes, M. (19 de 01 de 2021). *México Forbes*. Obtenido de México Forbes: <https://www.forbes.com.mx/negocios-relaciones-comerciales-de-espana-y-mexico-reactivacion-economica/>
- KPMG. (15 de 07 de 2020). *KPMG*. Obtenido de KPMG: <https://kpmg.com/es/es/home/sala-de-prensa/notas-de-prensa/2020/07/consumidor-espanol-selectivo-concienciado.html>
- mano, H. a. (2023). *Casa de Mexico*. Obtenido de Casa de Mexico: <https://www.casademexico.es/hecho-a-mano/>

Quintana, L. d. (22 de 11 de 2022). *EL economista*. Obtenido de El economista: <https://www.eleconomista.es/mercados-cotizaciones/noticias/12049093/11/22/Espana-invierte-12000-millones-de-euros-por-ano-en-America-Latina.html>

SECTION, T. &. (19 de November de 2023). *Export Potential*. Obtenido de Export Potential Map: <https://exportpotential.intracen.org/es/markets/analyze?fromMarker=i&exporter=484&toMarker=j&whatMarker=k&what=420292>

Vazquez, M. (2021). *Arte a mano*. Obtenido de Arte a mano: <https://arteamano.mx/>

Zuñiga, E. D. (09 de 2020). *IG*. Obtenido de IG: <https://www.ig.com/es/estrategias-de-trading/el-mercado-bursatil-espanol---que-bolsas-de-valores-hay-en-espan-190702>

CAPÍTULO XII

IMPORTANCIA DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL COMERCIO EXTERIOR

Autores

Ramírez García Melany Alexa; Salas Parada Beatriz Eugenia;
Juárez Gómez Guadalupe; Barradas Troncoso Dora Silvia, Rosa María Vaca Espino

RESUMEN

Las economías a nivel mundial se encuentran en una constante transformación ocasionada por las exigencias de los mercados, competencia en sus sectores económicos, innovaciones en los bienes y servicios que ofrecen. El comercio exterior marca y guía el camino de aquellas empresas que mueven mercancías en un intercambio comercial, mostrando ciertos desafíos en las áreas de operación. Por lo anterior la Inteligencia Artificial está rediseñando la actividad y posibilidad de obtener mejores resultados en el área del Comercio Exterior, está siendo impulsada para eficientar y automatizar los procesos, mejorar cadena de suministros, procedimientos, reducción de costos, análisis de datos que se generan desde la perspectiva global de las operaciones comerciales.

El presente documentos tiene como objetivo abordar desde una revisión sistemática la importancia de emplear la IA en el Comercio exterior, en primer lugar; se expone los temas relacionados con la IA, comercio exterior y la Inteligencia Artificial más sobresaliente en la actividad del Comercio Exterior.

ABSTRACT

Economies worldwide are undergoing a constant transformation caused by market demands, competition in their economic sectors, innovations in the goods and services they offer. Foreign trade marks and guides the path of those companies that move goods in a commercial exchange, showing certain challenges in the areas of operation. For this reason, Artificial Intelligence is redesigning the activity and possibility of obtaining better results in the area of Foreign Trade, it is being promoted to streamline and automate processes, improve supply chains, procedures, cost reduction, analysis of data generated from the global perspective of commercial operations.

The purpose of this document is to address from a systematic review the importance of using AI in Foreign Trade, firstly; the topics related to AI, foreign trade and the most outstanding Artificial Intelligence in the activity of Foreign Trade are presented.

1. INTRODUCCIÓN

La inteligencia artificial está trascendiendo a pasos agigantados, este documento muestra énfasis en la importancia de la Inteligencia Artificial en el Comercio Exterior, si bien el comercio exterior es aquel intercambio de bienes o servicios a través de diferentes países o mercados, segmento que se ha puesto a la vanguardia para ofrecer mejores servicios a través de una herramienta que está permitiendo potencializar dichos mercados. La Inteligencia Artificial es aquella tecnología que busca imitar la inteligencia humana demostrando capacidad para realizar actividades que anteriormente solo los

humanos podían desarrollar. Para conocer lo valioso que genera dicha inteligencia en una rama de la economía tan significativa como lo es el comercio exterior es de vital importancia tener conocimiento de aquellos aspectos donde se genera un área de oportunidad y sobre todo una ventaja competitiva los cuales se exponen a lo largo de este contenido.

2. DESARROLLO

Concepto de Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial (IA), es un campo científico que se dedica a planificar, desarrollar y analizar sistemas capaces de replicar el poder cognitivo del ser humano. La IA también se refiere a la tecnología que se implementa en un sistema para recolectar datos, estudiarlos y brindar soluciones efectivas a problemas complejos. Los sistemas con base en la IA pueden identificar, entender y responder a oraciones verbales y escritas, analizar datos, dar recomendaciones y mucho más. (López, 2023)

Por su parte Escolano et al. (2003), citado por Recuenco y Reyes (2020) indican que se puede pensar en inteligencia artificial como en aquella ciencia que incorpora conocimiento a los procesos o actividades para que éstos tengan éxito. Mientras que Mathivet (2018) señala que “la inteligencia artificial permite dotar a un sistema de un mecanismo que le permite simular el comportamiento de un ser vivo, comprenderlo mejor o incluso adaptar su estrategia a cambios y modificaciones en su entorno”.

Según Alami (2023), precisa que la IA es una rama de la informática que se centre en la creación de algoritmos y sistemas que imitan la inteligencia humana. Estos sistemas pueden aprender, razonar y tomar decisiones basadas en datos.

En virtud de lo anterior podemos definir que la inteligencia artificial es aquella que mediante el uso de algoritmos y datos intenta replicar la inteligencia humana de tal modo que contribuye a facilitar cada vez más las actividades que suceden día con día en el mundo de los negocios, ciertamente se está convirtiendo en una de las herramientas más empleadas en las organizaciones, si bien contribuye a la optimización de procesos, reducir costos, generar o desarrollar prototipos que permitan ejecutar de manera más sencilla y eficiente acciones, básicamente es una combinación de dos inteligencias la humana y la artificial en donde generan resultados demasiados significativos para la sociedad conduciendo a lograr grandes avances en el uso de la tecnología.

La IA en las organizaciones

La inteligencia artificial se encuentra presente dentro de las organizaciones en sus diversas áreas, sin embargo, la forma en la que se aplica depende del sector al cual pertenezca la organización y que tanto podría potencializarse con una herramienta tan útil como lo es la IA.

La IA a grandes rasgos se aplica en:

- Automatización de procesos. En primera instancia podemos encontrar su aplicación en la automatización de procesos y servicios, cuya finalidad es permitir que las organizaciones lleven a cabo sus procesos de manera eficaz y eficiente, cuando se aplican este tipo de herramientas se tiene como consecuencia algo muy importante y significativo que es la reducción de errores lo cual ocasiona que los procesos fluyan de manera correcta evitando así generar costos que no están contemplados y sobre todo no son favorables.

- **Análisis de datos avanzados.** Otro recurso sustancial de la IA en las organizaciones es su capacidad de realizar análisis de datos avanzados. Con algoritmos de aprendizaje automático, es posible identificar patrones y tendencias ocultas en grandes conjuntos de datos, brindando información valiosa para la toma de decisiones fundamentadas. Esto permite que las organizaciones comprendan mejor su mercado, clientes y competidores, facilitando la identificación de oportunidades comerciales y el desarrollo de estrategias más efectivas. (Zenvia, 2023).
- **Planificación de estrategias.** Con la IA las organizaciones pueden ejecutar planificaciones estratégicas más eficientes utilizando todos aquellos datos que previamente ya fueron analizados, lo cual servirá para identificar patrones y futuras demandas, ciertamente eso generara que la organización esté preparada para implementar sus estrategias de producción capaces de cubrir la demanda, es importante hacer hincapié que realizar planificaciones estrategias sobre todo del área productiva permite maximizar oportunidades y sobre todo colocar a la organización en el mercado.
- **Atención al cliente.** A través del empleo de asistentes virtuales se mejora la atención y sobre todo la experiencia del cliente, accediendo que estos tengan la accesibilidad a un interfaz de respuesta rápida y sin ambigüedades que permitan que su experiencia sea más satisfactoria, si bien son una herramienta muy útil pues actualmente estos chats permiten dar respuesta rápida a dudas lo cual resulta muy bueno para el cliente, pues sienten que sí se le brinda la atención e importancia.
- **Toma de decisiones.** Gracias a la IA las organizaciones pueden emplear un gran análisis de datos en tiempo real lo cual genera que las empresas tengan un panorama amplio de lo que está sucediendo en el preciso momento, lo cual permite que se tomen decisiones estratégicas y basadas en datos verídicos y concisos que generaran decisiones útiles y benefactoras.

Por su parte Pimentel (2020), citado por Recuenco y Reyes (2020), la IA tiene las siguientes áreas de aplicación:

- **Área de marketing;** El área de marketing tendrá más dinamismo y eficiencia en los procesos que ejecuta debido a que la inteligencia artificial que emplea será mediante máquinas y programas capaces de resolver situaciones en poco tiempo revisando todo tipo de análisis referentes a tareas, creación de informes, campañas publicitarias, gestión de redes sociales, etc.
- **Área de ventas:** Las ventas recibe enorme apoyo de la inteligencia artificial, dado que obtiene los instrumentos para ser más eficaces en el proceso de ventas, gestión de cartera de clientes, identificación de posibles leads, coaching de ventas, maximización de rutina diaria del vendedor, diseño de contactos y otros. Es de utilidad gracias al machine learning (aprendizaje automático) y su capacidad de ayuda de datos y pronósticos.
- **Área de logística:** En esta área se hallan los robots con inteligencia artificial y software que ayudan a precisar los procesos de gestión logísticos, ya que reducen los costos, trabajo repetitivo y la ejecución de tareas riesgosas. Entre sus ventajas están la capacidad de estudiar mejores rutas logísticas y hacer el seguimiento del proceso en tiempo real, derivando en la reducción de tiempos de entrega con un proceso más eficiente, aparte del apoyo que da en la gestión de operaciones de almacenes gracias al empleo de robots que usan tecnología muy avanzada y logrando mantener en orden los almacenes.

- Área de finanzas: Desarrollan estrategias comerciales exactas gracias a los análisis de datos que hace para luego otorgar valiosos insights (perspectivas) y tomar una mejor decisión. Los algoritmos de machine learning mejoran la eficiencia financiera dado a que hacen operaciones de trading (comercio) en alta frecuencia, aprueban créditos, otorgan ratings (calificaciones) a los créditos, gestionan portafolios y obtienen rentabilidad esperada, detección de intentos de fraude, otorgan seguros de clientes en poco tiempo y hacen el análisis de los perfiles de los clientes.

- Área de atención al cliente: En este terreno la inteligencia artificial provee los instrumentos consistentes en una gama de productos, como asistentes, virtuales que facilitan los procesos de atención y solución de consultas, reclamos e inquietudes de clientes de forma óptima y sostenible. Facilitan a las empresas ser productivas y reducir costos en el sector. Permiten atender a cualquier hora, capacidad de atención de clientes de cualquier país, reducir tiempos y costes, capacidad de obtener y clasificar toda información obtenida del cliente para ser estudiada y mejorar su fidelidad. Pp.303-304.

Tal como lo menciona Sadiku, et al., (2020), citado por López y Peña (2023), desde una perspectiva empresarial, es evidente que, con el uso de las herramientas de la inteligencia artificial, empresas de todo tipo y tamaño pueden mejorar su capacidad de toma de decisiones. Además, las aplicaciones de la inteligencia artificial en el entorno empresarial impacta profundamente todos los aspectos de la empresa y se usan en diferentes áreas como marketing, finanzas, contabilidad, recursos humanos, logística (cadena de suministro), procesos de automatización, análisis de datos y procesamiento del lenguaje natural.

Según Torres R & Díaz (2022), resaltan que el uso de la IA no se limita simplemente a la adopción de tecnologías, sino que implica dotar de inteligencia a las empresas. El aprendizaje profundo, en particular, permite extraer patrones a partir de múltiples capas de procesamiento de información no lineal, lo que facilita la personalización y adaptación de productos y servicios a las necesidades y preferencias de cada cliente, estos resultados evidencian cómo la IA se ha convertido en un factor determinante para impulsar la transformación digital de los modelos de negocios, ofreciendo ventajas competitivas y mejorando la experiencia del cliente.

Las organizaciones han reconocido cada vez más las importantes oportunidades de negocio que se derivan al adoptar la inteligencia artificial con el objetivo principal de impulsar la competitividad, reingeniar sus productos y/o servicios o el replanteamiento de sus estrategias empresariales (Campbell, et al.,2020).

Siguiendo un orden de ideas se aborda el tema de comercio exterior en dónde se identifican las IA para su uso.

Comercio Exterior

Uno de los sectores que ha impactado significativamente la IA es en el comercio exterior siendo este de acuerdo con Martín y Gormaz (2014) el intercambio de mercancías y de servicios entre empresas ubicadas en diferentes países (entre residentes y no residentes). Cuando se habla del intercambio entre naciones el concepto recibe nombre de Comercio Internacional.

Si bien el comercio exterior dentro de la relación de intercambio involucra tres elementos, los cuales son los bienes, que ciertamente es aquella mercancía tangible, es decir que tiene tamaños, formas, volumen, entre otras características que básicamente nos indican que podemos ver y tocar el producto, por otra parte tenemos otro elemento fundamental que son los servicios, los cuales podemos determinar como

aquellos que son una prestación de alguna actividad, es decir, son un bien intangible ya que evidentemente no podemos apreciarlo físicamente, sin embargo conocemos la existencia y sus beneficios del servicio sobre el cual se trate y por último tenemos el tercer elemento importante el cual es el capital, ciertamente es el efectivo que permite y promueve dicho intercambio de mercancías o servicios, teniendo en cuenta que las divisas juegan un papel importante dentro del comercio las cuales se determinan de acuerdo con el país o países que se encuentren realizando dicho intercambio.

De acuerdo con Martín y Gormaz (2014) la operatividad del comercio exterior es muy simple puesto que no es otra que la de una relación de intercambio en donde un vendedor y un comprador se intercambian bienes y servicios por un montante económico (dinero) o por otros bienes y servicios (trueque). Ciertamente dentro de la operatividad se encuentran las aduanas que juegan un papel fundamental, haciendo hincapié en este término son aquellas instalaciones designadas para controlar el ingreso y egreso de mercancía que entra a un país o territorio, dentro del comercio exterior podemos encontrar dos tipos de aduanas más comunes las cuales son las de importación y exportación.

Ventajas de la IA en el Comercio Exterior

La inteligencia artificial ha generado un impacto notable en el comercio exterior, es por ello que se destaca la importancia de su aplicación en esta rama, gracias a dicha inteligencia se ha podido establecer un esfuerzo significativo mediante la optimización, eficiencia y eficacia con énfasis en la cadena de suministros beneficiando a la organización en poseer un mejor panorama acerca de cuáles serán los requerimientos en cuanto a materiales y productos, permitiendo tener una optimización en el inventario y en base a ello una reducción en los costos, desde luego otra de las áreas que se ha beneficiado con el uso de la IA es la de logística, ciertamente el análisis de datos que emplea la IA accede a diseñar mejores estrategias en las rutas de entrega eficientes evitando situaciones de retraso, puesto que con el análisis de la información se logra la capacidad de prever factores que puedan perjudicar la logística y de tal manera que se obtengan estrategias optimas cuyos resultados sean los más viables.

Otra ventaja que es crucial es el mejoramiento en la toma de decisiones, es importante hacer hincapié que este factor apoya a que la IA tenga la capacidad de recolectar y analizar una enorme cantidad de datos en tiempo real; y a su vez generar decisiones estratégicas basadas en datos relevantes para la organización. De manera general la IA otorga el beneficio en diversas áreas como lo son la comunicación efectiva entre los componentes de la cadena de suministros, tener un mejor sistema de control, una precisión en el inventario y gracias al análisis de datos a gran escala una mejor predicción de riesgos.

Mediante una revisión de la literatura a continuación, en la tabla núm.1 se describen la IA más frecuentes en la actividad del Comercio Exterior.

Tabla 1. Inteligencia Artificial en la actividad del Comercio Exterior.

Herramientas	Descripción
Chat GPT	Identifica las dinámicas de movimiento de las mercancías con las cuales se comercia ya sea en el propio país o en el extranjero.
Chatbots	Utilizado para proporcionar atención al cliente en tiempo real, para personalizar la experiencia del usuario y para automatizar tareas, como la gestión de pedidos.
Tecnologías de apoyo en la IA	
Software CRM (Customer Relationship Management)	Efectúa una gestión eficiente de la cadena de suministro, el registro y análisis de la información relacionada con los clientes permite a las empresas optimizar sus procesos y ofrecer un servicio más rápido y personalizado.

Plataformas de Comercio Electrónico	Facilitan la venta y compra de bienes y servicios en línea, incluidas transacciones internacionales.
Sistemas de Gestión Empresarial (ERP)	Los sistemas ERP integran procesos empresariales clave en una única plataforma.
Plataformas de Gestión Aduanera	Facilitan el cumplimiento de normativas aduaneras y regulaciones Comerciales.
Sistemas de Rastreo y Localización	Utilizan tecnologías como GPS para rastrear la ubicación de envíos y productos.
Sistemas de Análisis Predictivo	Analizan datos para prever patrones y tendencias en la demanda y la cadena de suministro.
Block Chain (Cadena de Bloques)	Manejo de todas las etapas del proceso de despacho en aduanas, desde la gestión del manifiesto de carga, hasta las órdenes de entrega de bienes por la aduana, pasando por el control de carga en almacenes, procesamiento de declaraciones de mercancías, las liquidaciones y pagos electrónicos por impuestos y servicios.
Big data	Datos/información que se genera y procesa en el comercio exterior.
Robótica	Los robots pueden utilizarse en los procesos de carga y descarga de mercancías, lo que permite una mayor eficiencia y reduce el riesgo de accidentes.
Internet de las cosas	La tecnología del Internet de las cosas puede utilizarse para conectar los diferentes dispositivos y sistemas en los puertos, lo que permite una gestión más eficiente y segura.
Sistemas de vigilancia avanzados	Utilizan sistemas de vigilancia avanzados, que incluyen cámaras de alta resolución, sensores de movimiento y sistemas de reconocimiento facial.

Fuente: Alami, webfontaine, revista seguridad 360, Peñaflores (2023).

3. CONCLUSIONES

Es claro que la IA funge un papel significativo dentro del comercio exterior y en cualquiera de las ramas económicas, ya que de manera objetiva está marcando un impacto benéfico en la toma de decisiones, generación de estrategias, análisis y visualización de los mercados así como también en las cadenas de suministros, atención al cliente logrando optimizar tiempos y reducir costos siendo uno de los principales beneficios reflejados gracias al uso e implementación de la IA resultado que desde hace ya varias décadas se han alcanzado, fomentar la aplicación de IA en el comercio exterior proporciona un área de oportunidad en aquellas actividades que con anterioridad generaban atrasos en cuanto a tiempo y costos que desde luego no son favorables desde un punto de vista administrativo.

El comercio exterior como facilitador del intercambio de bienes y servicios es significativo trabajar en conjunto con la inteligencia artificial ya que contribuye a mejorar sus procesos, reducir costos al mismo tiempo que sean más eficientes, inclusivos y óptimos.

REFERENCIAS

- Alami Z. (2023). Impacto de la Inteligencia Artificial (IA) en el comercio internacional + guía completa. Disponible en <https://www.internacionalmente.com/inteligencia-artificial/>
- Campbell, C., Sands, S., Ferraro, C., Tsao, H. Y. J., & Mavrommatis, A. (2020). From data to action: How marketers can leverage A Business Horizons,63(2),227-243.
- López, A. M. (2023, 15 agosto). *¿Qué es la inteligencia artificial y cómo empezar a usarla?* Ebac. Disponible en <https://ebac.mx/blog/inteligencia-artificial>
- López A. Peña L. Inteligencia Artificial: el futuro del empleo. (2023). *Revista Lecciones Vitales, I*, lv0103. <https://doi.org/10.18046/rlv.2023.6118>

- Mathivet, V. (2018). Inteligencia artificial para desarrolladores: Conceptos e implementación en C#. 2da Edición. Ediciones ENI, Barcelona, 28 pp
- Martín, M. & Gormaz, R.M. (2014). *Manual práctico de Comercio Exterior: para saber cómo vender en el exterior*.
- Peñaflor; H. A. (2023). Academia en Alta Dirección Logística <https://www.altadireccionlogistica.online>
- Pimentel, G. (2020). La inteligencia artificial y su influencia en la eficiencia del comercio internacional. Tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú, 33-35 pp.
- Recuenco, A., & Reyes, W. (2020). Inteligencia artificial: Camino a un nuevo esquema del mundo. *SCIENDO*, 23(4), 299-308. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2020.036>
- Revista Seguridad 360. Artículo: Puerto inteligente seguro: La transformación tecnológica de los puertos mexicanos. Disponible en <https://revistaseguridad360.com/noticias/puerto-inteligente-seguro-mx/>
- Torres R, A., & Díaz, L. (2022). Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en los Modelos de Negocios Digitales. Instituto Politécnico Nacional (141), págs. 67 - 88.
- Zenvia. (2023, 17 julio). El poder de la inteligencia artificial en las organizaciones. *Zenvia*. Disponible en: <https://www.zenvia.com/es/blog/el-poder-de-la-inteligencia-artificial-en-las-organizaciones/>
- Webbfontaine. Soluciones para aduanas, (2023). Disponible en: <https://webbfontaine.com/es/soluciones-aduaneras/>

P A R T E



INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

CAPÍTULO XIII

LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL PERSONAL DEL ÁREA B2B EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR DE LÍNEA BLANCA

Autores

Delgado Vázquez María Soraya; López Vásquez José Alonso; Ramírez Marín Frank

RESUMEN

Las Evaluaciones de Desempeño adquieren una mayor importancia tanto para el desarrollo profesional como personal de los colaboradores (Rodríguez Orozco, 2017). En este sentido, Mabe enfrenta desafíos en relación con la evaluación del desempeño de su personal, principalmente por la diferenciación en la evaluación mediante los indicadores de rendimiento *sell in* y *sell out*. Para estudiar lo anterior se realizó un estudio cuantitativo, a través de un cuestionario que se diseñó totalmente para la investigación con un total de 19 ítems. Entre los principales resultados se observa que los promotores de venta del área B2B de la empresa Mabe, consideran los indicadores como moderadamente efectivos, por lo que si bien, no hay un rechazo generalizado, es necesario la mejora, porque ese número inconformidad sino se gestiona puede incrementarse. En el segundo ítem las respuestas sugieren que existe un reconocimiento generalizado de la utilidad y eficacia de los criterios empleados para medir el rendimiento, lo que subraya la importancia de una evaluación más detallada y específica de los métodos de medición del desempeño. Por último, los resultados de la afectación del desempeño por el tipo de indicador resaltan la necesidad de fortalecer las prácticas que generen un compromiso con la empresa.

ABSTRACT

Performance Evaluations acquire greater importance for both the professional and personal development of employees (Rodríguez Orozco, 2017). In this vein, Mabe faces challenges in relation to the evaluation of its personnel's performance, mainly due to the differentiation in the evaluation through *sell in* and *sell out* performance indicators. A quantitative study was carried out through the implementation of a questionnaire comprised of 19 items to research the issues above mentioned. Among the main results, it is observed that the sales promoters of the B2B area at Mabe consider the indicators as moderate in terms of being effective. Even though, there is no generalized rejection of the indicators, it can be argued that improvement is necessary because the number of non-conformities can be increase if not properly managed. In the second item, the findings suggest that there is a general recognition of the usefulness and effectiveness of the criteria used to measure performance, which underlines the importance of a more detailed and specific evaluation of performance measurement methods. Finally, the results of the impact of performance by the type of indicator highlight the need to strengthen the practices that generate a commitment to the company.

1. INTRODUCCIÓN

El área B2B, también llamada *Business to Business*, implica la relación con varias empresas, cada una con sus propias particularidades, que en muchas ocasiones presentan problemas para la ejecución de procesos internos que afectan el logro de los objetivos organizacionales.

De acuerdo con la Revista Economía (2023), el comercio B2B ha tenido un crecimiento en los últimos años, de tal manera que la tasa de crecimiento anual se espera que sea del 8.5%. Esto resalta la importancia de gestionar de forma eficiente la manera en que se ejecutan los procesos dentro del comercio B2B. Debido a lo anterior al existir un crecimiento en las transacciones comerciales entre empresas de la industria de línea blanca, se genera la necesidad de evaluar el desempeño de los trabajadores.

Al respecto, es pertinente resaltar que la manera en que se evalúa el desempeño ha cambiado con el paso del tiempo, lo cual denota la pertinencia de revisar la manera en que se está llevando a cabo en la actualidad, con la finalidad de verificar que se encuentre adaptada a las necesidades reales de la organización.

Esta investigación se realizó en el área B2B de la empresa de electrodomésticos Mabe y buscó demostrar que los procesos actuales de evaluación del desempeño deben ser reestructurados para lograr una mayor equidad.

Consideramos que la identificación clara de los factores que afectan a la evaluación del desempeño permitirá reevaluar y mejorar los procesos para contribuir a un ambiente laboral más armonioso, un aumento en la motivación del personal y en general a un mejor desempeño y resultados para la empresa. Además, debido a la creciente competencia existente en el mercado, la evaluación del desempeño del personal del área B2B puede ser un diferenciador clave para Mabe, con lo cual podría tener mayor crecimiento.

1.1. PROBLEMÁTICA

Mabe, es una de las principales empresas mexicanas que se ubica como líder del sector de línea blanca y se encuentra en constante crecimiento, de acuerdo con la Secretaría de Economía de México (SE, 2016).

La SE menciona que el origen de la empresa Mabe se remonta a 1946, cuando los fundadores Egon Mabardi y Francisco Berrondo establecieron el nombre de la empresa sumando las primeras letras de sus apellidos. El crecimiento de la empresa comenzó en 1960 cuando en Guadalajara se inauguró la segunda sucursal de Mabe.

Específicamente en relación con la producción de línea blanca, en 1987 fusionan sus negocios de línea blanca en México, en el cual GE adquiere el 48% de las acciones correspondientes de Mabe.

Sin embargo, a pesar del constante crecimiento, sus relaciones B2B son complejas al tratar de implementar los procesos de mejora continua con cada uno de sus socios comerciales.

Debido a la manera en que se encuentran divididas las cuentas con los diferentes socios que forman parte del modelo B2B, Mabe enfrenta desafíos en relación con la evaluación del desempeño de su personal, de los cuales uno de los principales es la diferenciación en la evaluación mediante los indicadores de rendimiento *sell in* y *sell out*. Donde se entiende como *sell in* “las ventas o cantidad de producto que llega a los puntos de venta. Las magnitudes empleadas suelen ser superiores a la unidad, como palés,

barriles o cajas” y *sell out* “las ventas o cantidad de producto que sale de los puntos de venta. La forma de contabilizarlo suele ser por unidades vendidas” (Ambit, 2021, párr. 10).

Esta distinción en la forma de medir las ventas genera desigualdades en los incentivos que reciben, favoreciendo a quienes son evaluados por el indicador de rendimiento *sell out* y generando inconformidad en el personal que es evaluado por el indicador de rendimiento *sell in*.

El problema identificado está afectando tanto a Mabe como a sus socios comerciales debido a un incumplimiento de los objetivos clave de rendimiento (KPI's), una baja productividad, disminución de las ventas y la desmotivación del personal.

2. MÉTODO

Con la finalidad de analizar el problema anterior se realizó un estudio cuantitativo, que tuvo como técnica la encuesta y se utilizó como instrumento un cuestionario en Google Forms, que se diseñó totalmente para la investigación en cuestión, con tres preguntas de filtro y un total de 19 ítems, de los cuales se dividieron en 16 preguntas de escala de Likert de 4 categorías de respuesta y 3 preguntas de opción múltiple.

El coeficiente de Alfa de Cronbach obtenido fue igual a 0.82, que es considerado como bueno, con un nivel moderado para evitar el sesgo del investigador cumpliendo el rigor metodológico para los estudios cuantitativos, en cuanto a la objetividad para la generalización de los datos.

La población estuvo conformada por 68 promotores que trabajan en el departamento de Trade Marketing B2B en la empresa Mabe del Estado de Veracruz. Para determinar la muestra de sujetos que participaron en el estudio se utilizó la fórmula probabilística con un 95% de nivel de confianza un 5% de margen de error, una ocurrencia del fenómeno del .50-.50

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{68 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2 * (68 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{65.31}{1.13}$$

$$n = 57.9 \approx 58$$

La distribución de la muestra se realizó con base a dos criterios de proporcionalidad; el primero con respecto al indicador de rendimiento donde en relación con la población de promotores se encuestó a un 76% evaluado bajo el indicador de rendimiento *sell in* y 26% con el indicador de rendimiento *sell out*. Para conservar el principio de proporcionalidad en cuanto a la distribución poblacional se entrevistaron a un 52% de mujeres y un 48% de hombres.

El criterio de inclusión fue con un perfil de hombres y mujeres con un rango de antigüedad de entre 3 a 5 años, con la finalidad de conocer las opiniones de quienes ya han sido parte de los procesos de evaluación por los indicadores citados, pero que no tuvieran más de 5 años para no tener un alto nivel de rechazo hacia la empresa, con la finalidad de evitar la polarización de las respuestas. Obteniendo un 69% de 1 a 4 años en el puesto y un 31% con 5 años.

El análisis de los datos se realizó por medio de la organización de éstos con relación a los objetivos específicos de la investigación:

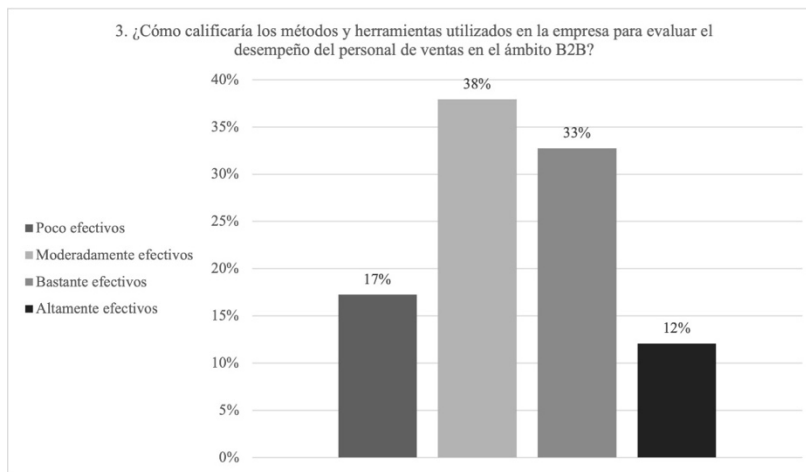
- a. Identificar los factores que influyen en la evaluación del desempeño.
- b. Determinar la forma en que los métodos de evaluación *sell in* y *sell out* se aplican en el departamento B2B de las empresas de línea blanca.
- c. Analizar en qué medida la diferencia de los métodos de evaluación del desempeño influye en la percepción y la satisfacción del personal de ventas del área B2B de las empresas del sector línea blanca.

3. RESULTADOS

La representación de resultados se efectuó por medio de gráficas de barras, presentamos los principales con relación a los objetivos específicos:

- a. Identificar los factores que influyen en la evaluación del desempeño.

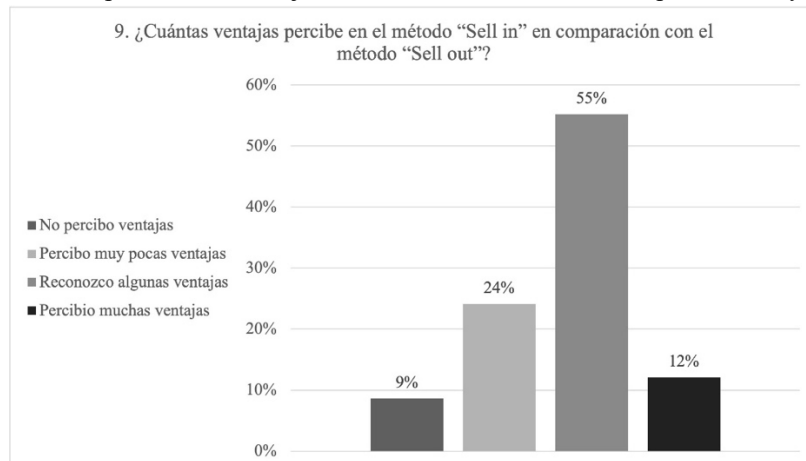
Grafica 1. Calificación de los indicadores para evaluar el desempeño de los promotores de ventas B2B de la empresa Mabe Región Veracruz



Se puede observar que en un 38% los promotores de ventas encuestados calificando los indicadores para evaluar su desempeño como moderadamente efectivos, mientras que únicamente el 12% los consideran altamente efectivos y hay un 17% que los rechazan y los consideran poco efectivos.

- b. Determinar la forma en que los métodos de evaluación *Sell in* y *Sell out* se aplican en el departamento B2B de las empresas de línea blanca.

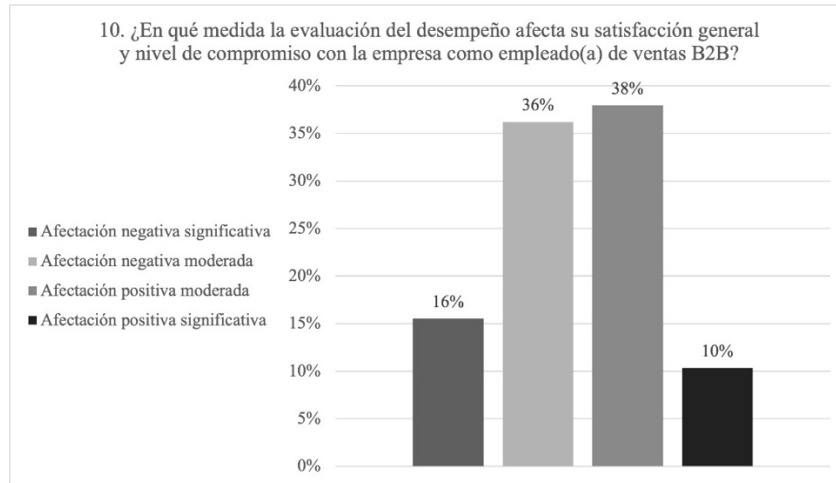
Grafica 2. Comparación de ventajas entre los indicadores de desempeño *Sell in* y *Sell out*.



Los sujetos encuestados en su mayoría, el 55% reconocen algunas ventajas en cuanto a los indicadores del desempeño con los que son evaluados, seguido de la respuesta de muy pocas ventajas obtenidas en una comparación de los dos tipos de indicadores que la empresa utiliza para la evaluación de los promotores.

c. Analizar en qué medida la diferencia de los indicadores de evaluación del desempeño influyen en la percepción y la satisfacción del personal del área de ventas B2B en la empresa Mabe región Veracruz.

Grafica 3. Afectación en el desempeño por el tipo de indicador con el que son evaluados.



Con relación a la satisfacción general y el compromiso con la empresa, un 38% manifestó tener una afectación negativa moderada, en tanto que 36% indicó que eran afectados de manera positiva moderada, los indicadores de afectación negativa significativa y afectación positiva negativa tuvieron escasas respuestas.

4. CONCLUSIONES

Como conclusiones podemos mencionar que en su mayoría los promotores de venta del área B2B de la empresa Mabe región Veracruz, consideran los indicadores para ser evaluados como moderadamente efectivos, por lo que si bien, no hay un rechazo generalizado, es necesario la mejora de los mismos, ya que en caso de continuar esta forma de evaluación el departamento de Trade Marketing la tendencia es presentar altos niveles de insatisfacción del personal, porque hay un 17% que los considera poco efectivos y dicha inconformidad sino se gestiona puede incrementarse.

En el segundo ítem las respuestas sugieren que existe un reconocimiento generalizado de la utilidad y eficacia de los criterios empleados para medir el rendimiento de los promotores. Sin embargo, es notable que otro segmento de participantes indica haber obtenido "muy pocas ventajas", lo que subraya la importancia de una evaluación más detallada y específica de los métodos de medición del desempeño, por lo que se sugiere una comunicación abierta y colaborativa entre la empresa y sus empleados, con el objetivo de alinear de manera más efectiva las expectativas y percepciones en torno al proceso de evaluación del desempeño.

Por último, los resultados de la afectación del desempeño por el tipo de indicador resaltan la necesidad de una atención particular en las áreas que contribuyen a la satisfacción general de los empleados, así como la importancia de fortalecer las prácticas que generen un compromiso positivo. Esta información

debe ser utilizada estratégicamente para desarrollar indicadores de desempeño que fomenten un ambiente laboral más satisfactorio y motivador para todos los colaboradores.

REFERENCIAS

- Mabe (2023). Origen y expansión. Obtenido de <https://mabe.cc/Nosotros/Historia/LineasDeTiempo/Origen>
- Redacción (2023, 6 de marzo). Ecommerce B2B: Cinco tendencias que marcarán este 2023. *Revista Economía*. Obtenido de <https://www.revistaeconomia.com/ecommerce-b2b-cinco-tendencias-que-marcaran-este-2023/>
- Rodríguez Orozco, I. (2017). *Evaluación del desempeño* [Tesis de maestría, ICADE Business School]. <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/135467/retrieve>
- Secretaría de Economía de México. (2016). La industria de Electrodomésticos en México. Gobierno de México. Obtenido de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/76328/DS_Electrodomesticos_2015.pdf

CAPÍTULO XIV

NIVEL DE EDUCACIÓN FINANCIERA EN ESTUDIANTES DE UNA IES EN EL ESTADO DE VERACRUZ

Autores

Antonio Pacheco Belizario; López Desirena Josué;
López Jara Nancy; González Martínez David Ernesto

RESUMEN

El presente estudio busca determinar el nivel de educación financiera en los estudiantes de Contaduría del Sistema de Enseñanza Abierta (SEA) de la Universidad Veracruzana (UV), región Coatzacoalcos Minatitlán, activos en el periodo agosto 2023-enero 2024. Se trató de un estudio con enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y de corte transversal. Se encuestó a una muestra de 187 estudiantes de una población de 359. El cuestionario de investigación utilizado considera cinco dimensiones: cálculo de tasa de interés, inflación, ahorro, manejo de tarjeta de crédito y presupuesto. Los resultados indican que es necesario fortalecer la educación financiera en los estudiantes, ya que la mayoría de las dimensiones se encuentran poco arriba de la media.

ABSTRACT

The present study seeks to determine the level of financial education in Accounting students of the Open Education System (SEA) of the Universidad Veracruzana (UV), Coatzacoalcos Minatitlán region, active in the period August 2023-January 2024. It was a study with a quantitative, descriptive and cross-sectional approach. A sample of 187 students from a population of 359 was surveyed. The research questionnaire used considers five dimensions: interest rate calculation, inflation, savings, credit card management and budget. The results indicate that it is necessary to strengthen financial education in students, since most of the dimensions are slightly above the average.

1. INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado donde se realizan diariamente operaciones comerciales y de consumo, se puede observar que las personas cuentan con una serie de necesidades y al mismo tiempo los recursos para solventar dichas necesidades son escasos, como el dinero. Cuando esos recursos no se gestionan de manera adecuada, pueden generar grandes cantidades de deudas complicando aún más su situación financiera. De acuerdo con el Economista (2020), la falta de educación financiera tiene efectos negativos en el bienestar psicológico y emocional de las personas. En ese sentido, la educación financiera es base para una adecuada gestión de los recursos que disponen los individuos. Dado el contexto actual en el que se maneja, la educación financiera cobra más importancia, ya que gracias a ella se obtienen las herramientas, habilidades y estrategias para un objetivo único, como lo es la libertad financiera. Tal relevancia es vital para que las personas comprendan variables como la inflación, el interés compuesto,

el crédito, el ahorro y el presupuesto, los cuales son pilares fundamentales dentro de la economía familiar y a los que generalmente no se les otorga la importancia que deben tener (El Financiero, 2023).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2016, citado en Gobierno de México, 2023) afirma que “la educación financiera es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar” (párr. 2). Para el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI, 2016), la educación financiera promueve la cultura del ahorro y ayuda a crear las condiciones que permitan una mayor inclusión financiera de las personas, favorece un mayor y mejor uso de los servicios financieros formales, brindando beneficios para los individuos, las instituciones financieras y en su conjunto a la economía. Por su parte, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF, 2023), resalta que la educación financiera permite que las personas adquieran conocimientos y habilidades necesarias para administrar de mejor manera sus recursos, incrementen y protejan su patrimonio con la ayuda del uso adecuado de los productos y servicios financieros. Los jóvenes tienen la responsabilidad de conocer y aplicar estos temas como parte de su formación profesional y personal, permitiéndoles administrar sus finanzas en esta sociedad moderna, ya que el manejo adecuado de los recursos económicos es esencial para la estabilidad económica, individual y colectiva. En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo “determinar el nivel de educación financiera de los estudiantes de la Licenciatura en Contaduría del Sistema de Enseñanza Abierta (SEA) de la Universidad Veracruzana (UV), región Coatzacoalcos-Minatitlán, activos en el periodo: agosto 2023-enero 2024”.

Comprender el nivel de conocimiento financiero de los estudiantes de Contaduría, es esencial para identificar posibles brechas en su formación y diseñar estrategias que promuevan una mayor competencia en el manejo de los recursos financieros. Al mismo tiempo, las áreas de oportunidad se pueden ver reflejadas en el diseño de los planes y programas de estudios, específicamente en los contenidos teóricos, heurísticos y axiológicos de las Experiencias Educativas (EE) relacionadas con las finanzas. El Sistema de Enseñanza Abierta (SEA) como dependencia de la Universidad Veracruzana, cuenta actualmente con 15 centros escolares distribuidos en cinco regiones: Xalapa, Veracruz, Poza Rica-Tuxpan, Córdoba-Orizaba, Coatzacoalcos-Minatitlán del Estado de Veracruz; en los que se ofrecen sesiones educativas presenciales de manera grupal los sábados (UV, 2023). Haciendo referencia a la región Coatzacoalcos-Minatitlán, en el campus Coatzacoalcos, se ofertan dos Programas Educativos: Contaduría y Derecho.

2. MÉTODO

La presente investigación contó con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y de corte transversal. Si bien es cierto, existen diversos cuestionarios que miden el nivel de educación de los jóvenes, para el presente estudio, se optó por utilizar la metodología que han empleado tres instituciones financieras: CONDUSEF, Banco Nacional de México (Banamex)-Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y *Financial Industry Regulatory Authority* (FINRA) debido a su acercamiento al contexto de estudio. Este instrumento cuenta con cinco dimensiones: cálculo de tasas de interés, inflación, ahorro, manejo de tarjeta de crédito y presupuesto (Moreno et al., 2017):

- **Cálculo de tasa de interés.** La tasa de interés, implica el costo de pedir dinero prestado o en su caso la recompensa por ahorrar ese dinero. Las instituciones bancarias, cobran una tasa de interés para obtener un beneficio o rendimiento, tal como lo hace toda persona cuando deposita su dinero en una cuenta de ahorro (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA], 2023).
- **Inflación.** Repercute en la economía de un país y hace referencia a un aumento desordenado en los precios de los bienes y/o servicios que se comercializan en el mercado. Cuando este fenómeno se presenta, es complejo para la población distribuir sus ingresos, pagar deudas, invertir, planear un viaje, debido a que los precios que se tenían considerados, están fuera del alcance respecto al ingreso de cada familia y en su caso, representa mayor costo (Banco de México [BANXICO], 2023).
- **Ahorro.** Representa un porcentaje de los ingresos que obtiene una persona y que no gasta en su momento, con el objetivo de contar con un recurso económico para un desembolso futuro. Este se consigue con una buena planificación financiera, para ello, es importante contar con los conocimientos necesarios para ejecutarlo, de lo contrario, se pueden tomar decisiones inadecuadas (BBVA, 2023).
- **Manejo de tarjeta de crédito.** Una tarjeta de crédito es una forma conveniente de solicitar dinero prestado para pagar por bienes y/o servicios cuando no se cuenta con el recurso suficiente para hacerlo; también permite sacar dinero en efectivo de un cajero automático mismo que es conocido como adelanto en efectivo o retiro en efectivo. Estar familiarizado con los conceptos básicos de cuotas, intereses, cupo y saldo, son necesarios para su manejo de manera eficiente (Scotiabank, 2023).
- **Presupuesto.** Hace referencia a un plan que gestiona cobros y pagos, considerando operaciones realizadas y recursos económicos disponibles durante un periodo determinado. Este presupuesto puede ser a corto, mediano o largo plazo y siempre tiene como objetivo el reducir la incertidumbre relacionada con el manejo del dinero. Los presupuestos no solo son aplicables al ámbito empresarial, sino también son necesarias en la gestión familiar (BBVA, 2023).

Así, el instrumento busca determinar el nivel de conocimiento de los estudiantes sobre la tasa de interés y su impacto, los efectos de la inflación en sus ahorros, conocimiento de la variable ahorro, hábitos y motivos para ahorrar y conocimiento sobre la variable presupuestos y finanzas personales. La población total de estudiantes activos en el programa educativo de Contaduría del SEA campus Coatzacoalcos en el semestre agosto 2023-enero 2024 fue de 359. Para determinar la muestra, se utilizó el método de muestreo probabilístico y como técnica la de estratificación con un nivel de confianza del 95% y margen de error de 5% quedando un total de 187 sujetos encuestados. En la Tabla 1, se aprecia la estratificación de la muestra por semestre:

Tabla 1. Población y muestra por estratos de los sujetos de estudio.

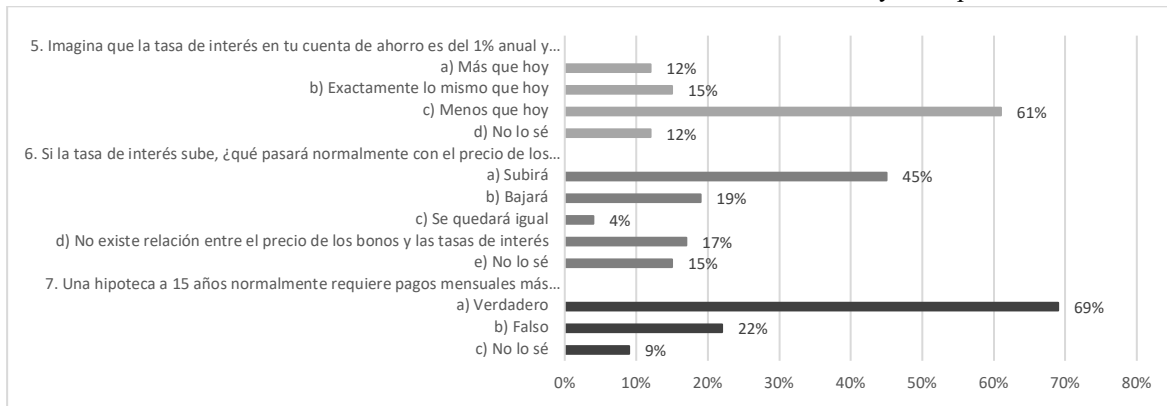
Semestres	Población	Muestra
Primero	130	68
Tercero	104	54
Quinto	64	33
Séptimo	61	32
Total	359	187

Fuente: Elaboración propia.

3. RESULTADOS

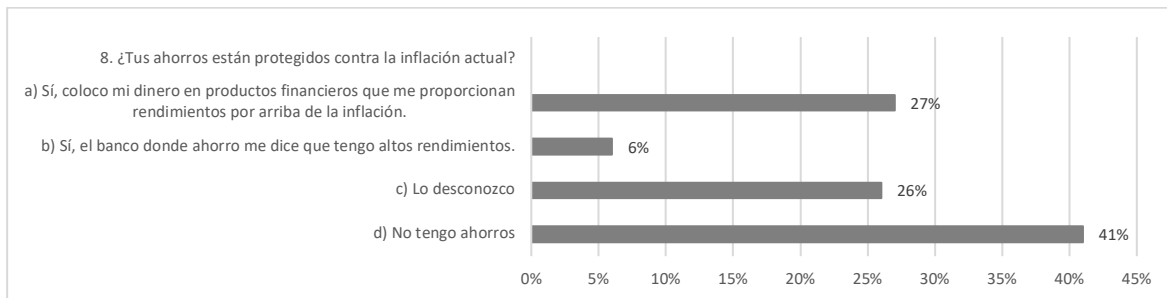
Del total de los sujetos de estudio, el 66% corresponde al género femenino y el resto masculino (44%). Respecto a la edad, sobresale la participación de aquellos que oscilan entre 17 a 21 años con un 43%, en segundo lugar, los de 22 a 26 años con un 33%, quedando así en tercera posición los de 27 a 31 años (14%), empatado con un 5% los de 32 a 36 años y los de 37 años o más. Además, el 77% realiza una actividad laboral remunerada o no y el resto solo está enfocado al estudio (23%). En la Gráfica 1, se visualiza el conocimiento de los estudiantes universitarios sobre la dimensión de cálculo de las tasas de interés. El 61% de los estudiantes consideran que, si la tasa de interés en una cuenta de ahorro es del 1% anual y la inflación es del 2% anual, después de 1 año podrían comprar menos que hoy con el dinero de esta cuenta; sin embargo, el resto desconoce de esta operación. El 45% (menos de la mitad) considera que, si la tasa de interés sube, normalmente el precio de los bonos subirá. Por otra parte, el 69% considera está de acuerdo que una hipoteca a 15 años normalmente requiere pagos mensuales más altos que una hipoteca a 30 años, pero el total del interés pagado durante el préstamo será menor.

Gráfica 1. Nivel de conocimiento sobre la variable tasa de interés y su impacto.



En la Gráfica 2, se aprecia el nivel de conocimiento de los estudiantes de la inflación y sus efectos en sus ahorros, en donde el 27% considera que sus ahorros están protegidos contra la inflación actual si colocan su dinero en productos financieros que les proporcionen rendimientos por arriba de la inflación, un 6% si el banco donde ahorran tiene rendimientos altos y un 26% desconoce el dato lo que es un poco preocupante.

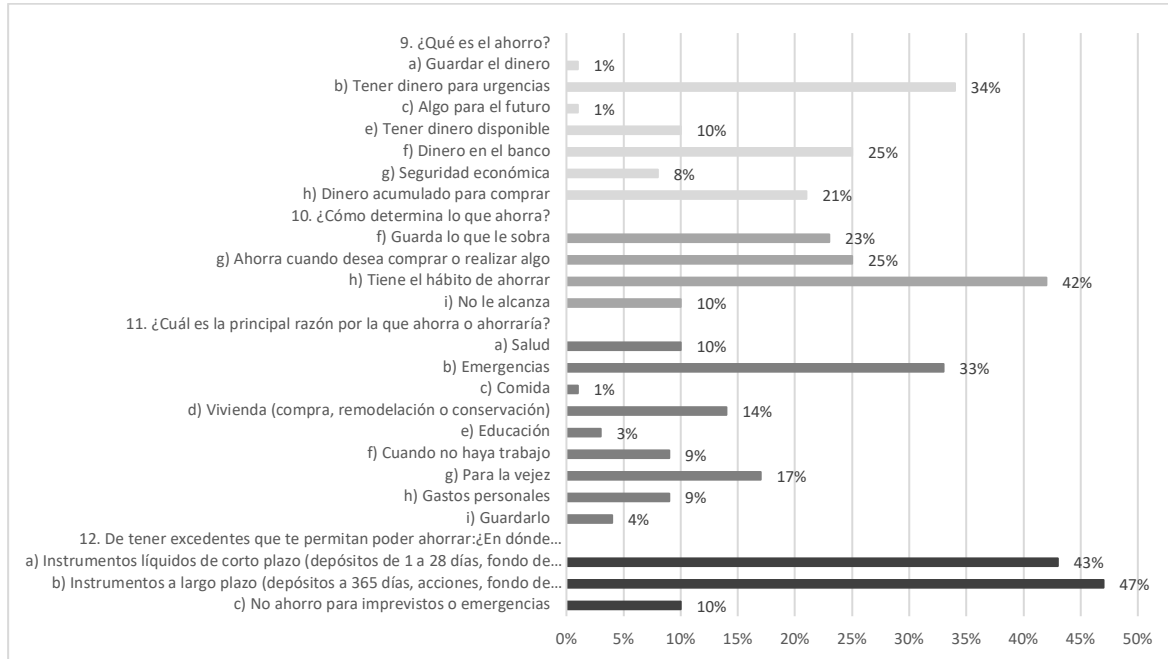
Gráfica 2. Nivel de conocimiento sobre los efectos de la inflación en sus ahorros.



En la Gráfica 3, se visualiza el nivel de conocimiento de los estudiantes de la dimensión ahorro, así como los hábitos y motivos para ahorrar. El 34% consideran que el ahorro es guardar dinero para urgencias, mientras que el 25% considera que es tener dinero en el banco, existiendo una diferencia del 4% para los que consideran que se trata de dinero acumulado para comprar. Así mismo, el 42% de los sujetos

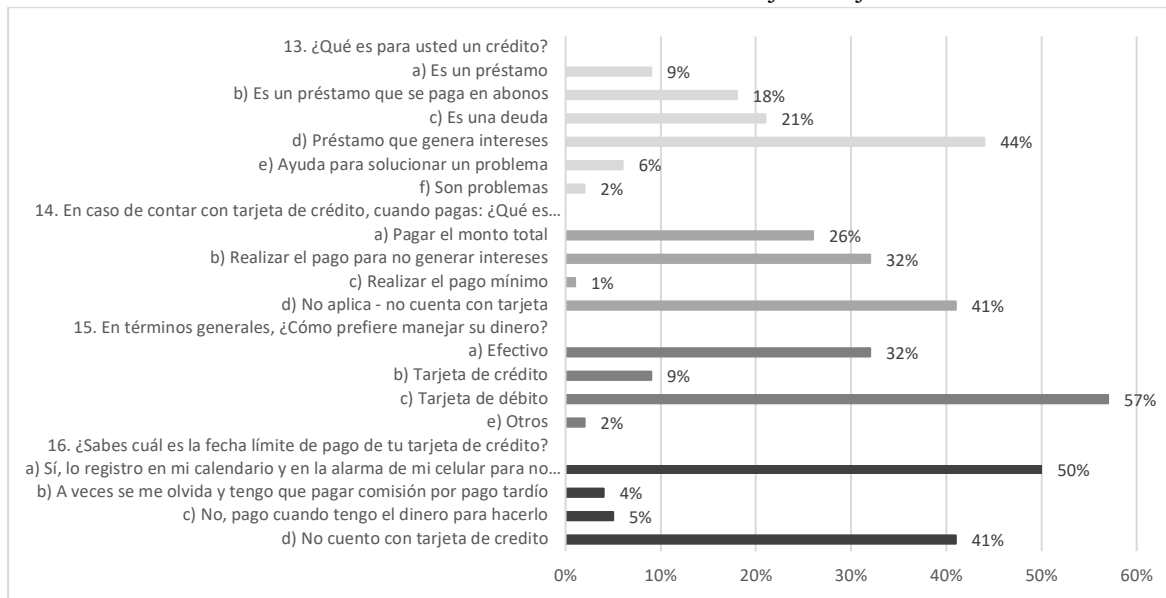
consideran que cuentan con el hábito de ahorrar, quedando en segundo lugar los que afirman que ahorran cuando desean comprar o realizar algo, mientras que el 23% guarda lo que le sobra y un 10% no le alcanza. Respecto al ítem 11, el 33% ahorra o ahorraría para emergencias, seguido de un 17% para la vejez, quedando en tercera posición para aspectos relacionados con la vivienda. De tener excedentes que les permitan poder ahorrar, el 47% de los estudiantes afirman que guardarían sus ahorros para emergencias en instrumentos a largo plazo (depósitos a 365 días, acciones, fondo de inversión de deuda a largo plazo) mientras que el 43% en instrumentos líquidos de corto plazo (depósitos de 1 a 28 días, fondo de inversión de deuda a corto plazo).

Gráfica 3. Nivel de conocimiento de la dimensión ahorro, así como los hábitos y motivos para ahorrar.



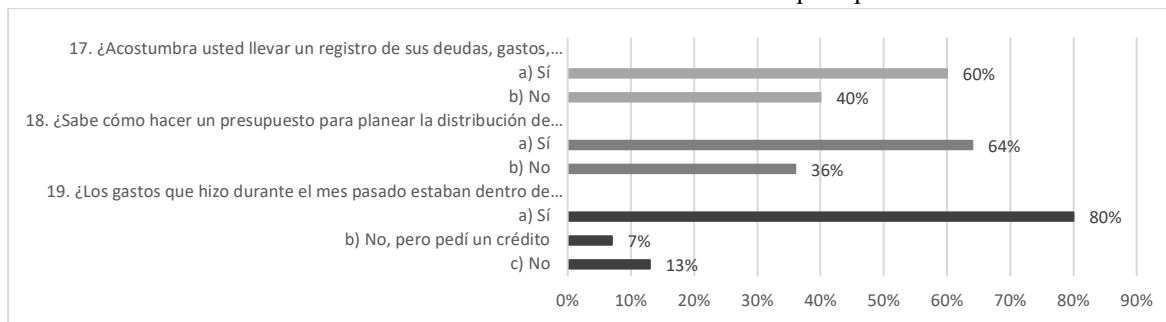
La dimensión de manejo de tarjetas de crédito se puede visualizar en la Gráfica 4, en donde el 44% consideran que un crédito es un préstamo que genera intereses, mientras que el 21% lo visualiza como una deuda, existiendo una diferencia del 3% lo que consideran que es un préstamo que se paga en abonos. De los 59% de los estudiantes que cuentan con una tarjeta de crédito, frecuentemente, el 32% realiza el pago para no generar intereses, mientras que el 26% realiza el pago del monto total y solo el 1% realiza el pago mínimo. Es importante resaltar también que el 57% de los sujetos encuestados preferirían manejar su dinero en tarjeta de débito, un 32% en efectivo, mientras que solo el 9% en tarjetas de crédito. Cabe mencionar que el 50% de los estudiantes registran en su calendario y en la alarma de su celular la fecha límite de pago de su tarjeta de crédito para no olvidarla, mientras que un 5% paga cuando tiene el dinero disponible y un 4% a veces se le olvida y tienen que pagar comisión por pago tardío.

Gráfica 4. Nivel de conocimiento de la dimensión manejo de tarjetas de crédito.



Finalmente, en la Gráfica 5, se aprecia el nivel de conocimiento de los estudiantes respecto a la dimensión de presupuestos; en donde el 64% afirma saber hacer un presupuesto para planear la distribución de su dinero; sin embargo, solo el 60% acostumbran a llevar un registro de sus deudas, gastos, ingresos y ahorro, lo que representa más de la mitad, aunque es preocupante que el resto no lo lleve a cabo. Finalmente, de los gastos que realizaron durante el mes pasado, un 80% estaban dentro de sus posibilidades económicas, mientras que un 13% no lo estaba y un 7% tuvo que financiarse pidiendo un crédito.

Gráfica 5. Nivel de conocimiento de la dimensión presupuestos.



4. CONCLUSIONES

El presente estudio analizó el nivel de educación financiera de los estudiantes del programa educativo de Contaduría del SEA de la UV región Coatzacoalcos-Minatitlán. De un total de 359 inscritos en el semestre agosto 23-enero 24, se encuestó a 187 sujetos, utilizando el método probabilístico y como técnica la de estratificación por semestres. El cuestionario de investigación contempló cinco dimensiones, concluyendo que: en la dimensión cálculo de tasa de interés, poco más de la mitad de los estudiantes (58%) tienen conocimiento sobre el funcionamiento de las tasas de interés; sin embargo, existe un porcentaje considerable (42%) que no tienen noción de ello. En la dimensión, inflación, el 27% consideran que sus ahorros están protegidos contra la inflación actual si colocan su dinero en productos

financieros que les proporcione rendimientos por arriba de la inflación, un 5% si el banco donde ahorran tiene rendimientos altos y un 26% desconoce el dato, lo que es un poco alarmante. Respecto a la dimensión ahorro, el 58% de los estudiantes no cuentan con el hábito de ahorrar lo que representa más de la mitad, mismo que es preocupante. Con relación a la dimensión manejo de tarjetas de crédito, el 59% de los estudiantes cuentan con una tarjeta de crédito, de los cuales un 9% a veces se le olvida realizar el pago y tienen que pagar comisión por pago tardío o pagan cuando tienen el dinero para hacerlo. Finalmente, en la dimensión de presupuestos, un 64% afirma saber hacer un presupuesto para planear la distribución de su dinero; sin embargo, solo el 60% acostumbran a llevar un registro de sus deudas, gastos, ingresos y ahorro.

En este sentido, es necesario seguir generando estrategias para desarrollar las competencias de los estudiantes; entre ellas, el fortalecimiento de los saberes teóricos, heurísticos y axiológicos de las Experiencias Educativas relacionadas con las finanzas, diseño y aplicación de Programas de Apoyo a la Formación Integral del Estudiante (PAFI) en temas como gestión de las tasas de interés, inflación, ahorro, tarjetas de crédito, presupuestos, entre otros. Así mismo, incentivar a los estudiantes a tomar el diplomado en educación financiera que ofrece la CONDUSEF. Si bien es cierto, en el presente estudio se analizó el nivel de educación financiera de los estudiantes de Contaduría activos en el periodo mencionado, también es indudable que resulta interesante un futuro análisis cruzado del nivel de conocimiento de los estudiantes por semestre para identificar si conforme avanzan en su formación, el nivel de educación mejora.

REFERENCIAS

- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA]. (2023, 05 de noviembre). *¿Cuál es el objetivo de la tasa de interés?*. <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/blog/objetivo-de-la-tasa-de-interes.html>
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA]. (2023, 05 de noviembre). *¿Qué es el ahorro y cómo ahorrar mejor en todas las etapas de la vida?*. <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-el-ahorro-y-como-ahorrar-mejor-con-estos-consejos/>
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA]. (2023, 05 de noviembre). *Qué es un presupuesto y cómo elaborar uno con base en objetivos y metas*. <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-un-presupuesto-y-como-elaborar-uno-en-base-a-objetivos-y-metas/>
- Banco de México [BANXICO]. (2023, 05 de noviembre). *¿Qué es inflación? ¿Cómo se mide?*. https://educa.banxico.org.mx/infografias_y_fichas/inflacion_infografias_/que-es-inflacion-como-se-mide.html
- Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI). (2016, 03 de abril). *Bansefi y la Educación Financiera*. <https://www.gob.mx/bancodelbienestar/documentos/bansefi-y-la-educacion-financiera>
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF). (2023, 09 de noviembre). *En favor de una mayor Cultura Financiera*. <https://www.condusef.gob.mx/?p=contenido&idc=1042&idcat=1#:~:text=La%20educaci%C3%B3n%20financiera%20permite%20que,los%20productos%20y%20servicios%20financieros.>

- El Economista. (2020, 19 de marzo). *Falta de educación financiera repercute en bienestar de los usuarios: Finerio*. <https://www.economista.com.mx/finanzaspersonales/Falta-de-educacion-financiera-repercute-en-bienestar-de-los-usuarios-Finerio-20200318-0127.html>
- El Financiero. (2023, 14 de agosto). *Libertad y educación: una estrategia financiera*. <https://www.elfinanciero.com.mx/mundo-empresa/2023/08/14/libertad-y-educacion-una-estrategia-financiera/>
- Gobierno de México. (2023, 08 de noviembre). *Qué es la educación financiera*. <https://www.gob.mx/bancodelbienestar/documentos/que-es-la-educacion-financiera>
- Moreno García, E. García Santilla, A. y Gutiérrez Delgado, L. (2017). *Nivel de educación financiera en escenarios de educación superior. Un estudio empírico con estudiantes del área económico-administrativa*. 8 (4), pp. 163-183. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=299151245009>
- Scotiabank. (2023, 03 de noviembre). *Qué es y cómo funciona una tarjeta de crédito*. <https://www.scotiabankcolpatria.com/personas/tarjeta-de-credito/definicion>
- Universidad Veracruzana (UV). (2023, 09 de noviembre). *Presentación del Sistema de Enseñanza Abierta*. <https://www.uv.mx/sea/presentacion/>

CAPÍTULO XV

LA IMPORTANCIA DEL POSGRADO EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR COMO MOTOR DE INNOVACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL Y CULTURAL

Autores

Munguía Tiburcio Juan Pablo; Aguilera Molina Martha Eugenia;
Tello Fomperosa Corina; Gutiérrez Vázquez Elvitz de los Ángeles; Martínez Hernández José Oliver

RESUMEN

La educación posgraduada surge como una necesidad de perfeccionamiento o especialización de la práctica profesional, por tal motivo, el presente proyecto examina el impacto de los programas de posgrado en el desarrollo social y cultural tanto a nivel nacional como internacional, lo anterior, debido a que es necesario conocer y entender mejor la aportación que los egresados de los posgrados mexicanos realizan al sistema de ciencia y tecnología, en este trabajo se investigan las contribuciones de estos programas al avance del conocimiento, la diversidad cultural y la formación de habilidades y competencias en los individuos, como resultado de procesos avanzados de investigación en función de las necesidades sociales, económicas y culturales de la población, así como de los requerimientos tecnológicos del aparato productivo y del intercambio internacional, además, se explora cómo estos programas promueven la internacionalización de la educación superior. Las conclusiones subrayan la importancia de los programas de posgrado como motores de cambio social y cultural.

ABSTRACT

Postgraduate education arises as a need for improvement or specialization of professional practice, for this reason, the present project examines the impact of postgraduate programs on social and cultural development both nationally and internationally, the above, because It is necessary to know and better understand the contribution that Mexican postgraduate graduates make to the science and technology system. This work investigates the contributions of these programs to the advancement of knowledge, cultural diversity and the formation of skills and competencies in the individuals, as a result of advanced research processes based on the social, economic and cultural needs of the population, as well as the technological requirements of the productive apparatus and international exchange, in addition, it explores how these programs promote the internationalization of education superior. The conclusions highlight the importance of postgraduate programs as drivers of social and cultural change.

1. INTRODUCCIÓN

Los programas de posgrado en el ámbito de la educación superior desempeñan un papel crítico en el desarrollo social y cultural a nivel tanto nacional como internacional. Estos programas son centros de aprendizaje avanzado que contribuyen significativamente al progreso de la sociedad y la cultura, es por ello que es necesario conocer la efectividad del posgrado, es vital preguntarse cómo se utiliza el conocimiento, a quién sirve, cómo se difunde, cómo se invierte en ciencia básica y aplicada, además de

cuestionar en qué dirección va ese conocimiento, a qué nichos se destina y hacia dónde se dirige el talento visto como capital humano. Así mismo, se debe plantear para qué sector es funcional el saber (para la industria, para la ciencia, para la humanidad o para los empresarios). En este estudio, se realizará una reflexión teórica de las diversas formas en que los programas de posgrado influyen en cuatro aspectos vitales tal como el avance del conocimiento, diversidad cultural, desarrollo de habilidades y competencias e internacionalización y cómo sus efectos se extienden más allá de las fronteras nacionales.

2. DESARROLLO

El texto aborda, desde un marco teórico, el impacto de los programas de posgrado en el desarrollo social y cultural a nivel nacional e internacional, identificando cuatro categorías clave: avance del conocimiento, diversidad cultural, desarrollo de habilidades y competencias, e internacionalización. Según Smith (2020), los académicos y estudiantes de posgrado desempeñan un papel activo en la investigación, generando nuevas perspectivas y soluciones a desafíos contemporáneos, lo que impulsa la innovación y mejora la calidad de vida. La educación de posgrado se presenta como una extensión y necesidad de perfeccionamiento de la práctica profesional, pero debe surgir de procesos avanzados de investigación para satisfacer las necesidades sociales, económicas y culturales. Lidia Manzo Rodríguez (2006) destaca que su objetivo es elevar la eficiencia, calidad y productividad en el trabajo al preparar a los graduados universitarios para alcanzar un mayor nivel de ejercicio profesional.

El posgrado también se posiciona como el punto de partida para la articulación de las instituciones de educación superior con las políticas de ciencia, tecnología e innovación. El CONAHCYT establece criterios, vinculados con la producción académica, para medir la efectividad del posgrado. Es esencial cuestionar cómo se utiliza el conocimiento, a quién beneficia, cómo se difunde y se invierte en ciencia básica y aplicada, así como la dirección y destino del conocimiento y el talento humano. Se destaca la importancia de una responsabilidad social y ética en la ciencia, subrayando la necesidad de conocer la producción académica de profesores, investigadores y egresados de posgrado. Esto se vuelve crucial con los cambios en la evaluación de posgrados, ahora a cargo de la Secretaría de Educación Pública, y la medición de la efectividad del posgrado basada en la producción académica de los estudiantes de doctorado, asociada a las líneas de generación y aplicación del conocimiento según el área del conocimiento (CONACYT, 2016b).

De acuerdo con lo antes expuesto, es necesario conocer y entender mejor la aportación que los egresados de los posgrados mexicanos realizan al sistema de ciencia y tecnología. Como consecuencia de lo anterior, la producción académica se define como el producto intelectual de las actividades realizadas en la investigación, la docencia y la ciencia (Crane, 1972; Merton, 1985; Clark, 1987; Becher, 2001; Rejowski y Mena, 2019).

Se entiende por producción académica a los siguientes aspectos:

1. Productos académicos. Se consideran artículos en revistas con arbitraje o en journals indizados, libros publicados, libros traducidos, libros editados, capítulos de libros, desarrollo tecnológico, innovación, transferencia tecnológica, citas a las propias publicaciones, memorias de congresos y reseñas.
2. Propiedad intelectual o registro. Se consideran elementos tales como propiedad industrial, copyright, patentes, derechos de autor, ISSN y ISBN.

3. Participación en proyectos de investigación.
4. Difusión del conocimiento. Se considera si el egresado ha participado en eventos académicos (por ejemplo, con: conferencias, ponencias y talleres).
5. Acciones de vinculación entre pares o colegas. Se considera si colabora con otros cuerpos académicos de su universidad de adscripción, con otros cuerpos académicos de su país, con otros cuerpos académicos fuera de su país, si participa en cuerpos colegiados de evaluación científica y tecnológica, en cuerpos editoriales o en consultoría, en comisiones dictaminadoras de evaluación de proyectos, en comisiones dictaminadoras en educación superior, en comisiones dictaminadoras de artículos o si pertenece a organismos multilaterales (OCDE, ONU, OEA, BM, OMS). También se identifica como las acciones de vinculación entre pares el pertenecer al SNI en México.
6. La formación de capital humano. Se considera impartición de clases y dirección de tesis.

La gestión docente en la educación de posgrado es importante para garantizar la calidad de los programas de posgrado. El concepto de calidad universitaria contempla la valoración del personal docente, de sus programas, de sus métodos de enseñanza-aprendizaje, sus aspectos metodológicos, de la investigación para el desarrollo y como indicador de cambio y de mejora de la organización y administración del ambiente académico, de los estudiantes, del contexto institucional y del impacto en la sociedad. Además, la calidad de las diferentes modalidades de posgrado podrá medirse fundamentalmente por su pertinencia e impacto social y su relevancia científico-técnica.

En el caso de la producción académica de egresados para que se cubran los perfiles profesionales de la orientación de investigación, se potencien los perfiles de egreso desde las competencias científicas y los egresados tengan producción académica, la práctica docente debe orientarse, desde elementos muy puntuales, que ya han señalado otros autores, tales como:

- Motivar a los estudiantes para participar en proyectos de investigación (Sandoval, 2012; Hernández, 2018 y Maisterrena, 2018).
- Permitir a los estudiantes laborar de auxiliares o ayudantes de investigación (Munévar y Villaseñor, 2008).
- Incentivar la participación de los estudiantes en eventos académicos como congresos, foros, jornadas y charlas con la presentación de sus proyectos de investigación (Joy, 2009).
- Presentar criterios de calidad de las revistas para publicar y el procedimiento de las evaluaciones arbitradas e indexadas (Beigel, 2018; Maldonado et al., 2019 y Sarmiento, 2020).
- Informar a los estudiantes respecto a sociedades científicas de su área académica, disciplina o carrera (Mejía et al., 2019)

Los programas de posgrado son una pieza clave en la producción de saberes y en la generación de conocimiento en México. La mayoría de los conocimientos se siguen generando en las universidades y, por consiguiente, los programas de posgrado de estas instituciones son fundamentales en la producción de saberes. De acuerdo con Alma Maldonado-Maldonado, Alejandro Canales Sánchez, Mariana Sánchez Saldaña, desde hace algunos años, los espacios en los que se produce el conocimiento se diversificaron y las universidades dejaron de ser el lugar exclusivo para generarlo. Además, la producción del conocimiento se ha complejizado de tal manera que algunos de los eventos científicos más importantes de los últimos tiempos son resultado de complejas colaboraciones interinstitucionales y redes transnacionales.

Algunos ejemplos son la conclusión, en 2003, del proyecto del genoma humano; la confirmación, en 2013, de la existencia del Boson de Higgs, o la misión espacial “Rosetta”, en 2014, desarrollada por la Agencia Espacial Europea. Estos logros científicos fueron posible gracias a la intensa colaboración de universidades y centros de investigación al nivel mundial. Ninguna de estas hazañas habría sido posible sin la participación de numerosos académicos e instituciones. Y aunque también es cierto que cada vez se reconoce más el papel de otros espacios en los que se produce el conocimiento, más allá de las universidades tradicionales, por ejemplo, la industria farmacéutica o la alimenticia, la mayoría de los conocimientos se siguen generando en las universidades y, por consiguiente, los programas de posgrado de estas instituciones son pieza clave en la producción de saberes. (Alma Maldonado-Maldonado, 2018).

De acuerdo con los principales indicadores cuantitativos de la producción mexicana, México ha conseguido grandes avances en términos de producción científica y el reconocimiento obtenido por parte de la comunidad internacional. Gran parte de los cambios han sido generados por la aplicación de diferentes políticas públicas en materia de ciencia y tecnología, en especial la puesta en marcha del Consorcio Nacional de Recursos de Información Científica y Tecnológica (CONRICYT). Entre los principales resultados, se destaca el aumento del conocimiento científico y tecnológico generado por el país. Finalmente, de forma específica con relación con los efectos y beneficios esperados del CONRICYT se generan por la acción combinada de varias políticas públicas, que conjuntamente, inciden en el nivel de los resultados observados y en los impactos alcanzados. Los cambios observados desde el 2011 son de tal contundencia que, aplicando ceteris paribus, las anteriores observaciones permiten presumir con un alto grado de confianza que el Consorcio:

- Genera adicionalidad permitiendo que más instituciones se beneficien de una infraestructura nacional de acceso a la información científica.
- Aumenta la equidad en la política fiscal, permitiendo que instituciones pequeñas tengan acceso a los mismos recursos de los cuales gozaban las más grandes; con lo cual, las instituciones distantes del centro de México aumentan su actividad investigadora.
- Reduce el Efecto Mateo en las instituciones de investigación muy grandes del país, sin disminuir los recursos con que cuentan, ni perjudicar el nivel de los logros que alcanzan.
- Es una política pública efectiva, toda vez que responde adecuadamente a los propósitos para los cuales ha sido creada.

El desafío para México consiste en avanzar rápidamente hacia una sociedad del conocimiento que utilice de manera intensiva la ciencia, la tecnología y las humanidades en beneficio de toda la población (Olivé, 2005). En esta transición, se observan características clave, como el aumento en la generación y distribución del conocimiento científico, el desarrollo sin precedentes de tecnologías, el desplazamiento de factores económicos tradicionales por conocimiento en los procesos productivos y cambios en las relaciones sociales y culturales debido a nuevas tecnologías (Olivé, 2005). Gibbons (1998) destaca que la producción y divulgación del conocimiento ya no son actividades monopolísticas de las universidades, sino que involucran a múltiples actores, incluyendo universidades, gobiernos y empresas, en proyectos de investigación (triple hélice).

La UNESCO aborda las sociedades del conocimiento como transiciones sociales a nivel mundial, enfatizando la diversidad cultural y rechazando la idea de un modelo único de sociedad (UNESCO, 2005). Se espera que el conocimiento científico y tecnológico se convierta en un bien público de acceso universal en el futuro, y la universidad debe integrar conocimiento externo con el propio para innovar y generar valor localmente (Muñoz, 2016). Además, los programas de posgrado desempeñan un papel crucial en el desarrollo de habilidades y competencias en los estudiantes, no solo adquiriendo conocimientos académicos, sino también fomentando habilidades informacionales, éticas y sociales para su éxito profesional (Piñón, 2018). Estas competencias contribuyen al desarrollo social, cultural e internacional en la educación superior.

Según Robert L. Katz existen tres habilidades importantes para el desempeño administrativo exitoso y que se deben de tomar en cuenta para su desarrollo: Habilidades técnicas, habilidades humanas y habilidades conceptuales. Existen muchas habilidades que dentro de los posgrados deben de jugar un papel fundamental dentro de la formación académica y profesional de los estudiantes. Se deben de cuestionar que tan importante es proporcionar conocimientos especializados en un campo específico, y desarrollar habilidades relevantes en el mundo laboral actual. Algunas de estas habilidades son: Inteligencia emocional, coordinación y liderazgo, capacidad de negociación, pensamiento crítico, soluciones disruptivas y flexibilidad cognitiva.

Las habilidades de comunicación efectiva son cruciales en cualquier entorno profesional, los programas de posgrado ofrecen oportunidades para mejorar las habilidades de comunicación oral y escrita, así como la capacidad para trabajar en equipo y liderar proyectos colaborativos. Estas habilidades son invaluable en la creación de relaciones laborales sólidas y la gestión eficaz de equipos. Junto con las habilidades deben desarrollarse las competencias, que van de la mano para el fortalecimiento de los estudios de posgrado. Las competencias son aquellas habilidades, capacidades y conocimientos que una persona tiene para cumplir eficientemente determinada tarea. Las competencias son características que capacitan a alguien en un determinado campo. No solo incluyen aptitudes teóricas, sino también defienden el pensamiento, el carácter, los valores y el buen manejo de las situaciones problemáticas. Las competencias son adquiridas mediante el aprendizaje y la formación de las personas; son una herramienta fundamental para el ejercicio en el campo donde son necesarias dichas competencias. Combinan las destrezas y la capacidad en desempeñar una función de forma efectiva y transversal en el tiempo, generalmente definidas en el ámbito profesional.

