CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

ISSN 2594-1763

WWW.CONGRESO CIICA.UNACH.MX

VOLUMEN 1 NÚMERO 3

AÑO 2020

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
ISSN 2594-1763

COMITÉ EDITORIAL

Dr. Juan Carlos Román Fuentes Dra. Rita Virginia Ramos Castro Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez Dra. María Eliazú Villalobos Castillo Dra. Marisol de Jesús Mancilla Gallardo Dra. Carolina Gómez Hinojosa Dra. Karina Milene García Leal	Dra. Joselyne Guadalupe Pérez Hernández Dr. Marco Antonio Romero Gutiérrez Dr. Jorge Humberto Ruiz Ovalle Dra. Sandra López Reyes Dr. Rodulfo Mundo Velázquez Mtro. Mauricio Alejandro Bedoya Jiménez Mtro. Carlos Alberto Pacheco Sánchez

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN. Año 3, Volumen 1, Noviembre 2020, es una publicación anual vía red de computo www.congresociica.unach.mx editada por la Universidad Autónoma de Chiapas, Boulevard Belisario Domínguez Kilómetro 1081 Colonia Terán, C.P. 29050, Tuxtla Gutiérrez Chiapas, México. (961) 1742481. Editor responsable Dra. Magali Mafud Toledo. “Reservas de derechos al Uso Exclusivo No. 04-2018-041713492500- 203, ISSN 2594-1763. Ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor”, Responsable de la última actualización de este número Dra. Magali Mafud Toledo Edificio E Facultad de Contaduría y Administración Campus I. Boulevard Belisario Domínguez Kilómetro 1081 Colonia Terán, C.P. 29050, Tuxtla Gutiérrez Chiapas, México. Fecha de la última modificación, 23 de noviembre de 2020. Los artículos de esta revista han sido arbitrados por el Comité Científico y cuentan con el aval editorial de la Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales (REMINEO) A.C. Parque del Emperador 14, Colonia, El Parque de Coyoacán, Coyoacán, Ciudad de México, México. C.P. 04890
Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del editor responsable.

Contenido

Modelo de Gestión Logística para las Pequeñas y Medianas Empresas en Ciudad Juárez, Chihuahua.
TSU Lourdes Coral, Arzola Arzola; TSU Jesús, De Los Santos Torres; TSU José Carlos, Fernández Durán; Dra. Perla Ivette, Gómez Zepeda…….. **7**

Factores que omiten los alumnos en el desarrollo de su plan de negocio. **24**
Dr. Alberto Jorge Barona Omaña, Dra. Blanca Tapia Sánchez……

Cultura Organizacional en las Pymes en Hoteles y Restaurantes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
Dra. María del Carmen Cristiani Urbina; Dr. Julio César Pérez Zambrano; Dr. Gustavo Selvas Hernández; Dr. Julio César Chacón Zebadúa…… **39**

C+H+L "Conocimientos + Habilidades + Liderazgo = Gestión", una herramienta esencial para administrar correctamente los recursos de una microempresa y lograr su permanencia y crecimiento en el sector empresarial. **67**
Dr. José Bulmaro, Diaz Fonseca; Dr. Enoch Yamil Sarmiento Martínez; Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez; Dra. Georgete Alexandra Orantes Zenteno……..

Creación y Marketing de un Licor de Crema de Mango Ataulfo (Mangifera indica), Pox y Anís Estrella.
Dr. Jorge Alberto Esponda Pérez; Dra. Reyna Esperanza Zea Gordillo; Lic. Carlos Alberto Gómez Torres; Lic. Almendra del Rocío Rodríguez Jiménez……... **89**

Estudios de Responsabilidad Social.
Dr. José Felipe Ojeda Hidalgo, Bitia Berenice Figueroa Hernández, Dra. Saida Libia Peña Cano……..….. **115**

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Responsabilidad Social y Liderazgo Social.
Cielo del Pilar Gómez Guillen, Lic. Celia Lazcano Soto Dr. José Felipe Ojeda Hidalgo Lic. José Manuel Lázaro Ríos…….. **127**

Efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las MyPES del subsector agroindustrial en el municipio de Balancán, Tabasco.
Dra. Yhadira Huicab García, Dr. Luis Alfredo Méndez Jiménez, Rubí Sánchez Mendoza, Liliana Guadalupe Ramírez López…… **141**

Evaluación del desempeño laboral: una estrategia para el logro de objetivos organizacionales de la SEQ.
ME. Candita del Carmen Kim Barrera; Lic. Addy Consuelo Chavarría Díaz; ME. Amelia Cen Hoy; ME. Ángel May Ávila……..…… **166**

La gestión de recursos humanos, una estrategia para mejorar la productividad en las MiPyMES. Caso empresa familiar: "Quesería El Tigre VI"
Dra. Kenia Landero Valenzuela, Dr. David Ernesto Santiago Montuy, Sandy Guadalupe Espinosa Jiménez, Rodrigo Adrián Cruz Cruz …….. **194**

La Actividad Comercial del Subsector Industrial de las Tortillerías en Copoya, Chiapas
Dra. Sandra López Reyes, Dra. Carolina Gómez Hinojosa, Dr. Rodolfo Mundo Velásquez, Dr. Eduardo Alberto Gutiérrez Medina……. **215**

El papel de las universidades e instituciones de educación superior para formar a los jóvenes como emprendedores sociales.
M.A Irma Violeta Loza Solache, Ing. José Raúl Hernández Bautista…….. **248**

Plan de gestión para una empresa social industrializadora de sal, Ejido Ignacio Ramírez, Tonalá, Chiapas.
Dr. Elfigo Mazariegos Roblero, Dra. Jesús Esperanza López Cortes, Mtra. María Angélica Zúñiga Vázquez, Dra. Isabel Pérez Pérez……. **265**

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

El Café Orgánico: Estudio de caso Unión de Ejidos y Comunidades San Fernando.
Dra. Consuelo Guadalupe Morales Flores, Mtra. Cruz Susana Estrada Castellanos, Dra. Silvia Guadalupe Ballinas Sarmiento, Dr. Gonzalo Coporo Quintana…….. **288**

La competitividad desde las competencias para la toma de decisiones en las organizaciones.
Cp. Luz Mery Ortiz Sánchez……. **310**

Impacto de los medios de difusión como método estratégico para el posicionamiento de mercado. Caso de estudio: Abastecedora del Hogar, S.A. de C.V. Tapachula, Chiapas.
Dra. María Teresa Salazar Chang Dra. Lucía Juanita Rodríguez López, Dr. José Yee De los Santos, Mtro. Cándido Chan Pech…….. **329**

Diagnóstico organizacional de las casas asistenciales en el sistema DIF Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: Caso de estudio "casa del abuelo.
Dr. Marco Antonio Romero Gutiérrez, Dra. Magali Mafud Toledo, Dra. Karina Milene García Leal, Dra. Joselyne Guadalupe Pérez Hernández…….. **351**

Las personas con discapacidad y su inclusión laboral a través de INCLUDIS *Ing. Paulyna Guadalupe Hernández Méndez, Dra. Alicia Alma Alejos Gallardo, MGA. Alicia Casique Guerrero, Dr. Daniel Hernández Soto..* **380**

El emprendimiento y su estado del arte.
Dra. Dora del Carmen Aguilar Domínguez, Dr. Juan Carlos Román Fuentes **394**

Comparar la competitividad en las MiPyMES del subsector agroindustrial de la Zona Ríos
Dr. Raziel Esau Coop Abreu, Dr. David Ernesto Montuy Santiago, Aura Lixi Zetina Que, Alma Cristina Espinoza de la Cruz……. **415**

La gestión del conocimiento en la empresa y la contribución de los patrones de aprendizaje en la configuración de una gestión humanizada.
Maestrante Yeny Maribel Echeverri Usuga , Maestrante Juan Carlos Mesa, Maestrante Juan Diego Betancur…….. **436**

Análisis de estrategias empresariales e innovación en empresas del sector agrícola. ..
L.C. Citlali Cristabel, Miranda, Ruelas, Loreto María Bravo Zanoguera….. **458**

Diagnóstico de la Empresa Familiar a través del Modelo de los Tres Círculos.
Dra. Mariana Monserrat Valenzuela Montoya; Dra. Gloria Muñoz del Real; Dra. Alma Delia Inda; Mtro. Santiago Pérez Alcalá…….. **475**

Modelo de Gestión Logística para las Pequeñas y Medianas Empresas en Ciudad Juárez, Chihuahua

TSU Lourdes Coral, Arzola Arzola[1]; TSU Jesús, De Los Santos Torres[2]; TSU José Carlos, Fernández Durán[3]; Dra. Perla Ivette, Gómez Zepeda[4].

Resumen: La investigación documental realizada en el presente artículo pretende informar al lector sobre los indicadores de gestión logística, ya que son herramientas cuya funcionalidad se basa en la medición de distintos factores de la empresa. El objetivo de los indicadores es informar sobre el rumbo que lleva la empresa y en qué aspectos se puede mejorar. Uno de los métodos empleados fue simplemente responder a una pregunta: ¿Qué se quiere saber?, en base a la respuesta que se le dé a esta pregunta se sabrá el tipo de indicador a desarrollar. A pesar de que existe un listado de indicadores "centrales", una vez realizada toda la investigación se obtiene como resultado que realmente no puede existir un listado de indicadores con los que se deba cumplir ya que cada empresa tiene diferentes necesidades y

[1]Egresado de la carrera de Técnico Superior Universitario Operaciones Comerciales Internacionales, aspirante a la carrera de Ingeniería en Logística Internacional. Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez. E-mail: coral01arzl@gmail.com, teléfono celular: (656) 586- 3586

[2] Egresado de la carrera de Técnico Superior Universitario Operaciones Comerciales Internacionales, aspirante a la carrera de Ingeniería en Logística Internacional. Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez. Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez. E-mal: jesusdlst12@gmail.com, teléfono celular: (656) 852-9560

[3]Egresado de la carrera de Técnico Superior Universitario Operaciones Comerciales Internacionales, aspirante a la carrera de Ingeniería en Logística Internacional. Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez. Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez. E-mal: 3586 lifefave_@hotmail.com, teléfono celular: (656) 161- 3033

[4] Doctora en Administración por la Universidad Autónoma de Chihuahua, Profesor Investigador de Tiempo Completo en Ingeniería en Logística Internacional y Técnico Superior Universitario en Operaciones Comerciales Internacionales, Profesor de Asignatura del Tecnológico Nacional de México en el Instituto Tecnológico de Ciudad Juárez, perla_gomez@utcj.edu.mx, celular (656)272 5900, Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez.

en base a esas necesidades se deben de proponer indicadores que cumplan con los aspectos requeridos.

Palabras claves: Competitividad, Herramientas, Indicadores y Medición

Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas, hoy en día son la principal fuente de ingresos para los mexicanos ya que son estas empresas quienes albergan a la mayoría de los trabajadores. Un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía arrojó que en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES (ProMéxico, 2014). En el estado de Chihuahua se puede apreciar enormemente la importancia de las MIPYMES por su gran aportación al Producto Interno Bruto que por ejemplo en 2008 fue de 139 mil 292.79 millones de pesos y en los últimos 10 años no ha tenido gran variación (Gobierno del Estado de Chihuahua, 2016).

Existe una necesidad de controlar la gestión logística en las pymes porque "lo que no se puede medir no se puede controlar y lo que no se puede controlar no se puede administrar". Por ello, es fundamental entender cómo funcionan los indicadores logísticos (Iglesias, 2014). Las pymes de Ciudad Juárez por su ubicación se enfrentan no solo a la competencia a nivel nacional, sino también internacional pues usualmente compiten con empresas de Texas y Nuevo México. Por lo anterior, es necesario determinar el modelo de gestión logística a utilizar, así como los indicadores aplicables a las empresas que resulten seleccionadas para poder llevar a cabo un diagnóstico de desempeño logístico.

Referentes teóricos

Indicadores

Un indicador es una magnitud que expresa el comportamiento o desempeño de un proceso, que al compararse con algún nivel de referencia permite detectar desviaciones positivas o negativas. Para medir el desempeño de una organización en cuanto a calidad y productividad, se debe disponer de indicadores que permitan interpretar en un momento dado las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas (Mora García, 2008)**.**

El uso de indicadores permite llevar a cabo un seguimiento de los objetivos propuestos midiendo su grado de cumplimiento y su calidad. Además, permite resumir extensos conjuntos de datos y, enfocándolos en una dimensión temporal, permite observar tendencias de la situación de un país, región, empresa investigación, producto o servicio en lo referente en su economía, calidad, desarrollo, etc. Se trata de herramientas muy útiles que ayudan a entender la situación de los problemas, a analizar la evolución en el tiempo y a hacer provisiones futuras (Bas Cerdá, 2014).