Cuando hablamos de las competencias, cabe mencionar el desarrollo de las competencias científicas, como parte fundamental de la formación del posgrado, ya que se espera que éste forme un profesional que sea capaz de apropiarse del discurso científico, crear conocimientos y transferirlos a la sociedad. Existen competencias importantes que se deben tomar en cuenta en los programas de posgrado, y darles el valor fundamental a estas, y son: Gestión de tiempo, asertividad y escucha activa, conciencia de equipo, creatividad y positividad. Estas competencias combinadas con las habilidades son parte de la transformación académica de la enseñanza en los posgrados. Es esencial para preparar a los individuos para el mundo laboral actual y futuro. Por último, y no por ello el menos importante, tenemos los resultados que los programas de posgrado han tenido, en cuanto a su impacto en la internacionalización de la educación superior, así como de los programas de posgrado es un proceso importante para mejorar la calidad de la educación y preparar a los estudiantes para un mundo globalizado (Knight 2004a).

Este proceso implica la colaboración internacional, la movilidad estudiantil y la diversificación de perspectivas. La internacionalización ha evolucionado a lo largo de la historia debido a transformaciones sociales, políticas y económicas. En el pasado, la internacionalización se centraba en el intercambio de conocimientos dentro de una comunidad religiosa y lingüística, como en las universidades europeas en la Edad Media (Rodríguez, 2004). En el siglo XX, hubo una mayor movilidad de profesores y estudiantes, especialmente de Europa a Estados Unidos. Además, hubo un flujo significativo de estudiantes desde países menos desarrollados hacia países más avanzados, lo que condujo a acuerdos de cooperación entre instituciones educativas (García, 2005). La colaboración internacional en programas de posgrado y la oferta de espacios virtuales a través de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) han impulsado la internacionalización de la educación superior (Echeverri, 2022).

Las alianzas académicas, los programas de intercambio y una buena campaña de marketing atraen a estudiantes y profesores de diferentes partes del mundo, fortaleciendo la reputación de las instituciones académicas y enriqueciendo la educación superior. La movilidad estudiantil contribuye a la internacionalización al traer perspectivas diversas al aula y enriquecer el ambiente de aprendizaje (De Wit, 2015). Al respecto, Marginson (2010) sostiene que las alianzas académicas internacionales pueden mejorar la calidad de la investigación y la enseñanza, así como brindar a los estudiantes acceso a recursos globales. La internacionalización también se refleja en la calidad de los programas de posgrado y la investigación (Altbach, 2013).

La búsqueda de la acreditación internacional es un componente importante de la estrategia de internacionalización de muchas instituciones (Qiang, 2003). Sin embargo, es importante abordar los desafíos éticos y garantizar una internacionalización equitativa y sostenible, mismos que Jane Knight (2004b) advierte, sobre la posibilidad de una internacionalización superficial que priorice la cantidad sobre la calidad, y la explotación de los estudiantes internacionales únicamente como fuente de ingresos.

3. CONCLUSIONES

Las investigaciones realizadas en los programas de posgrado pueden tener un impacto positivo en la sociedad al generar nuevos conocimientos y soluciones a problemas sociales, económicos y políticos, impulsando la innovación y con ello, una mejora en la calidad de vida. El posgrado se enfrenta a crecientes demandas sociales, económicas y políticas, lo que sugiere que los programas de posgrado estén siendo diseñados para responder a las necesidades de la sociedad y, por lo tanto, sus investigaciones pueden tener un impacto directo en la sociedad. Por lo tanto, los programas de posgrado pueden contribuir al avance del conocimiento al fomentar la colaboración y la creación de redes entre académicos e instituciones, así como al proporcionar una formación especializada y avanzada a los estudiantes de posgrado. Los programas de posgrado tienen un impacto sustancial en el desarrollo social y cultural tanto a nivel nacional como internacional. Contribuyen al avance del conocimiento, promueven la diversidad cultural, desarrollan habilidades y competencias, y fomentan la internacionalización de la educación superior.

En los próximos años las instituciones de educación superior deberán realizar las transformaciones necesarias para participar de manera más activa en los procesos de mundialización del conocimiento y en la formación de personas calificadas con estándares internacionales para atender las necesidades que se presentan a nivel local. El entorno global abre nuevas oportunidades para impulsar la

internacionalización de la educación superior del país a través de la mayor participación en redes de universidades, programas de colaboración multilateral y acciones de cooperación académica en materia de investigación, movilidad académica y programas de formación profesional. Es importante abordar los desafíos éticos y asegurar una internacionalización equitativa y sostenible para enriquecer la experiencia educativa y contribuir al avance de la sociedad en un mundo interconectado.

REFERENCIAS

- Alma Maldonado-Maldonado, A. C. (2018). El posgrado y la producción de conocimiento. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.
- Chálela Naffah, S., Valencia Arias, A., & Arango Botero, D. (2017). Motivaciones de los estudiantes universitarios para continuar con su formación académica en programas de posgrado. *Revista Lasallista de investigación*, 14(2), 160-170.
- De Wit, H. (2015). Internationalization of Higher Education. En J. J. F. Forest & P. G. Altbach (Eds.), *International Handbook of Higher Education* (pp. 17-39). Springer International Publishing.
- Echeverri Cañas, L. M. (2022). Marketing para instituciones de educación superior: Cómo crear valor extraordinario. Editorial Universidad del Rosario.
- García Guadilla, C. (2005). Complejidades de la globalización e internacionalización de la educación superior: Interrogantes para América Latina. *Cuadernos del CENDES*, 22(58), 1-22.
- Knight, J. (2004 a,b). Internationalization Remodeled: Definition, Approaches, and Rationales. *Journal of Studies in International Education*, 8(1), 5-31.
- M.C. Lidia Manzo Rodríguez, I. D. (2006). La educación de posgrado y su repercusión en la formación del profesional iberoamericano. Ciudad de la Habana : *Educ Med Super* v.20 n.3.
- Marginson, S. (2010). Global University Rankings: Implications in General and for Australia. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 32(2), 133-144.
- Moya-Anegón, F. d. (2019, Julio 24). *CONSEJO MEXICANO DE CIENCIAS SOCIALES*. Retrieved from <https://www.comesco.com/observatorio/indicadores-produccion-cientifica-mexicana>
- Qiang, Z. (2003). Internationalization of Higher Education: Towards a Conceptual Framework. *Policy Futures in Education*, 1(2), 248-270.
- Rodríguez, Roberto (2004). «El Área de Libre Comercio de las Américas y las universidades», documento presentado en el seminario regional «La educación superior transnacional: nuevos retos en un mundo global», Caracas, Iesalc/Unesco.
- Smith, J. (2020). El impacto de la educación superior en el desarrollo social y cultural. 45(2), 123-136. *UNIVERSIDADES*, A. N. (2016, Agosto). Retrieved from http://www.anuies.mx/media/docs/avisos/pdf/PlanDesarrolloVision2030_v2.pdfv
- Bernate, J. A. (2020). Desafíos y tendencias del siglo XXI en la educación superior. Home. (s. f.). <https://manteniment.tdx.cat/>
- Unir, V. (2021, 22 junio). Tipos de creatividad: cuáles existen, características e importancia. Universidad Virtual. | UNIR Ecuador - Maestrías y Grados virtuales. <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/tipos-creatividad/https://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/dcsh-uam-x/20201118022700/Interculturalidad-Educacion.pdf>

CAPÍTULO XVI

LAS EMPRESAS Y LA PROTECCIÓN DE DERECHOS HUMANOS

Autores

Castellanos Villalobos Rebeca; Levet Gorozpe Ernesto;
Castellanos Villalobos María de Lourdes; Levet Ferreira María de Carmen

RESUMEN

Dentro del derecho civil se regulan las relaciones entre particulares teniendo como base el concepto de persona. A nivel federal, como local (Veracruz), la persona se clasifica en física y moral –jurídicas-; la primera se entiende como el ser humano afecto a deberes y prerrogativas, y la segunda como los entes u organizaciones a los cuales el Estado les reconoce una personalidad jurídica y que se compone de dos o más personas físicas.

Ahora bien, las personas morales o jurídicas, según la materia legal pueden tener fines altruistas, fines preponderantemente económicos o fines lucrativos; ello nos permite distinguir a las asociaciones y sociedades civiles de las sociedades mercantiles, todas las cuales tienen un andamiaje legal propio, tanto en nuestro derecho doméstico como en el ámbito internacional.

Bajo esa premisa entendemos que, en el derecho internacional, existe el reconocimiento a los derechos humanos de las personas físicas, es decir, a las mujeres y hombres a quienes se les deben respetar, proteger y garantizar su dignidad humana. Sin embargo, hemos olvidado que las personas morales, específicamente las empresas o sociedades mercantiles, hoy por hoy, también deben proteger los derechos humanos. Esta ponencia dará cuenta de ello.

ABSTRACT

Civil law regulates relationship between individuals on the basis of the concept of person. At the federal level, as well as at the local level (Veracruz), the person is classified into physical and moral (legal); the former is understood as the human being subject to duties and prerogatives, and the latter as the entities or organizations to which the State recognizes a legal personality and which are composed of two or more natural persons.

Now, moral or legal persons, depending on the legal matter, may have altruistic purposes, predominantly economic purposes or profit-making purposes; this allows us to distinguish civil associations and corporations from commercial companies, all of which have their own legal framework, both in our domestic law as well as in the international sphere.

Under this premise, we understand that international law recognizes the human rights of natural persons, that is, women and men whose human dignity must be respected, protected and guaranteed. However, we have forgotten that legal entities, specifically companies or commercial companies, must also protect human rights. This paper will give an account of this.

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los conceptos más relevantes en la teoría general del derecho es el de persona, mismo que ha evolucionado desde la época de los griegos, hasta nuestros días. Para los romanos solo se consideraba persona a los patricios, quienes tenían los tres estatutos reconocidos en aquella época y que les permitían el título de *sui iuris*, es decir pertenecer a una familia romana, haber nacido libre y ser considerado ciudadano en pleno ejercicio de sus derechos.

De acuerdo con Helga Marie Hell, la ciencia jurídica, al analizar el concepto de persona, lo hace desde dos perspectivas:

1) considera que la persona es un concepto plenamente jurídico y por lo tanto desligado de otros ámbitos disciplinares o de la realidad. En este caso, la ciencia del derecho realiza una opción, además de epistemológica, constructiva desde el punto de vista ontológico; o

2) acepta que la persona se refiere tanto a un elemento de la realidad como a un concepto construido para conocer y lidiar con el complejo fenómeno fáctico. Así, el concepto es un prisma epistemológico, pero no altera el plano ontológico de la persona (Lell, 2017)

Jurídicamente en nuestro derecho interno, los códigos civiles federal y local veracruzano, señalan que las personas se clasifican en física y moral, mismas que se definen en dichos ordenamientos; en el caso de la primera señala que es el ser humano que nace vivo o que tiene posibilidades de vivir, una vez desprendido del vientre materno durante cierto número de horas (veinticuatro); mientras que la segunda establece que son los entes u organizaciones a que las leyes mexicanas les reconocen personalidad jurídica.

Entendidos que los entes jurídicos que se regulan tanto a nivel federal como local son el Estado, las organizaciones civiles con fines altruistas, mismas que conocen como asociaciones e incluso las fundaciones, así como aquellas con fines preponderantemente económicos como las sociedades civiles y las sociedades mercantiles cuyos fines son lucrativos y que coloquialmente les damos en nombre de empresas.

Como sabemos en junio de 2011 la reforma constitucional federal trajo consigo una nueva visión del concepto de derechos humanos, han pasado doce años desde que se obliga a todas las autoridades mexicanas a promover y respetar el tema en comento, que invariablemente sabemos que esta íntimamente ligado al concepto de personas y generalmente pensamos en seres humanos (personas físicas), sin embargo la constante evolución del derecho, pero sobre todo la progresividad de los derechos humanos, nos permiten hoy hablar de los derechos humanos de las empresas, pero especialmente de aquellos que ellas deben respetar.

Por ello, nuestra Constitución y Convencionalmente, se establece el deber del Estado de garantizar el goce pleno de los derechos humanos, por lo que es comprensible que ese imperativo aplica a las personas morales. Ciertos corporativos se han efectuado acciones afirmativas que protegen derechos humanos como: protocolos para combatir y erradicar la violencia, implementación de códigos de ética, directrices de inclusión y no discriminación laboral, manuales con perspectiva de género, todas las cuales contribuyen, pero no suplen la normatividad que regula a las empresas y derechos humanos.

2. DESARROLLO

En el ámbito internacional existen un sinnúmero de temas relacionados con la protección, respeto y promoción de derechos humanos, uno de ellos, es el rol principal que tienen las empresas nacionales – sean públicas o del sector privado- y las transnacionales; lo cual deriva de los procesos de integración económica y la globalización, además de la firma de tratados internacionales en materia de libre comercio y de intercambio de tecnología a nivel mundial.

Lo anterior trae aparejado otra serie de problemáticas que también están concatenados al respeto y realización de los derechos humanos como son el cuidado de datos personales, transparencia, sustentabilidad, corrupción, grupos delincuenciales, discriminación, trabajo forzado, vulneración del medio ambiente, por mencionar algunos; lo que implica que los países deben hacer frente a tales problemáticas.

En tales circunstancias y dentro del Sistema Universal de Derechos Humanos (SUDH) de Naciones Unidas (NU) surgen los denominados *Principios Rectores de Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos* (Naciones Unidas, 2011), los cuales se dieron a conocer en el año 2011 a través del representante especial del Secretario General (SG) de la Organización de Naciones Unidas (ONU); así nace la Resolución 17/4 del 16 junio de ese mismo año, en donde el Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas (CDHUN) asumió como propios dichos principios y mediante el Grupo de Trabajo sobre empresas y derechos humanos se lleva a cabo la difusión de los mismos.

El Grupo de Trabajo en comento, está formado por cinco personas expertas procedentes de varios países miembros de Naciones Unidas; por otro lado, el Consejo de Derechos Humanos –también de ONU-, ha enfatizado la importancia de fomentar y emplear dichos principios rectores en el contexto de las actividades empresariales, ya que es fundamental que las empresas garanticen los derechos humanos.

Esto involucra al Estado y las empresas para que de manera conjunta realicen políticas públicas con un alto sentido de responsabilidad social y humanismo; a tomar medidas de prevención e identificar actos que vulneren derechos humanos; generar mecanismos eficientes para la solución de controversias; proporcionar una adecuada reparación del daño y promover acciones que protejan dichas prerrogativas en el entorno de las actividades y servicios que brindan los corporativos empresariales.

Es importante señalar que el CDHUN ha renovado este mandato internacional por medio de diversas resoluciones: en 2014 (*resolución 26/22*), 2017 (*resolución 35/7*), 2020 (*resolución 44/15*) y en 2023 (*resolución 53/3*) (Naciones Unidas, 2023). Estos principios enmarcan el nuevo paradigma internacional, a través del cual se deben constituir las empresas, consolidar su dinamismo y desarrollo, evitando la vulneración de derechos humanos.

Derivado de dichos Principios Rectores, se desprende el reconocimiento de tres ejes:

- a) Las actuales obligaciones de los Estados de respetar, proteger y cumplir los derechos humanos y las libertades fundamentales;
- b) El papel de las empresas como órganos especializados de la sociedad que desempeñan funciones especializadas y que deben cumplir todas las leyes aplicables y respetar los derechos humanos;
- c) La necesidad de que los derechos y obligaciones vayan acompañados de recursos adecuados y efectivos en caso de incumplimiento (Naciones Unidas, 2011).

Como ya mencionamos las empresas deben implementar medidas que incluyan acciones concretas para la protección derechos humanos, por ejemplo:

1. Actuar con transparencia: En ese sentido todas las empresas se obligan a realizar acciones tendientes a garantizar el debido proceso en materia de reclamaciones, evitar el abuso en sus políticas comerciales, rendición de cuentas a sus trabajadores (empleados) y socios, investigar adecuadamente las irregularidades relacionadas con sus servicios; pago de impuestos y demás contribuciones de manera voluntaria, oportuna y real; adecuada aplicación de las normas nacionales concatenadas al marco internacional.

2. Asumir la responsabilidad social: Las empresas de adoptar medidas cuyo impacto sea positivo para el medio ambiente y el desarrollo sostenible, que repercute en una mejora de su imagen corporativa, amén de garantizar el bienestar de la comunidad; adoptar medidas internas de control de los desechos orgánicos e inorgánicos que se producen en sus cadenas de producción; cultura de la prevención que permitan identificar y abordar los abusos contra los derechos humanos.

En el año 2019, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) llevo a cabo un informe temático en relación a las Empresas y Derechos Humanos; en dicho documento se enumeran doce criterios, a los que se les considera estándares interamericanos que las empresas –públicas o privadas- de la región deben implementar, a fin de no vulnerar derechos humanos.

A continuación, se enuncia textualmente dichos criterios, sin mayor ahondamiento, en los mismos:

- | | |
|--|---|
| 1. Centralidad de la persona y de la dignidad humana. | 7. Derechos de los pueblos indígenas y tribales. |
| 2. Universalidad, indivisibilidad, interdependencia e interrelación de los derechos humanos. | 8. Derechos de las personas migrantes. |
| 3. Igualdad y no discriminación. | 9. Derechos de las personas en situación de movilidad humana. |
| 4. Derecho al desarrollo. | 10. Derechos de las personas usuarias y consumidoras. |
| 5. Derecho a un medio ambiente sano. | 11. Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades. |
| 6. Derecho a defender los derechos humanos. | Derechos de las personas trabajadoras (García Muñoz, 2019). |

Como podemos observar, el informe analiza los deberes generales que el Estados tiene que garantizar entorno a los derechos humanos en el marco de las actividades empresariales, estableciendo el alcance legal de su vulneración por parte de los corporativos. Se examina metódicamente dichas obligaciones y las consecuencias jurídicas –en las empresas- por el incumplimiento a dichos derechos.

En ese orden de ideas se plantean las problemáticas que derivan de las actividades propias de las empresas como: la falta de políticas ambientales en pro del desarrollo sustentable, pocos estímulos fiscales y leyes que no apoyan a las empresas socialmente responsable, falta de regulación para grupos en situación de vulnerabilidad, los trámites y requerimientos excesivos en la creación de nuevas empresas.

Por su parte México y su Comisión Nacional del Derechos Humanos (CNDH) en febrero del 2018 estableció un programa estratégico de empresas y derechos humanos, mediante el cual transversalizó las directrices internacionales que hemos citado anteriormente, las cuales, inciden en la toma de decisiones del Estado, con el fin de apuntalar en la educación y el respeto a los derechos humanos por parte de las empresas del sector público y privado.

Dicho programa de la CNDH, cumple con los estándares de la ONU y del grupo de trabajo sobre empresas y derechos humanos; ofrece capacitación y promoción de los preceptos relacionados con la debida observancia de los derechos humanos en el ámbito empresarial, generando mecanismos y *“estrategias internas que sirvan como garantía de reparación no jurisdiccional efectiva y accesible para las personas que sean vulneradas en sus derechos y con ello contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030”* (Comisión Nacional de Derechos Humanos, 2023).

Así por ejemplo encontramos que la CNDH ha emitido sendas recomendaciones a empresas, tanto públicas como del sector privado, por violaciones a derechos humanos, tal es el caso de la 2/2018, 17/2018 y 34/2018, en las cuales se hizo patente que el servicio de dichas entidades no se apegó a la normativa nacional e internacional. Dichas recomendaciones versan sobre:

- la primera es sobre la vulneración a la correcta accesibilidad y movilidad dentro del transporte público de pasajeros en condición de discapacidad y la falta de descuentos en las tarifas en Ciudad de México (CDMX);
- la segunda surge de una queja de la Comisión Estatal de Sonora, en la cual se violentó el derecho humano del Pueblo Mayo y Tribu Yaqui relacionado con la construcción del Gasoducto, toda vez que no fueron debidamente consultados e informados vulnerando la propiedad colectiva e identidad cultural; y
- la tercera está relacionada con los contratos privados de la empresa responsable de la construcción del libramiento de la autopista México-Cuernavaca (paso exprés) y el socavón del 2017.

Respecto a la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CoIDH), está ya se ha posicionado con relación a la responsabilidad de las empresas y los derechos humanos; en el Caso de los Buzos Miskitos (Lemoth Morris y otros) Vs. Honduras afirmó: *“[E]l deber que tienen los Estados de regular, supervisar y fiscalizar la práctica de actividades peligrosas por parte de empresas privadas que impliquen riesgos significativos para la vida e integridad de las personas sometidas a su jurisdicción* (Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2021)”

En ese mismo sentido en el párrafo cuarenta y siete de forma puntal señala las obligaciones de los Estados respecto de las actividades empresariales, y reitera:

“el Consejo de Derechos Humanos hizo suyos los “Principios Rectores sobre las empresas y los derechos humanos: puesta en práctica del marco de las Naciones Unidas para ‘proteger, respetar y remediar...y en particular destaca los tres pilares de los Principios Rectores, así como los principios fundacionales que se derivan de estos pilares, los cuales resultan fundamentales en la determinación del alcance de las obligaciones en materia de derechos humanos de los Estados y las empresas” (Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2021)

Otro caso emblemático de la CoIDH es el de Vera Rojas y otros Vs. Chile del primero de octubre del 2021, que en su párrafo ochenta y cuatro destaca la importancia de los tres pilares en los mismos términos que en el caso anteriormente citado; y concatenado al párrafo ochenta y cinco de dicha resolución, la Corte menciona que:

“...en el marco de las obligaciones de garantía y del deber de adoptar disposiciones de derecho interno que se derivan del artículo 1.1 y 2 de la Convención Americana, ... los Estados tienen el deber de prevenir las violaciones a derechos humanos producidas por empresas privadas, por lo que deben adoptar medidas legislativas y de otro carácter para prevenir dichas violaciones, e investigar, castigar y reparar

tales violaciones cuando ocurran. Los Estados...se encuentran obligados a reglamentar que las empresas adopten acciones dirigidas a respetar los derechos humanos reconocidos en los distintos instrumentos del Sistema Interamericano... En virtud de esta regulación, las empresas deben evitar que sus actividades provoquen o contribuyan a provocar violaciones a derechos humanos, y adoptar medidas dirigidas a subsanar dichas violaciones...la responsabilidad de las empresas es aplicable con independencia del tamaño o sector, sin embargo, sus responsabilidades pueden diferenciarse en la legislación en virtud de la actividad y el riesgo que conlleven para los derechos humanos” (Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2021)

Pese a los avances jurídicos, aún existen desafíos en la implementación y aplicación efectiva de las normas y reglamentaciones de los derechos humanos en las empresas; sin duda actualmente enfrenta un reto mayúsculo, al tener que erradicar de las factorías la violación de derechos humanos derivados de sus servicios y actividades.

3. CONCLUSIONES

Como ya mencionamos las empresas en su calidad de personas morales, con reconocimiento a su personalidad jurídica, cuentan con una serie de normas legales internas e internacionales que regulan su actuación en el campo del derecho. Tanto en el Sistema Universal de Derechos Humanos (SUDH) como en el Sistema Interamericano (SIDH) se imponen deberes al Estado con relación a los DDHH, y por ende las empresas públicas o privadas están obligadas a observarlos.

Cada Nación tendrá que velar, que las actividades o servicios que realizan las empresas no vulneren los derechos humanos de las personas o grupos en situación de vulnerabilidad (pueblos indígenas, los campesinos, personas con discapacidad o personas adultas mayores, o los integrantes de la comunidad LGBTI). Además, debe tener procedimientos jurisdiccionales y no jurisdiccionales que permitan, de forma rápida y expedita la reparación del daño ocasionado en virtud de las actividades empresariales y evitar su impunidad.

Finalmente, somos enfáticos, al señalar que los servicios y actividades empresariales en México deben apegarse a los diversos numerales de la Carta Magna, la cual está en concordancia con el derecho internacional convencional. Por lo tanto, las empresas comparten –con el Estado- la responsabilidad de “...promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos” (Congreso de los Estados Unidos Mexicanos, 2023), y resarcir el daño por la vulneración de los mismos.

REFERENCIAS

- Comisión Nacional de Derechos Humanos. (17 de noviembre de 2023). *Empresas y Derechos Humanos*. Obtenido de <https://www.cndh.org.mx/programa/3023/empresas-y-derechos-humanos>
- Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. (06 de junio de 2023). *Cámara de Diputados*. Recuperado el 17 de noviembre de 2023, de Leyes Federales: <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf>
- Corte Interamericana de Derechos Humanos. (31 de agosto de 2021). *CoIDH*. Recuperado el 17 de noviembre de 2023, de https://www.corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_432_esp.pdf
- Corte Interamericana de Derechos Humanos. (01 de octubre de 2021). *CoIDH*. Recuperado el 17 de noviembre de 2023, de https://corteidh.or.cr/docs/casos/articulos/seriec_439_esp.pdf

- García Muñoz, S. (2019). *Informe Empresas y Derechos Humanos: Estándares Interamericanos*. Organización de Estados Americanos. Washington, D.C.: Comisión Interamericana de Derechos Humanos. Recuperado el 17 de noviembre de 2023, de <https://www.oas.org/es/cidh/informes/pdfs/EmpresasDDHH.pdf>
- Lell, H. M. (2017). El concepto jurídico de "persona" y el acercamiento de la ciencia del derecho . En M. L. Raquel, *Metáfora y episteme: hacia una hermenéutica de las instituciones* (primera ed., págs. 187-205). Argentina, Argentina: Círculo Hermenéutico. doi:ISBN.: 978-987-45956-7-6
- Naciones Unidas. (2011). *Principios Rectores sobre las empresas derechos humanos* (primera ed.). New York & Ginebra: Oficina del Alto Comisionado de Naciones Unidas. Recuperado el 17 de noviembre de 2023, de https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/publications/guidingprinciplesbusinesshr_s_p.pdf
- Naciones Unidas. (17 de noviembre de 2023). *Grupo de Trabajo sobre empresas y derechos humanos*. Obtenido de Oficina del Alto Comisionado : <https://www.ohchr.org/es/special-procedures/wg-business>

CAPÍTULO XVII

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL PARA EL SECTOR DE ARTESANÍAS EN XALAPA, VERACRUZ

Autores

González Azamar Mario Alberto; Orduña Hernández Rosendo;

López Saldiña Arturo; Vázquez Fernández José Refugio

RESUMEN

En la actualidad la actividad del artista se ha visto mermada por diferentes situaciones. Una de ellas es la dificultad que presenta para este gremio el poder lucrar con sus obras, pues son pocos los que logran destacar en el mercado. Lo anterior puede ser consecuencia directa de una pobre o nula gestión de mercadotecnia en las actividades que realizan. Derivado a la evolución tecnológica y social, cobra relevancia el uso de la mercadotecnia digital para este grupo.

El presente trabajo de investigación considera generar una propuesta de plan para aplicar mercadotecnia digital en una marca artista en la ciudad de Xalapa. Para esto se aplica una metodología cuantitativa, en la cual se encuestó a habitantes de la ciudad de Xalapa, para indagar sobre sus hábitos de consumo y preferencias relacionadas con el sector artesanal. Se encuentra que muy pocos consumidores adquieren artesanías en la ciudad, así como que no existe posicionamiento de las marcas artesanales, aunado a esto, el producto es la categoría más importante para el consumidor.

ABSTRACT

Nowadays the artist's work has been diminished by different situations. One of them is the difficulty that this guild presents in being able to profit from their works, since there are few who manage to stand out in the market. The above may be a direct consequence of poor or no marketing management in the activities they carry out. Derived from technological and social evolution, the use of digital marketing becomes relevant for this group.

This investigation considers to generate a propose of a plan for apply digital marketing in an artist's mark in Xalapa city. For this, a quantitative methodology is applied, in which citizens of the city of Xalapa were surveyed, to investigate their consumption habits and preferences related to the artisan sector. It is found that very few consumers purchase crafts in the city, as well as that there is no positioning of craft brands, in addition to this, the product is the most important category for the consumer. Finally, a series of recommendations are given, and a digital marketing plan is proposed to promote the positioning of a Xalapa artisan brand.

1. INTRODUCCIÓN

En primera instancia es menester entender que es el arte. Una breve descripción del arte puede ser enunciada en las siguientes palabras:

El mundo del arte es un inmenso espacio, a la vez etéreo e interconectado, en el que agentes de todo tipo ofrecen y demandan ... se trata de un espacio muy diverso en el que conviven todo tipo de personas e instituciones (Castillo, 2021, párr. 1).

De tal manera que el arte trasciende a varios entornos de la vida cotidiana. Así mismo, se infiere la importancia de este dentro de las sociedades modernas.

En la actualidad “el arte tiene un componente comercial: su propio mercado. Este mercado establece el valor monetario de las obras y artistas, así como las tendencias y posiciones dominantes a nivel mundial” (Op. cit., 2021, párr. 2). Lo anterior da cuenta de que el arte es un producto; por lo tanto, se debe considerar que este requiere de estrategias para su comercialización.

Tal como menciona Sharratt (2019) “Ganarse una vida como un artista es imposible para todos ...y la falta de una remuneración económica adecuada por la labor artística es la realidad oscura en el corazón del mundo del arte contemporáneo” (Trad. propia, párr. 1). Este argumento da la pauta a que los artistas busquen alternativas para comercializar sus productos, lo que puede llevarlos a la creación de marcas artísticas, sin embargo, muchos de ellos no cuentan con marca.

Lo anterior representa un área de oportunidad para los artistas, ya que al aplicar estrategias de Mercadotecnia a la gestión de sus proyectos/marcas, tendrá la oportunidad de destacar en un mercado complejo y competido; garantizando así el cumplimiento de sus objetivos personales, así como la justa remuneración a su trabajo.

Para poder vivir del arte es necesario el uso de internet, pues así se podrá atraer clientes. Según Arte Escondido, agencia, escuela y consultora de Mercadotecnia Digital, si el artista aplica la Mercadotecnia Digital a sus actividades, obtendrá los siguientes beneficios:

- Rentabilidad. Inversiones pequeñas.
- Mayor interacción y conexión. Generar proximidad con los clientes.
- Portabilidad. Mayor posibilidad de conectar con los clientes.
- Segmentación. Llegar al cliente ideal.
- Automatización. Ahorro de tiempo (Arte escondido, 2017, págs. 19-23)

En similar a cualquier empresa o negocio, aplicar estrategias de Mercadotecnia Digital es de gran ayuda para que el artista puede verse beneficiado, no sólo a nivel de marca sino también de utilidades. Pues la aplicación de esta herramienta permite incursionar en el mercado con inversiones pequeñas, así como alcanzar a los clientes ideales con un esfuerzo menor al requerido por medio de un proceso tradicional. La Mercadotecnia Digital como resultado de la evolución tecnológica y social; presenta un gran abanico de posibilidades para el artista, quien debe ser estratégico para incursionar en el uso de esta valiosa herramienta para hacer negocios, y de esta manera alcanzar sus objetivos de marca.

La presente investigación considera la generación de estrategias de mercadotecnia digital para la marca xalapeña “Happy Bear”, esta se dedica a la venta de artesanías varias, siendo su sello distintivo el bordado artístico. Se realizó un diagnóstico para conocer algunos de los principales hábitos de consumo de artesanías por parte de los ciudadanos de Xalapa, a la vez que se estudió el posicionamiento de la marca, lo anterior como punto de partida para generar las estrategias mencionadas anteriormente.

2. MÉTODO

Tomando como punto de partida el objetivo general planteado en esta investigación, el cual es: “Diseñar un plan de negocios para la utilización del marketing digital para el posicionamiento de la marca “Happy Bear” en el mercado del arte xalapeño”. Se selecciona un diseño no experimental, el cual corresponde a el tipo de estudio donde no se manipulan las variables de forma intencional, limitando la tarea del investigador a observar de qué manera suceden los fenómenos para después analizarlos (Hernández *et al.*, 2014, p. 152)

Bajo esa perspectiva el presente estudio propone el abordaje de la temática de “Estrategias de marketing digital para el sector de artesanías en Xalapa, Veracruz” desde un enfoque cuantitativo; pues se busca a través de la recolección de datos para probar la hipótesis con medición numérica y análisis estadístico (Op. cit., 2014, p. 4). Se considera un modelo muestral probabilístico, el cual permitirá obtener mayor representatividad de la población, así como la posibilidad de realizar inferencias de manera posterior.

2.1 INSTRUMENTO

A raíz de esta consideración, se opta por la selección de la encuesta como técnica de investigación, pues esta permite obtener información a través de la interrogación a los informantes para obtener medidas sobre los conceptos que derivados del problema de investigación ya planteado (López & Fachelli, 2015, p. 8). El instrumento fue un cuestionario de 20 items, que consideraba preguntas en escala dicotomica, likert de cinco niveles, y preguntas abiertas; al final el cuestionario generó 39 variables para el analisis estadístico.

La versión final del intrumento fue virtual, por medio de los servicios de la plataforma Lime Survey, que ofrece particularidades como seguimiento de las respuestas en tiempo real, optimización automática del cuestionario para los diferentes dispositivos, cronometraje, etc.

2.2 MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se tiene presente que uno de los objetivos de esta investigación considera analizar el posicionamiento de la marca Happy Bear en el mercado del arte xalapeño; se toma en cuenta a los habitantes de la ciudad de Xalapa para realizar el estudio. Según datos del INEGI la población de Xalapa asciende a 488,531 habitantes, sin embargo, para el estudio no se atiende al total de la población, debido a que no todos participan en el mercado del arte. Por lo que se tomará en cuenta a hombre y mujeres, mayores de edad, los cuales equivalen a 71.26% de la población, es decir 348,162 personas.

Para el cálculo de la muestra general se hace uso de la fórmula de muestreo aleatorio simple:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

Tabla 2. Sutipución de valores en formula de muestro.

Valores	Significado
N= 348,162	Población de Xalapa mayor de edad
P =0.50 y Q=0.50	Varianza
e= .05	Error permitido
Z= 1.96	Nivel de confianza

Fuente: Elaboración propia

Considerando lo anterior se calcula la muestra sustituyendo los valores en la fórmula, quedando de la siguiente manera:

$$n = \frac{(348162)(3.8416)(.25)}{(.0025)(348161) + (3.8416)(.25)} = \frac{334,374.78}{871.36} = 383.73 \approx 384$$

Este diseño muestral nos indica que participaran 384 personas, cuyo criterio y participación permitirá analizar el posicionamiento de la marca en el mercado del arte Xalapeño.

2.3 RECOLECCIÓN DE DATOS

El ejercicio de recolección de datos se realizó entre el 8 y 22 de septiembre del año 2023; para llevarlo a cabo se recurrió a la estrategia de reclutar encuestadores, principalmente por la dificultad que representaba cumplir con la muestra a partir de los esfuerzos individuales del investigador. Los encuestadores fueron convocados por medio de redes sociales a partir de un anuncio publicitario, se invitó a estudiantes universitarios a asumir este rol.

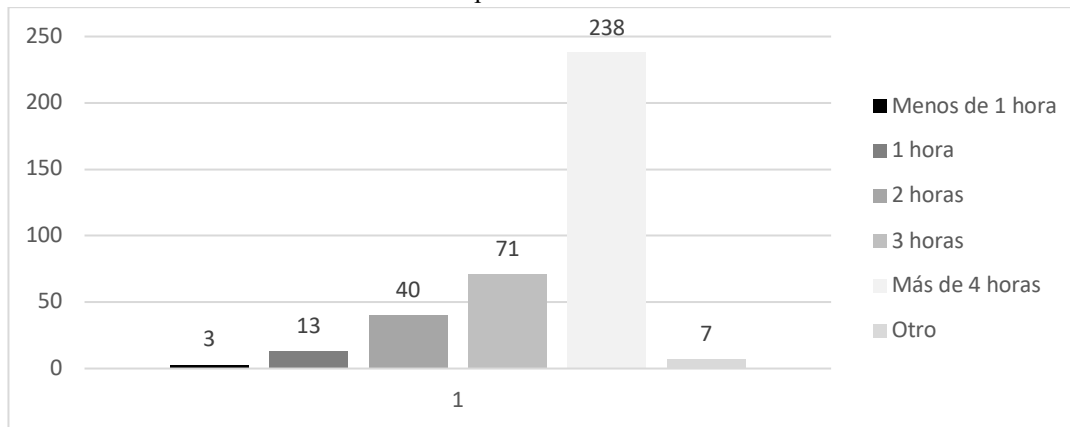
Los estudiantes debían mencionar con cuantas encuestas estarían apoyando a la investigación, después se les programaba una fecha para comenzar con la aplicación del instrumento; mientras el investigador realizaba el seguimiento de manera remota, para garantizar la autenticidad de las respuestas obtenidas por cada uno. Al final se contó con la participación de 11 encuestadores, que fueron remunerados de forma proporcional a su participación.

3. RESULTADOS

A continuación, se presentan los hallazgos derivados de la aplicación del cuestionario para esta investigación sobre estrategias de mercadotecnia digital para el sector artesanal en la ciudad de Xalapa Veracruz. Los resultados son útiles para conocer las tendencias de consumo de los habitantes de Xalapa, y de esta forma generar estrategias de mercadotecnia digital pertinentes con el caso de la marca Happy Bear.

Los resultados derivan del trabajo de campo realizado durante el mes de septiembre del año 2023, en este ejercicio participaron 384 personas. Sobre los datos demográficos de los encuestados, se contó con una participación mayoritaria de mujeres (57%), el resto hombres (43%). El rango de edad se encuentra entre los 21 y 30 años (35.16%), en su mayoría son estudiantes (44%). El nivel educativo de la mayoría es de Licenciatura (61%). El ingreso mensual aproximado es de \$1,500.00 MXN a \$2,999.00 MXN mensuales. La gran mayoría tiene acceso a internet (97%), y gastan más de 4 hrs al día conectados a la red (Gráfica 1).

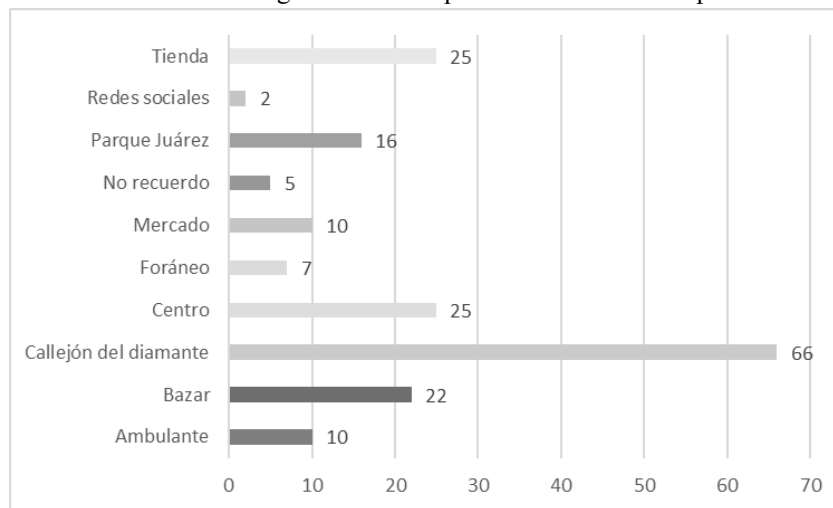
Grafica 1. Tiempo invertido en internet al día.



Fuente: Elaboración propia

En lo que refiere al objeto de interés de la presente investigación, se encontró que casi la mitad de los encuestados ha adquirido artesanías en los últimos tres meses (49%). En su mayoría han comprado artesanías por gusto propio (63%). También existe mayormente satisfacción por la calidad de los productos adquiridos (30%). Se identifican varios lugares donde se han adquirido artesanías destacando un punto específico de la ciudad de Xalapa, este es “El callejón del diamante” (36%) (Gráfica 2).

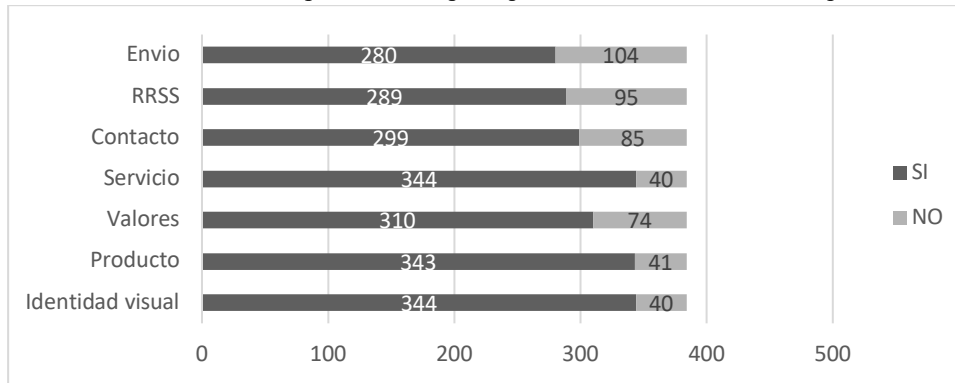
Grafica 2. Lugares donde adquirir artesanías en Xalapa.



Fuente: Elaboración propia

Se indago sobre qué elementos deberían ser los más importantes para que una marca artesanal destaque en la ciudad de Xalapa; según la opinión de los encuestados hay un empate entre “Identidad visual de la marca” y “Servicio” como elementos principales para que destaque la marca artesanal; es estos les sigue el “Producto” en segundo lugar, y en tercero la “Presencia en Redes Sociales” (Gráfica 3). Como la investigación plantea hacer estrategias de mercadotecnia digital, a los que consideraron las RRSS se les preguntó cuál de ellas les parecía más relevante para las marcas artesanales, la mayoría coincide que Facebook es la red más importante para estas marcas ().

Grafica 3. Principal elemento para que una marca artesanal destaque



Fuente: Elaboración propia

Como uno de los objetivos contemplaba analizar el posicionamiento de la marca Happy Bear en el mercado artesanal xalapeño, la última sección del cuestionario se enfocó en este aspecto. Se preguntó a los encuestados si conocían la marca “Happy Bear” (se les presentó el imagotipo de la marca), una parte mínima declaró conocer la marca (10%), dentro de estos también una mínima porción declaró haber comprado productos de la misma. Para los encuestados que no conocen la marca se les preguntó cuál era la primera impresión que tenían de la misma, a lo que resaltan elementos como marca, infantil, colorida, entre otros (Gráfico 4).

Grafica 4. Primera impresión de la marca Happy Bear



Fuente: Elaboración propia

4. CONCLUSIONES

Los resultados presentados en esta investigación responden al contexto actual del mercado artesanal en la ciudad de Xalapa. Las conclusiones a las que se llegan en el presente proyecto de investigación serán pertinentes, solo si se aplican a un contexto similar, en temporalidad y espacio.

Se encontró que el consumo de artesanías es casual por parte de los ciudadanos xalapeños, pues la mitad de ellos consume artesanías; el motivo de las compras es simple gusto por el gusto de hacerlo. Existe satisfacción por la calidad del producto adquirido. El principal lugar donde se compran artesanías es “El callejón del diamante”, siendo un punto estratégico para hacer venta de artesanías en la ciudad de Xalapa. De mano de la interpretación de los resultados, se concluye que los consumidores piensan que los principales elementos por el que una marca artesanal debe destacar, son la identidad visual y el servicio;

por lo tanto, una marca que desee posicionarse en el mercado de artesanías xalapeño debe considerar estos elementos.

Con relación al posicionamiento de la marca “Happy Bear” en la ciudad de Xalapa; ha sido posible ver que esta marca de artesanías no ha logrado destacar en la mente del consumidor, pues muy pocos consumidores han sido capaces de identificarla, de la mano se tiene un registro reducido de personas que declaran haber comprado algún producto de esta. De la mano la imagen proyecta dista un poco de la identidad verdadera de la marca.

Atendiendo lo anterior se realizan las siguientes recomendaciones:

- Realizar acciones de promoción de las artesanías en la ciudad de Xalapa, dentro de esta opción convendría realizar las gestiones pertinentes para recibir apoyo del gobierno municipal a través de sus canales de comunicación, o en su defecto ofreciendo un espacio para que los artesanos puedan ofertar sus productos a los consumidores de forma sencilla.
- En el caso particular de la marca Happy Bear, sería benéfico emprender acciones internas sobre el servicio; pues según la opinión de los consumidores, es un tema muy importante. De la mano se debe trabajar la identidad visual para transmitir la imagen adecuada. Como alternativa se debería adoptar un enfoque de sustentabilidad como estandarte de la marca.
- De la mano de lo anterior, se propone realizar un plan de mercadotecnia digital enfocado en posicionar la marca, ya que como se pudo comprobar con los resultados, este es prácticamente inexistente. El hecho de recurrir a los entornos digitales va de la mano con propiciar una actividad más sustentable por parte del sector artesanal.

Las recomendaciones anteriores buscan alinearse con el ODS, en este caso el número doce que enmarca lo referente a la producción y consumo sustentables. Si dentro del sector artesanal se llevan a cabo prácticas más sustentables, se estará contribuyendo a un consumo y producción sostenibles, que no estén relacionados con la degradación del planeta para obtener crecimiento económico; y así mismo se dará eficiencia a los recursos a la vez que se promueven estilos de vida sostenibles.

REFERENCIAS

- Arte escondido. (2017). *El Artista en la Era Digital: Cómo impulsar tu carrera artística en Internet*. Edición Kindle. <https://www.amazon.com.mx/El-Artista-Era-Digital-art%C3%ADstica-ebook/dp/B073DS6338>
- Castillo, L. (20 de mayo de 2021). *Mercado del arte: entre economía, cultura y estatus*. Obtenido de Mínimo necesario.: <https://minimonecesario.com.mx/subastas-secretas-compradores-excentricos-y-pinturas-carisimas-lo-minimo-necesario-sobre-el-mercado-del-arte/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metología de la investigación*. McGraw Hill.
- Sharratt, C. (7 de febrero de 2019). *Why Artists are Struggling to Make a Living From Their Art (and the Activists Fighting Back)*. Obtenido de Frieze: <https://www.frieze.com/article/why-artists-are-struggling-make-living-their-art-and-activists-fighting-back>

CAPÍTULO XVIII

EL PAPEL DEL DOCENTE, EN EL DESARROLLO DEL ESPIRITU EMPRENDEDOR EN LOS ESTUDIANTES DE CONTADURÍA

Autores

Vázquez Beltrán Lizbeth; Álvarez Nieto Aura; Chavarría Jiménez Erika;
Salinas Toledano Christian Daniel; Escobedo Buenabad Alma Delia

RESUMEN

En la actualidad, hablar de emprendimiento es cada vez más frecuente, principalmente porque se ha visto la creación de diversos negocios, que aunque duran poco en el mercado, es una actividad que se ha venido ganado auge, principalmente porque es necesario que estos negocios no fracasen, de tal manera que se hace indispensable que se generen estrategias para poder llevar al éxito cualquier negocio nuevo que es llamado emprendimiento y emprendedor aquel que tiene la idea y la lleva a cabo, el principal objetivo de la presente investigación, es mostrar el papel que tiene el docente en la actividad para apoyar a los estudiantes a crear negocios y no se queden en el intento como muchos que lo han querido hacer, así que los docentes que tienen conocimiento en emprendimiento son facilitadores y comunicadores. Los rasgos de carácter son la capacidad de aprender, la adaptabilidad y la empatía.

ABSTRACT

Nowadays, talking about entrepreneurship is increasingly common, mainly because we have seen the creation of various businesses, which although they do not last long in the market, is an activity that has been gaining popularity, mainly because it is necessary that these businesses do not fail, in such a way that it is essential that strategies be generated to be able to bring to success any new business that is called entrepreneurship and an entrepreneur who has the idea and carries it out, the main objective of this research is to show the role that The teacher has in the activity to support the students to create businesses and they do not stop trying like many who have wanted to do it, so teachers who have knowledge in entrepreneurship are facilitators and communicators. Character traits are the ability to learn, adaptability and empathy.

1. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo, se muestra a grandes rasgos, lo que es un emprendedor, una persona capaz de generar una idea tomando en cuenta las necesidades sociales del entorno, principalmente ven una oportunidad de ganar que otros no ven, por otro lado el emprendimiento, que es la parte en la que se lleva a la marcha aquella idea y transformarla en fuente de ingresos, el problema principal, para la elaboración de esta investigación, es como llegan los alumnos a conocer que hacer para lograr emprender, es aquí donde se torna importante la labor o el perfil del docente, para dar acompañamiento y seguridad a los estudiantes, para la puesta en marcha, por otro lado con la Incubadora de Empresas (IE), que en este caso, se encuentra dentro del Centro Universitario de la Universidad Autónoma del

estado de México, pinta mayor apoyo para que tanto alumnos como profesores estén empapados de como emprender un negocio.

Se plasma en el trabajo, el rol del profesor en cuanto al emprendimiento, sus competencias y como es que se genera el espíritu emprendedor, habiendo referencia a la labor de la IE, se realizó un cuestionario que se aplicó a una muestra de los estudiantes de contaduría, para conocer su postura ante la labor que realiza el profesor en apoyo al emprendimiento, donde se puede observar que hace falta trabajo para lograr que el docente realmente aporte y tenga un perfil que sirva de base para que los estudiantes generen el espíritu emprendedor.

1.1. PROBLEMÁTICA

Los docentes, deben de ser los encargados de promocionar o hacer participar a los alumnos en el emprendimiento, pero que papel o postura están tomando respecto a esto, lo primero que se puede observar, es que, existen Unidades de Aprendizaje que promueven el emprendimiento, por lo que los profesores se encargan de dejar proyectos sobre empresas que al final los chicos hacen una presentación, tomando los elementos que conlleva dicha asignatura, por ejemplo, si es de mercadotecnia, el proyecto lo relacionan con esta, hacen la promoción necesaria y presentan el producto, en Recursos Humanos, se enfocan en el personal de la empresa y desarrollan el perfil y descripción del puesto y presentan el productos y así para cada una de las materias donde interviene algún proyecto empresarial, es parte de la labor del docente y para llevar a cabo su evaluación, pero que pasa con aquellos que no tienen un perfil meramente empresarial, es aquí donde nace la curiosidad de cuál es el papel que toma el profesor para difundir desarrollar en los estudiantes la inquietud por el emprendimiento.

2. MÉTODO

La metodología llevada a cabo, para la realización del presente trabajo, es la siguiente: en primer lugar., es necesario conocer todo lo referente al fenómeno de estudio, por lo que, es necesario revisar la bibliografía necesaria, misma que servirá para responder a la problemática planteada, por otro lado, se trata de una investigación con enfoque cualitativo y transversal, ya que, este se llevará a cabo solo para conocer la postura del docente y se realizará analizando un tiempo determinado. Se realiza un estudio de campo, debido a que se elabora un cuestionario en Escala de Likert, para conocer la postura del docente.

3. DESARROLLO

Los docentes, deben ser quienes desarrollen el espíritu emprendedor en los estudiantes, debido a que este, es el que le ofrece los conocimientos previos para poder responder a las exigencias del entorno, principalmente relacionado con el trabajo profesional que realizarán, pero no siempre se conoce lo que es el emprendimiento ni como promover el desarrollo del espíritu emprendedor en los alumnos, de ahí el interés por definir algunos elementos.

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR Y EL EMPRENDIMIENTO

Lo primero, es tener claro lo que es el emprendedor, (Bello, 2022) menciona que, “un emprendedor es una persona que ha tomado la decisión de poner en marcha un negocio. Los hay de todas las formas y tamaños. Algunos emprenden simplemente comprando cosas y revendiéndolas online, otros producen bienes, ya sea desde elaborar pasteles a la fabricación de robótica, y otros brindan servicios, como un

paseador de perros o un gestor” (p. 1). Para que una persona pueda convertirse en emprendedora, lo primero que debe generar es una idea de negocio, algunos tienen la capacidad de detectar oportunidades, a otros les gusta asumir riesgos, se tienen los recursos o por herencia familiar, pero la escuela, puede hacer mucho para que, existan más personas creando negocios y generando empleos y es aquí donde entra la labor de los docentes.

Ahora bien, que es el emprendimiento, de acuerdo con (Redacción Ventana EBC, 2023) El emprendimiento se refiere a la capacidad de una persona o grupo de personas para generar y desarrollar un negocio o proyecto, con el objetivo de generar valor económico y social. Idealmente, se caracteriza por la innovación, la creatividad y la capacidad de asumir riesgos (p. 1).

Dentro de las razones por las cuales emprender un proyecto es una buena idea, se encuentran:

Crear una fuente de ingresos. Muchas personas deciden emprender para tener un empleo propio o para complementar sus ingresos actuales.

Realizar una idea de negocio. En ocasiones el emprendimiento surge de una idea de negocio que el emprendedor desea llevar a cabo después de haber detectado una necesidad. Esto puede ser una solución a un problema específico, una idea innovadora o una oportunidad de mercado.

Como se puede observar, el concepto de emprendedor refiere que es la persona capaz de generar una idea y el emprendimiento es cuando las personas realmente arriesgan todo para poner en marcha esa idea, no es lo mismo quedarse con un pensamiento sobre diversas propuestas de proyectos, a llevar a desarrollar y llevar a cabo dicho proyecto o idea.

3.2. EL ESPIRITU EMPRENDEDOR

El papel del docente actualmente, debe de cambiar, para poder inculcar en los alumnos el espíritu emprendedor, ya que, este es el que hace posible que los alumnos se interesan por el desarrollo de proyectos empresariales, como dicen (Ibáñez, Martínez , Lafont , & Sentana , 2017) “El espíritu emprendedor es uno de los motores principales de la innovación, la competitividad y el crecimiento de la economía. Desde hace años, se observa una correlación positiva y sólida entre el fomento del espíritu emprendedor y los resultados económicos en términos de crecimiento, supervivencia de empresas, innovación, creación de empleo, cambio tecnológico e incremento de la productividad” (p. 4).

El espíritu emprendedor es la base y hay que enseñarlo desde el colegio, hay que formar al joven para que lidere una empresa de cualquier tipo, sea de arte, agronomía, medicina, comunicación, en cualquier sistema; pero hay que darle un valor agregado que es crear un fundamento emprendedor, luego hay que dar rienda a esa idea y aplicarlo a la realidad (Yamberla , 2018).

Beneficios del espíritu emprendedor

La llamada “mentalidad de tiburón” es un don que muy pocas personas tienen y que trae consigo muchas ventajas. Los **beneficios del espíritu emprendedor** son varios, y pueden ayudarte en diferentes campos, no solo en el mundo de los negocios.

El primero es la confianza, que te permite enfrentar cualquier situación, sin dudar. Tener la certeza de que eres capaz de ejecutar los planes necesarios para conseguir tus metas, es fundamental.

Muchos jóvenes emprendedores, desde sus inicios, se diferencian de los demás. Y eso es muy importante, porque tener la capacidad de pensar diferente y analizar cualquier situación desde varios puntos de vista permite obtener múltiples respuestas y posibilidades para transformar problemas en oportunidades.

Quienes tienen un **espíritu emprendedor** suelen ser líderes natos. Y esta es una de las grandes bases para tener éxito, pues inspirar y motivar a tu equipo puede contribuir, y mucho, a obtener excelentes resultados. (Hormat , 2021)

3.3. EL PAPEL DEL DOCENTE EN EL EMPRENDIMIENTO

Después de conocer lo que es un emprendedor, el emprendimiento y lo que implica el espíritu emprendedor, es necesario conocer la postura del docente, en su labor del desarrollo en los estudiantes de contaduría para incursionar en el emprendimiento, es necesario saber qué tipo de actividades o actitudes debe de realizar, existen niveles de competencias que deben de tener los profesores, en este caso se mencionan, el saber estar, que se define como la “puesta en acción de un conjunto de herramientas necesarias para procesar la información de manera significativa acorde con las expectativas individuales, las propias capacidades y los requerimientos de una situación en particular” El saber hacer, “Consiste en desempeñarse en la realización de una actividad o en la resolución de un problema comprendiendo el contexto y teniendo como base la planeación” El saber ser, “Consiste en la articulación de diversos contenidos afectivo emocionales, y se caracteriza por la construcción de la identidad personal y la conciencia y control del proceso emocional-actitudinal en la realización de una actividad” (Riaño, 2019).

A continuación, se muestran una serie de competencias que debe de tener el docente enfocado en el emprendimiento:

Tabla 1. Competencias docentes

N°	Característica / competencia	Definición
1	Conocimiento	Genera las condiciones para el desarrollo del aprendizaje significativo en los estudiantes mediante la transmisión de orientaciones, medios, experiencias, estrategias y recursos pedagógicos desde un proceso reflexivo de construcción del conocimiento.
2	La enseñanza se centra en el alumno	Orienta al alumno hacia la autonomía y la autodirección del proceso de construcción de conocimiento, proporcionando las bases requeridas y favoreciendo los espacios de reflexión, crítica, trabajo en equipo y autoformación.
3	Promotor del trabajo en grupo	Assume el grupo como el contexto idóneo para el desarrollo de las habilidades de los estudiantes, por lo que favorece la solidaridad, la tolerancia, la interacción entre los estudiantes, la motivación, el sentido de responsabilidad, la discusión y el análisis.
4	Facilitador	Contribuye a que el estudiante desarrolle sus competencias mediante la motivación, la orientación y las herramientas de ayuda para el desarrollo efectivo del proceso de aprendizaje.
5	Problemizador	Genera preguntas o situaciones que estimulan la capacidad de análisis, la indignación y la reflexión de los estudiantes como mecanismo para la construcción del conocimiento.
6	Identifica adecuadamente las necesidades de los estudiantes	Capacidad de desarrollar el proceso de enseñanza en concordancia con los aspectos requeridos y las expectativas de los estudiantes.
7	Trabajan bajo enfoques sistemáticos y sustentables	Desarrollan el proceso de enseñanza desde enfoques sistemáticos y sustentables relacionados con la comunidad local.
8	Planifican el proceso de aprendizaje	Establece anticipadamente los objetivos del proceso de enseñanza, definiendo los contenidos, las metodologías, las estrategias necesarias y los criterios de evaluación para el dominio de las competencias por parte de los estudiantes.
9	Evalúan y controlan los procesos y los resultados	Incluye dentro de la metodología de proceso de enseñanza-aprendizaje, la realización de acciones de verificación de los objetivos planteados con el objeto de garantizar la calidad del proceso y tomar las decisiones de mejora necesarias.
10	Capacidad de enseñar en procesos y contextos prácticos (reales) / (Ausencia de clases magistrales)	Fundamenta los procesos de enseñanza-aprendizaje en las experiencias previas y en la generación de situaciones que permitan al estudiante la construcción del conocimiento mediante la interacción con el contexto práctico.
11	Capacidad de trabajar en equipo	Establece relaciones de cooperación con su entorno con el objeto de lograr metas comunes de manera efectiva.
12	Comunicación	Capacidad para transmitir efectivamente las ideas a los estudiantes.
13	Promotor	Incentiva el desarrollo de trabajos y proyectos donde el estudiante aplica y pone a prueba sus conocimientos y habilidades.

Fuente: (Pertuz , Rojas , Navarro , & Quintero , 2016)

Como se puede observar en la tabla uno, las competencias que deben de tener los docentes, son siempre de manera general, aunque es necesario que en la actualidad se preocupe por fomentar el emprendimiento, lo que hará que los alumnos estén mayor mente preparados para incursionar en el entorno laboral, mediante la generación de empleos y autoempleo.

4. RESULTADOS

Para la obtención de resultados se elaboró un cuestionario en Escala de Likert y forma parte de un trabajo de investigación realizado en la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) Valle de Chalco; cuyo objetivo es el análisis sobre la labor de los docentes para desarrollar el espíritu emprendedor en los alumnos. A continuación se muestra el cuestionario aplicado:

Cuestionario

Elije la opción con la que más te identificas de cada uno de los ítems. No existen preguntas buenas o malas. La información será tratada de manera confidencial para efectos educativos.

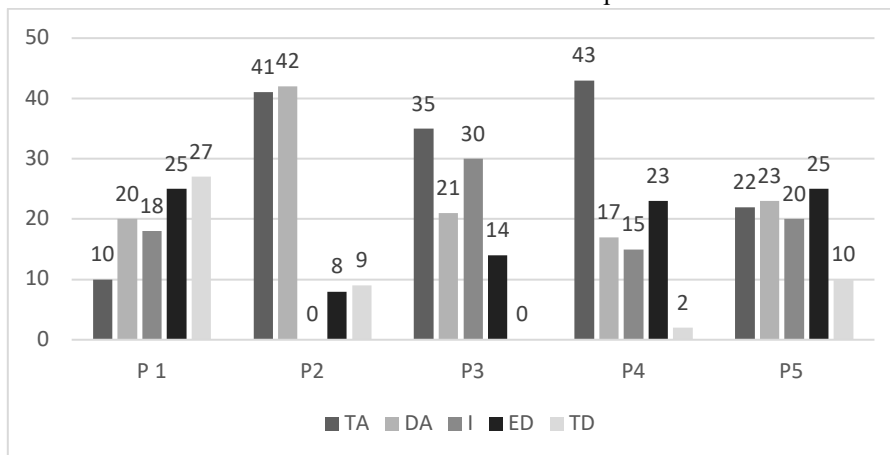
Escala Valor

- A Totalmente de acuerdo (A)
- B De acuerdo (B)
- C Indeciso (C)
- D En desacuerdo (D)
- E Totalmente en desacuerdo (E)

Ítems					
Todos profesores promueven el emprendimiento en clase					
Tienes Unidades de Aprendizaje que Promueven la el espíritu Emprendedor					
La Incubadora de Empresas promueve cursos de emprendimiento					
Los profesores divulgan información sobre emprendimiento					
Tus profesores promueven la generación de ideas para participar en proyectos de emprendimiento					

Lo que arrojó la pequeña encuesta sobre el cuestionario en Escala de Likert que se aplicó, fue lo siguiente en relación a lo que los estudiantes observan en cuanto a la labor del profesor referente al emprendimiento:

Gráfica 1. Resultados la difusión del emprendimiento



Lo que muestra la gráfica uno, es la postura de los estudiantes en cuanto al desempeño del profesor en lo que es el emprendimiento, en primer lugar en la afirmación uno, donde se hace referencia a si todos los profesores promueven el emprendimiento, más del 50% refiere estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, menos del 50% se encuentran indecisos, de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que hace referencia a que hace falta difusión por parte de los profesores para inculcar en los alumnos el emprendimientos.

Por otro lado, en la afirmación dos, respecto a las Unidades de Aprendizaje que promueven el emprendimientos, más del 80% refiere estar de acuerdo o totalmente de acuerdo en que, en las Unidades de Aprendizaje que se imparten con relación a empresas, promueven esta parte en los estudiantes y un porcentaje mínimo de 17% refiere estar en desacuerdo o total desacuerdo.

En lo que respecta a la afirmación tres, donde se pregunta si la Incubadora de Empresas promueve cursos de emprendimiento, y se puede observar que, el 56% están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que así es, por otro lado, un 30% refiere estar indeciso ante la afirmación y un 14% están en desacuerdo. Lo refiere que realmente la Incubadora de Empresas realiza un buen trabajo aunque algunos no lo sepan o no asistan a los cursos.

En la afirmación número cuatro, se hace referencia a que, si los profesores hacen divulgación sobre el emprendimiento, el 60% está totalmente de acuerdo y de acuerdo en que se lleva a cabo dicha actividad, por otro lado, el 15% refiere estar indeciso ante la afirmación y finalmente el 25% refiere estar totalmente en desacuerdo y en desacuerdo ante la afirmación.

Finalmente en la afirmación 5, el 45% refieren estar de acuerdo y totalmente de acuerdo en que los profesores promueven la generación de ideas para participar en proyectos de emprendimiento, por otro lado, el 20% se siente indeciso y finalmente el 35% afirman estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo ante la afirmación.

5. CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados arrojados mediante el cuestionario en Escala de Likert que se aplicó a un total de 100 estudiantes, se puede observar que el trabajo del docente en cuanto al emprendimiento, es solo llevado a cabo en su mayoría por los profesores que tienen alguna Unidad de Aprendizaje que esté relacionada con la elaboración o apertura de empresas, por otro lado aquellos que no cuentan con ese perfil, solo trabajan bajo el esquema de la labor profesional que hay que inculcar en los chicos, de tal manera que se hace necesario que todos estén trabajando en colaboración para desarrollar en los jóvenes el espíritu emprendedor.

Por otro lado, la IE, hace su labor en la promoción y desarrollo de eventos emprendedores para fomentar el emprendimiento en los estudiantes, lo que debe de servir a los profesores para poder promover el espíritu emprendedor, aunque se debe de trabajar en conjunto para mejorar esta parte y se mejore la postura de los alumnos para querer trabajar en proyectos que les permitan incursionar en el entorno empresarial, no solo como empleados de grandes empresas, sino como empleadores.

REFERENCIAS

Bello, E. (2022). Qué es un Emprendedor, Tipos y Características. *IEBS*, 24. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-emprendedor-creacion-empresas/>

- Hormat . (2021). Espíritu emprendedor: qué es y cómo potenciar el tuyo. *Emprendimiento Digital*, Recuperado de: <https://hotmart.com/es/blog/espíritu-emprendedor>.
- Ibáñez, M. C., Martínez , A., Lafont , R., & Sentana , E. (2017). El Espíritu Emprendedor y la Cultura Emprendedora. *IMPULSALICATE*, 86. Obtenido de <https://www.impulsalicante.es/wp-content/uploads/2017/04/modulo-1.pdf>
- Redacción Ventana EBC. (2023). El Emprendimiento: ¿Qué es y para que sirve? Descubre la Clave para que tu Proyecto se Mantenga a Flote. *Ventana EBC*. Obtenido de <https://ventana.ebc.mx/primer-paso/emprendimiento-que-es-y-para-que-sirve/>
- Riaño, S. M. (2019). Perfil Docente Universitario de Emprendimiento Basado en Competencias. *Trabajo de Grado*, pag. 20. Obtenido de https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/2459/Ria%C3%B1o_S%C3%A1nchez_Mar%C3%ADa_Ang%C3%A9lica_2019.pdf?sequence=7
- Yamberla , L. R. (2018). Cultura Empresarial en Estudiantes Universitarios. *Emprendimiento*, 102. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/305696049_Actitud_emprendedora_y_estilos_emocionales_Contribuciones_para_el_diseño_de_la_formación_de_futuros_emprendedores?fbclid=IwAR1x7UwryK7ynZTB0FR7OAegPJfhkOhp-BGHwRgxTjtZyDNRiqWvzV9x5Fo

CAPÍTULO XIX

EL EMPRENDIMIENTO COMO ALTERNATIVA LABORAL DE ESTUDIANTES DE CONTADURÍA

Autores

Chavarría Jiménez Erika; Álvarez Nieto Aura; Vázquez Beltrán Lizbeth;
Salinas Toledano Christian Daniel; Escobedo Buenabad Alma Delia

RESUMEN

El emprendimiento, es un tema que ha ganado gran auge, principalmente en la educación, de tal manera que, es necesario conocer, las características del emprendimiento para saber qué es lo que se tiene que hacer, en esta investigación se muestra, el concepto de emprendedor, para conocer la postura que debieran tener los profesionistas que quieran incursionar en el emprendimiento, se da a conocer lo que es la Incubadora de Empresas (IE) para poder tomarla como apoyo en el caso de tener una idea y querer ponerla en marcha, por otro lado, dentro de las actividades que se hacen en la incubadora, son la elaboración de un plan de negocios, que facilite la presentación de cualquier proyecto, de tal manera que el objetivo principal es, mostrar a los estudiantes que el emprendimiento es una opción viable en su desempeño profesional, de esta manera no serán solo empleados sino empleadores. Se lleva a cabo mediante una investigación cualitativa, mostrando como resultado, la falta de interés y conocimiento de los estudiantes de esta modalidad.

ABSTRACT

Entrepreneurship is a topic that has gained great popularity, mainly in education, in such a way that it is necessary to know the characteristics of entrepreneurship to know what to do. This research shows the concept of entrepreneur, to know the position that professionals who want to venture into entrepreneurship should have, what the Business Incubator (IE) is made known in order to be able to take it as support in the case of having an idea and wanting to launch it, On the other hand, among the activities carried out in the incubator, are the preparation of a business plan, which facilitates the presentation of any project, in such a way that the main objective is to show students that entrepreneurship is a viable option in their professional performance, in this way they will not only be employees but workers. It is carried out through qualitative research, showing as a result the lack of interest and knowledge of students in this modality.

1. INTRODUCCIÓN

Dentro del presente trabajo de investigación, se muestran, las características principales de lo que es el emprendimiento y el emprendedor, esto para responder a la problemática, de manifestar el des interés de los estudiantes por la creación de negocios, debido a que se han preocupado más por el aprendizaje y la puesta en práctica de su profesión, pero teniendo una actitud de empleados y no de empleadores, por otro lado, se hace el presente trabajo, porque hay desconocimiento de lo que es el emprendedor, las

oportunidades que se tienen y los apoyos existentes para lograr a la realidad una idea, el principal objetivo, es mostrar a los alumnos los cambios que se dan y lo que se espera en el futuro en cuanto a su profesión y el desempeño que tendrán en un futuro.

Para llevar a cabo el desarrollo, después de conocer lo que es el emprendedor y emprendimiento, es necesario conocer que apoyos se tiene para poder llevar a la marcha un negocios, mismo que puede ser llevado, mediante la IE, que aporta la asesoría necesaria para cumplir paso a paso lo necesario para la puesta en marcha, finalmente se hace un compendio sobre el PN, los elementos que debe llevar para poder mostrar los datos interesantes del emprendimiento.

1.1. PROBLEMÁTICA

Los estudiantes de contaduría, se preparan para llevar a cabo el conocimiento necesario para responder a las expectativas del entorno, principalmente lograr su participación en los diversos despachos, empresas o cualquier negocio que necesite la colaboración de un contador, el problema es, que existe gran competencia en el mercado laboral, por lo que es necesario que se lleven a cabo estrategias para garantizar el trabajo de los egresados, es ahí donde se refiere, que mediante el emprendimiento, será posible que los alumnos tengan un trabajo saliendo de la universidad, pero que no solo sean capaces de emplearse ellos mismos, sino ofrecer trabajo para algunos de sus compañeros o al público en general, un problema principal es, la falta de actitud y formación emprendedora, misma que tendrá que ser impulsada por las instituciones educativas.

2.- MÉTODO

Para la realización de la presente investigación, se llevará a cabo mediante una investigación, primeramente documental, debido a la recolección de la información, que se llevará a cabo, mediante la revisión de la bibliografía necesaria, de libros, revistas, páginas web, entre otras, por otro lado, se trata de una investigación con un enfoque cualitativo, ya que, se desea conocer meramente las cualidades del fenómeno de estudio que es el emprendimiento y la labor de la universidad para poder inculcar o impulsar el emprendimiento en los estudiantes. Por otro lado, se desarrolla mediante la investigación transversal, debido a que, se realizó en un periodo de tiempo corto, donde se toman las expectativas actuales del entorno en cuanto a la temática.

3. DESARROLLO

El emprendimiento, es una manera de ver de las personas para desarrollar las expectativas de generación de negocios y empleo, de tal manera que es necesario, conocer todo lo que involucra la participación de las personas y principalmente de los estudiantes, su participación en el mercado laboral, no solo como empleadores, sino, como empleadores.

3.1. EL EMPRENDIMIENTO

Antes de conocer las características generales que se tienen en cuanto a la labor de la universidad para hacer del conocimiento y participación de los estudiantes en el emprendimiento, es necesario definir tal concepto, por lo que se describen algunos elementos generales que hagan comprender a grandes rasgos la creación de negocios.

De acuerdo con (Hernández & Quirosa , 2018), “El concepto de emprendimiento nace en el contexto empresarial, aunque se he extendido a otros espacios de la sociedad, adquiriendo gran relevancia en lo que constituye las posibilidades de desarrollo profesional” (p. 198).

Como mencionan los autores anteriores, cuando se hablaba de emprendimiento, se estaba haciendo referencia a la parte empresarial exclusivamente, actualmente, el rol del emprendedor se relaciona con la educación, debido a que en algunas escuelas existen las Incubadoras de Empresa (IE), en la que los estudiantes pueden elaborar un Plan de Negocios (PN) que los ayude a desarrollar una idea de negocio para su puesta en marcha.

Ahora bien, es necesario definir lo que es un emprendedor y como refieren (Saavedra & Camarena , 2020) “Un emprendedor es quien utiliza el ingenio, la audacia, el entusiasmo, la ilusión y la insatisfacción laboral para realizar un cambio a través de la innovación de las ideas, los productos o los procesos [...]” (p. 2).

Según (Burgos & Villar , 2016) El emprendimiento tiene sus orígenes desde que el hombre habita el planeta, esto es, hace alrededor de un millón de años, época desde la cual se ha presentado una evolución que se evidencia en el avance de la civilización como tal hasta el momento actual, generando a través de su historia gran influencia en las relaciones materiales y sociales que han adoptado las diferentes economías a nivel mundial, presentando incesablemente soluciones cada vez más simples en su aplicación pero complejas en su concepción, resultado de lo cual se evidencia en la actualidad un acelerado desarrollo tecnológico y científico que evoluciona de manera permanente los instrumentos de producción (p. 2).

Por otro lado, de acuerdo con (Ibarra & Castillo , 2014) se refiere que el acto de emprendimiento es transformar los recursos tangibles e intangibles con miras a crear cualquier tipo de riqueza, lícita o ilícita; social, altruista o lucrativa, etc. También emprender es el arte o técnica para transformar una idea en realidad. Es la capacidad de compromiso por encontrar soluciones sencillas a problemas complejos. Es la aptitud de buscar los diferentes recursos necesarios para crear, inventar, descubrir o innovar nuevas formas de solucionar problemas de su entorno específico (p. 1).

(Hernández & Quirosa , 2018) Menciona que, una de las fallas en el emprendimiento, es llegar a creer que si se es buen emprendedor, también se puede ser buen empresario, lo que no siempre resulta cierto. Una cosa es emprender (idear un negocio y desarrollarlo) y otra cosa muy distinta es ser empresario (gestionar el proyecto luego de implementado). Emprender es un término utilizado actualmente que tiene múltiples acepciones. Según el contexto en que sea empleado, será la connotación que se le adjudique. En el ámbito de los negocios el emprendedor es un empresario, es el propietario de una empresa comercial con fines de lucro. (...) Desde este punto de vista, la idea de emprender revela un sentido de vida que no sólo significa una manera de generar resultados, sino de valorarse y proyectarse como sujeto en comunidad (p. 201).

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, se puede decir que emprendimiento es un acto que llevan a cabo las personas que tienen ciertas características, como generación de ideas, entusiasmo, decisión, compromiso, no siempre conocimiento, aunque esto puede garantizar de manera eficiente el éxito de cualquier idea o actividad que se lleve a cabo.

3.2. LA EDUCACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO

Como ya se mencionó antes, la educación ha tomado un rol relevante en el emprendimiento, ya que se toma como una tendencia 'para hacer participar a los alumnos en la generación de empleos y no en formar profesionistas para ser empleados, así que, el interés por la educación emprendedora se presenta con gran fuerza en las instituciones de educación, Se promueve su desarrollo en todas las etapas educativas, desde la educación temprana a la educación superior (Azqueta & Naval , 2019)

Se puede decir, que el emprendimiento, se puede tomar como un agente de cambio en la educación, para eso, la universidad se apoya de diversas estrategias, una de ellas es fomentar el emprendimiento desde las Unidades de Aprendizaje, haciendo que se cree inquietud entre los estudiantes para empezar a generar ideas, otro apoyo importante es la IE, que ayuda a crear un PN, para llevar a cabo las ideas de negocios que tienen los estudiantes, también se promueve la participación de los proyectos en el concurso emprendedor, donde los alumnos meten sus propuestas y pueden ser acreedores a un financiamiento.

En general las instituciones de educación desaprovechan la mayoría de las oportunidades, como menciona (García , 2019) El sistema educativo se enfoca demasiado en el conocimiento académico y desaprovecha oportunidades para proveer a los estudiantes de habilidades transversales y los mecanismos para desarrollar inteligencia emocional. La solución podría venir de observar e integrar algunos de los principios básicos del emprendimiento (p. 1).

El sistema educativo actual valora por sobre todas las cosas el conocimiento académico y los medios tradicionales para evaluarlo, esto genera una enorme cantidad de presión en los niños y jóvenes que van a la escuela, más para pasar las evaluaciones que para aprender. Sin embargo, los docentes y diseñadores instruccionales, pueden aprender algunas prácticas que podrían mejorar la experiencia y desarrollo de los alumnos, sin esperar a que lleguen estos cambios. Estas prácticas son:

Tabla 1. Actividades para fomentar el emprendimiento en los alumnos

Actividad	Características
Incentivar la creatividad	Los maestros pueden desarrollar actividades apoyados en la estrategia de aprendizaje basado en retos para presentar a los alumnos problemas que ejerciten sus habilidades
Reforzar el desarrollo personal	Docentes, psicólogos y asesores pueden unir esfuerzos para generar programas que tengan en cuenta cuestiones como la inteligencia emocional y otras instancias de autoconocimiento y bienestar psicológico de los alumnos,
Promover el liderazgo	Existen diversas estrategias con las que se puede abordar la idea del liderazgo en el aula y practicarla con los estudiantes.
Entrenar la flexibilidad y la adaptación al cambio	Una de las áreas de oportunidad más fuerte de la metodología con la que enseñamos hoy en día es que es completamente estática, enseña datos y algunas prácticas, pero no provee a los alumnos de herramientas y estrategias para hacer uso inteligente de estos recursos.

Fuente. Elaboración con datos de (García , 2019)

Lo que se puede observar en la tabla uno, son solo algunas de las actividades que los profesores pueden desarrollar en sus alumnos para incentivar el emprendimiento dentro del aula, aunque en ocasiones, los maestros no se dan a la tarea de formar bajo el esquema de emprendedurismo, lo que aleja a la educación de cualquier oportunidad de incursionar en el mundo laboral de una manera diferente.