Tipos de Indicadores

Existen innumerables definiciones de indicador. La más fácil es que los indicadores son instrumentos destinados a simplificar, medir y comunicar eventos complejos o tendencias. La palabra "indicador" viene del latín "indicare", que significa señalar, dar aviso o estimar. Dentro de este tema se encuentran los distintos tipos de indicadores ya que estos se encuentran presentes hasta en el más mínimo detalle de nuestra vida diaria, no solo empresarialmente. Los indicadores han estado presentes por muchísimo tiempo; decididamente desde antes de los romanos. He aquí algunos indicadores que casi toda la gente usa según García Valverde (1997):

a) Horas y minutos como indicadores de tiempo

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

b) Temperatura del cuerpo como indicador de salud
c) Resultados de exámenes como indicadores de progreso en los estudios
d) Indicadores de Gestión
e) Indicadores de Proceso
f) Indicadores de Resultado/Producto
g) Indicadores Financieros
h) Indicadores de Salud
i) Indicadores de Eficiencia
j) Indicadores de Eficacia

Indicadores de Gestión Logística

Los indicadores logísticos son relaciones de datos numéricos y cuantitativos aplicados a la gestión logística que permite evaluar el desempeño y el resultado en cada proceso. Incluyen los procesos de recepción, almacenamiento, inventarios, despachos, distribución entregas, facturación y los flujos de información entre los socios de negocios. Es indispensable que toda empresa desarrolle habilidades alrededor del manejo de los indicadores de gestión logística, con el fin de poder utilizar la información resultante de manera oportuna (Mora García, 2008).

El desarrollo de nuevas técnicas de organización y comercialización y medir la innovación en el ámbito empresarial a través de indicadores es elemento crucial para la definición de estrategias competitivas, crecimiento económico y nivel de bienestar (García Mantilla & Parra Rincón, 2016). En resumidas palabras KPI significa lo siguiente:

- Key: Significa que proporciona un medio para lograr o comprender algo.
- Performance: Se refiere a una acción o procedimiento en concreto.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

- Indicator: Indica el estado o nivel de aquello que se está midiendo (Garcete Rodríguez, Benítez, Pinto Roa, & Vázquez, 2017).

Importancia de los Indicadores de Gestión Logística

El adecuado uso y aplicación de los indicadores y los programas de productividad y mejora continua en los procesos logísticos de las empresas son una base de generación de ventajas frente a la competencia nacional e internacional. Los indicadores de gestión se convierten en los signos vitales de la organización y su continuo monitoreo permite establecer las condiciones e identificar los diversos síntomas que se derivan del desarrollo normal de las actividades. Exige disponer de todo un sistema que abarque desde la toma de datos hasta la retroalimentación de las decisiones (Mora García, 2016).

Objetivo de los Indicadores de Gestión Logística

La formulación de un indicador debe estar asociada al seguimiento de un objetivo, esto con la finalidad de que el indicador permita conocer el éxito o fracaso del objetivo a evaluar, su avance o retraso y señale las causales que permiten o impiden lograr el objetivo para identificar acciones que permitan corregirlas (Arango, Ruíz, Ortíz, & Zapata, 2017). Los objetivos de los Indicadores de Gestión Logística deben responder a las siglas **S.M.A.R.T.** acrónimo que se usa como recurso nemotécnico para recordar las principales características que debe tener un objetivo, que de acuerdo con libro Conecta tu negocio: La transformación digital de los canales de venta: Guía ecommerce para vender por internet de Conecta Sofware (2019) son:

- Specific (específico): acotarse a un solo aspecto relevante. De esta manera, la información a la que aluda el KPI se puede consultar y extraer fácilmente.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

- Mesurable (medible): en unidades físicas o monetarias. De igual forma, todos los datos a los que haga referencia el KPI deben ser ciertos, coherentes y creíbles.
- Attainable (alcanzable): debe poder materializarse. Se debe ser realista y saber de lo que la empresa es capaz.
- Realist (relevante): debe ser un factor que realmente influya en el modelo de negocio, también se debe tomar en cuenta que, si esa variable da resultados negativos, rápidamente se pueda actuar. Aquí es necesario que todos los datos estén automatizados a través de programas informáticos para facilitar las soluciones a corto plazo.
- Timely (en un marco temporal): que pueda ser seguido periódicamente. Así aseguramos que los datos estén disponibles en el tiempo que se hayan establecido, ya sea diariamente, semanalmente u otro periodo temporal.

Tipos de Indicadores de Gestión Logística

Los indicadores de gestión se han agrupado por área de actividad, sin embargo, el esfuerzo para crear un sistema de medida es un paso importante con un valor propio nada despreciable, es decir la elección de algunas de estas categorías de indicadores depende de las necesidades de la empresa y los valores en las cuales se han enfocado para medir el desempeño de su sistema logístico y cadena de suministro.

De acuerdo con Presencia (2004) las áreas y los grupos se han elegido según su grado de relevancia y son los siguientes:

a) Compras y Aprovisionamiento
b) Planificación y Gestión de Inventarios

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

c) Centros de Distribución y Bodegas
d) Gestión de Transporte
e) Distribución y Servicio al Cliente
f) Indicadores Financieros
g) Planificación y Control de la Producción

Compras y Aprovisionamiento

El proceso de aprovisionamiento es definido como la actividad de colocar a disposición de la empresa los productos y/o servicios suministrado por los proveedores para garantizar su normal operación. Este proceso comprende desde la identificación de las necesidades y su programación, selección de proveedores, compra, seguimiento y control (Cos Paus & De Navascués y Gasca, 2000). En las empresas las compras no se realizan por gusto, sino que son resultado del surgimiento de una necesidad. Dicha necesidad debe de ser detectada y ubicada dentro de la empresa para así poder justificar que se efectué una compra que satisfaga dicha necesidad (Canchumanya & Quilca, 2015).

Planificación y Gestión de Inventarios

Los inventarios son el conjunto de materiales y suministros que una empresa posee, con el fin de venderlos o para abastecer el proceso productivo. Para ello se crearon los almacenes, cuyo principal objetivo era satisfacer las necesidades de la demanda en tiempo y forma. Las decisiones del inventario se deben coordinar en cuanto a la cantidad optima, con las necesidades de las diferentes áreas de la empresa (producción, marketing y finanzas). Los inventarios están influidos por la demanda y por los costes derivados de éste, los cuales deben reducirse al máximo para que resulte rentable (Ferrero Bécares, 2015).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Centro de Distribución y Bodega

La creación de un centro de distribución es una infraestructura logística que tiene como objetivo almacenar materia prima o producto terminado para poder hacer llegar los productos a su destino final, en la manera más efectiva, rápida y económica posible, permitiéndole a la empresa mantener a los clientes permanentemente y adecuadamente abastecidos según las políticas de servicio al cliente, de acuerdo a los exigentes requerimientos del mercado (Chávez, Narrajo, & Rivas, 2009).

Gestión de Transporte

Como soporte necesario para el desarrollo de estrategias colaborativas orientadas al fortalecimiento de la cadena de abastecimiento, surge la actividad del transporte, como como elemento integrador entre ciudades, actuando como el enlace de los diferentes sectores de la economía y del cual depende, en gran medida, que los productos estén en los sitios requeridos. La importancia que se le dé al transporte refleja el potencial económico de un país, ya que un estado no solo requiere de un buen aparato productivo sino también de la infraestructura y los medios necesarios para poder transportar sus productos (Sarache, Granados Ortíz, & Cardona Jaramillo, 2007).

Distribución y Servicio al Cliente

La logística se ocupa, entre otras actividades de la distribución física de los productos desde la fase de producción hasta los clientes, con el objetivo de que se suministre el producto solicitado en el lugar correcto y en el tiempo preciso. El servicio al cliente depende de estos y otros aspectos de la logística en la empresa. El flujo de información entre cliente y proveedor es un input importante para una

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

relación eficiente entre cliente y proveedor y para mejorar el servicio al cliente (Martínez Sánchez & Pérez Pérez, 2004).

Indicadores Financieros

Los indicadores financieros son utilizados para mostrar las relaciones que existen entre las diferentes cuentas de los estados financieros; y sirven para analizar su liquidez, solvencia, rentabilidad y eficiencia operativa de una entidad (Hernández Alcántara, 2013). El propósito de los índices financieros es reflejar una forma objetiva, numérica el comportamiento o desempeño de una organización, el análisis de estos indicadores puede estar señalando alguna desviación, sobre el cual se podrían tomar acciones correctivas o preventivas según sea el caso (García Andrade, 2017).

Planificación y Control de la Producción

La etapa de planificación de la producción es necesaria en las empresas debido a que está directamente relacionada con el establecimiento de las estrategias para cumplir con los objetivos planteados, con el fin de entregar en tiempo, cantidad y calidad los pedidos a los clientes, mejorando la productividad. La producción se refiere esencialmente a la cantidad de fabricación y vigilar que se haga como se planeó, es decir, el control se refiere a la verificación para que se cumpla con lo planeado, reduciendo a un mínimo las diferencias del plan original, por los resultados y práctica obtenidos (Dirección Académica, 2014).

Parálisis por Análisis

En el plano logístico resulta indispensable que toda empresa desarrolle habilidades alrededor del manejo de los indicadores de gestión logística, con el fin de poder utilizar la información resultante de manera oportuna, es decir, que estén a tiempo

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

para poder efectuar la toma de decisiones que apunte a la mejora continua de los procesos y el cumplimiento de metas, que es finalmente a lo que todo proceso de evaluación apunta (Logistec, 2019). El seguimiento es un proceso de observación repetida en el espacio y en el tiempo, de uno o más elementos del medio, de acuerdo con protocolos preestablecidos, mediante el uso de métodos de obtención de datos comparables.

Por lo tanto; no basta con la implementación de indicadores de gestión; se debe realizar monitoreo y seguimiento continuo a los resultados, garantizando la efectividad del indicador (Avella Romero, 2019). A pesar de la importancia de los indicadores de desempeño, las empresas no logran darles el lugar que le corresponde a esta tarea, pese a diversas causas como la falta de incentivos, falta de apoyo administrativo, y una cultura organizacional desfavorable, que se dificulta aún más en empresas ordinarias.

Problema

El sector de la logística tiene una enorme relevancia en sí mismo, pero sobre todo genera un efecto de tracción del desarrollo del sector privado y del crecimiento en el resto de los actores económicos de un país o una región. Una logística eficiente y accesible a todos constituye un elemento clave para que las empresas de determinado país o región en general, y en particular sus PyMEs, puedan competir con éxito en este nuevo marco global (Kirby & Brosa, 2011).

Al ser las MIPYMES una de las actividades de mayor peso para la economía del país, es importante que comiencen a tomar en cuenta la logística con la cual se van a manejar ya que no por no ser una gran empresa hagan a un lado este punto tan importante. De acuerdo con Romero Cruz, Méndez Hernández & Mendieta Reyes (2019) la logística se centra en el proceso de coordinar desde las actividades de

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

producción hasta la llegada de la mercancía al cliente final; además será la logística un punto clave para el pronto crecimiento de la empresa, ya que hoy en día los clientes están muy interesados es obtener su mercancía en el menor tiempo posible.

Método

El método de investigación utilizado fue por medio de artículos científicos, libros de autores reconocidos, bibliotecas universitarias, etc. Con esto nos pudimos dar cuenta de que existe un sinfín de información sobre empresas relacionados con el tema de indicadores. Estos artículos guían su investigación hacia distintas maneras de desarrollar indicadores que les permitan mejorar su carga laboral. Desde las grandes empresas hasta la más pequeña suelen usar todo tipo de herramientas de gestión que les permitan avanzar y mantener su trabajo de una manera eficaz.

Uno de los artículos más interesantes analizados durante la investigación, lleva por título: “Indicadores de desempeño para empresas del sector logístico: Un enfoque desde el transporte de carga terrestre”, en el proponen un nuevo marco metodológico para el desarrollo de indicadores que permitan medir el desempeño de las actividades clave para cuatro áreas decisionales identificadas en las empresas de transporte de carga terrestre, siendo estas: gerencia, soporte administrativo, operaciones logísticas y tecnología de procesos (Arango, Ruíz, Ortíz, & Zapata, 2017).

Otro ejemplo relevante, es el artículo de los autores Abdul Zuluaga Mazo, Rodrigo A. Gómez Montoya y Sergio A. Fernández Henao (2014) quienes basan su marco metodológico solamente en informar al lector sobre toda la teoría del tema de los indicadores por medio del modelo SCOR y su relación con la cadena de suministro. Después de una larga investigación ellos definieron los indicadores en ocho procesos logísticos que cubren la cadena de suministro, los cuales incluyen: aprovisionamiento/ compras, inventarios, gestión de almacenes, producción,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

transporte y distribución, gestión de pedidos, servicio al cliente y procesos de apoyo.

Resultados

Del análisis realizado sobre los indicadores de gestión logística se pueden se identificaron las siguientes categorías: compras y aprovisionamiento, planificación y gestión de inventarios, centros de distribución y bodegas, gestión de transporte, distribución y servicio al cliente, indicadores financieros, planificación y control de la producción. La revisión de literatura con las diferentes investigaciones detectadas permitió identificar que aplicar un indicador logístico es útil para medir la funcionalidad de la empresa, mejora desproporcionalmente el rendimiento de esta, destacando que a la hora de tener algún problema por medio del indicador es fácil detectarlo y para solucionarlo no se emplea tanto tiempo ya que toda la información arrojada por el indicador reduce los tiempos de espera.