Según (Reamshaper, 2021) El objetivo de este tipo de formación es inculcar en los niños y jóvenes una serie de cualidades importantes para la vida. Una de ellas es la iniciativa, la cual les da la oportunidad de tomar decisiones con base en sus necesidades y no dejar su ejecución para el último momento. Les permite transformar sus ideas y pensamientos en acciones, aunque no de forma atolondrada (p. 2).

3.3. INCUBADORA DE EMPRESAS

Hablando de estrategias para desarrollar en los estudiantes el espíritu emprendedor, se puede mencionar a la IE, que es un lugar que ayuda a los estudiantes, a poner en marcha las ideas que se generan en los alumnos por las inquietudes de satisfacer algunas necesidades que observan en el entorno, donde pueden incursionar para el desarrollo de nuevos negocios, que no solo le sirvan para la generación de empleo en ellos mismos, sino que, generen oportunidad en la sociedad.

De acuerdo con el (Instituto Mexiquense del emprendedor , 2023) las IE son: centros que albergan actividades empresariales o industriales en etapa de diseño, prototipos e inicio formal de productos o servicios; e incluso, pueden aportar un espacio físico, equipo, logística y acceso a financiamiento. En este espacio se apoya a los emprendedores en aspectos clave de sus negocios, tales como elaboración de los planes de negocios, estrategias de marketing, financiamiento, asistencia legal, resguardo de propiedad intelectual, etc.; así, es posible formar un ambiente protegido para el desarrollo de nuevos negocios, lo que produce a un aumento sustancial en la tasa de éxito de las empresas incubadas.

De acuerdo con (Muenta , 2023) Una incubadora de empresas se estructura siguiendo un modelo de incubación en el que podemos considerar tres etapas:

1. Preincubación: se analiza la idea del negocio. Se comprueba si es viable o no y se determina cuál es la mejor forma de ponerla en funcionamiento. En la preincubación se crea el plan de negocios, y si ya existe uno, se optimiza al máximo.
2. Incubación: Esta es la etapa de poner en marcha el proyecto y empezar a desarrollar el plan de negocio con toda la asesoría necesaria para su éxito. Durante todo el proceso de incubación, la empresa tendrá el acompañamiento necesario para su buen funcionamiento
3. Post-incubación: Una vez finalizado el periodo de incubación y luego de que la empresa haya alcanzado el grado de madurez esperado, ha llegado el momento en que el negocio se independice.

Como se puede observar, el proceso de incubación es muy sencillo, lo importante es el impulso que se les dé a los estudiantes para que realmente quieran participar con sus proyectos o ideas que tengan para incursionar en el emprendimiento, siempre apoyados de la elaboración de un PN, mismo que aprende a hacerlo en algunas de sus Unidades de Aprendizaje.

3.4 PLAN DE NEGOCIOS

Ahora bien, para poder llevar a cabo todo el procedimiento para el emprendimiento, como ya se mencionó, un PN, es primordial para el desarrollo de las ideas, pero que es este elemento, de acuerdo con (Castelán & Mendez, 2011) Es un documento de análisis, realizado por el empresario, cuya finalidad es la de documentar la información más importante relacionada con la empresa y su mercado. El plan de negocios tiene entre sus características ser un documento demostrativo de las áreas de oportunidades, en el que se evidencia la rentabilidad y viabilidad de un proyecto (p. 2).

Convertirse en un emprendedor, o mejor aún un empresario es todo un proceso, saber preparar un buen plan de negocios solo es una parte pero es de vital importancia dentro de dicho orden, pues no se trata simplemente de redactar un documento con todas las ideas que vienen a la mente, sino de una actividad

que requiere de un pensamiento honesto sobre su concepto de negocio, el panorama competitivo, las claves para el éxito y las personas que estarán involucradas. (Castelán & Mendez, 2011), A continuación se muestran los elementos de un PN:

Tabla 2. Plan de Negocios

Elementos	Características
Subtítulo	Todo gran plan de negocios debe tener una buena estructura que comienza con un título y un subtítulo cautivadores el subtítulo puede ayudar a contar la historia de tu negocio en una oración breve.
Resumen ejecutivo	Aunque esta es la última parte del plan de negocios que redactarás, es la primera sección (y quizás la única sección) que leerán las partes interesadas. Incluye la declaración de misión o visión de tu empresa, la propuesta de valor y los objetivos a largo plazo.
Descripción de la empresa	La oportunidad de negocio debería convencer a los inversores de que tu organización satisface las necesidades del mercado de una manera que ninguna otra empresa puede hacerlo.
Análisis competitivo	Casi todas las industrias tienen más de un jugador en el mercado. Incluso si tu empresa posee la mayor parte de la participación de mercado en tu industria o tu concepto de negocio es el primero en su tipo, todavía tienes competencia.
Mercado objeto	¿Quiénes son los principales clientes de tu negocio y por qué?
Plan de marketing	El marketing es expansivo y será tentador cubrir todos los tipos de marketing posibles, pero una breve descripción general de cómo comercializarás tu propuesta de valor única para tu público objetivo, acompañada de un plan táctico, será suficiente.
Resumen financiero	Esbozar un resumen financiero de dónde se encuentra tu negocio actualmente y dónde te gustaría que estuviera en el futuro será el respaldo de esta sección.
Equipo	Ya has esbozado algunos grandes objetivos, la oportunidad comercial es viable y la industria está lista para lo que vas a ofrecer. ¿Quién es responsable de convertir toda esta estrategia de alto nivel en resultados?
financiamiento	Recuerda que uno de los objetivos de un plan de negocios es asegurar el financiamiento de los inversores, por lo que deberás incluir los requisitos de financiación que te gustaría que cumplieran. Además, la cantidad que necesita tu empresa, por qué motivos y durante cuánto tiempo.

Fuente. (Moreno , 2022)

Un plan de negocios, como se puede observar en la tabla dos, muestra datos importantes del nuevo negocio a crear, aunque puede ser utilizado también, por empresas que ya están en el mercado, esto es para poder conseguir un préstamo o para dato a los accionistas, entre otras cuestiones, pero en un nuevo negocios, muestra la manera en que se debe de desarrollar el negocio, para que se conozca a grandes rasgos.

4. CONCLUSIONES

El papel de los alumnos en la actualidad, es cambiante, por lo que deben de estar a la vanguardia y conocer las nuevas exigencias, principalmente si desean competir en el mercado, de tal manera que, deben tener el conocimiento no solo de las actividades de la profesión, sino, incursionar en otras como el emprendimiento, de tal manera que sobresalgan y favorezcan la generación de empleos y no solo

pensar en ser empleadores de grandes firmas, ya que ellos pueden ser esas personas con grandes negocios.

Ya no es necesario solo quedarse con las teorías anteriores, donde el encontrar un buen trabajo, era lo primordial después de salir de la universidad, ahora, es necesario generar ideas, emprender, saber trabajar con el personal, no solo de manera externa sino interna y finalmente favorecer el uso de la tecnología para la realización de las actividades.

REFERENCIAS

- Azqueta, A., & Naval, C. (2019). Educación para el emprendimiento: una propuesta para el desarrollo humano. *Revista Española de Pedagogía*.
- Burgos, C. R., & Villar, L. L. (2016). Los Emprendimientos desde ñls Perspectiva Histórica, Económica y Social, en el Escenario Mundial del Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Castelán, V., & Mendez, O. (2011). Importancia de un Plan de Negocios. *Revista Académica Contribuciones a la Economía*, 2. Obtenido de Disponible en: <https://www.eumed.net/ce/2011b/cvom.html>
- García, B. S. (2019). El emprendimiento como recurso y agente de cambio en la educación. *Instituto para el Futuro de la Educación*, 5. Obtenido de disponible en: <https://observatorio.tec.mx/edu-news/emprendimiento-y-educacion/>
- Hernández, P. M., & Quirosa, M. C. (2018). Una Aproximación al Concepto de Emprendimiento. *III Congreso Internacional Virtual Sobre la Educación en el Siglo XXI*, (pág. 2011).
- Ibarra, M. A., & Castillo, G. A. (2014). Emprendimiento para creación de Empresas con Responsabilidad Social Empresarial (RSE). *Eumed.net Biblioteca Virtual de Derecho, Economía, Ciencias Sociales y Tesis Doctorales*.
- Instituto Mexiquense del emprendedor. (2023). *¿Qué es una incubadora de empresas?*
- Moreno, J. (2022). *Qué es un plan de negocios, para qué sirve y objetivos*. Disponible en: <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>.
- Muente, G. (2023). *¿Qué es una incubadora de empresas y cómo funciona?* Disponible en: <https://rockcontent.com/es/blog/incubadora-de-empresas/>.
- Reamshaper. (2021). Emprendimiento educativo: todo lo que necesitas saber al respecto. *El emprendimiento educativo ofrece diferentes ventajas a los alumnos.*, págs. Disponible en: <https://dreamshaper.com/es/blog/emprendimiento-educativo-todo-lo-que-necesitas-saber-al-respecto/>.
- Saavedra, G. M., & Camarena, A. M. (2020). Intención de Emprendimiento en los Estudiantes de la Ciudad de México. *Revista Academia y Negocios*, 98.

CAPÍTULO XX

IMPACTO DEL USO DE LAS TIC EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA DIRECCIÓN DE DESARROLLO ECONÓMICO Y TURISMO DEL H. AYUNTAMIENTO DE VERACRUZ

Autores

Piloto Aguilar Claudia; Delgado Vázquez María Soraya;
Peña Meza Mario Antonio; Marcial Cadena Luz del Alba

RESUMEN

Actualmente el mundo de la tecnología nos ha rebasado, por tal motivo el individuo tiene una interacción hacia las redes sociales dando ventajas a un mayor aprendizaje, mayores ventas, medios de comunicación más rápidos; y dando desventajas por las pérdidas de tiempo laboral que el colaborador tiene en sus centros de trabajo por convertirse muchas veces en adicto a estas, bajando la productividad en algunos casos. Se propone desarrollar un plan de implementación de TIC, además de un manual de procedimientos, capacitando y formando a los empleados de la dirección para que su productividad pueda ser más relevante, todo esto vinculado a las ODS 9 industria, innovación e infraestructura, la 4 educación de calidad y la 8 trabajo decente y crecimiento económico.

ABSTRACT

Currently the world of technology has surpassed us, for this reason the individual has an interaction with social networks giving advantages to greater learning, greater sales, faster means of communication; and giving disadvantages due to the loss of work time that the collaborator has in their workplaces because they often become addicted to them, lowering productivity in some cases. It is proposed to develop an ICT implementation plan, in addition to a procedures manual, training and educating management employees so that their productivity can be more relevant, all linked to SDG 9 industry, innovation and infrastructure, 4 quality education and 8 decent work and economic growth.

1. INTRODUCCIÓN

La revolución digital ha transformado radicalmente la forma en que las organizaciones y las instituciones gubernamentales llevan a cabo sus operaciones y prestan servicios a la comunidad. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han emergido como elementos cruciales en la búsqueda de la eficiencia y la competitividad en una amplia variedad de sectores. El sector público no es la excepción, y en este contexto, la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del H. Ayuntamiento de Veracruz ha buscado adoptar estas tecnologías para mejorar sus procesos y su capacidad para servir a la ciudad y a los visitantes.

La implementación de las TIC en las organizaciones gubernamentales no es solo una cuestión de adopción tecnológica, sino que también tiene implicaciones importantes en términos de productividad y calidad de los servicios (Valencia, 2014).

Esta investigación se propone analizar críticamente el impacto de las TIC en la productividad de la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo de Veracruz, con el objetivo de contribuir al mejoramiento continuo de sus operaciones y al logro de sus objetivos estratégicos.

La presente investigación aborda la importancia de las TIC en el trabajo, lo cual está muy relacionado en la productividad o en la pérdida de tiempo de los trabajadores, en el caso de los municipios, el servicio que se brinda a los ciudadanos por medio de estas herramientas puede ser el punto medular para una comunicación más rápida e inteligente, brindando una experiencia adecuada y manera expedita.

Los beneficios que se buscan por medio de este estudio, es la eficacia y la eficiencia en la atención de los ciudadanos, además de implementación de estrategias nuevas de servicio adaptadas a la modernidad.

La disponibilidad de recursos con la que cuenta un país también debe ser tenida en cuenta para analizar la productividad de las empresas, los recursos más importantes son la mano de obra, la energía y las materias primas, la capacidad de un país para disponer y movilizar todos estos recursos determinará las mejoras en la productividad de las empresas que realicen sus operaciones dentro de su territorio.

Los gobiernos también inciden en la productividad de las empresas a través de:

- La influencia de los organismos estatales en la economía
- Los reglamentos establecidos por las autoridades económicas
- La inversión y el desarrollo alcanzado
- La disponibilidad de energía y recursos naturales
- Las medidas fiscales y de regulación de la tasa de interés.

Rodríguez (2003), afirma que las medidas gubernamentales a nivel macroeconómico pueden afectar el precio relativo de los factores de producción condicionando de esta forma el comportamiento de los componentes de la productividad del trabajo.

Por su parte, Levy (2007) reconoce que el gasto social de los gobiernos efectuado a través de algunos programas sociales disminuye la productividad total de los factores agravada por los efectos que tiene una menor inversión pública en el mercado.

2. MÉTODO

La investigación se realizó en la oficina de la Subdirección de Desarrollo Económico, la cual está integrada por 10 personas; el estudio está enfocado en la evaluación del impacto del uso de las TIC en horarios laborales, dado que se presta a la utilización para apoyo a la oficina, pero también se presta a la utilización de las redes sociales en horarios laborales, ¿qué beneficios tiene para Dirección de Desarrollo Económico y Turismo el uso de las TIC?; con los resultados podemos hacer una toma de decisiones implementando herramientas distintas a las utilizadas para el servicio al público, y a su vez dar un mejor servicio de manera telefónica y presencial a los ciudadanos que acuden al municipio.

Se establece como objetivo general el gestionar el impacto del uso de las TIC en la productividad de la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del H. Ayuntamiento de Veracruz destacando la hipótesis de trabajo siguiente: el uso de estas herramientas generará un impacto en la productividad de la Dirección para lograr el objetivo y comprobar la hipótesis de trabajo.

Se enmarcaron como objetivos específicos de nuestra investigación, todo dentro de la Dirección de

Desarrollo Económico y Turismo del H. Ayuntamiento de Veracruz, los siguientes:

- a) Registrar el uso actual de las TIC.
- b) Identificar las ventajas y desventajas del uso de las TIC en la productividad.
- c) Proponer un manual de procedimientos para el del uso adecuado de las TIC.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

En el presente trabajo el diseño de investigación fue cualitativo teniendo un enfoque de recolección de análisis de datos por medio un grupo focal. Se han recopilado y analizado datos relevantes, y sobre todo percepciones de los empleados estos resultados nos ofrecen una visión holística del estado actual de la dirección, los datos relevantes son el 83% usan las herramientas tecnológicas y tienen una percepción positiva del impacto de las TIC en su productividad laboral.

ENFOQUE

Recolección y análisis de datos, se eligió este enfoque de investigación porque no se encuentran datos de estudios específicos al respecto de este tema, por cual decidí recolectar la información para sacar las conclusiones pertinentes en el tema investigado y así poder llegar a una conclusión satisfactoria y encontrar respuesta a la pregunta de investigación.

3. DESARROLLO

El grupo focal se llevó a cabo con 7 participantes, con el objetivo de obtener una perspectiva diversa y enriquecedora sobre el uso de las TIC en la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del H. Ayuntamiento de Veracruz. Se elaboro un video para poder registrar de manera precisa las opiniones de los participantes. Por privacidad de los participantes los nombres fueron sustituidos por códigos alfanuméricos A1 al A7. A continuación, se detallan las características del grupo focal:

1. Participantes: El grupo se integró por 4 mujeres y 3 hombres, lo que permitió obtener una visión equilibrada y representativa de ambos géneros. La diversidad de participantes contribuyo a obtener opiniones y experiencias diversas en relación con el uso de las TIC.
2. Los participantes fueron seleccionados cumpliendo las siguientes características:
Empleados de la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo, pertenecientes a la Subdirección de Desarrollo Económico. Se incluyeron a personas con diferentes roles y responsabilidades; esta variedad de perfiles permitió obtener diferentes perspectivas sobre el uso de las TIC en distintas funciones laborales.
3. Duración: El grupo focal tuvo una duración estimada de 1 hora y 30 minutos. Este tiempo fue suficiente para abordar los tópicos propuestos y permitir una participación y enriquecedora por parte de los participantes.
4. Ambiente: El grupo focal se llevó a cabo en una sala de reuniones en las instalaciones de la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo; donde se garantizó un ambiente tranquilo y propicio para la discusión abierta y respetuosa entre los participantes siguiendo la guía de tópicos elaborada con antelación a esta reunión.

Tabla 1 Matriz de análisis cualitativa.

Tema	Categoría	Entrevistado Clave A1	Entrevistado Clave A2	Entrevistado Clave A3	Entrevistado Clave A4	Entrevistado Clave A5	Entrevistado Clave A6	Entrevistado Clave A7	Unidad de Análisis
Uso de las TIC en la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del H. Ayuntamiento de Veracruz	1. Percepción del uso de las TIC en el entorno laboral	Considero que el uso de las TIC en nuestro entorno laboral ha sido fundamental para mejorar nuestra eficiencia y brindar una atención más ágil a los ciudadanos de Veracruz. Nos ha permitido acceder rápidamente a información relevante, comunicarnos de manera efectiva y agilizar los procesos administrativos.	La percepción del uso de las TIC en nuestro trabajo es muy positiva. Nos ha facilitado el acceso a herramientas y plataformas digitales que agilizan la atención a los ciudadanos. Además, nos permite mantener un registro ordenado de las consultas y solicitudes, lo que mejora la trazabilidad y la calidad de nuestro servicio.	En mi opinión, el uso de las TIC ha transformado nuestra forma de trabajar. Nos ha proporcionado herramientas y recursos que antes no teníamos, lo que nos permite ser más eficientes y brindar una atención más personalizada a los ciudadanos. Además, nos ha ayudado a agilizar los procesos internos y mejorar la comunicación interna.	La percepción del impacto de las TIC en mi desempeño laboral es muy positiva. Gracias a ellas, puedo acceder rápidamente a información actualizada y brindar respuestas más precisas a las consultas de los ciudadanos. Además, nos ha permitido implementar canales de comunicación electrónica que agilizan el intercambio de información y facilitan la resolución de problemas.	Desde mi perspectiva, el uso de las TIC en nuestro entorno laboral ha mejorado significativamente nuestra capacidad de respuesta. Nos ha proporcionado herramientas para gestionar de manera más eficiente la información y los procesos relacionados con la atención al ciudadano. Además, nos permite ofrecer un servicio más ágil y accesible.	Mi percepción es que el uso de las TIC ha sido un avance muy positivo en nuestro entorno laboral. Nos ha permitido optimizar los tiempos de respuesta, simplificar trámites y mejorar la calidad de la atención que brindamos a los ciudadanos. Además, nos ha dado la posibilidad de ampliar nuestro alcance y llegar a un mayor número de personas.	Las TIC han mejorado la percepción de los ciudadanos sobre nuestro trabajo. Al brindarles un acceso más rápido y fácil a la información y a los servicios que ofrecemos, generamos confianza y satisfacción en ellos. Además, la posibilidad de realizar trámites en línea ha agilizado los procesos y ha hecho que perciban nuestro trabajo como eficiente y moderno.	1) Eficiencia 2) Calidad en respuesta 3) Optimización de tiempos 4) Precisión en respuesta 5) Gestión de información
	2. Ventajas del uso de las TIC en el trabajo	Las TIC nos han permitido mejorar nuestra eficiencia al brindar atención a los ciudadanos de Veracruz. Ahora podemos acceder rápidamente a información relevante sobre trámites, servicios y programas. Además, nos facilita la comunicación con los ciudadanos y agiliza el proceso de registro y seguimiento de solicitudes.	Las TIC han sido fundamentales para mejorar nuestra capacidad de respuesta. Podemos proporcionar información actualizada a los ciudadanos de manera rápida y precisa. Además, nos permite mantener un registro digital de las consultas y solicitudes, lo que facilita el seguimiento y la generación de informes.	Una de las principales ventajas es la posibilidad de ofrecer un servicio más ágil y eficiente a los ciudadanos. Las TIC nos permiten automatizar procesos, reduciendo los tiempos de espera y simplificando trámites. Además, nos brindan acceso a datos relevantes para la toma de decisiones informadas.	Las TIC han transformado nuestra forma de trabajar. Antes dependíamos de documentos en papel y procesos manuales, lo que generaba demoras y errores. Ahora, gracias a las TIC, podemos ofrecer un servicio más rápido, eficiente y personalizado, mejorando la experiencia de los ciudadanos.	Las TIC nos permiten brindar una atención más accesible y cercana a los ciudadanos. A través de plataformas digitales, podemos proporcionar información en línea, recibir consultas y ofrecer asesoramiento. Además, nos facilita la colaboración con otras instituciones y la gestión de bases de datos para un análisis más efectivo.	Las TIC nos han proporcionado herramientas para una atención más eficiente y personalizada. Podemos acceder a bases de datos en tiempo real, lo que nos permite resolver consultas con mayor precisión. Además, la comunicación electrónica nos ha permitido llegar a un mayor número de ciudadanos y brindarles información oportuna.	Las TIC han mejorado la accesibilidad y la transparencia en nuestra atención. A través de plataformas en línea, los ciudadanos pueden acceder a información y realizar trámites desde cualquier lugar y en cualquier momento. Esto ha agilizado los procesos y ha facilitado la interacción con los ciudadanos, generando confianza en nuestros servicios.	1) Mejora la eficiencia 2) Accesibilidad 3) Facilita la colaboración 4) Mejora la accesibilidad 5) Agiliza los procesos

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 Codificación axial.

Categorías	Unidad de análisis Eficiencia	Unidad de análisis Facilita la colaboración
1. Percepción del uso de las TIC en el entorno laboral	Acceso rápido a información actualizada y respuestas precisas	Colaboración más efectiva y eficiente
2. Ventajas del uso de las TIC en el trabajo	Ahorra tiempo y reduce errores en tareas repetitivas	Mejora la colaboración y reduce los tiempos de respuesta

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS

La incorporación de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el entorno laboral se ha convertido en un tema de vital importancia en el panorama actual de la administración pública y organizaciones. La Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del H. Ayuntamiento de Veracruz no

es ajena a esta tendencia, y como parte de un esfuerzo por comprender a fondo la percepción de los empleados sobre el uso de las TIC en su trabajo diario, se llevó a cabo un grupo focal que reunió a un grupo diverso de participantes. Este análisis se centra en explorar las perspectivas y ventajas percibidas del uso de las TIC en esta dirección, desglosando los resultados en categorías y subcategorías que emergieron durante las discusiones.

Categoría 1: Percepción del uso de las TIC en el entorno laboral. -Se identificó una relación en esta unidad de análisis, donde los entrevistados A1, A3 y A5 mencionan que el uso de las TIC haría que su trabajo fuera más eficiente. A1 proporcionó ejemplos específicos, al igual que A3 y A5. Los ejemplos incluyen cómo las TIC podrían mejorar la eficiencia en su trabajo.

Calidad de respuesta: Se estableció una relación con los entrevistados A2, A5 y A6, quienes mencionaron que el uso de las TIC mejoraría la calidad del servicio. Se mencionaron procesos agilizados en el registro de solicitudes, eficiencia en el seguimiento de procesos y optimización de tiempos en la gestión de solicitudes como ejemplos específicos.

Optimización de tiempos: Todos los entrevistados (A1, A2, A3, A4, A5 y A6) mencionaron que las TIC agilizarían la atención a los ciudadanos. Ejemplos de esto incluyen la implementación de sistemas informáticos, aplicaciones móviles, automatización de procesos, uso de Internet y herramientas tecnológicas.

Categoría 2: Ventajas del uso de las TIC en el trabajo. - Se observó que los entrevistados A1, A3, A4 y A6 coinciden en que las TIC hacen que su trabajo sea más eficiente. Mencionaron ventajas como la automatización de tareas repetitivas, acceso rápido a la información, mayor capacidad de organización y planificación, reducción de errores en el trabajo y facilitación del trabajo en equipo y la colaboración.

Accesibilidad: Los entrevistados A1, A2, A3 y A5 destacaron la accesibilidad que proporcionan las TIC mediante el uso de herramientas digitales. También mencionaron la importancia de las TIC en la colaboración y el uso de herramientas tecnológicas para agilizar procesos.

Facilita la colaboración: Los entrevistados A1, A5 y A6 mencionaron que las TIC facilitan la colaboración con otras instituciones para agilizar los procesos de registro y seguimiento de solicitudes. Hablaron de colaboración interinstitucional, experiencias de colaboración exitosa y los beneficios de la colaboración en el registro y seguimiento.

Los resultados de esta matriz sugieren que los entrevistados perciben que el uso de las TIC en su entorno laboral tiene un impacto positivo en términos de eficiencia, calidad de respuesta, optimización de tiempos, accesibilidad y facilitación de la colaboración. Estas percepciones pueden proporcionar información valiosa para la toma de decisiones relacionadas con la implementación y mejora de las TIC en el entorno laboral de la institución.

4. CONCLUSIONES

Estos resultados no solo ofrecerán una visión holística del estado actual de la dirección, sino que también proporcionarán una base sólida para futuras investigaciones y estrategias de mejora.

Estamos seguros de que este estudio contribuirá de manera significativa al entendimiento de cómo las TIC pueden ser un catalizador para el crecimiento y la eficiencia en el ámbito gubernamental, particularmente en el contexto de la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo de Veracruz.

El análisis de las percepciones y ventajas del uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del H. Ayuntamiento de Veracruz revela un consenso positivo entre los empleados. Las TIC se perciben como herramientas que pueden mejorar significativamente la eficiencia, la calidad de respuesta y la colaboración en el entorno laboral. Estas conclusiones respaldan la importancia de continuar avanzando en la integración de las TIC en las operaciones de la dirección.

Se demuestra positiva la hipótesis de trabajo “El uso de las TIC generará un impacto en la productividad de la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del H. Ayuntamiento de Veracruz”. Los objetivos específicos planteados para el registro del uso actual de las TIC, la identificación de ventajas y desventajas en la productividad, y la propuesta de un manual de procedimientos son acciones prácticas que pueden contribuir al aprovechamiento efectivo de las TIC. Estas acciones deben llevarse a cabo de manera planificada y estratégica, teniendo en cuenta las necesidades y perspectivas de los empleados.

Es esencial destacar que la implementación de las TIC no solo implica adquirir tecnología (acción que ya se está llevando a cabo después de elaborar este análisis), sino también promover una cultura de cambio y capacitación continua para asegurar que los empleados puedan aprovechar al máximo estas herramientas.

En última instancia, las conclusiones derivadas de este análisis ofrecen un camino claro para mejorar la eficacia y la calidad de los servicios proporcionados por la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo, al tiempo que fomentan la colaboración y la innovación en el entorno laboral. La inversión en TIC y la adopción de las mejores prácticas en su uso son pasos clave para mantenerse competitivo y responder de manera efectiva a las demandas cambiantes de la administración pública y las organizaciones en la era digital.

5. RECOMENDACIONES

1) los empleados, se recomienda desarrollar un plan estratégico que incluya la implementación gradual de tecnologías de la información y comunicación en la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo. Este plan debe considerar las necesidades específicas de los empleados y su capacidad para adoptar nuevas herramientas tecnológicas. Esta recomendación se relaciona principalmente con el ODS 9 - Industria, Innovación e Infraestructura. El desarrollo de un plan estratégico para la implementación gradual de TIC en la Dirección de Desarrollo Económico y Turismo es fundamental para promover la innovación tecnológica y mejorar la infraestructura.

2) Capacitar y Formar: Dado que algunos empleados pueden no estar familiarizados con todas las posibilidades de las TIC, se debe llevar a cabo un programa de capacitación y formación. Esto garantizará que todos los miembros del equipo estén equipados con las habilidades necesarias para aprovechar al máximo las tecnologías y garantizar una implementación exitosa. Esta recomendación está vinculada con varios ODS, incluyendo el ODS 4 - Educación de Calidad y el ODS 8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico. La capacitación y formación de los empleados para utilizar eficazmente las TIC contribuye a su desarrollo de habilidades y a la mejora de su empleabilidad.

3) Desarrollar un Manual de Procedimientos: En línea con el objetivo específico c), se recomienda la creación de un manual de procedimientos para el uso adecuado de las TIC en la Dirección. Este manual debe detallar las mejores prácticas, pautas de seguridad y cómo aprovechar al máximo las TIC en las

tareas diarias. Esta recomendación se relaciona principalmente con el ODS 16 - Paz, Justicia e Instituciones Sólidas. Un manual de procedimientos claro y bien definido promueve la transparencia, la eficiencia y la calidad de los servicios, lo que es esencial para instituciones sólidas y justas.

4) **Monitorear y Evaluar Continuamente:** Una vez que se implementen las TIC, es esencial establecer un sistema de monitoreo y evaluación continua. Esto permitirá realizar ajustes a medida que surjan nuevos desafíos o se identifiquen oportunidades de mejora. La retroalimentación de los empleados debe ser parte integral de este proceso. Esta recomendación está alineada con el ODS 17 - Alianzas para lograr los Objetivos. El monitoreo y la evaluación continua implican la colaboración y la formación de alianzas para garantizar la mejora continua de la implementación de las TIC.

5) **Promover la Innovación:** Las TIC son una herramienta poderosa para fomentar la innovación. Se debe alentar a los empleados a proponer ideas y soluciones innovadoras que aprovechen al máximo las tecnologías disponibles. Esto puede impulsar mejoras constantes en los procesos y servicios. Esta recomendación se relaciona con el ODS 9 - Industria, Innovación e Infraestructura y el ODS 8 - Trabajo Decente y Crecimiento Económico. Fomentar la innovación mediante el uso de las TIC contribuye al desarrollo de infraestructura tecnológica y al crecimiento económico sostenible.

REFERENCIAS

- Banco Mundial. (10 de septiembre del 2013). *Como las tics amplían las oportunidades de empleo en todo el mundo. Conectarse para trabajar*.
<https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2013/09/10/how-icts-are-expanding-job-opportunities>
- Fontalvo, T., De La Hoz, E., Morelos, J., (2017) La productividad y sus factores: incidencia en el mejoramiento organizacional. *Dimensión Empresarial*, 16(1) 47-60. <http://dx.doi.org/10.15665/dem.v16i1.1375>
- Galo E. Cano-Pita (2018). Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones. *Revista científica Dominio de las Ciencias*. 4(1) 499-510.
<http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.4.núm.1.enero.499-510>
- Levy, Santiago. (2007). ¿Pueden los programas sociales disminuir la productividad y el crecimiento económico? Una hipótesis para México. *El trimestre económico*, 74(295), 491-540. Epub 20 de noviembre de 2020. Recuperado en 22 de noviembre de 2023, de
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-718X2007000300491&lng=es&tlng=es.
- Rodríguez Rojas, José. (2003). Entorno macroeconómico, productividad del trabajo y cambio tecnológico en la agricultura Venezolana.. *Revista agroalimentaria*, ISSN 1316-0354, N°. 17, 2003, pags. 84-93.
- UAMUH-UAT. (s/f). *Importancia de las tecnologías en el ámbito laboral*. [video]. You Tube.
<https://www.youtube.com/watch?v=dQd4YUSfXfw>
- Valencia Aguilar, O. (2014). *El trabajo colaborativo mediante el uso de las tics: una propuesta para el seguimiento de los proyectos estratégicos de una entidad pública*, Recuperado de
<https://cdigital.uv.mx/bitstream/handle/123456789/40648/valenciaguilaroscar.pdf>

Volpentesta J.R. (2016). El impacto de las tics sobre las estructuras organizacionales y el trabajo del hombre en las empresas. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales*. 22(46). 81-94 http://nulan.mdp.edu.ar/2519/1/FACES_n46_81-94.pdf

CAPÍTULO XXI

EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN VERACRUZ UN MODELO DE NEGOCIO COMPETITIVO Y PERTINENTE

Autores

Pérez Prieto Salomé; Ruiz Blanco José Andrés;
Fragoso Terán María Esther; Hernández Serrano Diana; López Saldiña Arturo

RESUMEN

El emprendimiento social se refiere al intercambio comercial de servicios y bienes con el propósito de atender y dar solución o disminuir el impacto de las problemáticas sociales. La persona que decide realizar un emprendimiento social además de buscar obtener beneficios personales, profesionales y organizacionales, busca atender el desarrollo y crecimiento común, el correcto uso de los recursos e incrementar la calidad de vida de generaciones actuales y futuras en los diferentes grupos de influencia en donde la organización impacta. La medición que determina hasta qué punto un emprendimiento social ha sido exitosa está en función de cómo y cuánto hace mejor el espacio donde opera.

La pandemia arrojó altos índices de desempleo, fuertes problemas individuales, familiares y sociales que hicieron que jóvenes, mujeres y adultos de la tercera edad buscaran oportunidades de empleo para apoyar a la sobrevivencia de la familia y la capacitación ha significado un parteaguas para poder lograr el cambio de pensamiento hacia el emprendimiento social, es decir, considerar la rentabilidad de un negocio haciendo lo correcto por la localidad, el municipio, el estado, el país.

ABSTRACT

Training is vital to be able to guarantee the permanence in business of those who do not decide to invest in knowledge and a change of mindset towards social entrepreneurship; there is a need to think that doing what is right and good for the locality, the municipality, the state, the country and the environment is also business and profitable. It is a challenge faced by private companies and public entities that need to improve the conditions and quality of life of their governed.

Micro, small and medium-sized entrepreneurs require information about the conditions that afflict the business and reflect on the importance of generating ideas, projects and businesses that meet social needs while having a business that is profitable and sustainable. Take action on the creation, development and consolidation of businesses that are efficient in the use of resources for future generations, development and economic growth for a better quality of life in general is already a demand for global competitiveness; beyond just generating income.

1. INTRODUCCIÓN

Del concepto francés “entrepreneur” o del término pionero proviene la palabra emprendedor y se refiere a la capacidad que se tiene para realizar esfuerzos particulares para alcanzar metas y objetivos nuevos, a quienes son innovadores al agregan valor a un producto o servicio, identificar el beneficio de una nueva

línea de producto o producción o un proceso ya existente o, aquel que se inicia en una empresa o proyecto nuevos. También a las aptitudes, habilidades y actitudes que poseen algunos individuos para enfrentar nuevos retos o proyectos buscando posicionarse en un nuevo lugar en un mercado específico de acuerdo a la Real Academia de la Lengua Española.

Las Naciones Unidas han convocado a expertos de instituciones educativas que trabajan en sectores económicos, productivos, privados y sociales relevantes para que llamen a la acción en tres niveles: trabajar globalmente para garantizar un mayor y mejor liderazgo, más recursos, entrega inteligente y soluciones innovadoras relacionadas con la sostenibilidad.

En un mundo global de negocios los retos que las empresas se deben enfrentar para lograr la competitividad empresarial son muchos como atender ejes transversales que buscan el cumplimiento de los objetivos de la Agenda 2030 de la ONU para el Desarrollo Sostenible, la transformación digital con la automatización de procesos a través de la inteligencia artificial y las estrategias de marketing digital, renovación en tiempos record de tecnologías de comunicación e información, adopción de redes sociales como estrategias de posicionamiento y venta, diseños web para la experiencia del usuario, gestión e ingeniería de datos, descentralización de operaciones, formatos híbridos y flexibles de trabajo, reubicación de cadenas de valor (nearshoring); y la transición a empresas inteligentes, entre otros.

El emprendimiento social es aquel que intenta dar solución o disminuir el impacto de los riesgos de no atender a los objetivos del desarrollo sostenible (ODS), obliga a dejar de esperar de gobiernos la solución para la mejora del tejido social y el rescate ambiental, para generar una comunidad que cree, desarrolle y consolide modelos de negocios que ofrezcan soluciones innovadoras y creativas, que impacten en los ejes económicos básicos para la subsistencia y sobrevivencia como: educación, seguridad, empleo, salud, etc., y también ejes transversales como sostenibilidad, inclusión, equidad de género e igualdad. Para ello se requiere generación, adopción y adaptación de información a través de capacitación a emprendedores partiendo de la medición de información de las condiciones en materia de los objetivos de desarrollo sostenible en Veracruz para en consecuencia generar proyectos, gestionar recursos, lograr crowdfunding e inversión, buscar plataformas de visibilidad y finalmente mercados que den apertura a productos y servicios de emprendimientos sociales.

2. DESARROLLO

Condiciones de vulnerabilidad en Veracruz: Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Veracruz cuenta con más de 700 km. de costa, 9 puertos de los cuales 5 son puertos de altura, que reciben buques de gran calado: puerto de Veracruz, puerto de Tuxpan y puerto de Coatzacoalcos; y les permiten tener el posicionamiento como los más importantes en el movimiento de carga contenerizada, automóviles, carga a granel, carga general y fluídos; y 4 puertos de cabotaje. Es una región que tiene diversidad y riqueza climática, orográfica, excelente ubicación geográfica (conexiones carreteras, ferroviarias y aeropuertos nacionales e internacionales), recursos energéticos y riqueza en recursos humanos, culturales y turísticos. Para el primer trimestre de 2022, el crecimiento de 0.6 % en el total de la actividad económica ubicó a Veracruz en el lugar 24 a nivel nacional. Además, su aportación a la variación nacional fue de 0.03 por ciento, de acuerdo al INEGI en su Comunicado de prensa núm.394/22 del 28 de julio del año 2022, y el mismo comunicado desprende los siguientes datos:

En materia de emprendimiento social no hay un censo específico; sin embargo, si de empresas que buscan tener un reconocimiento o distintivo al realizar actividades que apoyen a grupos vulnerables más no ser la razón de su existencia. En el año 2019 el Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE), otorgaron un distintivo de un año hasta 19 años de Distintivo ESR® 2019, pues cumplieron de manera satisfactoria con los estándares establecidos en los ámbitos de la responsabilidad social empresarial. Se reconoce a todas estas entidades a través del distintivo todos aquellos esfuerzos por asumir voluntaria y públicamente el compromiso de llevar a cabo una gestión socialmente responsable y de mejora continua en la cultura empresarial. La ONU en el libro azul de los 193 estados miembro de la Asamblea General estableció los indicadores sociales, económicos, culturales, ecológicos, políticos y estructurales en los ODS que buscan alcanzar 169 objetivos específicos que mejoren la calidad de vida de los seres vivos, el planeta y la convivencia entre ellos, atendándose como emergencias globales a través de emprendimientos cuyo principal objetivo sea erradicar en el futuro cercano esas necesidades o disminuir en grandes porcentajes su condición.

Los objetivos de desarrollo sostenible son:

1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo para 2030.
2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades.
4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.
5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.
6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos
7. Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos.
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
10. Reducir la desigualdad en los países y entre ellos.
11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
14. Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
15. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad.
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
17. Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

2.1 Condiciones de vulnerabilidad para el emprendimiento social en Veracruz

En México de acuerdo a datos del Statista Research Department en el 2023, diez de los treinta y dos estados de México en el año 2020 tenían más de la mitad de la población en situación de pobreza, Veracruz uno de ellos.

Con respecto al objetivo 8 trabajo decente y crecimiento económico, la actividad económica de Veracruz, durante el tercer trimestre de 2022, fue del de 0.8 por ciento anual. En materia de empleo la encuesta nacional de ocupación y empleado del INEGI, brinda datos con respecto a la población económicamente activa, y concluye que Veracruz, es uno de los 5 primeros estados en el país con los más altos niveles de informalidad. En relación a poner fin a la Pobreza, ODS 1, Veracruz está conformado por 212 municipios y una población registrada de 8 millones 112 mil 505 habitantes con 73 municipios en rezago social Alto o Muy Alto y de ellos, 127 tienen nivel de marginación en igual grado, ahí es donde se registran las Zonas de Atención Prioritarias (ZAP) rurales y urbanas. De la población total referida, 13.6% es de origen indígena y está concentrada en un territorio circunscrito de 47 municipios, 34 de ellos tienen alto índice de situación de pobreza extrema, de tal forma que son 12 los municipios indígenas que sobrepasan el 50% de su población en esa condición, todos ellos ubicados en las regiones: Olmeca, Totonaca, Montañas y Huasteca Baja. La población que presenta inseguridad alimentaria en cualquiera de los grados (leve, moderada o severa) es de 48.4% y la falta de acceso a la alimentación se encuentran en los grados de moderada y severa, siendo el 27.0%, el equivalente a 2 millones 222 mil 340 habitantes, datos que corresponden al eje principal del objetivo 2 hambre cero. Un aproximado de 6 millones 320 mil 675 de personas se encuentran en edad de trabajar (jóvenes mayores de 18 años), la Población Económicamente Activa (PEA) es de 3 millones 330 mil 020, según datos del INEGI, Veracruz ocupa el lugar número cinco con población con insuficientes ingresos para tener acceso a la canasta básica de alimentos y número cuatro con más población en pobreza laboral, de acuerdo con cifras del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL).

El objetivo 3 de la agenda 2030 hace referencia a la inseguridad sanitaria y acceso a la salud. En este punto Veracruz se ha visto severamente comprometido con rezagos en: equipamiento, rehabilitación, sustitución de unidades médicas con exceso en los tiempos recomendados de operatividad, desabasto total y parcial de medicamentos, material de curación, de cirugía y equipo, así como en carencia de personal de atención e insumos básicos, particularmente en la zona rural. Ocupa el quinto lugar a nivel nacional con respecto al número de muertes maternas, y el mismo lugar en defunciones infantiles. A partir de la pandemia el estado de Veracruz se ubicó de acuerdo a Ramírez, H. & Torres, S. (2021) entre los primeros lugares de corrupción en el sector salud, pues fueron otorgados contratos de provisión de equipo para atención contra el SARS-COVID 2019 por adjudicación directa, y de acuerdo con la revista Proceso (2020), el gobierno federal (y locales) premió a grandes empresas, sancionadas y señaladas por la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE), durante la pandemia creando cárteles del mercado.

Con respecto a la educación, ODS 4, de acuerdo con la Encuesta Intercensal del año 2020 INEGI, los estados que tienen las cifras más bajas de jóvenes inscritos en escuelas – entre 93% y 95.9% - son Chihuahua, Jalisco, Colima, Michoacán, Guanajuato, Guerrero, Puebla, Veracruz, Oaxaca, Chiapas y Campeche. Veracruz tiene grandes retos que atender de acuerdo a datos del CONEVAL, estadísticas del INEGI y análisis del documento la ruta de implementación final, los principales de ellos son:

- Rezago educativo: estado número tres con mayor número de ciudadanos sin terminar la educación básica y la décima con estudios trancos, además, Veracruz ocupa el cuarto lugar en analfabetismo a nivel nacional con personas que no han tenido oportunidad de tener acceso a ningún nivel y tipo de estudios.
- Educación especial: La pertinencia de la formación docente en contextos de ruralidad y modalidades de educación especial, multigrado e indígena es inexistente debido a la eliminación a nivel federal del plan de formación inicial de Educación Especial en la Educación Normal.
- Infraestructura y complementos educativos: Existen escuelas de educación básica que operan en condiciones precarias, en el caso de instituciones de bachillerato se encuentran sin equipamiento y en condiciones inequitativas entre los subsistemas, siendo el telebachillerato, el más afectado.

Con respecto al objetivo 5 enfocado a lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas, en Veracruz la discriminación de género hacia la mujer es una situación culturalmente arraigada por lo que ocupa el lugar no. 5 en el escenario nacional en materia de agresión conyugal y lugar no. 10 en acoso sexual en espacios públicos y feminicidio. Como consecuencia de este crecimiento desde tiempos anteriores a pandemia, a partir del año 2016 se estableció una alerta de violencia de género para un total de once municipios.

En el estado de Veracruz, con relación al objetivo 9 de la industria, innovación e infraestructura, se ubican tres puertos de altura y uno de ellos el segundo más importante del país en manejo de carga: Puerto de Veracruz, Tuxpan y Coatzacoalcos. En la región hay 17 parques industriales y logísticos ubicados en 10 municipios estratégicos, pero argumentan expertos que a pesar de ello “se observa el desaprovechamiento del sector productivo y de la capacidad tecnológica para generar competitividad y productividad”. (García, Pineda & Andrade, 2015, 257)

Con respecto al objetivo 11 de ciudades y comunidades sostenibles, en Veracruz los asentamientos urbanos y rurales tienen marcadas diferencias de acceso a una vivienda adecuada, con los servicios básicos de energía eléctrica, agua entubada, alcantarillado, etc. La infraestructura urbana y de servicios está centralizada en las localidades de mayor concentración de población permitiendo así el rezago de las localidades rurales que además por la geografía veracruzana se encuentran alejadas y dispersas de los centros urbanos. La cobertura de servicios como agua en la vivienda y drenaje sanitario en Veracruz se encuentra por debajo de la media nacional. Aunado a esto, problema que aqueja a todo el país, el desmedido crecimiento poblacional significa un fuerte estrés sobre el uso de los recursos naturales y los ecosistemas haciendo que el mantenimiento de la calidad de aire en localidades urbanas e industriales, el abastecimiento de agua, la calidad y el saneamiento, así como el manejo correcto de los desechos sólidos urbanos se vean en riesgo, todo debido a la ignorancia y falta total de deseo de concientización de la huella ecológica que se está dejando.

Los objetivos de desarrollo sostenible son claros al establecer que no solo se busca mejorar las condiciones y calidad de vida humana sino ambiental por ello hace énfasis en aquellos que impactan de manera directa al clima que, y en Veracruz, los problemas ambientales no son pocos pues no existe un modelo de desarrollo municipal o estatal que con claridad afirme un compromiso con prioridad hacia la preservación de los recursos naturales con vías a la sostenibilidad. A ello se suma la explotación de recursos sin atender de la normativa, la mitigación, la reparación y la compensación adecuada del daño por la huella ecológica social y acciones industriales como la petrolera, azucarera, alcoholera y cementera. De acuerdo a datos analizados de boletines de la Organización de las Naciones Unidas con

respecto al tema climático en Veracruz las afectaciones se dan en los siguientes aspectos: El objetivo 15 hace referencia a la vida silvestre, y ecosistemas terrestres. En Veracruz la biodiversidad es diversa, según datos de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) tiene 26 áreas naturales protegidas (ANP), 2 áreas naturales protegidas municipales (ANPM), 834 áreas privadas de conservación (APC), lo que significa espacios naturales que requieren protección de más de 500,000 hectáreas. Además del reto de protección determinó la SEMARNAT que 145 de los 212 municipios no tienen un ordenamiento ecológico eficiente lo que ha ocasionado un deterioro de los ecosistemas por diferentes razones como ignorancia en el manejo de cambios en el uso de suelo, descontrolada explotación forestal e irresponsable deforestación, incendios forestales, mala urbanización o no planeada, descontrolado incremento de la población, mal manejo de residuos sólidos en tiraderos a cielo abierto y rellenos sanitarios inoperantes, robo y extracción de especies.

El objetivo 06 que se refiere a la importancia de garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos, en Veracruz, como en el resto del país es un reto que alcanza niveles de emergencia. Existe un gran número de comunidades que no tienen acceso al agua, condición que hace más evidente el grado de marginación y rezago. En poblaciones de altas montañas, serranas y suburbanas no se tiene acceso total a fuentes cercanas de agua, en la zona conurbada la calidad del agua es mala y en algunas zonas específicas es inconstante la provisión. Las oportunidades de crecimiento y atracción de inversión gracias a la posición geográfica natural, conexiones carreteras, ferroviarias, etc., aportan al incremento de la expansión productiva sin embargo disminuyen la atención al equilibrio ecológico al realizar los procesos de producción, los procesos de conservación y de consumo responsable sin planeación y aumentan la contaminación, el desperdicio y la disminución de agua limpia, la reducción de niveles de ríos y recursos acuíferos, afectando la producción de ganado, pesca y vida silvestre; por lo que debe ser obligado contar con un plan que evalúe los diferentes escenarios y determine acciones y sanciones en función del costo beneficio de seguir generando crecimiento a costa de la vida y calidad de vida.

2.2 Emprendimiento social.

Barona, B., Rivera, J., Aguilera, C., & Garizado, P. (2017) mencionan que: los emprendedores sociales escudriñan formas creativas e innovadoras de impulsar el cambio, se constituyen para cumplir un propósito comercial y además resolver necesidades sociales a través de sus actividades comerciales. Incluso, en el año 2020, la OCDE lanzó un proyecto de dos años, con el apoyo financiero de la Dirección General de Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y Pymes (DG GROW) de la Comisión Europea, para promover el desarrollo de marcos legales y regulatorios en los Estados miembros de la UE que efectivamente permitan que las empresas sociales se desarrollen y prosperen lo que permitirá que los países miembros tengan como resultado un manual que de orientación a los encargados de formular políticas para diseñar, mejorar y evaluar marcos legales y regulatorios para las empresas sociales tengan recursos y herramientas que respalden y promuevan su creación, desarrollo y consolidación.(p. 80-93). La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) como organización internacional que trabaja de la mano de gobiernos, legisladores y ciudadanos para establecer estándares internacionales que fundamentados en evidencia toman decisiones y se enfocan en proponer soluciones a una variedad de desafíos sociales, económicos y ambientales; para construir mejores políticas de una vida mejor en donde se fomente la prosperidad, la igualdad, las oportunidades y el bienestar para todos

en el mundo; ha reconocido la importancia del emprendimiento social buscando lograr metas que beneficien económica y socialmente al entorno y que cuentan con capacidad de traer soluciones innovadoras a los problemas de exclusión social y desempleo. En México el reto es grande para ser puesto en las mesas de Gobierno.

3. CONCLUSIONES

Las carencias, ausencias, fallas, retrasos, y acuerdos fraudulentos cobran factura en la sociedad a un costo muy alto y es responsabilidad de gobierno, academia, empresas privadas y comunidad el trabajar como pilares de una sociedad de ciudadanos globales que buscan un mejor presente para el legado de un mejor futuro. El emprendimiento social es un modelo de negocio que permite hacer rentable una idea que emana de una necesidad social y cuyo fin es beneficio social; no solo generando ingresos, dividendos, utilidades para stakeholders, pero dejando una huella positiva para el planeta y quienes habitan el él.

La academia realiza un trabajo arduo para desarrollar programas educativos y planes de trabajo en donde además de la generación y aplicación de conocimiento se desarrollen habilidades y actitudes para crear, desarrollar y consolidar organizaciones con un compromiso social y ambiental. El gobierno está obligado a legislar con miras a producir energías limpias, a motivar al mitigar el impacto ambiental y a aplicar sanciones ante el incumplimiento de normas que afecten a las condiciones de vida de grupos vulnerables y ecosistemas diversos. Las empresas privadas requieren de directivos y colaboradores con una mentalidad para pensar global y accionar local y que provean de espacios e inversión para la generación y ejecución de proyectos que atiendan los objetivos de desarrollo sostenible, generen ingresos y procuren el crecimiento social y económico de su mercado interno y externo. Finalmente es tiempo de realizar un cambio en la forma de pensar (mindset), actuar y vivir la vida por parte de la sociedad de una forma más consciente en la que la responsabilidad individual, profesional, organizacional, familiar y ambiental garanticen un mejor futuro para las generaciones actuales y futuras.

REFERENCIAS

- Agenda Ruta de implementación. Por el bien de todos y todas nos sumamos a la Agenda2030.
http://repositorio.veracruz.gob.mx/wpcontent/uploads/sites/4/files/agenda2030/A2030_RUTA_DE_IMPLEMENTACION_FINAL.pdf
- Barona, B., Rivera, J., Aguilera, C., & Garizado, P. (2017). Financiación de la innovación en Colombia. *Entramado*, 11(1), 80-93. doi: <http://dx.doi.org/10.18041/entramado.2015v11n1.21126>
- Centro de Información Nacional de Estadística y Geografía de Veracruz
<http://ceieg.veracruz.gob.mx/2019/11/30/inegi/>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social
<https://www.coneval.org.mx/quienessomos/Paginas/Quienes-Somos.aspx>
- Empresa Socialmente Responsable. Empresas grandes que obtuvieron el Distintivo ESR® 2019. Boletín del 18 de febrero del 2019.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Comunicado de prensa núm. 394/22 28 de julio de 2022 y 315/20 del 16 de julio de 2020.

- Murillo, L (2022). El emprendimiento social como motor de desarrollo sostenible: propuesta de un modelo para fortalecer la gestión del impacto social en los grupos de interés. [/https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/182264/Murillo%20%20EL%20EMPREDIMIENTO%20SOCIAL%20COMO%20MOTOR%20DE%20DESARROLLO%20SOSTENIBLE%20PROPUESTA%20DE%20UN%20MODELO%20PAR...pdf?sequence=4](https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/182264/Murillo%20%20EL%20EMPREDIMIENTO%20SOCIAL%20COMO%20MOTOR%20DE%20DESARROLLO%20SOSTENIBLE%20PROPUESTA%20DE%20UN%20MODELO%20PAR...pdf?sequence=4)
- ONU. Libro azul de la Organización de las Naciones Unidas. <https://www.un.org/dgacm/es/content/protocol/blue-book>
- Proceso (30 de junio de 2020a). México compró insumos contra covid-19 con sobrepuestos y a empresas sin experiencia. <https://www.proceso.com.mx/nacional/2020/6/30/mexico-compro-insumos-contra-covid19-con-sobrepuestos-empresas-sin-experiencia-245346.html>
- Secretariado ejecutivo del Sistema Nacional Seguridad Pública. <https://www.gob.mx/sesnsp/articulos/informacion-sobre-violencia-contra-las-mujeres-incidencia-delictiva-y-llamadas-de-emergencia-9-1-1-febrero-2019>
- Secretaría del Medio Ambiente. <http://www.veracruz.gob.mx/medioambiente/>
- Statistics COVID19: casos en México por estado 2022 Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/1109201/numero-casos-coronavirus-mexico-estado/#:~:text=Seg%C3%BAn%20datos%20del%2021%20de,total%20de%20435.176%20pacientes%20infectados.>

P A R T E



FINANZAS Y GESTIÓN

CAPÍTULO XXII

LA INCLUSIÓN: INNOVACIÓN EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Autores

Aguilar Canseco Pedro; Toledo Barrios Sergio Federico;
Quintero Bastos Tania Beatriz; López Villegas Francisco Amador; Aguilar Pizarro Víctor

RESUMEN

Hoy en día los mayores desafíos que presentan las personas más experimentadas se pueden ver en la práctica de la educación inclusiva, esta sección es donde se establece una cultura diferente y muestra cambios en todos los ámbitos y por supuesto, la educación debe orientarse a los requerimientos de las actividades sociales y las necesidades del nuevo mundo. Educación, en muchos casos la innovación surge de un análisis crítico de lo que está haciendo la educación, identificando así la necesidad de cambio, a través de la innovación, y las estrategias cambian. Por eso es importante preparar a los estudiantes para afrontar y aceptar los cambios sociales, mejorando habilidades, oportunidades y respeto por las personas elegidas por su personalidad, género, religión, etc. Es por eso que los planes educativos deben desarrollar innovaciones continuas para que las generaciones futuras puedan tener en cuenta estos cambios. Dado que no hay certeza sobre el estado de la educación en los últimos años y el sistema educativo adecuado, el objetivo de este artículo es describir y analizar que tanto los estudiantes conocen y aceptan la inclusión y diversidad.

ABSTRACT

Today the greatest challenges presented by the most experienced people can be seen in the practice of inclusive education, this section is where a different culture is established and shows changes in all areas and of course, education must be oriented to the requirements of social activities and the needs of the new world. Education, in many cases innovation arises from a critical analysis of what education is doing, thus identifying the need for change, through innovation, and strategies change. That is why it is important to prepare students to face and accept social changes, improving skills, opportunities and respect for people chosen for their personality, gender, religion, etc. That is why educational plans must develop continuous innovations so that future generations can take these changes into account. Since there is no certainty about the state of education in recent years and the adequate educational system, the objective of this article is to describe and analyze how much students know and accept inclusion and diversity.

1. INTRODUCCIÓN

La importancia de la innovación para la inclusión en la educación es un tema relevante en la actualidad, se ha convertido en una herramienta importante para cambiar y evolucionar; por lo que en este sentido la innovación es una necesidad para responder a los requerimientos que el sector político, económico y

social demanda. Al utilizar la innovación en el rediseño de los planes de estudio en referencia a la inclusión, es un nuevo enfoque, toda vez que se presenta un panorama cada vez más amplio del progreso moderno, a través de esta disciplina se logra cumplir con los requisitos de satisfacer necesidades y expectativas de los seres humanos y con esto se logran objetivos para la aceptación de diversas personas, asimismo la innovación es una capacidad indiscutible de las personas, esta herramienta se convertido en un impulso muy importante de crecimiento, actualización y transformación, lo que dará como resultado cambios significativos en los procesos de enseñanza-aprendizaje y en los métodos de implementación de estas nuevas actividades innovadoras incluyendo: la didáctica, la metodología, las formas y los docentes.

Es fundamental aceptar a las personas con diferentes religiones, discapacidad, inmigrantes, africanos, indígenas, diversidad de género, etc., es importante cambiar la mentalidad de los estudiantes, aceptando a todas las personas. El acceso a una educación inclusiva es también un factor clave para mejorar la calidad de vida de otras minorías étnicas que, por el motivo que sea, son víctimas de prejuicios, discriminación y falta de oportunidades, por lo que se debe de aceptar la igualdad de oportunidades para participar en procesos integrados de enseñanza-aprendizaje.

2. DESARROLLO

La Innovación y la inclusión factores determinantes para la formación educativa

La innovación educativa también puede ser concebida como la capacidad creativa desarrollada por los agentes educativos, que pretende replantear la práctica pedagógica a fin de modificar hábitos para atender las necesidades educativas de los estudiantes de forma integral.

No indican (Rodríguez Sabiote & Gutiérrez Pérez) Desde el punto de vista organizativo, y siguiendo a de Miguel (1995: 428), podemos afirmar, pues, que “nada se opone a que las Universidades sean fuente permanente de innovación, al contrario, reúnen características idóneas para ello, como puedan ser la posibilidad de formular sus propias metas, decidir las enseñanzas a impartir, establecer prioridades, seleccionar a su profesorado... Sin embargo, en la realidad, son instituciones más reaccionarias, ante los procesos de innovación, que aquellas otras del sistema educativo que no gozan de estos privilegios”

Un tema determinante para el rediseño actualmente de los programas educativos es la experiencia educativa de inclusión, en los últimos años, con la globalización y los cambios en la educación especial, los medios educativos han comenzado a hablar de inclusión educativa, es por ello que no podemos hablar de la inclusión sin analizar y discutir las diferentes formas en que se compartirá el conocimiento y los métodos de enseñanza de este tema a los estudiantes.

(Díaz Barriga Arceo) nos indica que en los proyectos de reforma curricular de largo alcance emprendidos desde los años noventa, no sólo en México sino en otros países, sobresale el interés por introducir en el currículo una serie de modelos curriculares innovadores. Desde la óptica de las administraciones educativas, pero también de muchos autores, la tan anhelada innovación tenía la intención de atender las demandas que debía afrontar la educación mexicana ante una sociedad compleja y crecientemente globalizada, la llamada sociedad del conocimiento. (2012, pág. 3)

La inclusión es un concepto que se ha generalizado en los últimos años, organizaciones, empresas y gobiernos están buscando formas de crear esta nueva cultura. Por lo tanto, es importante que la educación sea justa y amigable para todos, es un derecho humano, un indicador importante de una buena vida y es

parte de la cooperación, la justicia y la igualdad de oportunidades, dando como resultado una calidad de vida.

(Nuñez & Schewe, 2023) señalan que “los cambios producidos en el orden social, producto de la globalización-mundialización, han generado demandas culturales, educativas, tecnológicas, sanitarias, comunicacionales, políticas y económicas que giran en torno a la inclusión e interculturalidad como ejes transversales”.

Es importante cambiar la forma en que reflexionan los estudiantes para admitir a todos los seres humanos que tengan diferentes religiones, sean discapacitados, inmigrantes, africanos o nativos, incluidas las diferencias de género y de sexo. La inclusión en las aulas es un proceso encaminado a garantizar que todos los estudiantes tengan derecho a recibir una educación de calidad en igualdad de condiciones, teniendo en cuenta las oportunidades de participar en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

Una de las cuestiones que promueve la igualdad de oportunidades o equidad en el ámbito escolar era en un principio la integración, aunque como plantea (Arnaiz Sánchez P. , 2012) esta idea no llega a calar definitivamente, quedando este enfoque más en la defensa del emplazamiento físico, que en la puesta en marcha de un proceso realmente integrador, estando presentes, como afirma López (2011) ciertos modos de exclusión en la escuela de la integración. De ahí, que cada vez cobre mayor fuerza el proceso de inclusión, que implica aquellos procesos que llevan a incrementar la participación y reducir la exclusión. (Echeíta Sarrionandía & Ainscow, 2011).

Innovación para la aceptación de la diversidad

Desde el panorama de un mundo cambiante y dinámico, podemos expresar que las instituciones educativas a veces están muy alejadas de estos cambios, muchas veces se escucha el dicho “las instituciones educativas deben cambiar”, pero ciertamente debe ser una acción que provenga de todos los sujetos educativos, especialmente los docentes quienes enfrentan desafíos cada día en las aulas.

Siguiendo con (Fullan), el cambio en las instituciones educativas ha transitado por tres períodos distintos: la década de la implementación (1972-1982), en la cual, las innovaciones eran creadas por externos, para luego transmitirse a la comunidad implicada, por lo que actores fundamentales como profesores, estudiantes y padres asumían un rol pasivo y de consumidores, dejando por fuera la capacidad de ellos para innovar; en la “década del significado” (1982-1992), en la que los individuos y los grupos deben encontrar el significado, tanto de lo que pretenden cambiar como el modo de hacerlo, para que el cambio tenga éxito. El tercer período es la década de la capacidad del cambio (1992), cuando las personas deben desarrollar sus propias capacidades para aprender y para seguir aprendiendo, a pesar de los obstáculos que encuentren en el camino. (2002, pág. 1)

La inclusión en la educación se refiere a un enfoque y un conjunto de prácticas diseñadas para garantizar que todos los estudiantes, independientemente de su capacidad, características personales o circunstancias, tengan la oportunidad de participar plenamente en el sistema educativo. Esta filosofía aboga por la creación de un entorno educativo accesible, adaptable y acogedor para todos, fomentando la igualdad de oportunidades y respetando la diversidad.

Indica (Marquez Ramírez) que a lo largo de la década de los años noventa, en el ámbito escolar, se produjeron cambios en todos los países del mundo derivados de legislaciones educativas hacia la integración de las personas que presentan diversidad funcional. El tema de la discapacidad —para emplear el término anterior— en la enseñanza superior es un campo importante y poco explorado, sobre

todo desde el punto de vista de su potencial para el cambio. Cuando los discapacitados —o personas con diversidad funcional— acceden a los estudios superiores, tienen la oportunidad de aumentar sus conocimientos, de desarrollar sus habilidades sociales, de obtener una buena calificación y de constituirse en objeto de debate y de análisis: (2015, pág. 6)

La inclusión educativa se refiere al objetivo común, desde el punto de vista de la exclusión, basado en los conceptos de igualdad y libertad, también se refiere a aumentar el acceso, la participación y propuesta de aprender educación para todos.

(Lavín-Verástegui & Farías-Mar) Argumentan que las innovaciones se caracterizan por una diversidad de formas, modalidades y alcances e implican tanto cambios en las actividades como en las actitudes. Los principales obstáculos a la innovación educativa son la centralización excesiva, la posición defensiva del personal docente, la ausencia de un agente de cambio, el enlace insuficiente entre teoría y práctica, y la falta de conocimientos acerca de los procesos educativos por parte de padres, funcionarios locales y administrativos del campo de la educación. (2012, pág. 3)

La inclusión y la diversidad son importantes porque promueven los valores que se deben enseñar en el aula, incluido el respeto, de la misma manera que hacen que una persona se sienta respetada y valorada. El sistema educativo debe crear las condiciones necesarias para que todos los estudiantes tengan igualdad de oportunidades, todos los estudiantes son capaces de lograr, aprender, desarrollarse, acceder al conocimiento y la cultura, utilizar habilidades intelectuales y prácticas y alcanzar su máximo potencial. Los autores (Valencia-Álvarez & Valenzuela-González) plantean: La innovación conlleva mejoras o beneficios como reducir el esfuerzo de los estudiantes o profesores, minimizar costos, aumentar la rapidez con que se obtienen resultados en el aprendizaje, aumentar la calidad de la enseñanza, satisfacer nuevas demandas educativas o sociales, entre otras. (2017, pág. 111)

Aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en la educación

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son propuestos por las Naciones Unidas y de iniciativa global con una visión a largo plazo que busca abordar los desafíos económicos, sociales y ambientales impactando en todo tipo de instituciones y entidades, teniendo un gran impacto en las instituciones educativas por ser parte de la formación integral de los niños y jóvenes que son el futuro de la humanidad. Los ODS son una herramienta de planificación y seguimiento para los países, tanto a nivel nacional como local. Gracias a su visión a largo plazo, constituirán un apoyo para cada país en su senda hacia un desarrollo sostenido, inclusivo y en armonía con el medio ambiente, a través de políticas públicas e instrumentos de presupuesto, monitoreo y evaluación. (Naciones Unidas, 2018)

La educación es clave para lograr el cumplimiento de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Cuando las personas tienen acceso a una educación de calidad, pueden escapar del ciclo de la pobreza, la educación ayuda a reducir la desigualdad y lograr la igualdad de género. También permite a personas de todo el mundo vivir una vida más sana y sostenible.

“La Agenda 2030 para los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que incluye 17 Objetivos y 169 metas, presenta una visión ambiciosa del desarrollo sostenible e integra sus dimensiones económica, social y ambiental”. (Bárcena Ibarra, 2019, pág. 8)

El reconocimiento y la aceptación de la diversidad para lograr la inclusión de todas las personas en todos los entornos, especialmente en la educación, son medidas fundamentales para lograr el progreso social crear un entorno inclusivo, donde se aprenda la equidad, la justicia, el respeto y la paz.

Tabla 1. Acciones inclusivas a emprender. Elaboración propia.

Objetivos de Desarrollo Sostenible con impacto en la Inclusión		Meta	Acciones a emprender
Objetivo 4 Educación de Calidad	Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos	Meta 4.3 De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria. Meta 4.5 De aquí a 2030, eliminar las disparidades de género en la educación y asegurar el acceso igualitario a todos los niveles de la enseñanza y la formación profesional Meta 4.7 De aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos sobre la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y la ciudadanía mundial. 4.a Construir y adecuar instalaciones educativas que tengan en cuenta las necesidades de los niños y las personas con discapacidad.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Toda persona tendrá derecho a la educación ✓ Paridad entre personas de diferentes razas, etnias, niveles sociales. ✓ Educación para la ciudadanía global ✓ Escuelas dignas (Agua potable, energía eléctrica, mobiliario, etc) ✓ Equipamiento de escuelas con alta tecnología ✓ Instalaciones adecuadas para todo tipo de estudiantes que tengan alguna discapacidad ✓ Cultura de la Paz para todo el mundo
Objetivo 5 Igualdad de Género	Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas	Meta 5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo Meta 5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública 5.c Aprobar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Igualdad de género ✓ Puestos públicos con ambos géneros ✓ Empoderamiento de la mujer ✓ Inclusión financiera en los países
Objetivo 10 Reducción de las Desigualdades	Reducir la desigualdad en los países y entre ellos	10.2 De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición 10.3 Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Inclusión social en todos los niveles ✓ Ingresos equitativos ✓ Oportunidades de desarrollo ✓ Aplicación de los Derechos humanos

Fuente: (Naciones Unidas, 2018)

Se presenta en la tabla 1, un compendio de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, el No. 4, 5 y 10 que impactan directamente en la inclusión, sus indicadores y las acciones que se sugieren deben emprenderse.

La Universidad Veracruzana aportando en la educación la cultura de la inclusión

Dentro del Programa de Trabajo 2021 – 2025 “Por una Transformación Integral” el Rector de la Universidad Veracruzana Dr. Martín Gerardo Aguilar Sánchez, hace su propuesta direccionada exclusivamente a dos ejes transversales que son: 1) Sustentabilidad y 2) Derechos Humanos, dentro de las cuales todos los universitarios deben aplicar en su quehacer académico la transversalidad hacia los otros cuatro ejes estratégicos que impactan directamente en las actividades sustantivas: 1) Docencia e innovación académica, 2) Investigación, posgrado e innovación, 3) Difusión de la cultura y extensión de los servicios y Administración y 4) gestión institucional, todos alineándose a los temas de los ejes trasversales y estos a su vez con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los cuales nos dan la directriz de entrelazar temas académicos con los Derechos Humanos, como por ejemplo la inclusión, la diversidad y la equidad. (Universidad Veracruzana, 2021)

Dentro de innumerables actividades que realiza la Universidad a favor de la inclusión están los Planes de Estudios de cada licenciatura, los cuales están actualizados a las necesidades del entorno educativo, económico, político y en temas de actualidad que hace ir guiando a los estudiantes a ser ciudadanos globales.

El caso de estudio es dentro del Programa de Administración, el cual se aprobó en el año 2019 y se incluyó una Experiencia Educativa (materia) específicamente “Gestión de la Inclusión” que se encuentra dentro del mapa curricular en el cuarto periodo o semestre, consta de 6 créditos y de 4 horas semanales dividiéndose en 2 teóricas y 2 prácticas, cuya unidad de competencia describe:

“El estudiante propone mecanismos para promover la construcción de una cultura de inclusión dentro de las organizaciones, basado en el derecho a la igualdad y no discriminación, que permita el desarrollo de buenas prácticas en las organizaciones al mismo tiempo que se fomenta el respeto por la diversidad. Lo anterior a partir de la información generada a través de un diagnóstico de las condiciones que prevalecen en las entidades en materia de indicadores relacionados con la diversidad y la inclusión” (Universidad Veracruzana, 2019).

Por lo tanto, al incluir dentro del Plan de Estudios de Administración la Experiencia Educativa de Gestión de la Inclusión, se tiene como mira que el estudiante aplique específicamente las medidas y prácticas relacionadas con la cultura inclusiva, esto dirigido a las empresas y al medio ambiente que se vive entre ellas, para que éste llegue a ser armónico, incluso también para aplicarse en la vida personal y en su entorno social.

La finalidad es que los estudiantes apliquen plenamente las medidas y prácticas relacionadas con la cultura inclusiva, igualmente cuando sean egresados de la Universidad lo apliquen a las empresas y los entornos dentro de ellas para que sean armoniosos, e incluso aplicables a su vida personal y entorno social.

3. CONCLUSIONES

En la actualidad el concepto de Innovación Educativa es un aporte valioso para que todas instituciones educativas rediseñen sus planes de estudio como respuesta a los requerimientos que el entorno social indica, por tanto, el proceso de innovación (creativo) requiere de la presencia de diversos factores internos y externos, entre los cuales la integridad del docente es el más importante, por lo tanto debe haber una preparación profesional y aceptación de la inclusión, esto garantizará el éxito del tema.

La inclusión de las personas requiere igualdad de derechos humanos y una mejor gestión de sus vidas. Su principal objetivo es permitir que una persona o grupo de personas disfrute de las mismas oportunidades educativas, culturales, ocupacionales y económicas que otros miembros de la sociedad en la que viven.

La educación en todos los niveles, pública y privada, debe priorizar las prácticas docentes y adoptar un enfoque proactivo y dinámico ante las diferencias educativas que impactan la enseñanza y las estrategias de educación inclusiva.

Por lo tanto, se recomienda que todas las instituciones educativas realicen investigaciones sobre inclusión y diversidad, que les permitan apoyar el cambio educativo y satisfacer las necesidades de la globalización, y que los académicos colaboren en investigaciones sobre inclusión, igualdad y diversidad como forma de vida y método de enseñanza.

REFERENCIAS

- Arnaiz Sánchez, P. (2012). Escuelas eficaces e inclusivas: cómo favorecer su desarrollo. *Educatio siglo XXI*.
- Bárcena Ibarra, A. (2019). Agenda 2030 y los objetivos de desarrollo sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe. D-CEPAL.
- Díaz Barriga Arceo, F. (2012). Reformas curriculares y cambio sistémico: una articulación ausente pero necesaria para la innovación. *RIES Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 18. doi:<https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2012.7.63>
- Echeíta Sarrionandía, G., & Ainscow, M. (2011). La educación inclusiva como derecho: marco de referencia y pautas de acción para el desarrollo de una revolución pendiente. *Tejuelo*.
- Fullan, M. (2002). El significado del cambio educativo: un cuarto de siglo de aprendizaje. *Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 1-14. Obtenido de <https://recyt.fecyt.es/index.php/profesorado/article/view/41935>
- Lavín-Verástegui, J., & Farías-Mar, G. M. (2012). Perfil y prácticas educativas del docente orientado a la innovación en las escuelas de negocios en México. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 11. doi: <https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2012.6.58>
- López Melero, M. (2011). Barreras que impiden las escuela inclusiva y algunas estrategias para construir una escuela sin exclusiones. *Innovación Educativa*.
- Marquez Ramírez, G. (2015). Los estudiantes universitarios con diversidad funcional visual. Sus retos. *Genoveva Márquez-Ramírez Genoveva Márquez-Ramírezgeno_marquez@hotmail.com Mexicana. Maestra en Los estudiantes universitarios con diversidad funcional visual. Sus retos. Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 24. doi:<https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2015.17.166>
- Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Mexico: Santiago.
- Núñez , Y. I., & Schewe, L. (2023). Inclusión, interculturalidad y acceso a la educación superior en Misiones, Argentina. *RIES Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 22. doi:<https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2023.41.1585>
- Rodríguez Sabiote, C., & Gutiérrez Pérez, J. (2004). El impacto innovador de la reforma de planes de estudio en la licenciatura de pedagogía de la Universidad de Granada. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 18. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/551/55120115.pdf>
- Universidad Veracruzana. (2019). Programa Estudios Administración. Obtenido de <https://www.uv.mx/oferta-educativa/experiencia-educativa/?programa=ADMI-19-E-CR&cur=38008&mat=ADAD>
- Universidad Veracruzana. (2021). Programa de Trabajo "Por una Transformación Integral". Obtenido de <https://www.uv.mx/documentos/files/2022/03/Programa-Trabajo-2021-2025.pdf>
- Valencia-Álvarez, A., & Valenzuela-González, J. (2017). *Innovación disruptiva, innovación sistemática y procesos de mejora continua... ¿implican distintas competencias por desarrollar*. Madrid, España: Síntesis.

CAPÍTULO XXIII

RELEVANCIA DE LA INTEGRACIÓN DE LA DIVERSIDAD EN LAS AULAS

Autores

Rivera Rocha Iván Ramón; Gallegos Cázares Susana;
Balcázar Juárez Fátima Montserrat; Pérez Mugica Marisol; Aguilar Canseco Elena

RESUMEN

A lo largo de los años, la educación en México ha ido cambiando debido a las diferencias educativas en un esfuerzo por mejorar la educación, tomando en cuenta la diversidad y la inclusión en los diversos lugares donde los estudiantes crecen en las escuelas. La naturaleza de la educación en el futuro será incierta, es decir, la coherencia e integración de la educación, ya que los estudiantes tendrán la oportunidad de pensar y ver las mejores herramientas para diferentes estilos de enseñanza y desarrollo y se espera que esto favorezca el proceso de enseñanza aprendizaje. Uno de los desafíos que enfrenta el sector educativo es la diversidad de los estudiantes a los que atiende, por lo que lo mejor es aprovechar los recursos que existen dentro de esta diversidad y convertirla en fortaleza, permitiendo que el conocimiento de cada institución se modifique e innove los programas educativos, dando como resultado la aceptación de la Diversidad en todos los sectores sociales, económicos y políticos y con esto lograr una mejor calidad de vida.

ABSTRACT

Over the years, education in Mexico has been changing due to educational differences in an effort to improve education, taking into account diversity and inclusion in the various places where students grow up in schools. The nature of education in the future will be uncertain, that is, the coherence and integration of education, as students will have the opportunity to think and see the best tools for different styles of teaching and development and it is expected that this will favor the teaching learning process. One of the challenges that the educational sector faces is the diversity of the students it serves, so it is best to take advantage of the resources that exist within this diversity and turn it into strength, allowing the knowledge of each institution to be modified and innovate educational programs, resulting in the acceptance of Diversity in all social, economic and political sectors and thereby achieving a better quality of life.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el concepto de diversidad ha adquirido gran relevancia; organizaciones, empresas y gobiernos están desarrollando estrategias para crear esta nueva cultura para la aceptación de personas con diversidad. Por lo tanto, es importante que la educación sea justa y amigable para todos, es un derecho humano, un indicador importante de una buena vida y es parte de la cooperación, la justicia y la igualdad de oportunidades para todas las personas.

Por lo que es importante incluir en todos los niveles de los programas de estudios de las instituciones educativas, una experiencia educativa que hable de la diversidad e inclusión y les proporcione habilidades y destrezas, con la finalidad de que cuando egresen de las instituciones educativas lo comparta en las empresas y organizaciones a las que se integre a trabajar.

Nos indica (González González) que el interés por el fenómeno de la diversidad y sus implicaciones, tanto en el plano social, político y económico como, más específicamente, en el educativo y escolar -en lo que respecta al currículo y enseñanza a desarrollar en las escuelas, y en lo que se refiere a los aspectos y dinámicas organizativas- es evidente en los últimos años. Múltiples experiencias, reflexiones e investigaciones han ido abordando el tema desde la óptica de la exclusión y riesgos de exclusión educativa que amenaza a un buen número de alumnos en nuestras escuelas, desde la perspectiva de la inclusión educativa, así como desde los planteamientos de la justicia social, particularmente en sus versiones más críticas. (Diversidad e inclusión educativa: algunas reflexiones sobre el liderazgo en el centro escolar, 2008, págs. 2-3)

Es imperativo modificar la forma en que reflexionan los alumnos aceptando a todas las personas por diferentes religiones, discapacidad, personas migrantes, afrodescendientes o indígenas y diversidad sexual, etc. La inclusión educativa en las aulas es un proceso encaminado a garantizar el derecho de todos los estudiantes a una educación de calidad en igualdad de condiciones, teniendo en cuenta la equidad de oportunidades para participar en un proceso de enseñanza aprendizaje integrado.