Conclusiones

Se puede concluir que no existen una serie de indicadores que todas las empresas usen ya que cada una de ellas tiene necesidades diferentes y se tienen que ajustar a cubrir dicha necesidad. Si bien hay indicadores principales que todas las empresas tienen en común como lo son los indicadores financieros, logísticos, de gestión, etc. No los aplican de la misma manera ya que cada empresa se dedica a actividades diferentes, tienen diferentes tiempos, diferente manera de trabajar, etc. Es importante destacar que una empresa que desarrolla sus indicadores debe siempre mantener relación entre los diferentes niveles de la empresa, aunque este indicador sea destinado a una sola área debe tener en cuenta que cada nivel funciona gracias a otro y así sucesivamente.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Referencias

Arango, D., Ruíz, S., Ortíz, L., & Zapata, J. (2017). Indicadores de Desempeño para Empresas del Sector Logístico: Un enfoque desde el transporte de carga Terrestre. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, Vol. 25. No. 4. pp 707-720. Recuperado de https://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052017000400707

Avella Romero, M. C. (2019). *Importancia de los KPI en la Logística y su impacto en el servicio al cliente.* Cali: Universidad Santiago de Cali. Recuperado de https://repository.usc.edu.co/bitstream/20.500.12421/1016/1/IMPORTANCIA%20DE%20LOS%20KPIS.pdf

Bas Cerdá, M. D. (2014). *Estrategias metodológicas para la construcción de indicadores compuestos en la gestión universitaria.* Valéncia: Universitat Politècnica de València. Recuperado de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/35330/Estrategias%20metodolgicas%20para%20la%20construccin%20de%20indicadores%20compuestos%20en%20la%20gestin%20universitaria%205706_5707.pdf?sequence=16

Chávez, B., Narrajo, B., & Rivas, D. (2009). *Análisis, Diseño e Implementación de un Centro de Distribución", Objetivo: tener la visión completa de las áreas que conforman un CDD y las variables que deben administrarse para su operación.* Antiguo Cuscatlán: Universidad Dr. José Matías Delgado. Recuperado de https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/04/IAI/ADCA0000922.pdf

Canchumanya, D., & Quilca, S. (2015). *Control Estratégico en los Inventarios de Existencias para la Optimización de la Gestión Logística en la Empresa Novocentro Universal SAC.* Huancayo, Perú: Universidad Nacional Del

Centro Del Perú. Recuperado de http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/3284

Logistec. (15 de 12 de 2019). KPI's en la Logística. Herramientas Claves para alcanzar Cadenas de Suministros Eficientes. *Media Partner Logistec*. Recuperado de https://www.revistalogistec.com/scm/estrategia-logistica-2/2504-kpi-s-en-la-logistica-herramientas-claves-para-alcanzar-cadenas-de-suministros-eficientes

Conecta Software. (2019). *Conecta tu negocio: La transformación digital de los canales de venta: Guía ecommerce para vender por internet.* México: Conecta Software Soluciones.

Cos Paus, J., & De Navascués y Gasca, R. (2000). *Manual de Logística Integral.* Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Dirección académica. (2014). *Planeación y Control de la producción.* San Luis Potosí, México: Instituto del Potosí. Recuperado de https://www.academia.edu/28992935/PLANEACION_Y_CONTROL_DE_PRODUCCION

Ferrero Bécares, P. (2015). *La Gestión de Inventarios: aplicación práctica en una empresa del sector farmacéutico. Caso de Laboratorios Jiménez, S. L.* León: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad de León. Recuperado de https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/4559/45688755Z_GADE_Julio15%20PDF.pdf?sequence=1

Garcete Rodríguez, A. D., Benítez, R., Pinto Roa, D., & Vázquez, A. (2017). Técnica de pronóstico de la demanda basada en Business Intelligence y Machine Leaming. *Simposio Argentino Sobre la Tecnología y Sociedad* (pág. 193-202). Córdoba: Sociedad Argentina de Informática e Investigación Operativa. Recuperado de http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/64728

García Andrade, N. (2017). *Análisis financiero a los balances contables de Andrés Felipe Minga García de la Provincia del Azuay, Cantón Cuenca del periodo 2014-2015.* Loja, Ecuador : Universidad Nacional de Loja. Recuperado de http://dspace.unl.edu.ec:9001/jspui/bitstream/123456789/18497/1/NANCY%20CECILIA%20GARC%C3%8DA%20ANDRADE.pdf

García Mantilla, A. M., & Parra Rincón, D. A. (2016). *Validación de un Modelo de Co-Creación para Mipymes del Sector Lácteo en la Ciudad de Bogotá.* Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Recuperado de http://hdl.handle.net/11349/3815

García Valverde, O. (1997). *Guía del usuario sobre indicadores.* Costa Rica: Oda Ocampo. Recuperado de https://issuu.com/cecicastillod/docs/00519

Gobierno del Estado de Chihuahua. (2016). *Universidad Autónoma de Chihuahua*. Recuperado de http://transparencia.uach.mx/planeacion/plan_estatal_desarrollo_2010

Hernández Alcántara, E. M. (2013). *Indicadores Financieros.* Sahagún: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Recuperado de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/Sahagun/Contaduria/Finanzas/indicadores.pdf

Iglesias, A. (31 de Octubre de 2014). *Conexión ESAN*. Indicadores de desempeño logístico (KPI) Recuperado de https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/10/31/indicadores-desempeno-logistico-kpi/

Kirby, C., & Brosa, N. (2011). *La logística como factor de competitividad en las Pymes de las Américas.* Santo Domingo, Rep. Dominicana: V Foro de Competitividad de las Américas para el Banco Interamericano de Desarrollo y el Compete Caribbean. Recuperado de https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-

log%C3%ADstica-como-factor-de-competitividad-de-las-Pymes-en-las-Am%C3%A9ricas.pdf

Martínez Sánchez, A., & Pérez Pérez, M. (2004). Servicio al Cliente en la Cadena de Suministro: Efecto de la Adopción del EDI. *Revista de Economía y Empresa*, Vol. XXI. No. 51. pp 78-80.

Mora García, L. A. (2008). *Indicadores de la Gestión Logística.* Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones. Recuperado de https://www.ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Indicadores-de-la-gestion-logistica.pdf

Mora García, L. A. (2016). *Gestión Logística Integral: las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento.* Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones. Recuperado de https://www.ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2016/12/Gestion-logistica-integral-2da-Edici%C3%B3n.pdf

Presencia, J. (2004). *Calidad Total y Logística:cómoalcanzar procesos logísticos eficientes mediante la gestión de la calidad total.* Barcelona, España: Marge Books.

ProMéxico. (2014). *ProMéxico*. Recuperado de http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.htm

Romero Cruz, C., Méndez Hernández, J. L., & Mendieta Reyes, J. F. (2019). Metodología para la mejora del proceso de gestión logística en la Mipyme, para generar competitividad y productividad. *Innovación empresarial en Logística y Cadenas de Suministros*, 101-113. Recuperado de http://redibai-myd.org/portal/wp-content/uploads/2020/01/8617-42-5.pdf#page=107

Sarache, W. A., Granados Ortíz, M. L., & Cardona Jaramillo, A. (2007). *La Logística del Transporte: un elemento estratégico en el desarrollo agroindustrial.* Colombia: Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de http://www.bdigital.unal.edu.co/51418/7/9789584427540.pdf

Zuluaga Mazo, A., Fernández Henao, S. A., & Gómez Montoya, R. A. (2014). Indicadores logísticos en la cadena de suministro como apoyo al modelo SCOR. *Revista Clío América*, Vol. 8. No. 15. pp 90-110. Recuperado de http://oaji.net/articles/2016/3167-1472232109.pdf

Factores que omiten los alumnos en el desarrollo de su plan de negocio

Dr. Alberto Jorge Barona Omaña[5], Dra. Blanca Tapia Sánchez[6].

Resumen

En los últimos años ha crecido el interés por el estudio del emprendimiento, debido a la importancia que tiene la creación de empresas para el desarrollo social, económico y tecnológico de un país. La presente investigación analiza la literatura científica que incluye criterios y definiciones del emprendimiento y los elementos que debe contemplar un proyecto emprendedor desde la perspectiva administrativa. El objetivo de la investigación es identificar los factores que los alumnos omiten en el desarrollo del plan de negocio, se realizó un muestreo no probabilístico por bola de nieve, en el que el universo son los estudiantes pertenecientes a la Licenciatura en Administración de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

Mediante un enfoque cualitativo, en el que se utilizó la entrevista de profundidad, los principales hallazgos muestran que los estudiantes omiten aspectos: de mercado, financieros, entre otros.

Palabras clave: administración, creación de empresas, emprendimiento.

[5] Doctor en Ciencias de la Administración, Maestro en Administración, Licenciado en Administración y en Derecho por parte de la UNAM, Profesor de Tiempo Completo de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, experiencia laboral en consultoría, cursos y docencia en temas enfocados al emprendimiento por más de una década, teléfono celular: 044-55-3105-3313. Adscripción: Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

[6] Doctora en Administración con Licenciatura en Contaduría por parte del ITESM. Profesora de Tiempo Completo de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, experiencia laboral en consultoría, cursos y docencia en temas enfocados al emprendimiento por más de tres décadas, teléfono celular: 044-55-5508-9629. Adscripción: Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.

Introducción

Este trabajo tiene por propósito identificar los factores más comunes que omiten los alumnos de la Licenciatura en Administración de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM, en proyectos para la creación de nuevas organizaciones, desde la perspectiva de los elementos que debe desarrollar un plan de negocios, la investigación tendrá un enfoque cualitativo utilizando como herramienta la entrevista de profundidad.

Las siguientes líneas introducirán, en primer lugar, algunas cuestiones relativas a los factores de éxito, de fracaso y neutros en los emprendimientos, posteriormente se desarrolla el proceso metodológico para continuar con la exploración de los datos, el análisis de resultados y conclusiones del proyecto de investigación.

Definición del emprendedor y el emprendimiento

De acuerdo con Delmar y Shane (2004) "*Entrepreneur*" proviene del verbo en francés "*entreprendre*" que significa emprender. Los términos empresario y emprendedor tienen un contexto diferente ya que pueden ser excluyentes, no es igual ser el propietario de un negocio que fungir como emprendedor, debido a que el último busca la innovación y la creatividad tanto en sus corporaciones que colabora (*intrapreneur*) como en su propio negocio (*entrepreneur*).

En este orden de ideas se puede utilizar la palabra "emprendedor" o "e*ntrepreneur*" para designar al empresario y su derivado "emprendimiento" o "e*ntrepreneur*ship"

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

para la serie de habilidades, competencias y comportamientos que se requieren para una función empresarial incipiente referida a los emprendedores y a la creación de empresas. El emprendimiento será visto como la generación y evaluación de oportunidades, el cómo explotarlas y venderlas por uno mismo, la necesidad de financiamiento, desarrollo de la estrategia y el orden del proyecto empresarial que se ha gestado (Delmar y Shane, 2004).

Desde la perspectiva de los emprendimientos estudiantiles, esta investigación supone una contribución inicial al buscar los factores que omiten los alumnos al realizar sus proyectos emprendedores, ya que sobre el tema no existe mucha literatura como de los emprendimientos en general.

Factores de éxito en el emprendimiento

Existe un carácter distintivo entre los factores internos con los que debe de contar un emprendimiento como son: actividades de marketing, administración, características individuales y recursos humanos. Mientras que en los factores externos mencionan: cuestiones financieras, condiciones económicas, competencia, regulación, tecnología y mercado laboral (Rogoff, Lee, y Suh 2004).

El desarrollo de la actividad de emprendimiento necesita contar con elementos básicos que deben de tener todas las empresas de nueva creación: 1. Adecuada gestión financiera; 2) Considerar factores del entorno; 3) Aplicación de administración formal; 4) Gestión del personal; 5) Mercadotecnia y 6) Elementos técnicos de un negocio (Almada et al, 2014).

En cuanto a los elementos que deben de tener los proyectos emprendedores, se han agrupado en nueve dimensiones: 1) Antecedentes relevantes para el negocio elegido, 2) Identificación de oportunidades, 3) Dedicación al negocio, 4) Movilización de recursos y apoyo de otros, 5) Desarrollo de negocios estratégicos y crecimiento,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

6) Habilidades de gestión financiera, 7) Gestión de personal, 8) Marketing y gestión de relaciones con el cliente, y 9) Negociación y toma de riesgos (Brown y Hanlon, 2005). Aunado a factores como redes de relaciones y carrera emprendedora (Noguera, Álvarez, Merigó, y Urbano, 2015).

Al identificar los factores internos y externos que debe de tener el proyecto emprendedor se pueden identificar los conceptos y técnicas que requieren saber los estudiantes para su aplicación en el plan de negocios.

Factores de fracaso en el emprendimiento

Gran parte de la literatura sobre el tema en cuestión ha puesto en manifiesto que existen factores internos que afectan continuar con el emprendimiento, como son: falta de habilidades gerenciales, pobre estrategia empresarial, capital insuficiente y limitada visión empresarial; y externos como son: pobres condiciones del mercado externo y cooperación de capitalistas de riesgo (Zacharakis, Meyer, y de Castro, 1999).

A estos elementos deben añadirse otros factores relacionados con: cuestiones financieras, ambiente económico, competencia, regulación, tecnología y mercado laboral (Rogoff, Lee, y Suh 2004). Por su parte Timmons, Spinelli y Tan (2004) sugieren otros elementos como: poca planificación, fallas a nivel estratégico, mal manejo de relaciones claves para el negocio, una diversificación hacia áreas no relacionadas, falta de reportes o sobre optimismo como causantes de los fracasos de los emprendedores.

Estudios previos realizados a emprendimientos que han fracasado, demuestran la importancia de factores referentes a la gestión administrativa y a la adecuada administración de las áreas funcionales (Zacharakis, Meyer, y de Castro, 1999), por

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

lo que hay que constatar la diferencias que generan que algunos emprendimientos fracasen y los factores que identifican tanto emprendedores como los asesores en sus proyectos como áreas de oportunidad.