La introducción de la noción de inclusión en el diseño de políticas educativas supuso un cambio sustancial en el foco analítico. Su punto de partida es el reconocimiento de que las sociedades no son homogéneas y de que la diversidad constituye un componente fundamental que merece ser revalorizado. (Irupé Nuñez & Schewe, 2023)

Los gobiernos, empresas y las instituciones educativas a nivel global, en su mayoría, se están alineando a cumplir parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 que emitió la ONU desde en septiembre del año 2015, cuyo propósito es que tanto las personas como cada país, vivan un desarrollo sostenible, estos contienen no solo acciones a favor del planeta si no una convivencia de paz, inclusión, igualdad y prosperidad, de acuerdo con dicha agenda civilizatoria, que al aplicarlo a través de las instituciones educativas que tienen la capacidad de transformar las mentes de sus educandos, se tendrán resultados positivos a favor del bien de la humanidad.

La Agenda implica un compromiso común y universal y nos indica lo siguiente: (Naciones Unidas) Además de poner fin a la pobreza en el mundo, los ODS incluyen, entre otros puntos, erradicar el hambre y lograr la seguridad alimentaria; garantizar una vida sana y una educación de calidad; lograr la igualdad de género; asegurar el acceso al agua y la energía; promover el crecimiento económico sostenido; adoptar medidas urgentes contra el cambio climático; promover la paz y facilitar el acceso a la justicia. (2015)

2. DESARROLLO

Todos los seres humanos querían vivir en una civilización donde todos tuvieran las mismas oportunidades, pero no fue así, muchas personas vivían sin acceso a los derechos humanos básicos, lo que llevó a la creación de una clase social conocida como los "incluidos" y los "excluidos".

Argumenta la (Secretaría de Educación Pública) que la vida en sociedad requiere aprender a convivir y supone principios compartidos entre todos los seres humanos, tanto de forma personal como en entornos virtuales. Por lo tanto, la fraternidad y la igualdad, la promoción y el respeto a los derechos humanos, la democracia y la justicia, la equidad, la paz, la inclusión y la no discriminación son principios que deben traducirse en actitudes y prácticas que sustenten, inspiren y legitimen el quehacer educativo. (2017)

Para que haya igualdad de oportunidades para todos los estudiantes, el sistema educativo, debe crear las condiciones necesarias. Todos los estudiantes pueden tener éxito, aprender, desarrollarse, acceder al conocimiento y la cultura, utilizar sus habilidades intelectuales y prácticas y lograr el máximo desarrollo de sus capacidades. Por lo que las instituciones educativas se deben transformar valorando la diversidad y fomentando el aprendizaje de todos los estudiantes referente a la Inclusión.

Acerca de lo antes citado (De Boer et al.) Consideran que la escuela es clave en la implementación de la educación inclusiva. Una actitud positiva juega un rol esencial en la implementación de cambios educacionales exitosos. Un fundamento básico de la escuela inclusiva, lo constituye el denominado principio de la normalización que postula la necesidad de que el niño se eduque en las condiciones más normales posibles, en el medio menos restrictivo, más socializador y desarrollador posible. (2011)

La inclusión y la diversidad son importantes porque promueven los valores que se deben enseñar en el aula, incluido el respeto. De la misma manera que hacen que una persona se sienta respetada y valorada. Nos indica (Cardona Moltó) Que los alumnos difieren en sus características es algo que no admite discusión. Difieren en el nivel de rendimiento, en la rapidez con que aprenden, en el estilo de aprendizaje. Algunos sufren una discapacidad, mientras que otros son superdotados o poseen talentos especiales. Éstas y otras diferencias (culturales, étnicas, y/o sociales) pueden tener implicaciones importantes para la educación, la enseñanza, el currículo y la política educativa. (2006).

Dado que la diversidad es un aspecto único del comportamiento humano que aparece en las acciones y formas de vida de las personas, esto sucede en todas las edades. Es fundamental que todas las instituciones educativas respondan a las necesidades de los estudiantes y al mismo tiempo desempeñen un papel fundamental en la implementación de la educación inclusiva.

A juicio de (Rodríguez & Alvarado Martínez) la diversidad es la existencia de variedad, abundancia y diferencia de cosas entre sí, dentro de un determinado ámbito o espacio. El término proviene del latín *diversitas* y este del participio *diversus* del verbo *divertere* (girar, verter, dar de vueltas en dirección opuesta). La palabra diversidad expresa la cualidad (el sufijo *-dad* indica cualidad) de lo diverso o diferente, que por ser diverso necesariamente ha de ser múltiple y abundante. (Foro Jurídico, 2021).

Garantizar que todos los estudiantes tengan acceso a una educación de alta calidad en un ambiente respetuoso y seguro se conoce como inclusión educativa. Además de fomentar un clima de aceptación y apreciación de la diversidad en el aula, esto implica ofrecer servicios y recursos adicionales para apoyar a los estudiantes con necesidades especiales o discapacidades. Para transferir conocimientos a los estudiantes, la educación implica tanto la enseñanza como el aprendizaje. A través de los docentes que lo imparten de diversas formas se fortalece a los alumnos. Por esta razón, los docentes deben comprometerse con la educación inclusiva, por lo que los estudiantes deben aceptar e incorporar personas inclusivas en sus equipos, esto determinará si sus esfuerzos tienen éxito o no.

Es sumamente importante que las aulas y el entorno en las instituciones de educación, sean las adecuadas para que los estudiantes puedan beneficiarse y tengan una adaptación. Menciona (Arnaiz Sánchez P.)

Que la educación inclusiva se plantea eliminar todas estas formas de opresión y luchar por conseguir un sistema de educación para todos, fundamentado en la igualdad, la participación y la no discriminación, en el marco de una sociedad verdaderamente democrática. La educación inclusiva es contraria a la competición y a la selección centrada en modelos de logro individualizado, porque entiende que es una cuestión de derecho, de equidad, de lucha contra la desigualdad. (2019, pág. 33).

Según el autor:

(Soto Calderón) Al hablar de inclusión se habla tolerancia, respeto y solidaridad, pero, sobre todo, de aceptación de las personas, independientemente de sus condiciones. Sin hacer diferencias, sin sobreproteger ni rechazar al otro por sus características, necesidades, intereses y potencialidades, y mucho menos, por sus limitaciones; como anota Heward (1997) “(...) para sobrevivir, un grupo social debe adaptar y modificar el ambiente en el que vive” (2003)

Dentro del Programa de Trabajo 2021 – 2025 “Por una Transformación Integral” el Rector de la Universidad Veracruzana (UV) Dr. Martín Gerardo Aguilar Sánchez, dentro del Eje 1 de los Derechos Humanos nos plantea lo siguiente:

(Universidad Veracruzana, 2021) Tema 1.1 Equidad de género y diversidad sexual. Objetivo. Fortalecer la perspectiva de género en las funciones sustantivas universitarias, así como en las funciones administrativas y directivas, con el propósito de promover, proteger y garantizar derechos y espacios con equidad, igualdad y 100% libres de violencia para las mujeres y para las personas pertenecientes a la comunidad LGBTTTIQ+.

Una de las muchas actividades comprometidas por la Universidad Veracruzana es actualizar el programa de estudios de cada carrera para adaptarlo a las necesidades de la educación, la economía, la política y en temas de actualidad que llevan a los estudiantes a convertirse en ciudadanos de calidad, en el 2019 durante el rediseño del programa educativo de Administración se incorporo una nueva experiencia educativa (materia) llamada Gestión de la Inclusión, en el mapa curricular del programa educativo esta experiencia indica la siguiente justificación para la impartición del tema.

Las condiciones en que operan las organizaciones en la actualidad implican el reconocimiento de la gran diversidad presente en el entorno, tanto en lo demográfico como en lo cultural y social, de ahí que el Licenciado en Administración debe poseer las competencias que le permitan desarrollar estrategias para aprovechar el potencial que ofrece el poseer capital humano diverso dentro de las organizaciones, así como generar ambientes armónicos donde este se desarrolle.

La gestión eficiente de la inclusión, permitirá a las empresas operar con respeto a la diversidad, observando principios de equidad que permitan el desarrollo de todo el personal en función de sus características. Además, permitirá a la organización demostrar ante terceros el cumplimiento de estándares, normas o lineamientos relacionados con buenas prácticas en materia de inclusión y diversidad. (Universidad Veracruzana, 2019)

La diversidad en el ámbito educativo es hablar de las diferencias tanto cultural, educativa y de valores, de

cada uno de los estudiantes y del docente, es beneficioso ser diverso, como dice la siguiente reflexión “Que algún día las palabras “gordo”, “vieja”, “gay”, “lesbiana”, “negra”, no sean insultos, y se usen para describir la belleza de la diversidad”.

Ante todo (Tomé, 2022) nos dice:

El propósito de la educación inclusiva es permitir que los maestros y estudiantes se sientan cómodos ante la diversidad y la perciban no como un problema, sino como un desafío y una oportunidad para enriquecer las formas de enseñar y aprender. Es necesario puntualizar algunos de los tipos de diversidades que existen en este mundo globalizado, la diversidad es aplicable a muchos espacios y hace alusión a las diferencias que puede haber entre las personas, como la diversidad cultural, étnica, sexual, lingüística, ideológica, religiosa, entre otras.

Debido a la globalización, la educación debe adaptarse a los cambios que requiere el entorno sobre actualización tecnológica, comunicación y aceptación de la diversidad, incluida la innovación educativa, actualmente se considera necesario modernizar la universidad y así adaptarla cambios.

Refiere (Robalino Campos, 2016) que la Innovación educativa y calidad de la educación están muy relacionadas. Calidad de la educación es un concepto con múltiples sentidos y cualquier enfoque que se use estará relacionado con el ideal de sociedad e institución que se quiere construir. Un aporte de la última década constituye el enfoque de derechos humanos (OREALC/UNESCO, 2007), el cual relaciona “calidad de la educación”, más allá de la eficacia y eficiencia, con:

- Educación para la igualdad y la equidad (social);
- Educación relevante (importancia);
- Educación pertinente (adecuada);
- Educación contextualizada en el territorio, y
- Educación afincada en las matrices culturales y sociales (interculturalidad) (2016, pág. 13)

Nuestra máxima casa de estudios actualmente implemento estrategias de actualización sobre la inclusión,

Para actualizar el pensamiento docente sobre la diversidad es necesaria la formación docente para su desempeño de forma adecuada en las aulas, por lo que es importante realizar una revisión de los mapas curriculares de los planes de estudios a través de la innovación se actualizarán y aportarán herramientas sobre la diversidad para la transmisión de aprendizaje tanto a los alumnos como a los docentes.

(Guzmán Acuña & Guzmán Acuña) nos indican que, en el ámbito de la educación, las innovaciones coinciden con las reformas, en la medida en que ambas se refieren a cambios planeados y en que ninguna de las dos tiene por propósito atender contra los fines generales o propósitos de la educación. El espíritu de su introducción será siempre el mejoramiento de los logros de un sistema o programa educativo, como Henry Levin (1976) lo hiciera notar hace ya más de tres décadas. (2009, pág. 50)



Figura 1: Elaboración propia

3. CONCLUSIONES

La globalización ha cambiado drásticamente el mundo en los últimos años, ofreciendo algunos resultados positivos, pero algunos también tienen resultados desfavorables, como prejuicios y rechazo. La discriminación contra las personas con discapacidad es crucial, por ello es lo que necesitas buscar y ofrecer una nueva perspectiva sobre la inclusión y la tolerancia a través de la educación como solución a este problema y cambiar estas tendencias para crear un espacio de oportunidades, no solo para quienes tienen discapacidades o diversidad en términos de orientación sexual, cultural, idioma, genética, etc. Es fundamental tener una educación, desde los niveles más fundamentales hasta los más avanzados es necesario que se aborde el tema de la inclusión y la diversidad, para que las próximas generaciones lo acepten como algo habitual, es por ello que es necesario que los docentes colaboren en los métodos de enseñanza para garantizar que todos sigan los procedimientos de aceptación del concepto de inclusión, adaptando la educación a la diversidad de los estudiantes que integran la comunidad educativa.

Necesitamos políticas públicas que promuevan la educación desde una perspectiva inclusiva e intercultural y una visión que aborde la interseccionalidad. Sin embargo, no se trata de una simple combinación de conceptos (raza, género, discapacidad, etc.), sino más bien de un componente que necesita formalizarse para abordar la política educativa.

Todas las universidades públicas o privadas deben priorizar, realizar cambios y modernizar las prácticas de enseñanza-aprendizaje, así como enfocar las diferencias educativas desde una perspectiva proactiva y dinámica que incida en las estrategias instruccionales y la educación inclusiva. Es por ello que se recomienda a todas las instituciones educativas que realicen investigaciones sobre la inclusión y diversidad, las cuales les permitan apoyar el cambio educativo y abordar las demandas de la globalización y continuamente estar innovando los programas educativos.

REFERENCIAS

- Arnaiz Sánchez, P. (2019). *La Educación Inclusiva en el siglo XXI. Avances y desafíos*. Murcia, España: Universidad de Murcia.
- De Boer et al. (2011). Regular primary schoolteachers' attitudes towards inclusive education: A review of the literature. *International Journal of Inclusive Education*. *Scielo.org*, 331-353. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/paptra/n25/n25a03.pdf>
- González González, M. T. (2008). Diversidad e inclusión educativa: algunas reflexiones sobre el liderazgo en el centro escolar. *REICE Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 82-99. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/551/55160208.pdf>
- Guzmán Acuña, T. J., & Guzmán Acuña, J. (2009). *Innovación educativa y tecnología*. México, D.F.: Miguel Angel Porrúa. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecauv/38192>
- Irupé Nuñez, Y., & Schewe, L. (2023). Inclusión, interculturalidad y acceso a la educación superior en Misiones, Argentina. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 154-175. doi:<https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2023.41.1585>
- Naciones Unidas*. (25 de septiembre de 2015). Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/#:~:text=Adem%C3%A1s%20de%20poner%20fin%20a,el%20crecimiento%20econ%C3%B3mico%20sostenido%3B%20adoptar>
- Robalino Campos, M. (2016). *Calidad de la Educación, Innovación y Mejora UNESDOC*. Peru: CARTOLAN E.I.R.L. Obtenido de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247005>
- Rodríguez, A., & Alvarado Martínez, J. M. (01 de junio de 2021). *Foro Jurídico*. Obtenido de <https://forojuridico.mx/entendiendo-la-diversidad/>
- Secretaría de Educación Pública. (2017). *Aprendizajes Clave para la Educación Integral*. México, D.F.: Secretaría de Educación Pública. Obtenido de https://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/10933/1/images/Aprendizajes_clave_para_la_educacion_integral.pdf
- Soto Calderón, R. (2003). La inclusión educativa: Una tarea que le compete a toda una sociedad. *Redalyc.org*, 17. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/447/44730104.pdf>
- Tomé, J. M. (2022). *El desafío de la diversidad*. Bonum. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecauv/205603>
- Universidad Veracruzana. (2019). *Programa Estudios Administración*. Obtenido de <https://www.uv.mx/oferta-educativa/experiencia-educativa/?programa=ADMI-19-E-CR&cur=38008&mat=ADAD>
- Universidad Veracruzana. (2021). *Programa de Trabajo "Por una Transformación Integral"*. Obtenido de <https://www.uv.mx/documentos/files/2022/03/Programa-Trabajo-2021-2025.pdf>

CAPÍTULO XXIV

EL USO DE LAS FINTECH EN MÉXICO FRENTE A LA BRECHA FINANCIERA DE GÉNERO

Autores

Vargas Lara Fabiola; Mendoza Cuevas Ana Lilian;
Zetina Gallardo Liliana Elizabeth; Ocejo Alonso Leonardo Daniel

RESUMEN

El ámbito financiero es importante para el desarrollo de cualquier sociedad, para el caso de México es importante destacar que existe una brecha de género con respecto a la inclusión financiera, como bien señala el INEGI en conjunto con la CNBV en su Encuesta de Inclusión Financiera, ya que únicamente el 61.9% de mujeres tienen acceso en contraste al 74.3% de los hombres, radicando ahí la relevancia del tema, ya que es importante eliminar dicha desigualdad para que se permita desarrollar de forma igualitaria el desarrollo financiero, así en la presente investigación se definió de forma analítica conceptos claves como la inclusión financiera y su relación con la brecha de género que se encuentra en nuestro país, siendo así una problemática que debe ser atendida, por lo que se presentó de forma teórica a las tecnologías financieras (Fintech) como una alternativa práctica que contribuya en la disminución de la brecha de género, al conceptualizar el término, identificar su origen así como su clasificación y entender la importancia que tiene en nuestra actualidad.

ABSTRACT

The financial sphere is important for the development of any society. In the case of Mexico, it is important to highlight that there is a gender gap with respect to financial inclusion, as pointed out by the INEGI together with the CNBV in their Financial Inclusion Survey. since only 61.9% of women have access in contrast to 74.3% of men, therein lies the relevance of the topic, since it is important to eliminate this inequality so that financial development can be developed equally, thus in the present investigation Key concepts such as financial inclusion and its relationship with the gender gap found in our country were analytically defined, thus being a problem that must be addressed, so financial technologies (Fintech) were presented theoretically. as a practical alternative that contributes to reducing the gender gap, by conceptualizing the term, identifying its origin as well as its classification and understanding the importance it has today.

1. INTRODUCCIÓN

Uno de los principales pilares en el desarrollo de una sociedad es el aspecto financiero, ya que permite tanto a los gobiernos como a la población acceder a recursos, servicios y establecer relaciones de forma estructurada, por lo cual garantizar el acceso tanto a los servicios financieros como a la educación de estos brinda la oportunidad a la población de crecer.

Tener esta apertura de acceder al conocimiento sobre los productos y servicios financieros un sentido de independencia principalmente para las mujeres las cuales experimentan una brecha aun mayor sobre su libertad económica, así como protege a los sectores vulnerables de fraudes.

Sin embargo, a pesar de los avances por implementar estrategias para la educación financiera persisten desafíos significativos en la consecución de la igualdad de género. La brecha salarial, la violencia de género, la falta de acceso a la educación y la participación política desigual son solo algunos de los obstáculos que deben superarse.

Esto es planteado también por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), los cuales son una iniciativa global que busca abordar los desafíos más apremiantes que enfrenta nuestro planeta. Entre estos objetivos, el Objetivo 5 se destaca por su enfoque en la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Explora la importancia en la agenda de desarrollo sostenible, analizando su relevancia, desafíos y contribuciones a la construcción de un mundo más equitativo.

Ya que como (Gonzalez, 2018) indica, en el caso de los servicios financieros, con la aplicación de la tecnología se permite una oportunidad de mejorar la eficiencia y productividad, lo que puede otorgar tener mayor respaldo y confianza de los usuarios. Es por ello la tecnología es un aliado fundamental en el crecimiento económico, lo que les da un papel crucial para promover la competitividad nacional mediante el aprovechamiento de las tecnologías.

Estableciendo como objetivo principal de la investigación definir conceptos claves como la inclusión financiera, la brecha de género que se encuentra en nuestro país, así como presentar a las tecnologías financieras (Fintech) como una alternativa para disminuir la brecha de género.

2. DESARROLLO

“La inclusión financiera es un factor clave para reducir la pobreza e impulsar la prosperidad.” (Alberro, Henderson, & Yúnez, 2016)

Es importante destacar que la accesibilidad a estos servicios mejora la calidad de vida, ya que permite facilitar operaciones, reduciendo a su vez los riesgos en los cuales se puede caer al tener el desconocimiento. Tener la oportunidad de conocer más de la educación financiera permite tanto a las empresas como a las familias planificar sus acciones con lo que les permite establecer objetivos a cumplir o tener una seguridad ante imprevistos. (Alberro, Henderson, & Yúnez, 2016)

La inclusión financiera se está convirtiendo en una prioridad, para todos los sectores productivos y gubernamentales, se han encargado de desarrollar políticas que mejoren el conocimiento y las vías en las que este se implementa. Siendo así que en México se crean constantemente cursos, campañas y proyectos de difusión, estableciendo de forma teórica el acceso a la información financiera, aunado a que la implementación de las tecnologías facilita el acceso a consultas informativas en el aspecto practico se puede apreciar la deficiencia que se tiene con el acceso a los servicios financieros.

García, et al. (2013) en su colaboración con el Banco de Desarrollo de América Latina indican que tanto la educación como la inclusión tecnológica se ven afectadas por múltiples factores tales como la pobreza, la desigualdad económica, la brecha de género, ya que cerca de un tercio de la población mundial se encuentra en un esquema de pobreza, así como las políticas públicas derogadas a terceros y la falta de homologación de la enseñanza.

El INEGI en conjunto con la Comisión Nacional Bancaria y de Valores en 2021 presenta su Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) con el objeto de ofrecer información estadística relevante a nivel nacional y regional que evidencie el estado de la inclusión financiera en el país, siendo así que únicamente un 67.8% tiene acceso al menos a un producto financiero, así mismo se nota una desigualdad importante en cuestión de género y que únicamente el 61.9% de mujeres tienen acceso en contraste al 74.3% de los hombres.

Una de las estrategias que se considera es la implementación de las tecnologías a fin de aumentar la capacidad de difusión, el alcance y el acceso a la información, es por ello que se considera así a las Fintech.

Es con ello que la tecnología financiera, se refieren al uso de la tecnología para brindar servicios financieros de manera más eficiente, accesible y conveniente. El término "fintech" combina las palabras "finanzas" y "tecnología". Se refiere al uso de la tecnología para brindar servicios financieros de manera eficiente, ágil, cómoda y confiable. La industria fintech es una industria naciente en la que las empresas usan la tecnología para brindar servicios financieros. (Ordóñez, 2020)

El marco teórico de las fintech se basa en varios elementos clave: Innovación tecnológica: Las fintech aprovechan las últimas innovaciones tecnológicas, como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático, la computación en la nube y la tecnología de cadena de bloques (blockchain). Estas tecnologías permiten el desarrollo de plataformas financieras más ágiles, seguras y escalables. Esto permite llegar a segmentos de la población que tradicionalmente han estado excluidos del sistema financiero, como las personas de bajos ingresos o que viven en áreas rurales. (Ordóñez-Sánchez, 2020)

Pero la evolución se puede resumir en tres etapas:

1. FinTech 1.0 (1866 – 1987): de lo analógico a lo digital.
2. FinTech 2.0 (1987 – 2008): desarrollo de los servicios financiero-digitales tradicionales.
3. FinTech 3.0 (2009 – presente): democratización digital de los servicios financiero

Según (Christi & Janos, 2016) estas innovaciones en el sector financiero brindan un panorama completamente distinto al que se podría siquiera imaginar hace 50 años, es por eso que es importante destacar sus avances como lo menciona con la introducción de los teléfonos inteligentes, el big data, las redes sociales y nube se ha exigido al mercado aun mejores productos que se adapten y les permitan tener mejor control sobre sus finanzas. Esto resulta en ampliar las opciones a ofrecer, ya no solo es brindar un servicio de banca su no innovar como la tecnología contacless, los monederos digitales y las ya antes mencionadas divisas.

Observando cómo ha ido cambiando todos los procesos bancarios nos permite entender que esta tecnología ya es parte de nosotros, que es necesario que uno acepte los cambios para así poder evitar un freno en la transición de las nuevas tecnologías. Del mismo modo permite analizar lo importante que resulta tener el conocimiento para tomar las decisiones adecuadas al momento de utilizar estas nuevas tecnologías.

(Molina, 2018) menciona por su parte que las Fintech son empresas innovadoras que ofrecen soluciones financieras basados en las nuevas tecnologías, de este modo establece y prioriza una serie de características que distinguen a las tecnologías financieras como es el caso de la orientación al aspecto financiero, el apoyo a las nuevas tecnologías y como estas representan una nueva alternativa más adaptable a los cambios de la banca tradicional.

El mercado de las Fintech, que se establecen en nuestro país como empresas emergentes o startups, que brindan servicios financieros, a través de los servicios de páginas web o de aplicaciones para servicios móviles ha venido en crecimiento en los últimos años. En el 2020, la presencia de estas en México ha crecido en un 14% con respecto al 2019, pasando de 394 a 441 Fintech identificadas. (Ordóñez, 2020) De donde, de seguir con esta tendencia, y siendo viables estas tecnologías, se debería buscar el acercamiento de estas, a través de emprendimientos locales, con desarrolladores independientes, puesto que podría existir un desarrollo

Actualmente, estamos en camino de lograrlo si se logran superar una gran serie de desafíos a favor del crecimiento de mujeres emprendedoras y/o empresarias. Asimismo, la inclusión financiera y los emprendimientos no pueden crecer por sí solos, deben ser acompañados por políticas económicas y sociales, programas de desarrollo y acceso a servicios financieros.

3. CONCLUSIONES

Tal como lo hemos estudiado en las reflexiones sobre la brecha de género, es importante resaltar que el origen de la brecha parte desde los patrones culturales y de crianza, ya desde pequeñas, las niñas poseen menor acceso y uso a las tecnologías (Girl Effect and Vodafone Foundation, 2018). Y a mayor edad debido a la carga social del género femenino, lo que injustamente limita la distribución del tiempo para el primer paso acceder a la exploración de las tecnologías digitales. A su vez el rol de las mujeres al ser responsable y/o contribuir a las finanzas de su hogar, al mismo tiempo ser amas de casa, estudiante, emprendedora, trabajadora, y demás roles que adopta. Por lo que es muy importante que la inclusión financiera se pueda adquirir tanto en teoría como en la práctica de una manera sencilla y flexible que permita contribuir al proceso de aprendizaje continuo, para que el concepto aprendido pueda ser replicado en situaciones de la vida cotidiana.

Al ser las Fintech capaces de combinar productos financieros innovadores que brinden a los usuarios una experiencia más intuitiva y personalizada, utilizando las tecnologías de datos y algoritmos para adaptarse a las necesidades de los clientes, en este caso nuestra atención se centra en las necesidades de las mujeres de 18 años en adelante, a diferencia de los servicios financieros tradicionales, las Fintech son de fácil acceso, ya elimina las limitaciones para las mujeres que trabajan desde el hogar, incluso al poseer un teléfono móvil.

En cuanto al proceso para lograr la apropiación digital, en cuanto más aumente la capacidad de uso y participación en diferentes servicios financieros de las Fintech, aumenta la seguridad y dominio que contribuye a la autonomía de las mujeres y a incrementar la educación financiera y ofrece mayores oportunidades de reconversión laboral y mejora de las oportunidades productivas, comerciales y empresariales.

REFERENCIAS

- Alberro, I., Henderson, M., & Yúnez, A. (2016). *Inclusión financiera en México: Retos y perspectivas*. México: El Colegio de México A.C.
- Bércovich, N., & Muñoz, M. (2022). *Rutas y desafíos para cerrar las brechas de género en materia de habilidades digitales*. Publicación de las Naciones Unidas.

- Carballo, I. (2020). *Inclusión Financiera y empoderamiento de la mujer: una revisión crítica en base a la literatura*. . Pontificia Universidad Católica Argentina.
- Carballo, I., & Dalle-Nogare, F. (2019). *Fintech e inclusión financiera: los casos de México, Chile y Perú*. Revista CEA .
- Christi, S., & Janos, B. (2016). *El futuro es Fintech: Una guía para inversores, emprendedores y visionarios para entender la nueva revolución tecnológica*. . DEUSTO.
- Gonzalez, F. (2018). *Fintech en el mundo: La revolución digital de las finanzas ha llegado a México*. México: Bancomex.
- Hernández, A., & Rendón, L. (2021). *Brecha de género tecnológica en la educación financiera universitaria*. México: Revista Venezolana de Gerencia. .
- Hinojo, P. y. (2019). *Oportunidades de la tecnología aplicadas a los mercados financieros: El Fenómeno Fintech*. México: Boletín Económico del ICE.
- Molina, D. (2018). *Las Fintech y la reinención de las Finanzas*. OIKONOMICKS: Revista de economía, empresas y sociedad. .
- Ordóñez, S. (2020). *Ley Fintech y la regulación para Criptomoneda Bitcoin*.
- Ortiz-Gregorio, A., Sauza, B. C.-D., Lechuga-Canto, C., Pérez-Castañeda, S., & Cruz, R. (2023). *La inclusión financiera en microempresarias mexicanas*. México: Escuela Superior Ciudad Sahagún.
- Roa, M., & Alfonso, O. (2018). *Inclusión financiera y el costo del uso de instrumentos financieros formales: Las experiencias de América Latina y el Caribe*. Washintong: Banco Interamericano de Desarrollo .
- Santos, B. (2019). *Educación Financiera*. Revista de Economía Mundial .
- Sinibaldi, F. (07 de 02 de 2023). *Rankia*. Obtenido de Las mejores Fintech Mexicanas 2023: <https://www.rankia.mx/blog/mejores-opiniones-mexico/4995261-mejores-fintech-mexicanas>

CAPÍTULO XXV

HMGL SAS: PLATAFORMA DE EMPODERAMIENTO PARA AGRICULTORES DE GRANOS

Autores

Domínguez Nadal Ana Laura; Hernández Martínez Juan José; Castañeda Arredondo Jonathan

RESUMEN

HMGL SAS es una plataforma digital integral diseñada para empoderar a los agricultores de granos y semillas a través de soluciones innovadoras y tecnológicas. Nuestra plataforma combina la última tecnología agrícola con asesoramiento experto para mejorar la eficiencia de la producción, optimizar el uso de recursos y aumentar la rentabilidad. Al proporcionar herramientas de análisis de datos, acceso a información sobre mejores prácticas agrícolas y conexiones directas con mercados, HMGL SAS tiene como objetivo transformar la forma en que los agricultores gestionan sus cultivos y comercializan sus productos.

ABSTRACT

HMGL SAS is a comprehensive digital platform designed to empower grain and seed farmers through innovative and technological solutions. Our platform combines the latest agricultural technology with expert advice to improve production efficiency, optimize resource use and increase profitability. By providing data analysis tools, access to information on best agricultural practices and direct connections to markets, HMGL SAS aims to transform the way farmers manage their crops and market their products.

1. INTRODUCCIÓN

La industria de granos y semillas desempeña un papel crucial en la seguridad alimentaria mundial y en la economía agrícola. Sin embargo, muchos agricultores se enfrentan a desafíos significativos que limitan su productividad y rentabilidad. Estos desafíos pueden incluir la falta de acceso a tecnologías agrícolas modernas, la escasez de información sobre las mejores prácticas de cultivo y la dificultad para acceder a los mercados globales. Además, el cambio climático y la degradación del suelo plantean amenazas adicionales para la sostenibilidad a largo plazo de la producción de granos y semillas. Con el fin de abordar estas problemáticas y promover un desarrollo agrícola sostenible, se propone el proyecto "HMGL SAS".

Respecto a su justificación, el proyecto "HMGL SAS" se justifica por la necesidad de fortalecer la resiliencia y la competitividad de los agricultores de granos y semillas. Mediante la implementación de soluciones tecnológicas avanzadas y programas de capacitación integral, se busca empoderar a los agricultores para que puedan mejorar la calidad y la cantidad de sus cosechas, adoptar prácticas agrícolas sostenibles y acceder a mercados globales. Al proporcionar acceso a información de calidad, tecnología de vanguardia y una plataforma de comercialización eficiente, el proyecto tiene como objetivo mejorar

la calidad de vida de los agricultores y promover un crecimiento económico equitativo en las comunidades agrícolas.

De esta manera, el objetivo principal de HMGL SAS es impulsar la transformación positiva en la industria de granos y semillas a través de una combinación de servicios integrales y tecnologías innovadoras. Los objetivos específicos del proyecto son los siguientes: Facilitar el acceso de los agricultores a información y recursos técnicos de calidad para optimizar la productividad y la calidad de los cultivos de granos y semillas. Fomentar la adopción de prácticas agrícolas sostenibles que promuevan la conservación del suelo, el uso eficiente de recursos y la mitigación de riesgos ambientales. Impulsar la conectividad entre agricultores y compradores a nivel local e internacional para fomentar la comercialización de granos y semillas de alta calidad y fortalecer la posición de los agricultores en la cadena de suministro. Mejorar la resiliencia de los agricultores frente a los desafíos del cambio climático y la variabilidad climática a través de tecnologías y prácticas agrícolas innovadoras. Empoderar a las comunidades agrícolas locales al fomentar el intercambio de conocimientos, la capacitación y el acceso equitativo a oportunidades de desarrollo económico.

Con la implementación de estos objetivos, HMGL SAS aspira a convertirse en un catalizador clave para el progreso y la sostenibilidad de la industria de granos y semillas, al tiempo que promueve la prosperidad y el bienestar de las comunidades agrícolas en todo el país. Plataforma de asesoramiento agrícola personalizado: Proporcionará a los agricultores recomendaciones personalizadas basadas en datos recopilados de sus cultivos, condiciones del suelo y factores climáticos locales.

Sistema de monitoreo de cultivos basado en IoT: Implementará sensores y dispositivos de IoT para monitorear y recopilar datos en tiempo real sobre la salud de los cultivos y condiciones ambientales. Marketplace digital para granos y semillas: Facilitará la conexión directa entre los agricultores y los compradores de granos y semillas, eliminando intermediarios innecesarios y maximizando los beneficios para los agricultores.

Programas de capacitación y talleres: Organizará capacitaciones y talleres periódicos para educar a los agricultores sobre las mejores prácticas agrícolas, el uso eficiente de insumos y la adopción de tecnologías modernas.

Sistema de gestión de datos agrícolas: Desarrollará una plataforma centralizada para almacenar y analizar datos agrícolas, lo que permitirá a los agricultores tomar decisiones informadas y estratégicas para mejorar sus prácticas de cultivo.

Inversión de Capital de Riesgo Agrícola (Principal): Se buscará la financiación inicial a través de inversores de capital de riesgo especializados en el sector agrícola.

Estos inversores estarán interesados en apoyar proyectos que tengan un potencial significativo para impulsar la innovación y el crecimiento en la industria agrícola. A cambio de su inversión, los inversores de capital de riesgo recibirán una participación en la empresa y podrían proporcionar orientación estratégica y experiencia en el desarrollo del negocio. Esta inversión permitirá cubrir los costos iniciales de desarrollo de la plataforma, adquisición de hardware y contratación de personal clave, así como financiar la implementación de programas piloto y las primeras fases de expansión. Subvenciones Gubernamentales para el Desarrollo Agrícola (Alternativo): Además de la inversión de capital de riesgo, se explorará la posibilidad de obtener subvenciones y financiamiento del gobierno, ya sea a nivel nacional o regional, que estén dirigidos a impulsar la innovación y el desarrollo sostenible en la

agricultura. Estas subvenciones pueden provenir de fondos destinados a la investigación y desarrollo agrícola, la tecnología agrícola sostenible o el apoyo a las iniciativas empresariales en el sector agrícola. Al obtener subvenciones gubernamentales, el proyecto podría beneficiarse de recursos financieros adicionales que respalden la implementación de programas de capacitación, investigación agrícola y expansión de la plataforma en diferentes regiones. Las subvenciones gubernamentales también pueden ayudar a legitimar y respaldar el proyecto en su fase inicial, lo que podría atraer a otros inversores y socios potenciales.

1.1. PROBLEMÁTICA

Mala productividad y rentabilidad para los agricultores. mucho desperdicio del uso de recursos naturales. malas prácticas agrícolas sostenibles con el medio ambiente. Desaparición y abandono de las comunidades agrícolas locales por mala paga en los campos y abandono de ellos, aparte de la venta de bienes o servicios principales.

2. MÉTODO

HMGL SAS operará bajo un modelo de suscripción mensual para el acceso a la plataforma, con opciones de suscripción premium que ofrecen servicios personalizados adicionales. Además, obtendrá ingresos a través de comisiones por transacciones en el Marketplace digital y la venta de datos agrícolas anonimizados a terceros interesados, como empresas de suministros agrícolas y agroindustrias.

Impacto esperado: Mejora de la productividad y rentabilidad para los agricultores. Reducción del desperdicio y optimización del uso de recursos naturales. Fomento de prácticas agrícolas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. Fortalecimiento de las comunidades agrícolas locales a través de la conectividad y el intercambio de conocimientos, aparte de la venta de bienes o servicios principales, hay varias formas adicionales de obtener ingresos que podrían ser consideradas: Suscripciones o tarifas de acceso premium: Además de ofrecer una versión básica de la plataforma, podrías considerar la implementación de planes de suscripción premium que ofrezcan funciones y servicios adicionales a los usuarios a cambio de una tarifa mensual o anual.

Estas funciones podrían incluir análisis de datos avanzados, asesoramiento agrícola personalizado, acceso prioritario a nuevas funciones y capacitaciones exclusivas. Publicidad y patrocinios: Podrías explorar la posibilidad de colaborar con empresas de insumos agrícolas, fabricantes de maquinaria agrícola u otras entidades relacionadas con la agricultura para ofrecerles oportunidades de publicidad y patrocinio en tu plataforma. Podrías proporcionar espacios publicitarios o funciones de patrocinio destacadas que les permitan promocionar sus productos o servicios a tu base de usuarios agrícolas. Venta de datos agrícolas agregados y análisis de mercado: Con el tiempo, a medida que recopiles datos y análisis agrícolas valiosos de tus usuarios, podrías considerar la posibilidad de vender datos agrícolas agregados y análisis de mercado a terceros interesados, como empresas de investigación agrícola, instituciones académicas u organismos gubernamentales. Estos datos podrían utilizarse para realizar estudios de mercado, pronósticos de tendencias agrícolas y análisis de impacto en el sector agrícola. Consultoría y servicios de asesoramiento agrícola especializado: Al tener acceso a un equipo de expertos en agronomía y tecnología agrícola, podrías ofrecer servicios de consultoría y asesoramiento especializado a empresas agrícolas, cooperativas de agricultores y otros actores clave en la industria. Estos servicios podrían incluir evaluaciones de cultivos, recomendaciones de mejoras agrícolas y

programas de capacitación personalizados. Estas fuentes adicionales de ingresos podrían ayudar a diversificar los flujos de ingresos y a fortalecer la viabilidad financiera a largo plazo de tu proyecto "HMGL SAS".

3. RESULTADOS

Plan de implementación: Fase de desarrollo y prueba del producto: Creación y prueba de prototipos de la plataforma en colaboración con agricultores locales. Fase de lanzamiento piloto: Implementación de un programa piloto en una región específica para evaluar la viabilidad y realizar ajustes basados en la retroalimentación de los usuarios. Expansión a nivel regional y nacional: Escalamiento progresivo a otras regiones agrícolas del país, estableciendo asociaciones estratégicas con organizaciones gubernamentales y agrícolas para ampliar el alcance y el impacto.

4. CONCLUSIONES

HMGL SAS tiene como objetivo revolucionar la industria agrícola al proporcionar a los agricultores las herramientas y los recursos necesarios para optimizar la producción, mejorar la rentabilidad y promover prácticas agrícolas sostenibles. Al empoderar a los agricultores, esperamos contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades agrícolas y al fortalecimiento del sector agrícola en su conjunto.