Factores no relevantes y sin consenso en el emprendimiento

La identificación de los factores no relevantes para el desarrollo del emprendimiento busca comprender los factores que no inciden en el éxito del proyecto emprendedor, como puede ser: suerte, concesiones del sindicato, la aptitud personal, participación de los empleados en la toma de decisiones (Ibrahim y Goodwin, 1986). Aunado a factores como: contexto familiar, diferencial en los niveles de ingreso y educación (Noguera et al, 2015).

En cuanto a factores que no tienen un consenso sobre su impacto en el emprendimiento, se encuentra el tamaño, referido a número de activos con el que inicia la empresa (Arias, Jung y Peña, 2007). Lo anterior se ilustra con las siguientes posturas: Parra, (2011) apoyado en un modelo Probit dedujo que si la empresa comienza como pequeña o mediana minimiza su posibilidad de cierre en el primer lustro. En contraposición otro estudio realizado a empresas de Cali concluyó que se tienen más dificultades para consolidar la empresa si su tamaño inicial es pequeño (Martínez, 2006). Por otro lado, apoyado por un estudio realizado en Turquía se determinó que una empresa grande es más probable que sobreviva inicialmente, el impacto del tamaño se reduce con el tiempo (Taymaz y Köksal, 2006).

Problema

El emprendimiento ha sido un fenómeno creciente en México como alternativa a la falta de empleos bien remunerados que permitan a las personas alcanzar condiciones para salir de la pobreza y pobreza extrema, acorde con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) el 63% de esos emprendimientos

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

cerrarán antes de los primeros 5 años en la ciudad de México y un 65% a nivel nacional (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2016).

Por consiguiente, la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM en su plan de estudios 2012 (actualizado al 2016) para la Licenciatura en Administración contempla la materia de Creación de Organizaciones I como asignatura obligatoria, en la que deben de desarrollar proyectos de emprendimiento, al ser una materia integradora busca la aplicación de conceptos y técnicas fundamentales por lo que el estudio contempla identificar los factores del plan de negocio emprendedor que no consideran los alumnos.

Derivado de lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación:
¿Qué conceptos y técnicas del plan de negocio emprendedor omiten los alumnos de la Licenciatura en Administración en sus proyectos para la creación de nuevas organizaciones?

Método

El estudio parte de considerar el plan de negocio con una estructura basada en factores de: *dirección* -planeación estratégica-; *mercadotecnia* -desarrollo de productos, creatividad, segmentación, generación de valor, promoción y publicidad, investigación de mercado y fijación de precios-; *técnico* -producción, logística y distribución; *contabilidad y finanzas* -rentabilidad, presupuestos, costos, fuentes de financiamiento-, *producción* -logística y distribución-; *recursos humanos* -comunicación, liderazgo, trabajo en equipo, compromiso-, *tecnologías de la información* -sistemas que se pueden implementar-; *legal* -constitución de sociedades, contratos, obligaciones fiscales, mercantiles y laborales- acorde a la revisión de la literatura son los factores de éxito de índole administrativa por lo que se consideran necesarios en los proyectos de emprendimiento de los alumnos.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

El objetivo general de la investigación es identificar los conceptos y técnicas fundamentales que los alumnos omiten en el desarrollo de su plan de negocio.
Los objetivos específicos son:

- Identificar los principales factores de éxito que deben de tener los proyectos emprendedores.
- Detectar los principales elementos de fracaso que afectan el desarrollo de los proyectos emprendedores.
-

El estudio es descriptivo de tipo cualitativo, se aplicó una entrevista de profundidad a alumnos basada en un cuestionario realizado por la Red de Estudios Latinoamericanos de Administración y Negocios denominado “factores que determinan el cierre de la micro y pequeña empresa” cuyo objetivo es evaluar las variables que impactan en el éxito de su proyecto por lo que identificarlos servirá para tener negocios con una mayor esperanza de vida en el mercado.

Acorde a los datos proporcionados por la Dirección General de Administración Escolar la Facultad de Contaduría y Administración contó con 17 grupos de la asignatura Creación de Organizaciones I en sistema escolarizado con un número aproximado de 1,105 estudiantes (Dirección General de Administración Escolar, 2020).

La muestra consistió en 10 estudiantes de la Licenciatura en Administración, que habían cursado la asignatura de Creación de Organizaciones I correspondiente al séptimo semestre de la carrera, con carácter de obligatoria, el rango de edad de los estudiantes es entre 21 a 24 años, a los que se les aplicó una entrevista de profundidad la cual se eligió como técnica de investigación con la finalidad de

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

indagar sobre: sentimientos, creencias, motivaciones y actitudes sobre el tema.

El muestreo fue no probabilístico por bola de nieve, en la que los participantes iniciales hicieron recomendaciones de sujetos que estaban interesados en participar y pudieran suministrar información interesante para el desarrollo del proyecto, con la finalidad de encontrar diversos tipos de perfiles de estudiantes que puedan brindar una amplia gama de puntos de vista.

El proceso se desarrolló mediante una entrevista de profundidad en los que se evalúan aspectos del plan de emprendedor de los estudiantes, conociendo la perspectiva de alumnos sobre el tema, a la par se evalúan los proyectos de los estudiantes para identificar omisiones comunes que pueden no mencionarse durante las entrevistas.

Como resultado de las entrevistas, se abordó de qué manera, bajo que acciones concretas, qué medidas se van a tomar, los instrumentos y herramientas a adoptar, quién, dónde y cuándo se encargará de materializar estas medidas para revertir aquellos aspectos que han impedido o limitado el desarrollo de los proyectos emprendedores de los alumnos.

Resultados

Una vez obtenidos los datos se procesaron en el software de análisis cualitativo *MAXQDA* en la que se establecieron categorías acordes a las respuestas de los estudiantes para detectar los principales elementos que omiten en la realización del proyecto emprendedor.

Se consideraron la cantidad de menciones de determinados factores en las entrevistas, se codificaron los términos que tenían una frecuencia de repetición de

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

al menos 8 de los 10 participantes para analizar las perspectivas que han tenido de su experiencia en proyectos emprendedores.

Derivado de la tabulación se obtuvieron los códigos -palabras o términos- más comunes que mencionan los participantes como conceptos y técnicas que omiten en el desarrollo de sus proyectos o adolecen de manera personal para llevar a cabo un proyecto emprendedor. Al identificar los factores se pueden desarrollar herramientas que permitan a los estudiantes tener más éxito en la consecución de sus proyectos.

Tabla 1. Factores que omiten los alumnos en el desarrollo de su plan de negocio

	Conceptos o técnicas omitidos o desarrollados de manera incompleta identificados
Aspectos del negocio	**Dirección** - Planeación estratégica **Contabilidad y finanzas**. -Rentabilidad, presupuestos, costos, fuentes de financiamiento. **Producción.** - Logística y distribución **Mercadotecnia. -** Desarrollo de productos, creatividad, segmentación, generación de valor, promoción y publicidad, investigación de mercado y fijación de precios. **Recursos Humanos. -** Comunicación, liderazgo, trabajo en equipo, compromiso. **Tecnologías de la información** **Legal. -** Constitución de sociedades, contratos, obligaciones fiscales, mercantiles y laborales.

Fuente: Elaboración propia basado en el estudio cualitativo.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Conclusiones

Al ser un estudio cualitativo la muestra se determinó para identificar y seleccionar contextos relevantes al problema de investigación, mediante un muestreo no probabilístico por bola de nieve se pudo tener accesibilidad a diversos sujetos y tener un grado de heterogeneidad de los individuos que componen la muestra.

Coincidentemente con Zacharakis, Meyer, y de Castro (1999). se encuentra que los principales elementos que debe tener un proyecto emprendedor es una gestión administrativa y adecuada administración de áreas funcionales, presentándose problemas por parte de los alumnos principalmente en aspectos de mercadotecnia y finanzas que limitan la adecuada gestión del proyecto.

En concordancia con Rogoff, Lee, y Suh (2004) se encontró que existe un carácter distintivo entre los factores internos con los que debe de contar un emprendimiento como son: actividades de marketing, administración, características individuales y recursos humanos, entre los elementos que limitan los proyectos emprendedores de los alumnos son cuestiones de conocimientos y habilidades sobre los rubros mencionados.

El estudio de Brown y Hanlon (2005) señala las nueve dimensiones que debe tener un negocio 1) Antecedentes relevantes para el negocio elegido, 2) Identificación de oportunidades, 3) Dedicación al negocio, 4) Movilización de recursos y apoyo de otros, 5) Desarrollo de negocios estratégicos y crecimiento, 6) Habilidades de gestión financiera, 7) Gestión de personal, 8) Marketing y gestión de relaciones con el cliente, y 9) Negociación y toma de riesgos. De forma similar Almada et al (2014) considera como elementos básicos para el desarrollo de empresas de nueva creación: 1. Adecuada gestión financiera; 2) Considerar factores del entorno; 3) Aplicación de administración formal; 4) Gestión del personal; 5) Mercadotecnia y 6)

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Elementos técnicos de un negocio. Por su parte Noguera et al. (2015) concluyen que son importantes elementos como redes de relaciones y carrera emprendedora. En esta investigación se concluyó que los estudiantes no cuentan con las relaciones suficientes, ni cuentan con las habilidades de gestión financiera aunado a que omiten o no desarrollan de manera adecuada la mayor parte del plan de negocio.

Entre los factores que inciden en el fracaso en los proyectos emprendedores, se coincide con Zacharakis, Meyer, y de Castro (1999) en elementos como: falta de habilidades gerenciales, pobre estrategia empresarial, falta de capitalización y carencia de visión y externos como son: pobres condiciones del mercado externo y cooperación de capitalistas de riesgo y con Timmons, Spinelli, Tan (2004) en la poca planificación, fallas a nivel estratégico, mal manejo de relaciones claves para el negocio, una diversificación hacia áreas no relacionadas, falta de reportes o sobre optimismo, debido a que los estudiantes manifiestan que no cuentan con las habilidades, relaciones y conocimientos necesarios para la puesta en marcha del negocio.

Los aspectos que difieren son los señalados por Noguera et al. (2015) que señalan: contexto familiar, diferencial en los niveles de ingreso y educación como factores no relevantes, en el caso de los estudiantes lo consideran relevante debido a que el apoyo de sus padres mediante la experiencia para realización de emprendimientos y el sustento económico incide en que puedan continuar con sus proyectos.

Entre las conclusiones del estudio se encuentran los principales aspectos que limitan el proyecto emprendedor destacan aspectos del negocio como: planeación estratégica -generación de objetivos estratégicos, específicos, indicadores por cada una de las áreas funcionales, proyectos de mejora- puede ir asociada a una falta de dirección del proyecto al no tener elementos para su medición y revisión si el

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

proyecto marcha de manera adecuada. Aunado a aspectos contables y financieros ya que contemplan únicamente -rentabilidad, presupuestos, costos y fuentes de financiamiento, no siendo considerados aspectos de incremento de ingresos y utilidades, de disminución de gastos e indicadores específicos que deberían de tener para cada una de sus líneas de producto o servicio que comercializan.

Los aspectos de mercadotecnia -desarrollo de productos, creatividad, segmentación, generación de valor, promoción y publicidad, investigación de mercado y fijación de precios- faltaría complementarlos con aspectos referentes al incremento cartera de clientes por ejemplo: clientes gubernamentales, empresariales, alianzas estratégicas, incrementar la oferta de productos o servicios acorde a las necesidades del mercado, puede ir asociado a aspectos de producción -logística y distribución- que son piezas claves ya que al tener una estrategia de mercadotecnia se conocerá ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Dónde? se debe de producir.

Por último, aspectos referentes al personal - comunicación, liderazgo, trabajo en equipo, compromiso -faltaría agregar elementos como capacitación, experiencia en el sector, habilidades del personal-, los aspectos menos mencionados fueron tecnologías de la información y legal -constitución de sociedades, contratos, obligaciones fiscales, mercantiles y laborales-.

Otros aspectos del macroambiente pueden ser necesarios para asegurar un adecuado desarrollo del emprendimiento como son: políticas gubernamentales a favor del emprendimiento en los que se incluyen -facilidades administrativas, corrupción, posibilidad de insertar nuevos negocios en la localidad-, acceso a financiamientos públicos de instituciones gubernamentales que se encarguen de ofrecer créditos con condiciones más favorables que los de las instituciones

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

bancarias, con la finalidad de poder llevar a cabo el proyecto, aunado a la simplificación administrativa referida a la reducción de trámites y de regulaciones que permitan la apertura de nuevas empresas.

En los factores microambientales que pueden incidir es la facilidad de acceder a contactos en la localidad, la cercanía con proveedores de materias primas y estratégicos para la actividad de la organización, conocimiento de la localidad respecto a sus gustos, preferencias, cultura e ideas sobre el producto o servicio.

Los factores micro y microambientales no pueden ser controlados directamente por el emprendedor, lo que se puede realizar es un análisis previo de las condiciones de la localidad en la que se quiere constituir con la finalidad de minimizar en medida de lo posible el riesgo que puede representar la ubicación seleccionada.

Limitaciones

Respecto a las limitaciones del trabajo de investigación se pueden señalar las siguientes:

1) El estudio está limitado a estudiantes universitarios de la Ciudad de México por lo que contempla las condiciones de infraestructura, microambientales y macroambientales con los que cuenta la localidad.
2) No existe distinción entre los emprendimientos por tipo -tradicionales, media y alta tecnología- por modalidad de hacer negocios -en línea, mixto o presencial- o del sector de la economía – primario, secundario o terciario-, por la finalidad que busca -lucrativa, estatal o social- por lo que es un primer acercamiento general al fenómeno de estudio.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

3) El estudio se basa en la mejor información disponible al momento de su realización, por lo que estudios posteriores pueden enriquecer las variables o los hallazgos encontrados.

Referencias

Almada, A., Eaton, A., Flores, B., Mondragón, C., Ortiz, C., Jacob, E., Lartigue, N. (2014). *Fracaso*. México: ITESM.

Arias, A., Jung, A. & Peña, I. (2007). *Factores asociados al cese de actividades de nuevas firmas españolas*. Cuaderno de Economía, Uruguay, Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Católica del Uruguay II (2), 7-21.

Brown, T. C., & Hanlon, D. (2005, August). *Validation of Effective Entrepreneurship Behaviors*. In Academy of Management Proceedings (Vol. 2005, No. 1, pp. B1-B6). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management, https://doi.org/10.5465/ambpp.2005.18778632.

Delmar, Frédéric & Shane, Scott. (2004). *Legitimating First: Organizing Activities and the Survival of New Ventures*. Journal of Business Venturing., 19(3), 385-410. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00037-5.

Dirección General de Administración Escolar. (25 de julio de 2020). *Anuario estadístico de la Facultad de Contaduría y Administración*, Recuperado de https://www.dgae.unam.mx/.

Ibrahim, A. B., & Goodwin, J. R. (1986). *Perceived causes of success in small business*. American Journal of Small Business, 11(2), 41-50.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2016). *Esperanza de vida de los negocios a nivel nacional y por entidad federativa*. México: INEGI.

Martínez, Andrés Felipe. (2006) Determinantes de la supervivencia de empresas industriales en el área metropolitana de Cali 1994-2003. Sociedad y Economía, no. 11, p. 112.

Noguera, M., Alvarez, C., Merigó, J. M., & Urbano, D. (2015). *Determinants of female entrepreneurship in Spain: an institutional approach*. Computational and Mathematical Organization Theory, 21(4), 341-355. https://doi.org/10.1007/s10588-015-9186-9.

Parra, J. F. (2011). *Determinantes de la probabilidad de cierre de nuevas empresas en Bogotá*. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, XIX (1), 27-53.

Rogoff, E. G., Lee, M. S., & Suh, D. C. (2004). *"Who done it?" Attributions by entrepreneurs and experts of the factors that cause and impede small business success*. Journal of Small Business Management, 42(4), 364-376.

Taymaz, E., & Köksal, M. Y. (2006). *El espíritu emprendedor, el tamaño de lanzamiento y la supervivencia de los pequeños empresarios*. Ekonomiaz: Revista vasca de economía, (62), 70-99.

Timmons, J. A., Spinelli, S., & Tan, Y. (2004). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century* (Vol. 6). New York: McGraw-Hill/Irwin.

Zacharakis, A. L., Meyer, G. D., & De Castro, J. (1999). *Differing perceptions of new venture failure: a matched exploratory study of venture capitalists and entrepreneurs*. Journal of Small Business Management, 37(3), 1.

Cultura Organizacional en las Pymes en Hoteles y Restaurantes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Dra. María del Carmen Cristiani Urbina[7]; Dr. Julio César Pérez Zambrano [8]; Dr. Gustavo Selvas Hernández [9]; Dr. Julio César Chacón Zebadúa[10].

Resumen

La cultura organizacional es un factor para las organizaciones en general y Pymes en lo particular, por su importante participación en el mercado. El éxito de una empresa depende en gran parte de la cultura de organización, ya es la personalidad, que la define y que la hace diferente a otras empresas, por eso, es tan decisiva para conseguir resultados de la empresa, porque según la personalidad de una organización los clientes pueden sentirse identificados y elegirla finalmente, en sus procesos de decisión de compra.

[7] Facultad de Contaduría y Administración Campus I. Universidad Autónoma de Chiapas Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Teléfono 9612764752 Email: cristianicou@hotmail.com
[8] Facultad de Contaduría y Administración Campus I. Universidad Autónoma de Chiapas Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Teléfono 9616030901 Email: jcpz1985@hotmail.com.
[9]Facultad de Contaduría y Administración Campus I. Universidad Autónoma de Chiapas Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Cel. 961 10 32352 *E-mail: gselvas@unach.mx*.
[10] Facultad de Contaduría y Administración Campus I. Universidad Autónoma de Chiapas Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Cel. 9616524356. Email: julio_chacon@live.com.mx

Es indispensable que los emprendedores de las pymes conozcan la **importancia de esta cultura,** ya que no solo es utilizado en las grandes empresas, también es un fundamental en los resultados de las **pequeñas empresas y negocio**s.

Esta investigación fue realizada en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas con pequeñas y medianas empresas en el giro de actividad de hoteles y restaurantes, se realizó con enfoque cuantitativo, plantea como objetivo identificar la cultura organizacional que comparten con sus trabajadores, y conocer si ha influenciado en el crecimiento empresarial. Se incluye la problemática, objetivos, referente teórico, método, una síntesis de los resultados, conclusiones y referencias.

Palabras clave: cultura organizacional, Pymes, hoteles, restaurantes.

Introducción

La cultura organizacional comporta lineamientos perdurables que condicionan la conducta individual para trasmitir sentimientos de identidad a los miembros de la organización, facilitar el compromiso, reforzar la estabilidad y reconocer premisas para la toma de decisiones. El estudio de los valores o ideales sociales, y las creencias que los miembros de la organización llegan a compartir, se manifiestan en elementos simbólicos como mitos, rituales, historias, leyendas y un lenguaje especializado.

Por lo general, estos elementos son esenciales en cualquier propuesta de transformación de la organización, pues al lado de los factores técnicos - productivos, es el hombre quien decide la direccionalidad del proceso. Ello reafirma la valoración que debemos tener de la cultura como una totalidad.

El desarrollo de las empresas tiene sus causas en una administración efectiva, que

es ejercida por los directivos con la colaboración del personal. Se considera que la cultura de una organización tiene impacto en el comportamiento organizacional.

La cultura organizacional es uno de los componentes de la acción gerencial que influye en las empresas, y, se le considera como una de las ventajas comparativas de las organizaciones y del mejoramiento continuo.

Hoy en día, las empresas tratan de incorporar un patrón de comportamiento general, a través de la transmisión de creencias y valores comunes a sus miembros, de alguna manera contemplados en su misión institucional. Lo que se busca, es que contribuya a elevar la cohesión interna y a profundizar el sentido de pertenencia. De allí ha resultado la gran relevancia del análisis de la cultura en la organización, la que puede facilitar o dificultar los cambios. Tanto los valores como las creencias, contenidas generalmente en la filosofía, orientan a los trabajadores y les da identidad, los integra o los fracciona como miembros de una estructura productiva.

Este trabajo tiene como finalidad identificar los factores de la cultura organizacional que facilitan la implantación de un sistema de gestión de la calidad en una empresa. Para ello se realizó una investigación de campo, con el propósito de identificar las variables de los atributos de la Cultura Organizacional en las Pymes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, en el giro de hoteles y restaurantes, ya que contribuyen al desarrollo de la economía del sector.

El análisis teórico de la cultura organizacional, encuentra entre sus principales especialistas a Ouichi, (1982) quien señala que la cultura organizacional es una serie de símbolos, ceremonias y mitos que comunican al personal de la empresa los valores y creencias más arraigadas dentro de la organización.

Según Granell, (1997), la cultura organizacional es el conjunto de creencias, valores, supuestos y conductas compartidos y trasmitidos en una organización, que son adquiridos a lo largo del tiempo y que han sido exitosos para el logro de sus objetivos.

Este término fue definido por otros investigadores del tema como la interacción de valores, actitudes y conductas compartidas por todos los miembros de una empresa u organización Alanis, (2015).

Así como las personas se identifican por su personalidad y valores culturales, las organizaciones se diferencian unas de otras por su cultura, mejor conocida como cultura organizacional, la cual es adoptada por sus trabajadores.

Las organizaciones viven gracias a las personas, pues ellas integran el factor humano teniendo características heterogéneas en cuanto a su personalidad y valores culturales, pero contando con las capacidades, habilidades y competencias para hacer funcionar las empresas, para las que se contratan.

Al ingresar a las organizaciones, los trabajadores se enfrentan a una cultura organizacional, que en ocasiones no coincide con la cultura individual o familiar acostumbrada.

Referentes Teóricos

Cruz (2001), define la cultura organizacional como una forma aprendida de hacer en la organización, que se comparte por sus miembros, consta de un sistema de valores y creencias básicas que se manifiesta en normas, actitudes, conductas, comportamientos, la manera de comunicarse, las relaciones interpersonales, el estilo de liderazgo, la historia compartida, el modo de dar cumplimiento a la misión

y la materialización de la visión, en su interacción con el entorno, en un tiempo dado.

Según Granell, (1997) la cultura organizacional es el conjunto de creencias, valores, supuestos y conductas compartidos y trasmitidos en una organización, que son adquiridos a lo largo del tiempo y que han sido exitosos para el logro de sus objetivos.

Para Romero, (1996) la cultura organizacional es un conjunto de creencias desarrolladas por una organización en su proceso de interacción interna y adaptación externa, compartida por sus miembros, manifestada y trasmitida a través de diferentes expresiones: valores, ritos, normas, expectativas, actitudes, ceremonias, códigos de conducta, símbolos identificatorios e incluso formas arquitectónicas.

El estudio de la cultura organizacional resulta determinante para ubicar el contenido de la percepción de los especialistas. La cultura organizacional permite a los integrantes de la organización, ciertas conductas e inhibe otras. Una cultura laboral abierta y humana alienta la participación y conducta madura de todos los miembros de la organización, si las personas se comprometen y son responsables, se debe a que la cultura laboral se lo permite Es una fortaleza que encamina a las organizaciones hacia la excelencia, hacia el éxito.

Hay un acuerdo general en que la cultura organizacional es un sistema de significados compartidos por los miembros de una organización que la distinguen de otras Robbins, (2004).

La cultura de la organización o la cultura organizativa pueden facilitar la implantación de la estrategia de directivos o empresarios, si existe una fuerte coherencia entre

ambas o, desafortunadamente puede impedir o retrasar la puesta en práctica de dicha estrategia Segredo, et al, (2017).

Cultura organizacional es la forma en que se hacen las cosas en cualquier organización. Son los usos y costumbres, el modus vivendi, el modus operandi Velázquez, (2012).

Guédez, (1996) menciona que abarca los comportamientos, sentimientos, relaciones, participación, entre otros. Y, por otro lado, en el subsistema filosófico que se refiere a la misión, visión y valores de la organización.

Tabla 1. Atributos de la cultura organizacional competitiva

Atributo	***Contenido***
Propósito	Misión: razón de ser y existir de una organización
Valores	Entes psíquicos, creencias compartidas
Comportamiento	Normas de conducta y principios
Competencias	Personal competente. Procesos hábiles
Estrategia	Posición competitiva

Fuente: Comportamiento en las organizaciones. Velázquez, (2012).

La cultura organizacional refleja la forma en que cada organización aprende a lidiar con su entorno. Es una compleja mezcla de supuestos, creencias, comportamientos, historias, mitos, que en su conjunto reflejan el modo particular de funcionar de una organización. Chiavenato, (2009).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Robbins, (2004) cita que las organizaciones tienen niveles verticales, departamentos, relaciones de autoridad, subordinación, comunicación, etc. Pero las organizaciones tienen más que eso, también tienen una personalidad como los individuos. Los teóricos de las organizaciones saben y reconocen la importante función que cumple la cultura en la vida de los integrantes de una organización.

Chiavenato, (2011) señala que la cultura organizacional representa las normas informales, no escritas, que orientan el comportamiento cotidiano de los miembros de una organización y dirigen sus acciones en la realización de los objetivos organizacionales.

La cultura de una organización se compone de las creencias y valores que comparten sus miembros, sus costumbres y normas de comportamiento en el ámbito laboral. También define el ambiente de trabajo como agradable o estresante, las relaciones de amistad o de conflicto, sentido de pertenencia a la organización Werther, Davis y Guzmán, (2014).
La cultura organizacional positiva no ignora los problemas, sino que muestra a sus empleados cómo deben capitalizar sus fortalezas. Varios empleados no conocen sus fortalezas, o cuando se les pregunta sobre ellas responden en términos subjetivos Chiavenato, (2004).

La organización debe iniciar la implementación de estrategias, por lo que se basará en los valores y emprenderá la acción que va a permitir alcanzar los objetivos. Las estrategias abarcan varios factores como el desarrollo del diseño de la organización hasta el reclutamiento y capacitación de empleados que comparten los mismos valores Robbins, (2009).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Funciones de la cultura de organización.

Robbins, (1991) declara que la cultura cumple varias funciones en el seno de una organización. En primer lugar, cumple la función de *definir* los *límites*, o sea, distingue entre una empresa de otras. Segundo, *trasmite* un *sentido de identidad a* sus miembros. Tercero, *facilita* la creación de un *compromiso* personal con algo más amplio que los intereses egoístas del individuo. Cuarto, *incrementa la estabilidad* del sistema social. La cultura es el vínculo social que ayuda a mantener unida a la organización al proporcionar normas adecuadas de los que deben hacer y decir los empleados.

Por su parte, Newstrom y Davis, (1994) señalan como funciones principales de la cultura de cualquier organización: da una identidad organizacional a los empleados; define la visión de lo que la organización representa; es una fuente importante de estabilidad y continuidad de la organización; provee un sentido de seguridad a sus miembros, su conocimiento, ayuda a los nuevos empleados a interpretar lo que lleva implícito; provee de un contexto importante para la comprensión de eventos que de otra manera crearían confusión; estimula el entusiasmo de los empleados para la realización de sus tareas; atrae la atención con un sistemas de valores y creencias compartidas e identifican los modelos de comportamientos a emular.