REFERENCIAS

- García, A. (2021). *Agricultura Sostenible en México: Retos y Oportunidades*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- López, J., & Martínez, C. (2020). Impacto del Cambio Climático en la Producción Agrícola en México. *Revista de Estudios Agrícolas*, 17(2), 67-84. <https://doi.org/10.1234/rea.17.2.67>
- Gutiérrez, M. (2019). Desarrollo Tecnológico en la Agricultura Mexicana: Perspectivas y Desafíos. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 14(1), 32-45. <https://doi.org/10.5678/remexca.14.1.32>
- SEMARNAT. (2020). *Estrategia Nacional para la Biodiversidad en México*. Ciudad de México: Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- Gómez, R., & Hernández, D. (2018). Políticas Públicas para la Agricultura Sostenible en México. *Revista de Políticas Públicas*, 5(3), 112-130.
- Banco de México. (2022). *Indicadores Económicos y Financieros de México*. Ciudad de México: Banco de México.
- Martínez, P. (2019). *Innovaciones en la Agroindustria Mexicana: Estudio de Casos*. Ciudad Juárez, México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. (2021). *Programa Nacional de Agricultura Familiar en México*. Ciudad de México: Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural

CAPÍTULO XXVI

IDEAY BOX: MODELO DE NEGOCIOS BASADO EN EXPERIENCIAS GOURMET MULTISENSORIALES CON PRODUCTOS REGIONALES.

Autores

Martinez Rodriguez Tania Irais; Ortega Crivelli Laura Veronica;
Vanegas Cárdenas Luis Angel

RESUMEN

La zona sur de México es rica en historia y costumbres por nuestros antepasados y que hoy tenemos arraigados en pequeñas comunidades. Quien no podría recordar a las abuelitas consintiéndonos y llenando nuestras manos de todo un poco de lo que tuvieran en sus cocinas, aquellos olores, sabores, colores, recuerdos, que hoy llamamos experiencias. Muchas de las comunidades chiapanecas, aún siguen teniendo esa semejanza, ya que sus productos llenos de historia y tradición son muy difíciles de localizar en la metrópolis. Cuando uno viaja a estas zonas del país, es común regresar llenos de productos orgánicos y naturales que no localizamos en cualquier supermercado y nos consentimos al usarlos en nuestra cocina. Llevar esta experiencia a todo el mundo, ¡es el objeto que tiene Ideay!, una caja con productos que llenen la vista, el olfato, el gusto con productos regionales del estado de Chiapas y lograr una experiencia gourmet multisensorial. Este proyecto estará enfocado en la producción, comercialización y distribución de los productos Ideay Box!.

ABSTRACT

The southern area of Mexico is rich in history and customs created by our ancestors and that today we have rooted in small communities. Who couldn't remember the grandmothers spoiling us and filling our hands with a little bit of what they had in their kitchens, those smells, flavors, colors, memories, that today we call experiences.

Many of the Chiapas communities still have that similarity, since their products full of history and tradition are very difficult to locate in the metropolis. When one travels to these areas of the country, it is common to return full of organic and natural products that we cannot find in any supermarket and we spoil ourselves by using them in our kitchen. Bringing this experience to the whole world is the object that Ideay has!, a box with products that fill the sight, smell, and taste with regional products from the state of Chiapas and achieve a multisensory gourmet experience. This project will be focused on the production, marketing and distribution of Ideay Box! products.

1. INTRODUCCIÓN

México es un país lleno de recursos naturales a lo largo de su territorio, una inmensidad de atractivos turísticos que cualquier país envidiaría. Sin embargo, también cuenta con una división económica en su entorno, una zona norte industrializada y con un desarrollo económicamente activo y una zona sur, llena de antepasados y cultura indígena con avance lento en su economía.

Existen varias zonas en donde la pobreza es una realidad cotidiana, estados como Puebla, Chiapas y Guerrero, son aquellas donde fluctúa mayor concentración de pobreza en los últimos años. De acuerdo con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) para el año 2020, el estado de Chiapas fue el más pobre en México, ya que 44 de sus 124 municipios presentaban bajos índices de educación, servicios de salud, alimentación y electricidad.

Uno de los principales factores de lo anterior en este estado, es una desigualdad histórica en poblaciones indígenas con las que cuenta esta entidad y lo hace diferente a las demás. El proyecto de emprendimiento que presentamos, está enfocado en visualizar como fortaleza, lo que muchos ven como debilidad, distinguiendo a nuestros antepasados, sus raíces, cultura y tradición, para dar a conocer al mundo lo que es Chiapas y lograr un desarrollo económico de sus pueblos indígenas. Ideay Box! es un sueño universitario, que nace de compartir productos de pequeños pueblos de la región de soconusco de Chiapas, realizados en el seno materno de uno de nuestros autores, para consumo personal o agradecimiento a docentes y compañeros. Estos productos eran tan buenos, que poco a poco, se convertían en pedidos y se comercializaban fácilmente.

Una de las propuestas de este proyecto, es el conocimiento de las tradiciones de México, de fomentar una economía sustentable a pueblos indígenas, y comercializar productos naturales sin conservadores y que transmitan a través de nuestros sentidos, experiencias gastronómicas.

Ideay Box!, que en esencia recoge esa dinámica de promover los productos orgánicos elaborados por pequeños productores en la región soconusco del estado de Chiapas, pero ahora presentados en un empaque ecológico y definido como un set de productos artesanales que además integra elementos audiovisuales que buscan brindar una experiencia multisensorial por medio de códigos QR y demás elementos que apoyados de la tecnología permiten vincular con los pequeños productores, el lugar de destino y permiten conocer los procesos de producción; logrando con ello, una experiencia gastronómica gourmet desde la comodidad del hogar.

2. DESARROLLO

MISIÓN

Brindar experiencias gastronómicas gourmet, sostenibles y multisensoriales por medio de una caja de productos orgánicos de alta calidad elaborados por pequeños productores del estado de Chiapas en México.

VISIÓN

Consolidarse como una empresa sostenible que promueva la riqueza cultural y gastronómica del estado de Chiapas, así como el desarrollo de las comunidades locales, a través de la comercialización de productos gourmet-artesanales.

OBJETIVO

Ofrecer experiencias gastronómicas de calidad, alto valor e impacto; por tanto, es un eje básico en la ejecución del proyecto, cuidar la calidad de los insumos y de los procesos. Como embajadores de ese legado cultural, asumimos el compromiso de enaltecer a los productos y sus productores, así como el lugar de destino. El atributo multisensorial busca alcanzarse con la implementación de herramientas tecnológicas que vinculen los productos con los productores locales, los procesos productivos, usos y costumbres de la región, recetas, etc.

PROPUESTA DE VALOR

Para poder generar una propuesta de valor, acorde a las necesidades, expectativas y comportamientos de nuestros clientes, es importante tener en cuenta el arquetipo de cliente. A continuación, se describe ampliamente el perfil del consumidor de nuestro producto, el cual se distingue por lo siguiente:

Edad: Personas entre 25 y 44 años.

Género: Indistinto, pero en su mayoría mujeres.

Lugar de residencia: Principales metrópolis del país.

Profesión: Personas que buscan experiencias nuevas, sostenibles e interesados por conocer cultura y tradiciones en el mundo sin salir de su hogar.

Educación: Estudios profesionales (Nivel superior).

Estado civil: Indistinto.

Intereses: Gustan por experiencias gourmet, conocer otras culturas y viajar.

Valores: Procuran un estilo de vida saludable, mantienen un estilo sostenible y se inclinan por productos de alta calidad.

SELECCIÓN DE LOS PRODUCTOS PARA IDEAY BOX EDICIÓN "SOCONUSCO".

Como parte de una etapa inicial, y tras un previo análisis de las caducidades, preferencias de los clientes, logística, peso y demás; se han definido 6 productos de la región:

CAFÉ MOLIDO

Descripción:

Café Tostado Blends Tierra Sagrada Marago/Bourbon.

Es una mezcla que, en el 2018, obtuvo el tercer lugar en el premio sabor expocafé con puntuación de 85.35. Es un Blends de Marago/Bourbon recomendado para espressos y filtrados.

Beneficios:

Potente antioxidante, mejora el rendimiento físico, estimula el cerebro, acelera la pérdida de peso, reduce la mortalidad, contribuye al alivio del dolor, reduce niveles de azúcar, previene el parkinson.

CHOCOLATE ARTESANAL

Descripción

Chocolate artesanal endulzado con un contenido de 40% Cacao de la región de Mazatán, Chiapas. Los Mokayas domesticaron el árbol de cacao en Soconusco hace unos 4000 años. Fueron los primeros en procesar chocolate en México y muy probablemente fueron quienes acuñaron la palabra "kakawa" en su lengua Mixe-Zoque.

Beneficios:

Acción antioxidante, mantiene sano el corazón, es bueno para el cerebro, reduce el estrés, estimulante natural, ayuda a la salud de la piel, nutrientes esenciales, ayuda contra la fatiga.

QUESO DOBLE CREMA

Descripción

Se produce artesanalmente desde hace más de 60 años únicamente en el estado de Chiapas. Regularmente está hecho de leche cruda de vacas, pero algunos productores lo elaboran con leche pasteurizada. Es un queso blanco, la textura es cremosa y de sabor ácido, lechoso, salado y muy fresco, su pasta se asemeja al queso de cabra en cuanto a la textura.

Beneficios:

Buena fuente de nutrientes beneficia la salud ósea, favorece la masa muscular, previene las caries, ayuda al sistema de defensa, fuente de vitamina B12, mejora el sueño, puede mejorar la microbiota.

FRIJOL ESCUMITE

Descripción:

Es un platillo típico de Chiapas de origen español que fue introducido a México durante los años de la conquista. Las semillas y las vainas tiernas se pueden cocinar salteadas y en sopas.

Las semillas maduras deben remojarse y cocinarse para utilizarlas en sopas y guisos, o las semillas secas pueden hacerse en harina para pasteles y papillas. Como ocurre con la mayoría de los frijoles, es necesario cocinarlos adecuadamente para eliminar los anti nutrientes.

Beneficios:

Alto contenido de proteínas, rico en antioxidantes, ayudan con la salud intestinal, reduce el colesterol, ayudan al control de peso, alta composición de fibra, controla la inflamación, modula niveles de azúcar en la sangre.

TURULETES

Descripción:

Deliciosas galletas de maíz en forma de rombo. Originarios de Tonalá, Chiapas. Son un postre que se prepara nixtamalizando y moliendo el maíz para crear una harina. Después se agrega manteca, azúcar, canela y piloncillo. Se mezcla hasta crear una masa que no debe quedar muy aguada ni muy seca. Se cocina en el horno de leña o en la estufa, generando un tipo de galleta ancha con forma de rombo. Su sabor es dulce con un toque salado.

Beneficios:

Contiene vitamina B3, facilita la absorción de los nutrientes, ayuda a fortalecer los huesos, Buenos para la salud cardiovascular, favorecen el sistema digestivo, contiene colesterol del bueno, bajo contenido en azúcar.

GALLETAS TIPO POLVORONES

Descripción:

Los polvorones son un pan dulce muy similar a una galleta. Tienen su origen en la época colonial cuando los españoles introdujeron su pastelería adaptándola a los usos, ingredientes y costumbres de nuestro país.

Beneficios:

Ricas en nutrientes, aportan vitalidad y saciedad, favorece el rendimiento intelectual, alimento cardiosaludable (bajos en sodio, colesterol y calorías), ricas en ácido fólico complejo B. La edición de esta “Box” contará con los productos anteriormente descritos: café molido, chocolate artesanal, queso crema, frijol escumite (frijol pinto de la región), turuletes (galletas de maíz) y galletas tipo polvorones. Todos presentados en una caja, y de manera inicial con composición fija, por lo que no se contempla venta a granel.

Durante el estudio del proyecto se ha evaluado su oportunidad en el segmento de productos gourmet, para ello nos hemos apoyado de la Matriz de McKinsey, la cual a través de sus dos ejes X y Y, analiza tanto el atractivo de un mercado y la competitividad del producto.

A través de la matriz de McKinsey se evalúa el posicionamiento de un producto o servicio en un mercado y se define si, es viable mantener ese producto en un determinado mercado, si conviene invertir para crecer o por el contrario, es mejor una desinversión. (UNIR REVISTA, 2021)

ANÁLISIS DE VARIABLES

Al analizar el atractivo del mercado se han tomado en cuenta variables como:

- Accesibilidad: El mercado de productos gourmet en México, aunque es limitado, está en auge y en expansión, debido a las tendencias en comida y alimentación y al crecimiento de la clase media alta que aspira a una mejor calidad de vida y productos selectos.
- Su tasa de crecimiento, es de aproximadamente 8% anual. Representa un 8-10% de la población total de México.
- El margen bruto que ofrece, es de aproximadamente 13 millones de consumidores.
- Los competidores, particularmente son productos de importación europea, aunque existe un creciente interés por marcas locales.
- Las opciones de diferenciación más allá del precio, son el carácter único y diseño/envasado diferenciado.

COMPETITIVIDAD

Respecto a la competitividad del producto se consideran los siguientes factores:

- El precio. Se estima un precio de venta de \$800 pesos, si bien no es accesible para todos, si es costeable para clase media alta y alta, que son quienes constituyen el mercado gourmet en México.
- Los elementos diferenciadores a ofrecer, son productos orgánicos hechos de forma artesanal (sin conservadores, ni aditivos), empaque biodegradable y particularmente, conocer los productores y el lugar de producción a través de archivos multimedia.
- La cuota de mercado nacional relativa al segmento gourmet es de 13 millones de personas, resaltando 3 ciudades: México, Guadalajara y Monterrey. La imagen de la marca es de reciente creación y la experiencia en el mercado es limitada, significa un reto de posicionamiento y fortalecimiento de la marca. Se apuesta por la calidad y frescura del producto.
- La distribución se realizará a través de servicio de paquetería, su eficiencia es vital para el desarrollo de la empresa, ya que malos manejos y demoras podría significar pérdida de clientes y reducción de compras. El segmento alimentario gourmet, se caracteriza por productos exclusivos, dominado principalmente por marcas extranjeras y productos de lujo. El atributo para resaltar es que nuestros productos son genuinamente orgánicos.

COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Motivo de la compra: Son Chiapanecos residentes en otros estados, aman los productos de su lugar de origen, o conocen los productos por un amigo chiapaneco.

Influenciador: Testimonios de otros compradores y productores locales.

Preferencias de marca: Pequeños productores locales, que aún elaboran las recetas de forma tradicional y con buena calidad.

Punto de venta: Tiendas virtual priorizando redes sociales.

Frecuencia de compra: Aproximado de 3 meses.

Hora: entre las 16 y las 23 horas.

PRECIO

Sensibilidad al precio: Valoran la alta calidad y la fina selección de productos, por lo que están dispuestos a pagar un poco más del promedio.

Ingreso: Medio a alto (Ingreso mínimo 11 mil pesos).

Como parte de la filosofía que ha de regir la operación y acciones comerciales de la empresa, se definen los siguientes Valores: Calidad, Pasión, Integridad, Colaboración, Sustentabilidad e Impacto social.

3. CONCLUSIONES

El proyecto Ideay box, el cual consiste en producir, distribuir y comercializar productos orgánicos regionales del estado de Chiapas, no solo ayudará a combatir los indicadores de marginalidad anteriormente citados en este trabajo, en los distintos municipios de donde son residentes los productores, sino también, incentivará la economía de sus familias al generar un mayor flujo de capital y, aunado a lo anterior, se promocionarán las tradiciones y cultura del estado en cuestión.

Ideay es regalarle un pedacito de la grandeza gastronómica del estado de Chiapas a todo el mundo, y brindarle una experiencia gourmet multisensorial a cualquier persona que adquiera este producto. Ideay box es parte de una tendencia creciente de hace ya varios años, donde las personas buscan alimentos más saludables, de mejor calidad y con un mayor sentido del gusto y placer para la mayoría de su población objetivo, sin olvidar que este nicho de mercado es el que ha tenido un mayor crecimiento exponencial a nivel global, y que en países de primer mundo, se ha vuelto unaprioridad buscar este tipo de nutrición.

Uno de los principales obstáculos que enfrenta este proyecto es sin lugar a dudas que los productos son perecederos, se debe encontrar la perfecta sincronía entre la fecha de caducidad y la empresa encargada de la distribución de ideay box, para garantizar que los clientes reciban sus productos en óptimas condiciones.

REFERENCIAS

Chocolate de Mesa - 60% CACAO de Soconusco, Chiapas. (s/f). CUNADEPIEDRA US.

Recuperado el 16 de noviembre de 2023, de <https://shop.cunadepiedra.com/es/products/drinking-chocolate-60-mexican-cacao-from-soconuscochiapas>

Estudio de Mercado Alimentos Gourmet – México. (s/f). Prochile.cl. Recuperado el 16 de noviembre de 2023, de <https://acceso.prochile.cl/documento-biblioteca/estudio-de-mercado-alimentos-gourmet-mexico/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (s/f). Población. Org.mx. Recuperado el 16 de noviembre de 2023, de <https://www.inegi.org.mx/temas/estructura/>

Others. (2021). Café Tierra Sagrada · Semifinalista de la Taza de Excelencia 2017 Se participó con un Marago. dokumen.tips. <https://dokumen.tips/documents/caf-tierra-sagrada-a-semifinalista-de-la-taza-de-excelencia-2017-se-particip.html?page=1>

Saavedra, J. A. (2022, diciembre 21). Análisis FODA de una empresa: que es, como hacerlo y ejemplos.

Ebac. <https://ebac.mx/blog/analisis-foda>

Vicente, M. (2014, junio 6). Queso de Cuadro doble crema de Chiapas. Mundoquesos;

Mundoquesos.com. <https://www.mundoquesos.com/queso-de-cuadro-doble-crema-de-chiapas/>

Vive. (2021, noviembre 25). Matriz de McKinsey: ¿qué es y cómo aplicarla en una empresa?

UNIR. <https://www.unir.net/empresa/revista/matriz-mackinsey>

CAPÍTULO XXVII

CEMEX CONTRIBUYENDO CON EL OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE NUEVE: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Autores

Pérez Solórzano Jesús Manuel; Huerta Estévez Antonio; López Morales José Satsumi

RESUMEN

Las empresas multinacionales son vitales para la contribución de los ODS. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es demostrar las acciones que está llevando a cabo la empresa multinacional CEMEX durante el periodo del 2016 al 2022. Concretamente el ODS 9 centrado en "Industria, Innovación e Infraestructura". Para ello se realizó un análisis de contenido de sus reportes de sostenibilidad, obtenidos de su pagina web oficial del periodo anteriormente mencionado. Los resultados indican que realizan acciones repetitivas a lo largo de estos años, donde tienen que ver con la contribución al ODS 9. La conclusión general busca construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación.

ABSTRACT

Multinational companies are vital to the contribution of the SDGs. Therefore, the objective of this research is to demonstrate the actions that the multinational company CEMEX is carrying out during the period from 2016 to 2022. Specifically SDG 9 focused on "Industry, Innovation and Infrastructure". For this purpose, a content analysis was carried out on its sustainability reports, obtained from its official website for the aforementioned period. The results indicate that they carry out repetitive actions throughout these years, where they have to do with the contribution to SDG 9. The general conclusion seeks to build resilient infrastructures, promote sustainable industrialization and encourage innovation.

1. INTRODUCCIÓN

En este trabajo de investigación se abordarán los temas de sostenibilidad, que están orientados a trabajar en un planeta en donde se utilice de manera consciente y de manera responsable. Algunos ejemplos son el uso de los recursos naturales, educación de calidad, energía renovable, cada uno de los objetivos tienen metas a lograr para la agenda 2030, en el presente trabajo, se busca analizar las prácticas de las empresas multinacionales, qué es lo que están haciendo y cómo lo están haciendo con base a esta agenda. La organización de las naciones unidas señala que existen diecisiete objetivos de desarrollo sostenible que están orientados a mejorar la calidad de vida de las personas y crear un ecosistema sostenible, en donde se invita a la sociedad, empresas y gobiernos a colaborar.

La medición de los ODS se realiza mediante indicadores que permiten evaluar el proceso de todas las grandes empresas, estas, son seleccionadas por función, metodología y disponibilidad de datos, lo que invita a las grandes empresas internacionales a llevar a cabo cada uno de los ODS, siendo un problema para algunas empresas, porque no les conviene tener la disponibilidad de datos al alcance del público,

sin embargo, hay muchas empresas Mexicanas que realizan estas prácticas con cada una de los ODS o colaboran con alguno.

1.1. PROBLEMÁTICA

Empresa multinacional CEMEX

Empresa mexicana conocida por dedicarse a la industria de la construcción en donde ofrece productos y servicios a más de 50 diferentes países; sus principales productos son el cemento, concreto, premezclado. A nivel mundial ocupa el tercer lugar en ventas. La compañía fue fundada en 1906 en el estado de Nuevo León, en el municipio de Hidalgo. Cuentan con más de 40,600 empleados en todo el mundo. En México la empresa está comprometida con el desarrollo del país, en el año 2021 se alcanzó un total de ventas e ingresos al país de 3,466 millones de dólares, lo que es un alto ingreso al país y una cantidad alta de bolsa de trabajo para los mexicanos ya que se alcanzó 26.4 millones de toneladas de capacidad para la producción anual de cemento, lo que lleva a conocer que existen 15 plantas de cemento, 12 canteras de agregados, 94 centros de distribución vía terrestre y 8 terminales marítimas.

Objetivos del desarrollo del milenio

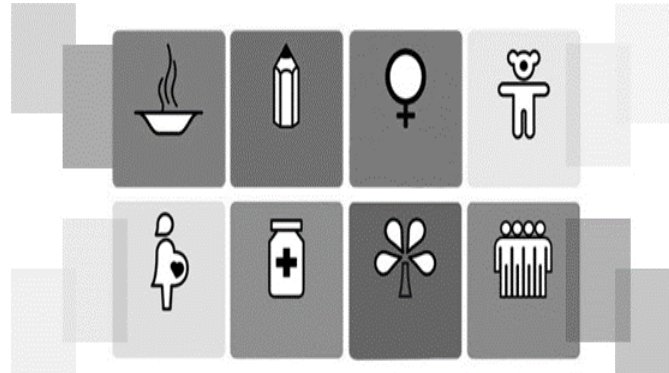
En el 2000, 189 miembros de la ONU firmaron la declaración del milenio, que recogía los valores y principios que debían regir a la comunidad internacional en el nuevo milenio, fueron concretándose a 8 objetivos. Habían nacido los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) más allá de la oportunidad de establecer objetivos y metas que ayuden a concretar la aspiración legítima a alcanzar la satisfacción universal, equitativa y sostenible de las necesidades humanas, erradicando la pobreza a la par que se preservan las condiciones ecológicas necesarias para garantizar una vida digna a las actuales y las futuras generaciones, la perspectiva crítica que se adopta pretende poner en evidencia dos cuestiones: que el camino y la estrategia para recorrerlo es tan o más importante que la identificación de los objetivos y las metas; y que el diagnóstico de las causas de la desigualdad, la pobreza y la insostenibilidad es clave para entender cómo se enfrenta el logro de dichos objetivos y las barreras que impiden conseguirlos, condicionando el enfoque educativo-ambiental que se pueda adoptar. (Martín, 2005).

El establecimiento de estos supuestos contrasta con la valoración crítica de quienes consideran que los ODM fueron encontrados para legitimar y reforzar la expansión del modelo económico y social, en su afán por someter a todas las sociedades a los principios del capitalismo financiero globalizado.

El autor (Amir, 2006) enfoca algo más allá el consenso aparente en torno a los ODM se asentaba en propósitos voluntaristas y bienintencionados “¿Quién se opondría a la reducción de la pobreza, el mejoramiento de la salud, etc.?”, sin embargo, al realizar una comparación con lo que dijo (Creech, 2014) “el anuncio de la búsqueda de estos objetivos por parte de las instituciones internacionales funciona como una cobertura moral y un pretexto ético para profundizar aún más en las políticas neoliberales, que destruyen sociedades y generan pobreza”. Este conjunto de críticas, hacen un énfasis en la lucha de la pobreza, siendo algo muy interesante en este proyecto de investigación, ya que las grandes empresas tienen como meta generar más economía para la empresa, por lo que puede o no ser un objetivo que no lleven a cabo, aunque existe algunos puntos a favor como generar empleos pero siempre habrá ciertas limitaciones por ejemplo la magnitud de la pobreza no sería algo que una empresa pueda erradicar con solo generar empleo, pero si otra ODM como sería promover la igualdad de género o lograr enseñanza primaria y el que se considera primordial que una empresa podría lograr es el ODM número 7 garantizar la sustentabilidad del medio ambiente, este podría ser uno de los más importantes, ya que las grandes

empresas, grandes fábricas se consume demasiada basura, contaminación orgánica e inorgánica, donde todo el mundo se ve afectado, lo que conlleva a un objetivo primordial que sin duda se puede tratar. A continuación, se muestra en la figura 1 los ocho objetivos del desarrollo del milenio:

Figura 1. Objetivos de Desarrollo del Milenio.



Fuente: ONU.

Con base a la página del gobierno de los estados unidos mexicanos (2022), marca que del año 2000 a 2015 son ocho los objetivos de desarrollo del milenio, que son:

1. Erradicar la pobreza extrema.
2. Lograr la enseñanza primaria universal.
3. Promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer.
4. Reducir la mortalidad infantil.
5. Mejorar la salud materna.
6. Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades.
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.

En el año 2015 Con base a la ONU marca diecisiete objetivos del desarrollo sostenible, los países que integran a la ONU aprobaron los objetivos en la cual se establece un plan de para alcanzar los objetivos en 15 años. Posteriormente en el 2019 en la ciudad de Nueva York, se realizó un informe donde se dieron a conocer datos importantes para poder realizar un análisis y tomar decisiones para poder balancear el proceso de los compromisos.

Por otra parte, los objetivos del desarrollo sostenible no solo incluyen a los estados para que realicen en los trabajos en políticas de pro de la sostenibilidad, incluye a la sociedad civil y empresas del sector privado. También incluye las “5 P”, estas engloban cinco ejes centrales que se van integrando por objetivos del desarrollo sostenible las cuales se interrelacionan para trabajar en un tema en específico y poder tomar cartas sobre el asunto. De tal manera que quienes colaboran en los temas de desarrollo sostenible se puedan identificar y crear alianzas para cumplir la agenda 2030 (Sostenible, 2019).

Los siguientes objetivos están interrelacionados con las personas: 1. Fin de la Pobreza, 2. Hambre Cero, 3. Salud y Bienestar, 4. Educación de Calidad, 5. Igualdad de Género. Con la prosperidad: 7. Energía Asequible y no Contaminante, 8. Trabajo Decente y Crecimiento Económico, 9. Industria, Innovación e Infraestructura, 10. Reducción de las Desigualdades, 11. Ciudades y Comunidades Sostenibles. Con el planeta: 6. Agua Limpia y Saneamiento, 12. Producción y Consumo Responsable, 13. Acción por el

Clima, 14. Vida Submarina, 15. Vida de ecosistemas terrestres. Con la paz: 16. Paz, justicia e Instituciones Sólidas. Y con la relación: 17. Alianzas para lograr los objetivos. Todos los objetivos que se integran con una palabra mediante los cinco ejes denominados “5P” (Sostenible, 2019), que anteriormente ya fueron clasificados, esto es con la finalidad de entender o clasificar los objetivos para facilitar y trabajar sobre el desarrollo sostenible con la agenda del 2030 para ir reduciendo y optimizando los recursos con los que contamos en este mundo que vivimos hoy en día, ya que proponen mediante un plan de metas llevar a cabo las acciones necesarias para lograrlas.

2. MÉTODO

La investigación cualitativa permite entrar y capturar profundamente la complejidad y esencia de la investigación (Morales, 2020). Su solides metodológica permite comprender el fenómeno estudiado. En este sentido, hacer investigación tipo cualitativa nos ayuda a un análisis profundo utilizando varias fuentes de información.

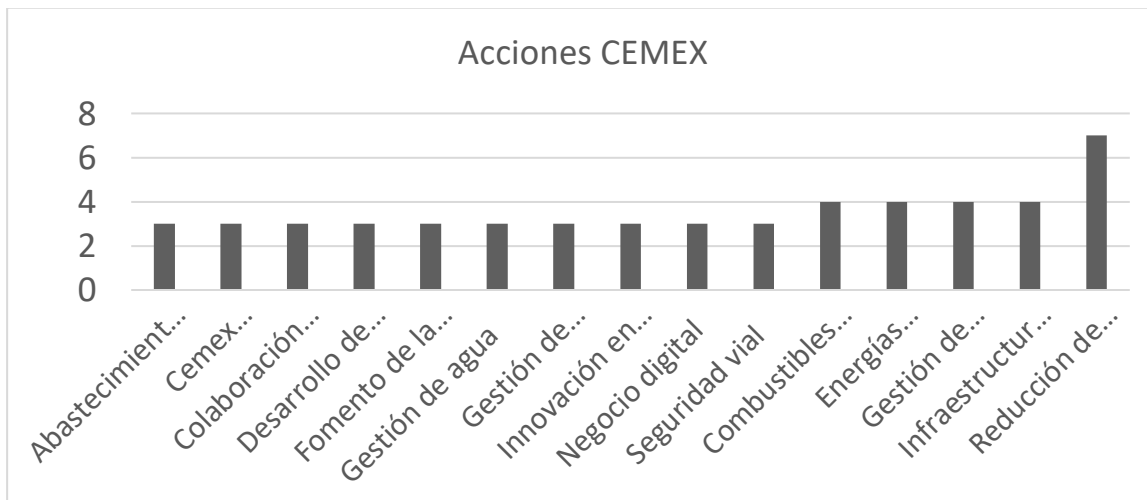
Por lo tanto, el presente trabajo se llevará a cabo mediante un análisis cualitativo utilizando una técnica de análisis de contenido para recabar la información de los reportes anuales de CEMEX, para realizar un análisis de las acciones del año 2016 al 2022 de la empresa multinacional previamente mencionada, con el fin de determinar cuáles son las prácticas que realiza la empresa multinacional para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible.

Se realizó la recaudación de información de los sitios web oficiales de la empresa. Anteriormente se analizaron los objetivos de desarrollo sostenible que marca la organización de las naciones unidas, a través de su sitio web oficial, en donde CEMEX, se enfoca en varios objetivos principales, por lo cual se tomó la decisión de analizar el objetivo nueve, ya que es un tema importante que va relacionado con lo que se está viviendo actualmente, la innovación en las industrias.

3. RESULTADOS

A continuación, en la Grafica 1, se observa la frecuencia de las acciones que esta realizando la empresa multinacional CEMEX, con base al objetivo de desarrollo sostenible nueve.

Grafica 1: Acciones CEMEX.



4. CONCLUSIONES

Como conclusión, la empresa CEMEX, tiene un interés de contribuir con los ODS para mejorar la calidad de vida de la empresa, comunidades, empleados y jóvenes. En este caso se puede observar en la Grafica 1, la frecuencia de las acciones que llevan a cabo referente al objetivo nueve que es el de industria, innovación e infraestructura. Una de las acciones mas importantes que llevan a cabo, según el análisis realizado con los reportes encontrados en el sitio web de la empresa CEMEX, es la reducción de Co2, que llevan realizando desde el año que 2016, otras acciones que es importante para la empresa y se encuentran varias acciones, son, la infraestructura sostenible y resiliente, gestión de residuos, energías renovables, combustibles alternos, por ultimo tenemos otras acciones que llevan a cabo, pero no con tanta frecuencia como las anteriormente mencionadas, son, abastecimiento digital, cemex university. colaboración con instituciones académicas, desarrollo de productos y servicios sostenibles, fomento de la innovación a los proveedores, gestión de agua, gestión de proveedores, innovación en productos y servicios, negocio digital, seguridad vial.

REFERENCIAS

- Amir, S. (2006). *ODM: instrumento de legitimación y de expansión del mo- delo dominante*. Madrid España: Popular.
- Creech, H. (2014). *Shaping the Future we Want. UN Dedade of Education for Sustainable Developmen*. París: UNESCO.
- Martín, M. G. (2005). Objetivos de desarrollo del milenio. *ENTORNO ECONOMICO*, 111-113.
- México, G. d. (2022). *¿Cuáles son los Objetivos de Desarrollo del Milenio?* Obtenido de <https://www.gob.mx/epn/articulos/cuales-son-los-objetivos-de-desarrollo-del-milenio>
- Morales, J. S. (2020). Service Mutilatinas: The internationalization of Cinepolis. *Latin American Business Review*, 8-10.
- Puig, A. A. (septiembre de 2018). *el desarrollo sostenible: 30 años de la revolución industrial*. (tesis, Ed.)

CAPÍTULO XVIII

LOS CONTROLES ANTIFRAUDE: MECANISMO PARA SALVAGUARDAR LAS FINANZAS DE LAS EMPRESAS

Autor

Saúl Velázquez Villaraldo

RESUMEN

El fraude ocupacional es un riesgo común al que se enfrentan las empresas, como todo riesgo existe probabilidad de que se materialice y esta depende de múltiples factores los cuales deben ser administrados por el Gobierno Corporativo. Como respuesta al fraude la empresa implementa políticas y procedimientos, los cuales están alineados al apetito de riesgo de los más altos directivos. Anualmente la ACFE (Association of Certified Fraud Examiners) emite el reporte anual: "A Report to the nations" (ACFE México, 2023), el último publicado es el 2022, en el cual a manera de resumen se publican los resultados de los fraudes detectados alrededor del mundo, las pérdidas financieras que general y los medios por los cuales se descubrieron. Los controles son los mecanismos que implementa el gobierno corporativo como medida para asegurar que los objetivos de la empresa se alcancen con eficacia y eficiencia, específicamente los controles antifraude tratan de disminuir la probabilidad de que se materialice la pérdida de recursos a través de cualquier tipo de maquinación por parte del perpetrador del fraude con el objetivo de obtener un beneficio personal.

ABSTRACT

Occupational fraud is a common risk that companies face, and as any risk there is a probability that it will materialize and this depends on multiple factors which must be managed by Corporate Governance. In response to fraud, the company implements policies and procedures, which are aligned with the risk appetite of senior management. Every year, the ACFE (Association of Certified Fraud Examiners) publish an annual report: "A Report to the nations" (ACFE México, 2023), the last published is for the year 2022, this report includes the resume of the frauds detected around the world, the financial losses caused and the methods by which they were discovered. Controls are the mechanisms implemented by corporate governance to ensure that the company's objectives are achieved effectively and efficiently, specifically anti-fraud controls try to reduce the probability of the loss of resources through any type of machination by the perpetrator of the fraud with the aim of obtaining a personal benefit.

1. INTRODUCCIÓN

Las finanzas empresariales dependen en gran medida de establecer presupuestos y flujos de efectivos proyectados al futuro que en condiciones normales de operación no debieran sufrir variaciones importantes. Las variaciones en los resultados del ejercicio que provienen del exterior de la empresa como lo son la inflación, guerras, avances tecnológicos, desastres naturales, etc. no están bajo el control

de la Administración y son mitigados a través de primas de seguros, no obstante, su ocurrencia no depende de las acciones que emprenda la Empresa.

Las operaciones que si dependen de la Administración son gestionadas a través del establecimiento de políticas y procedimientos, conformado de esta manera un marco de control interno, tan estricto o tan laxo como se diseñe, esto dependerá en gran medida del apetito de riesgo que establece el gobierno corporativo. Es conocido que a mayor riesgo mayor utilidad y a menor riesgo menor rendimiento. No obstante, este marco de control interno para que funcione de manera correcta debe considerar que existe el riesgo de fraude, el riesgo de que miembros del equipo actúen de manera unilateral o en contubernio para obtener beneficios personales, considerar la probabilidad de que pueden materializarse estos riesgos exige de la administración un grado de escepticismo, considerar que en el pasado han existido grandes fraudes (por ejemplo: Enron y Parmalat), y que a raíz de esto se modificó la manera de establecer controles.

Establecer controles implica, como cualquier otra actividad de la empresa, destinar recursos los cuales pueden ser vistos como gastos innecesarios, especialmente cuando no han existidos fraudes en el pasado, sin embargo, los fraudes de materializarse alcanzan cifras importantes que incluso pueden poner en riesgo la continuidad de la empresa.

2. DESARROLLO

El estudio realizado por ACFE (Association of Certified Fraud Examiners) “Occupational Fraud 2022: A Report to the Nation” estudió 2110 casos de fraude en 133 países los cuales causaron perdidas por \$3.6 billones de dólares, el 42% de los casos fueron detectados a través de denuncias, mas de la mitad de estas denuncias provinieron de empleados de la empresa. Los esquemas de apropiación de activos son los más comunes (86%) pero los menos costosos generando una perdida media de \$100,000 USD, por otro lado, los esquemas de estados financieros fraudulentos son los menos comunes (9%) pero con mayores pérdidas: \$593,000 USD de perdida en promedio. La corrupción fue el esquema más común en todas las regiones.

Por su parte las empresas con menor cantidad de empleados tienen la media mas alta por \$150,000 USD, esto se explica desde la perspectiva del control interno derivado de la falta de segregación de funciones, las actividades con mayor riesgo deben ser ejecutadas, supervisadas y registradas por personas diferentes, esto no es posible de realizar en empresas con numero de empleados limitados.

Es de destacar que lo anterior implica mayor riesgo en las pequeñas y medianas empresas que carecen de recursos humanos suficientes para segregar las diferentes funciones en diferentes empleados.

Los perpetradores del fraude son en menor porción propietarios o altos ejecutivos causando, cuando sucedió, generaron mayores pérdidas \$337,000 USD, la posición de Gerentes generó perdidas menores por \$125,000 USD y finalmente empleados \$50,000 USD representando pérdidas menores.

Estas pérdidas mayores ocasionadas por altos ejecutivos son explicadas porque estos puestos cuentan con la facilidad de superar los controles establecidos por la Administración, utilizando las ventajas que ofrecen los puestos ejecutivos se benefician de manera indebida de los recursos de la empresa o se apropian de activos que pertenecen a la Empresa.

El 85% de los defraudadores mostraron banderas rojas en su comportamiento, a pesar de esto, la falta de entrenamiento para la detección temprana del fraude a todos los niveles de la empresa y la falta de controles impidieron que los fraudes se evitaran.

3. CONCLUSIONES

La presencia de controles antifraude es asociada con menores pérdidas en el caso de que existan fraudes y con detección temprana de fraudes. Por esta razón es fundamental para las empresas implementar controles antifraude, destinar recursos para la operación y mantenimiento del marco de control.

REFERENCIAS

ACFE México. (21 de noviembre de 2023). *Report to the Nations*. Obtenido de acfe-mexico: <https://www.acfe-mexico.com.mx/inicio/reporte-naciones/>

EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.
CEL 2282386072
www.redibai.org
redibai@hotmail.com

Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-607-5893)
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.
No. de ejemplares: 2
Presentación en medio electrónico digital
formato PDF 5 MB
Fecha de aparición 06/09/2024
ISBN 978-607-5893-19-8