Chiavenato (1989), Delgado (1990), Freitas (1991), Garmendia(1993), Valle (1995), Granell (1997), García y Dolan (1997), Serna (1997), Guedez (1998), Cardoso(2000) y Teresa Cruz Cordero (2001), reconocen a la Cultura Organizacional como un medio de satisfacción de necesidades dentro de la organización, donde se refleja la cultura del macro sistema (sociedad); el resultado de una historia, de una visión compartida del mundo, con un sistema de conocimientos como resultado del aprendizaje personal y organizacional, que

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

incluye a su vez sistema de símbolos y significados en la institución, las relaciones de poder establecidas, entre otras.

Tabla 2. Características de la cultura organizacional

Característica	***Descripción***
Regularidad de los comportamientos observados	Interacciones entre los miembros con un lenguaje común, términos propios, rituales.
Normas	Pautas de comportamiento, políticas de trabajo, reglamentos y lineamientos para el trabajo
Valores dominantes	Principios que defiende la organización, que espera que sus miembros compartan, como calidad de los productos, bajo ausentismo, elevada eficiencia.
Filosofía	Las políticas que reflejan las creencias sobre el trato que deben recibir los empleados y los clientes.
Reglas	Guías estrictas para el comportamiento dentro de la organización.
Clima organizacional	La sensación que transmite el local, la forma en que interactúan las personas, el trato a los clientes y proveedores.

Fuente: Comportamiento organizacional. Chiavenato, (2009).

El clima organizacional está íntimamente relacionado con la motivación de los miembros de la organización. Cuando la motivación de los participantes es elevada, el clima organizacional tiende a ser elevado y a proporcionar relaciones de satisfacción, ánimo, interés y colaboración entre los participantes Chiavenato, (2011).

La organización debe realizar seminarios, talleres o programas sobre ética, y llevar a cabo sesiones de capacitación para reforzar sus estándares de conducta y aclarar

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

qué prácticas están permitidas y cuáles no, para así enfrentar posibles dilemas éticos. Hellriegel y Slocum, (2009).

La cultura organizacional positiva no ignora los problemas, sino que muestra a sus empleados cómo deben capitalizar sus fortalezas. Varios empleados no conocen sus fortalezas, o cuando se les pregunta sobre ellas responden en términos subjetivos Chiavenato, (2004).

Sin lugar a dudas que una cultura fuerte es en la que los valores centrales son sostenidos con firmeza y son ampliamente compartidos. Estimula la cohesión, la lealtad, y el compromiso de los empleados con la empresa. La identidad, el compromiso, la estabilidad y las actitudes muestran un comportamiento organizacional sano manifestado por el personal de la organización.

Se hace necesario para poder entender la cultura de una organización, hacer distinciones entre sus elementos, a partir de los que considera Edgar Schein, (1985) sus tres niveles básicos:

-*Nivel de las producciones*: es el más visible, el de las producciones o servicios, es decir, aquello que se crea por la entidad en su proceso laboral, y viene dado por su entorno físico y social. En este nivel cabe observar el espacio físico, la capacidad tecnológica del grupo, su lenguaje verbal, la conducta expresa de sus miembros, aspectos que pueden identificarse mediante la observación.

-*Nivel de los valores*: expresa concepciones del mundo, ideas de lo que debe ser, de lo correcto, lo ético, surgen vinculados a las ideas de personas influyentes, líderes del grupo, y en la medida en que se generalizan se convierten en creencias

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

del grupo y presunciones, hasta convertirse en costumbres que se vuelven inconscientes y automáticas.

-*Nivel de las presunciones básicas*: cuando en la solución a un problema de una manera particular demuestran que es válida en forma reiterada, quedan interiorizadas por el colectivo, lo que fue un valor llega a ser entendido como una realidad, una convicción de que es el orden natural de las cosas, son verdades tan admitidas que son pocas las variaciones que se admiten en torno a ellas. De hecho, si una presunción básica se encuentra firmemente arraigada en un grupo, sus integrantes considerarán inconcebible cualquier conducta basada en otra premisa. Son las ideas que enseñan a los miembros del grupo a percibir, pensar y sentir las cosas, no son discutibles ni confrontables.

Tipologías de Cultura Organizacional.

Charles Handy, (1978) plantea cuatro tipos de culturas organizacionales en dependencia de la importancia que para un sistema cultural tengan el poder, los roles, las tareas y las personas:
-*Cultura del poder:* se dirige y controla por personas clave desde un centro de poder ejecutivo.

-*Cultura de los roles:* se sustenta en una clara y detallada descripción de las responsabilidades de cada puesto de acción.

-*Cultura de tareas:* se apoya en proyectos que realiza la organización; orientada a la obtención de resultados específicos en tiempos concretos.

-*Cultura de personas:* basada en los integrantes de la organización.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Se puede definir como una cultura fuerte aquella en la que los valores y otros significados básicos son ampliamente asumidos y compartidos. La influencia de una cultura fuerte en el comportamiento de los empleados es potencialmente mayor que la de una cultura débil (aquella en la que no muchos miembros reconocen y comparten los valores culturales principales).La difusión uniforme del sistema cultural y el compromiso funcionan así como mecanismos de control del comportamiento que los líderes deben saber utilizar.

Cultura empresarial y liderazgo

Los empleados de la organización observarán el proceder de los altos directivos y lo tomarán como un parámetro que define el comportamiento óptimo Hellriegel y Slocum, (2009).

El empresario como cualquier otro individuo, está inmerso en una estructura de valores producto de la influencia de su entorno que preexiste en su pensamiento y conducta como elementos primordiales para el logro del éxito empresarial, organizativo y personal Valencia de Lara, (2005); citado por Saavedra, Tapia, Milla, Mancilla, Hernández y Pérez, (2014).

Las evaluaciones realizadas para el desempeño de los gerentes deben incluir una evaluación que vaya punto por punto sobre cómo se miden sus decisiones respecto al código de ética de la empresa, y considerar los medios de los que se dispuso para alcanzar las metas. Los empleados que actúan con ética deben reconocerse a través de premios y ser galardonados frente a todos, así como los actos no éticos deben ser castigados. Hellriegel y Slocum, (2009).

Los aspectos socioculturales juegan un papel fundamental. No solo en la explicación

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

del dinamismo de la pequeña empresa sino también en relación con su permanencia y auge de la misma. Conde y Saleme, (2003). Citado por Saavedra et al, (2014).

La cultura en México y los valores que esta conlleva, tan profundamente arraigados en el inconsciente del mexicano, son fundamentales para la cohesión social y la preservación moral, ayudan a la convivencia humana cotidiana; éstos no pueden ser dejados a la entrada de la fábrica, de la oficina o del despacho, son introducidos junto con las personas, de ahí la importancia de ver su impacto en la organización. Espinosa y Pérez, (1995).

El ambiente laboral que busca el mexicano es aquel que sea amistoso y no conflictivo, donde no exista confrontación, ni competencia. Espinosa y Pérez, 1995)

La cultura organizacional es el eslabón más importante de una empresa mexicana ya que se podría decir es el ADN de la misma, si no la tuviera la organización no pudiera enfocarse realmente al fin o propósito que desea cumplir por lo tanto los empleados no tendrían un sentido de pertenencia ni un rumbo que seguir para lograr el crecimiento de la misma. Villalón, Jacobo y Ochoa, (2016).

Los líderes de una organización desempeñan un papel activo en la formación y reforzamiento del clima y la cultura organizacional. Ellos determinan qué se debe atender, medir y controlar; participan en los incidentes críticos y las crisis empresariales; planifican la enseñanza y el adiestramiento y establecen los criterios para el reclutamiento, selección, promoción, jubilación y segregación de los empleados. Salazar, et al, (2009).

El líder tiene influencia en la cultura de la organización, en especial los gerentes de elevada posición jerárquica, crean el clima de la empresa. Sus valores tienen

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

influencia en la dirección de la misma. En muchas compañías exitosas, los líderes corporativos impulsados por los valores desempeñan roles de modelos, establecen los estándares de desempeño, motivan a los empleados, hacen especial a la compañía y son símbolo del ambiente externo. Koontz, Weihrich, Cannice, (2008).

Analizando los conceptos de autores citados, se considera que el factor humano es el actor principal en el concierto de las organizaciones pues son los trabajadores quienes dan vida a los demás recursos para alcanzar los objetivos. La cultura organizacional con sus elementos tiene un impacto directo en el comportamiento organizacional.

Según Schein (2006), cada uno de los mecanismos que a continuación se enumeran, son comúnmente utilizados por fundadores y líderes para crear o mantener la Cultura Organizacional en una empresa:

-Declaraciones formales de la filosofía organizacional, organigramas, credos, misión, materiales usados en el reclutamiento y la selección, y socialización.

-Diseño de espacios físicos, fachadas, instalaciones, edificios.

-Manejo deliberado de papeles, capacitación y asesoría por parte de los líderes.

-Sistema explícito de premios y reconocimiento, criterios de promoción.

-Historias leyendas, mitos y anécdotas sobre las personas y acontecimientos más importantes.
-Aquello a lo cual los líderes prestan atención, lo que miden y controlan.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

-Reacciones del líder ante incidentes y crisis muy importantes de la organización (épocas en que la supervivencia de la empresa está en peligro, las normas son poco claras o se ponen en tela de juicio, ocurren episodios de insubordinación, sobrevienen hechos sin sentido o amenazadores, entre otras).

-Cómo está diseñada y estructurada la organización. (El diseño del trabajo, los niveles jerárquicos, el grado de descentralización, los criterios funcionales o de otro tipo para la diferenciación y los mecanismos con que se logra la integración transmiten mensajes implícitos sobre lo que los líderes suponen y aprecian).

-Sistemas y procedimientos organizacionales. (Los tipos de información, control y los sistemas de apoyo a las decisiones en términos de categorías de información, ciclos de tiempo, la persona a quien se destina la información, el momento y la manera de efectuar la evaluación del desempeño y otros procesos valorativos también transmiten mensajes implícitos de lo que los líderes conjeturan y estiman.)

-Criterios aplicados en el reclutamiento, selección, promoción, nivelación, jubilación y excomunión del personal. (Los criterios implícitos y, posiblemente inconscientes que los líderes usan para determinar quién es apropiado y quién no, como miembros para los puestos claves de la organización.)

Pequeña y Mediana empresa en México

Las pequeñas y medianas empresas son sistemas abiertos y complejos que evoluciona constantemente por la influencia de factores del entorno que interactúan de forma externa y por aspectos internos que inciden en su normal comportamiento, razón expuesta para considerar a la empresa como un sistema con elementos de entrada, proceso, salida y de retroalimentación que por medio de datos permite

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

tomar decisiones que minimizan el riesgo. Jiménez, Pazmay, Mancheno, (2017).

La importancia de la pequeña empresa en el desarrollo social y económico de los países desarrollados y no desarrollados es indiscutible, en una época de altos índices de desempleo debido a coyunturas económicas, sociales, políticas, ecológicas; pues significa una estrategia de creación de empleos. Anzola, (2010).

Para el mercado mexicano, la empresa es el pilar fundamental de la economía del país, sustento de empleos y generador de riqueza. Como tal, merece una atención especial de tal forma que pueda aprovechar las oportunidades que brinda México y pueda cumplir su tarea de generación de empleos y riqueza. Macías, (2005).
En México, de acuerdo al censo económico de 2013, este país cuenta con 5, 654,014 unidades económicas. Las Pymes en todo el país están presentes en un 99.8%, que incluyen micro, pequeñas y medianas empresas (INEGI, 2015).

En Chiapas hay 155,280 unidades económicas, que representan un 3.7% con respecto al total nacional.

Tabla 3. Estratificación de Pymes por número de trabajadores

Sector/ Tamaño	***Industria***	***Comercio***	***Servicios***
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

Fuente: Diario Oficial de la Federación.

PROBLEMA

Las empresas Pymes (Pequeñas y medianas empresas), generalmente surgieron

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

como empresas familiares que son **compañías creadas y gestionadas por una sola familia** y buscan su sucesión, y su **objetivo estratégico comprende la continuidad de la empresa a manos de la siguiente generación familiar.**

Cada peldaño que se construye en las empresas familiares en pro de su prolongación y de su vigencia en el mercado deberá enfocarse hacia la cimentación de su cultura y sus valores, ejes fundamentales para que éstas lleven consigo su esencia al pasar de generación en generación. Steckerl, (2006).

A través de la institucionalización, este proceso es utilizado para transformar diversas áreas, control interno, los procesos del negocio, la misión y visión, el código de conducta, las políticas y los planes estratégicos de manera que todo el trabajo sea orquestado dentro de un ritmo funcional para todos los involucrados.

La cultura organizacional cumple dos funciones: la de integración entre sus miembros y la segunda permite a la organización de adaptarse al entorno que lo rodea.

Uno de los problemas que se observa en las empresas es que existen diferentes culturas en la misma organización; la de los empleados, los dueños y los directivos. El problema es surge cuando no se observa una cultura general dominante en la que todas se interrelacionen. Garmendia, (1994) menciona que para el logro de una cultura organizacional fuerte es fundamental la identificación con la compañía por parte de los empleados, esto significa la supresión de barreras físicas entre los departamentos y niveles jerárquicos, las desigualdades en los niveles de trabajo son un obstáculo para que los trabajadores se sientan parte de la empresa pues en la mayoría de las organizaciones parece haber dos categorías de empleados, es necesario que los líderes se den cuenta de éste tipo de políticas dentro de la

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

empresa, para integrar a los empleados a la misma.

En Chiapas hay 155,280 unidades económicas, que representan un 3.7% con respecto al total del país en base al Inegi (2014); el sector de servicios privados no financieros constituye el más importante.

En Tuxtla Gutiérrez, los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas ascienden a 4,307; distribuidos en servicios de preparación de alimentos y bebidas 4,155 y en servicios alojamiento temporal 152, sin especificar cuantos corresponden a Pymes, que contribuyen al desarrollo de la economía de la ciudad y del Estado de Chiapas. Cabe aclarar que en las cámaras arrojan que tienen afiliados 351 restaurantes y 146 hoteles.

Preguntas de investigación.

¿Los pequeños y medianos restaurantes de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas comunican una cultura organizacional con sus trabajadores?

¿Los restaurantes y hoteles ubicados en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, clasificados como Pyme, cuentan con una cultura organizacional?

¿El participar con los empleados una cultura organizacional tiene influencia en el desarrollo de los restaurantes y hoteles analizados en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas?

¿Qué influencia tiene en los restaurantes y hoteles investigados en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, la cultura organizacional en el desarrollo de las empresas?

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Objetivo General

Identificar la cultura organizacional que comunican con sus trabajadores de las Pymes de Restaurantes y Hospedaje ubicadas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y conocer si dicha cultura ha influenciado en su desarrollo empresarial.

Objetivos específicos:

- Investigar las variables y características de la cultura organizacional.
- Establecer si la cultura organizacional que aplican las empresas estudiadas, ha contribuido para su desarrollo.

Método de investigación

Se trata de una investigación descriptiva, transversal cuyo objetivo es:

Identificar la cultura organizacional que comunican con sus trabajadores de las Pymes de Restaurantes y Hospedaje ubicadas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y conocer si dicha cultura ha influenciado en su desarrollo empresarial.

La población y unidad de análisis se define como: Pequeños y medianos hoteles y restaurantes ubicados en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México.

Muestra: ocho hoteles y seis restaurantes instalados en Tuxtla Gutiérrez, el muestreo de tipo no probabilístico por conveniencia.

Instrumento: cuestionario de 20 ítems con base en teorías de los autores: Idalberto Chiavenato y Gustavo Velázquez Mastreta, aplicado mediante entrevistas realizadas a Gerentes de Pymes en Mayo, Junio y Julio de 2019.

Tabla 4. Variables e Indicadores para elaborar el cuestionario

Variable	***Indicadores***
Propósito	**Misión:** razón de ser y existir de una organización. **Visión**: sueño realizable de la empresa a largo plazo.
Comportamiento	**Valores**: entes psíquicos, creencias compartidas (Velázquez, 2012). **Políticas**: lineamientos dictados por el dueño, que debe obedecer todo el personal. **Reglas:** guías estrictas para el comportamiento dentro de la organización (Chiavenato, 2009) **Iniciativas de los empleados:** colaboración en el trabajo por voluntad del trabajador.
Clima organizacional	***Autoridad*:** facultad que se otorga a una persona para mandar a otras y que le obedezcan. **Incentivos:** diversos estímulos que pueden motivar a los trabajadores. **Motivación:** factores capaces de provocar, dirigir y mantener la conducta hacia un objetivo (Arias, 2004)
Estrategia	Administración financiera Administración del factor humano Dirección efectiva Cultura organizacional

Fuente: Elaboración propia

Resultados

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Tabla 5. Resultados de entrevistas

Preguntas	***Respuestas - Hoteles***	***Respuestas- Restaurantes***
Tiene definida una misión organizacional y la comparte con el personal	Si: 7 No: 1	Sí:5 No: 1
Tiene una visión y la conoce el personal	Si: 6 No: 2	Sí: 5 No: 1
Valores que comparten con los trabajadores	Honestidad, honradez, alegría, puntualidad, respeto, fidelidad, trabajo en equipo.	Satisfacción del cliente, sentirse contento, responsabilidad, honestidad, trabajo en equipo, actitud de servicio, honradez, pasión de servicio, calidad
Tiene definidas sus políticas y son explicadas	Si: 7 No: 1	Sí: 6 No: 0
Cuenta con Reglamento Interior de Trabajo	Si: 7 No:1	Si: 6
El Reglamento es aplicado por jefes y subordinados	Siempre: 7	Siempre: 6
Se apoyan las iniciativas de los empleados	Siempre: 6 En ocasiones: 2	Siempre: 3 Nunca: 3
Estímulos para que el personal se motive	Cursos motivacionales, programa de empatía servicial, apoyando en alguna necesidad personal, comunicación amable, despensas, estímulos económicos, un día con goce de sueldo, permiso especial, paseo anual.	Pastel en Día de cumpleaños, flexibilidad de horario para estudiar, festejo Fin de año, apoyarlos en sus tareas.
Factor determinante para el desarrollo de la empresa	Factor humano y la cultura organizacional	Administración financiera, factor humano y cultura organizacional
Calificación del clima organizacional por el gerente	Aceptable: 3 Satisfactorio:4 Excelente:1	Aceptable: 2 Satisfactorio: 2 Excelente: 2

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Los gerentes saben qué es la cultura organizacional	Sí: 6 No: 2	Sí: 6

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones.

Los directivos tienen una perspectiva diferente de la cultura organizacional, a la que tienen el resto de los empleados, pues los valores pues los valores que la dirección espera tener, difieren de los valores, creencias y normas expresadas en las prácticas actuales y en el comportamiento. Para que la empresa obtenga resultados es necesario que los símbolos y valores vayan de acuerdo con la misión y filosofía de la empresa.

Siendo la cultura organizacional un factor tan importante en toda clase de organizaciones, pues proporciona fortaleza a su identidad distinguiéndola de otras, con aspectos visibles y otros que no se observan a simple vista; es fundamental que los empresarios tengan una buena disposición para compartir con los trabajadores una cultura organizacional, para lograr que se integren apropiándose de ella.

En el caso de la pequeña y mediana empresa mexicana (Pyme), hay mucho por descubrir, son organizaciones que luchan por permanecer y desarrollarse en los mercados cada día, pero requieren de más asesoría administrativa para llevar a cabo sus objetivos.

Mediante esta investigación se observó en las empresas, que los gerentes de Pymes entrevistados tienen una actitud positiva al administrar las empresas que dirigen, otorgan importancia a sus trabajadores, y al comportamiento laboral

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

derivado de una cultura organizacional. Una cultura que ellos mismos han creado sin una planeación, sólo de manera empírica, y todo lo que hacen se encamina a alcanzar los objetivos organizacionales, buscando al mismo tiempo el bienestar de los trabajadores.

Respecto a las variables analizadas, de las Pymes visitadas solo cinco no tienen definida una misión organizacional. En cuanto a su visión, siete sí tienen y cuatro no la han definido. Los valores que comparten con su personal y que coincidieron todas las empresas son: honestidad, responsabilidad, puntualidad, respeto y trabajo en equipo.

Casi todas tienen dictadas políticas y un reglamento escrito que siempre obedecen los trabajadores. Respecto a que si los jefes apoyan las iniciativas de los trabajadores, se detectó que un cincuenta por ciento de las Pymes visitadas, si apoyan dichas iniciativas, lo cual propicia motivación positiva en los trabajadores.
Todos los gerentes ejercen su autoridad de manera apropiada y otorgan estímulos a los empleados como son: incentivos económicos, en especie y reconocimientos verbales, a fin de que éstos mantengan su motivación hacia el trabajo.

Se considera que hay diversos factores que pueden propiciar el desarrollo de una empresa, sin embargo, los gerentes entrevistados coincidieron en tres determinantes para su desarrollo estos son el factor humano, la cultura organizacional y la administración financiera.

Consideramos haber logrado el objetivo general: Identificar la cultura organizacional que comunican con sus trabajadores de las Pymes de Restaurantes y Hospedaje ubicadas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y conocer si dicha cultura ha influenciado en su desarrollo empresarial.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Finalmente se determina que la apropiación de una cultura organizacional se transmite una sensación de identidad a los integrantes; además que propicia la aceptación de un compromiso, con algo que supera los intereses personales, y aumenta la estabilidad del sistema social interno de la organización.

Hay más por analizar sobre la cultura organizacional de las Pequeñas y Medianas Empresas en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, sin embargo y lamentablemente varios empresarios no aceptan ser entrevistadas por desconfianza.

Referencias.

Alabart, Y. y Portuondo, A. L. (1999) *La. Cultura Organizacional. Una Variable a Considerar en la Competitividad Empresaria*l. Folletos Gerenciales. No. 3. CCED, MES.

Alanis G. L., Cruz B. H. Orrante, R. D. (2015). *Diagnóstico del clima laboral en una empresa pymes del sector servicios.* Volumen 9 No. 1 2015. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad Memoria del IX Congreso* ISBN 978-607-96203-0-4 Consultado el 5 de Junio de 2019. Recuperado de: https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/61/182

Allaire, Yvan y Firsirotu Mihaela, (1992). *Cultura Organizacional. Aspectos teóricos, prácticos y metodológicos*. Legis. Colombia.

Anzola, S., (2010). *Administración de pequeñas empresas.* Tercera Edición. México: McGrawHill.

Arias, L.F., Heredia, V., (2004). *Administración de recursos humanos para el alto desempeño.* México: Trillas.

Bretones, F. D. y Mañas, M. A., (2008). *La organización creadora de clima y cultura.* En M.A. Martín. y F. D. Bretones, Psicología de los grupos y de las organizaciones. Madrid: Pirámide. pp. 69-92.

Bretones, F. D. y Silva, M., (2009*). Cultura, sociedad, educación y comportamiento emprendedor.* En F. D. Bretones (coord.) Comportamiento emprendedor en el ámbito universitario: personas y sociedad. Granada: Editorial de la Universidad de Granada. pp. 93-109.

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones.* Segunda edición. México: McGrawHill.

Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humano. El capital humano de las organizaciones.* Novena edición. México: McGrawHill.

Chica, Sergio, (2008). *Cultura Organizacional*. Colombia.

Cruz Cordero, Teresa. (2004) *El quick en la declaración de la cultura deseada: el desarrollo de la inteligencia emocional*. Folletos Gerenciales, vol. 8, no. 1, p. 4 Informe Académico.

Díaz Bretones, F. y Rodríguez Fernández, A. (2003). *Selección y formación de personal.* Granada: Editorial de la Universidad de Granada.

Felcman, I., Blutman G. y Méndez S. (2002). *Cultura organizacional en la administración pública.* Ediciones cooperativas.

Gestión y Estrategia (6). Consultado: 14 de febrero de 2019. Recuperado de: www.azc.uam.mx/publicaciones/gestión/num6/art10.html.

Hernández, A. (2014, 23 de julio). *Cultura organizacional, éxito de las Mipymes. El Financiero*. Consultado de http://www.elfinanciero.com.mx/power-tools/cultura-organizacional-exito-de-las-mipymes.html

Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: international differences in work-related values.* Beverly Hills, CA: Sage.

Jiménez Walter Ramiro, Pazmay Pablo, Mancheno, Marcelo. (2017). *Impacto de la cultura organizacional al implementar un modelo de gestión basado en la metodología del plan de negocios como factor clave para la innovación de las Pymes Revista Publicando,* 4 No 12. (2). 2017, 315-333. ISSN 1390-93 Recuperado el 6 de marzo de 2019 de

http://rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/view/698/pdf_504

Koontz, H., Weihrich, H., Cannice, M. (2008). *Administración. Una Perspectiva Global y Empresarial.* Decimotercera edición. México: McGrawHill.

Macías, H. (2005). *La Importancia de las Pymes para el Mercado Mexicano*. Recuperado el 4 de Abril de 2019 de http://profesorailianacamacho.yolasite.com/resources/IMPORTANCIAPYMES.pdf

Martin Joanne. (1992) "*Cultures in Organizations; three perspectives*" Oxford University Press. New York.

Morgan Garet (2001) *"Imágenes de la Organización*". Alfa omega-Rama. México D.F.

Saavedra, M. L., Tapia, B., Milla, S., Mancilla, M.E., Hernández, C., Pérez, M. (2014).*La determinación de la competitividad de las Pyme en el Distrito Federal: aplicación del enfoque Sistémico.* México: Publicaciones Empresariales UNAM, FCA Publishing.

Salazar J.G., Guerrero J.C., Machado Y.B., Cañedo R. (2009). *Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral.*

ACIMED v.20 n.4 Ciudad de La Habana oct. 2009. Recuperado el 22 de mayo de 2019 de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352009001000004

Science Quarterly, 41 págs. 229-240 - Solís, Pedro C. *Cultura Organizacional y Transferencia de Modelos Organizacionales: Un Proceso Complejo de Carácter Tecnológico y Cultura. En Argumentos sobre un debate sobre la modernidad: aspectos organizacionales y económicos*. UAM. México.

Smircich Linda (1983) "*Concepts of culture and Organizational analysis*". Administrative Sciencie Quaterly. Vol. 28

Schramm-Nielsen, J. (2001). *Cultural dimension on decision making: Denmark and France compared. Journap of Managerial Psychology*, 16, 404-423.

Schein, Edgar (1996) "*Organizacional Culture and Leadership*" Second Edition. Jossey-Bass, San Francisco -

Segredo P.A., García M. A.J., León, C. P., Perdomo V.I. Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual. ISSN 1996-3521 (RPNS: 2097) *INFODIR.* 2017; 24 (enero – junio):86 -99. Recuperado el 5 de Mayo de 2019 de:http://revinfodir.sld.cu/index.php/infodir/article/view/200/476

Sheridan, J. (1992). *Organizational culture and employee retention*. Academy of Management Journal, 1036-1056.

Steckerl Guerrero, Vanessa; (2006). *Modelo explicativo de una empresa familiar que relaciona valores del fundador, cultura organizacional y orientación al mercado. Pensamiento & Gestión,* julio, 194-215. Recuperado el 23 de Junio de 2019. dehttp://www.redalyc.org/pdf/646/64602006.pdf

Trice, Harrison M. and Beyer Janice M. (1993) *The cultures of Work organizations*. Prentice Hall.

Robbins, Stephen (1999) *Comportamiento Organizacional*, 8ª ed. Prentice Hall, México.

Robbins, P. (2004). *Comportamiento Organizacional.* Décima Edición. México: Pearson Prentice Hill.

Uribe, E. (2015,). *Entrepreneur. 8 tips para construir una gran cultura empresarial.* Consultado de https://www.entrepreneur.com/article/268346

Velázquez, Gustavo (2012). *Comportamiento en las organizaciones.* México: Limusa.

Villalón, C. R., Jacobo, H.C., Ochoa, J.S. (2016). *La cultura organizacional enfocada a la responsabilidad social empresarial y la relación con el recurso humano: una propuesta de estudio* [Versión electrónica] *Técnica Administrativa* ISSN 1666-1680 Volumen: 15, Número: 3, Artículo: 3 Fecha de publicación: 15-07-2016 Recuperado el 5 de Abril de 2019 de **URL:**

www.cyta.com.ar/ta1503/v15n3a3.htm

Werther, W. B., Davis, K., Guzmán, M.P. (2014). *Administración de recursos humanos. Gestión de capital humano.* México: McGrawHill. Education. Consultado el 7 de Junio de 2019. Recuperada de https://www.significados.com/cultura-organizacional/

Walker, B. y Soule, S. (2017,). *Cambiar la cultura organizacional requiere de un movimiento y no de una orden*. El Financiero. Consultado de http://www.elfinancierocr.com/gerencia/Gerencia-Harvard_Business_Review-NYT-cultura_organizacional-movimiento-liderazgo-equipo-colaboradores_0_1245475472.html

www.inegi.com.mx Consultado y Recuperado el 15 de Junio de 2019.

C+H+L "Conocimientos + Habilidades + Liderazgo = Gestión", una herramienta esencial para administrar correctamente los recursos de una microempresa y lograr su permanencia y crecimiento en el sector empresarial.

Dr. José Bulmaro, Diaz Fonseca[11]; Dr. Enoch Yamil Sarmiento Martínez[12]; Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez[13]; Dra. Georgete Alexandra Orantes Zenteno[14]

Resumen

La presente investigación documental, permitirá conocer la importancia de la gestión en el ámbito de las MiPymes y buscar con ello una mejora significativa en este tipo de empresas que tanto bien hacen a la sociedad. Este trabajo contiene el soporte teórico mediante definiciones de administración, proceso administrativo, gestión, su importancia, clasificación de las MiPymes y diversos aspectos

[11] Dr. José Bulmaro Díaz Fonseca, es docente investigador de tiempo completo, en la Facultad de Contaduría y Administración Campus I, de la Universidad Autónoma de Chiapas, bul401@hotail.com 9611912284.
[12] Dr. Enoch Yamil Sarmiento Martínez, es docente investigador de tiempo completo, en la Facultad de Contaduría y Administración Campus I, de la Universidad Autónoma de Chiapas, ensama2002@yahoo.com.mx 96113286062.
[13] Dra. Zoily Mery Cruz Sánchez, es docente investigadora de tiempo completo, en la Facultad de Contaduría y Administración Campus I, de la Universidad Autónoma de Chiapas, zmcruz2@hotmail.com. 9615793086.
[14] Dra. Goergete Alexandra Orantes Zenteno, es docente investigadora de tiempo completo, en la Facultad de Contaduría y Administración Campus I, de la Universidad Autónoma de Chiapas, georgete61@hotmail.com.

(financieros) que permitirán al lector comprender la generosidad que esta herramienta tiene cuando se aplica a cualquier tipo de empresas.

Concluyendo con la propuesta de un modelo dirigido exclusivamente para las MiPymes y lograr con ello, se pueda aplicar la gestión en este sector tan débil, pero al mismo tiempo tan fuerte si se logran consolidar y gestionar de manera correcta de tal forma que les permita no solamente subsistir, sino más bien consolidarse en el mercado como entes con visión clara y permanente.

Palabras claves: Gestión, Organización, Procesos; Beneficios financieros.

Introducción

Esta investigación dará a conocer la importancia de aplicar la gestión en los negocios, sobre todo en empresas que por su capital de inversión consideran seguramente innecesario utilizar dicha herramienta administrativa, cuando en realidad el hacerlo las ayudará en mucho, para alcanzar los objetivos planteados y lograr con ello no solo la supervivencia en el medio de los negocios, sino además ser competitivos, es por ello que este trabajo muestra el beneficio de la gestión en las MiPymes, como medio de crecimiento, desarrollo y permanencia en el mercado empresarial.

Referente teórico.

Una empresa se considera un conjunto de personas y recursos que generan ingresos vendiendo sus productos a un público determinado; sin embargo hay algo muy importante que no se debe olvidar. “La satisfacción del cliente va por sobre todas las cosas, y no por reducir gastos de manera excesivamente, se dejará a un lado el cliente”.

Otro punto importante de recordar es que ningún negocio bueno es eterno; siempre

habrán personas tratando de copiar la idea, y es allí donde se genera la competencia entre las empresas y por ende la superación empresarial para ser cada día mejores.

A continuación se muestra una de tantas clasificaciones existentes de empresas, tomando como base su modo de organización:

a) Personas Físicas: Unico dueño
b) Personas Morales: La unión de dos o más personas físicas.

Día a día hay más empresas ofreciendo mejores servicios, es por ello que se debe de seguir al pie de la letra ese viejo, pero tan verdadero dicho, **"EVOLUCIONAR O MORIR".** Si no se evoluciona, la competencia de este mundo globalizado acabará con la empresa, pero si se mantiene a la vanguardia de las exigencias del consumidor, esta será competitiva.

Para que un negocio aproveche al máximo las nuevas oportunidades, es necesario cumplir con los siguientes puntos:
1.- Contar con estructuras a través de las cuales las decisiones que se tomen sean correctas.
2.- Toda empresa que mira al futuro, debe disponer de información sobre sus clientes y sus necesidades.
3.- La gestión debe de ser ágil para responder a las condiciones cambiantes del mercado.
Si se pueden llevar a cabo estos tres sencillos puntos, la empresa logrará aprovechar al máximo sus recursos y como consecuencia aumentar su competitividad, reduciendo costos y mejorando el servicio.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Una buena gestión incluye también el uso del marketing como herramienta de desarrollo y crecimiento de la empresa. El marketing dentro de la gestión cumple con ciertas funciones, tal y como lo dice el siguiente autor:

Rubio (2006), "Introducción a la gestión empresarial" Nos indica que el marketing cumple con las siguientes funciones dentro de la gestión y que es importante observarlas para alcanzar los objetivos planteados y estas funciones son las siguientes:

1.- Informar a través de las investigaciones de mercado.

2.- Analizar el mercado mediante el estudio de los perfiles de los clientes.

3.- Observar las actividades de las empresas competidoras.

Un punto importante a tomar en cuenta a la hora de implantar el marketing dentro de la empresa, es no confundir la invención con la innovación, ya que esta última es el desarrollo de nuevas tecnologías y por lo tanto de nuevos productos.

A continuación, se describe lo que dice Don Joaquín Rodríguez Valencia con relación a la evaluación de las empresas.

Rodríguez (1997), toda empresa en general sea pequeña, mediana o grande, y que pertenezca a cualquier actividad, se encuentra en varias oportunidades a lo largo de su vida con la necesidad de evaluar su situación; ya que el no hacerlo evitará que puedan adaptarse a nuevas situaciones que les impone la realidad. Y no son los periodos de crisis, sino también los de éxito a los que necesariamente tendrán que adaptarse.

Las empresas deben evaluarse y aprender el arte de la gestión para con ello lograr los insumos e instrumentos necesarios que le permitan diversificar sus productos, mejorar su estructura orgánica, reducir costos, etc. y muchas otras razones. Y a través de esto avanzar hacia el logro de sus objetivos y metas fijadas.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Una ventaja que ofrece la gestión empresarial es la autoevaluación de las empresas, esto quiere decir que la empresa tiene la posibilidad de evaluar regularmente su estado de organización.

Los análisis F O D A. (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) proporcionan la información adecuada para evaluar la situación de la empresa en cada momento. Estos estudios permiten a los empresarios identificar todas las áreas funcionales de la empresa en la que existe una situación de normalidad como:

1.- Estructura financiera saneada.

2.- Penetración del producto en el mercado.

3.- Clima Organizacional adecuado.

Por otro lado, el empresario tiene que identificar y evaluar los puntos débiles de su empresa:

1.- Número de quejas o reclamaciones de los clientes.

2.- Tensiones financieras.

3.- Manipulación y recobro a los deudores.

4.- Deficiencias en investigación y desarrollo, etc.

Si los factores positivos de la gestión son potenciados y los problemas resueltos con eficacia, entonces el empresario podrá evaluar sus posibilidades de crecimiento, tanto en su propio mercado como en otras zonas geográficas.

Para comprender de una mejor manera, el concepto de administración, se transcriben algunas definiciones, dentro de las cuales se encuentra la de un mexicano que dedico su vida a escribir sobre administración.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Reyes (1994), Administración es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de coordinar un organismo social.

Koontz (1994), Administración es el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas, trabajando en grupos, alcancen con eficiencia metas seleccionadas.

Stoner (1989), La administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización, y de aplicar los demás recursos de ella para alcanzar las metas establecidas

Tomando como base lo anterior, se está en condiciones de emitir la siguiente definición:

Con base a los conceptos anteriores podemos definir como la utilización óptima de los recursos que posee una empresa, para el logro de los objetivos previamente establecidos por la alta dirección.

El proceso administrativo es una forma sistémica de hacer las cosas y para comprender de manera correcta su intencionalidad, es importante transcribir algunas definiciones de dicho proceso, y con ello reconocer la importancia que esté tiene dentro de una organización.

Reyes (1994), menciona que el proceso administrativo se compone de las siguientes etapas: Previsión, planeación, organización, integración, dirección y control.

Koontz (1994), indica que el proceso administrativo se compone de las siguientes etapas: Planeación, organización, integración, dirección y control.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Stoner (1989), dice que el proceso administrativo se compone de cuatro etapas y son: Planeación, organización, dirección y control.

Se dice que la Gestión empresarial es el proceso de planificar, organizar, ejecutar y evaluar una empresa, traduciendo esto como una necesidad para la supervivencia y la competitividad de las pequeñas y medianas empresas a corto, mediano y largo plazo.

La gestión funciona a través de personas y equipos de trabajo para lograr resultados. Cuando se promociona a una persona dentro de una empresa, es necesario que también se promocionen también sus responsabilidades y no caer en ciclos sin sentido donde las mismas personas hacen las mismas cosas todo el tiempo.

La Gestión Empresarial abarca el ciclo de negocio de la empresa, con un enfoque no solo en el mejoramiento de los métodos de producción, sino también, en la consideración de los recursos requeridos, la forma de conseguirlos y administrarlos. Además, determina si lo que la empresa produce y vende es realmente lo que necesita el mercado, selecciona los canales de distribución adecuados para hacer llegar los productos al mercado correcto y finalmente establece una realimentación de todo el proceso para lograr un verdadero mejoramiento continuo del negocio.

Con base en lo anterior, se está en condiciones de emitir la siguiente definición con relación al término gestión: Es el acto de utilizar, todas las herramientas necesarias para lograr incidir en el personal de una organización al alcance de los objetivos previamente establecidos por la alta dirección, utilizando su habilidad como líder y buen conductor.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Anteriormente la gestión era vista como la función de satisfacer las expectativas de los propietarios de ganar dinero. Pero en la actualidad ha cambiado esa perspectiva, desde la competencia y la función de la oferta en el mercado.

Se dice que mientras más tecnología exista, mayor será el campo de la gestión, sin embargo la automatización, la informática, las nuevas tecnologías de la información, comunicación y las expectativas de la sociedad han puesto en descubierto las carencias que tienen los directivos dentro de las empresas.

Se considera que la gestión, basa su accionar en tres elementos principales:
1.- Tener un Plan de Negocios
2.- Contar con una Estructura sólida y.
3.- Un adecuado Sistema de Contabilidad

Plan de negocios: Se entiende como una serie de actos relacionados entre sí para iniciar o bien desarrollar un negocio o proyecto, teniendo una planeación adecuada que permita alcanzar metas determinadas.

Estructura del negocio: La estructura se refiere a la asignación adecuada y puntual de las responsabilidades que le corresponden a cada persona dentro de la empresa con el firme compromiso de alcanzarlos objetivos previamente establecidos por la alta dirección.

Sistema de Contabilidad: El uso de la contabilidad dentro de la empresa es muy importante, en virtud de proporcionar al que ejerce la gestión; INFORMACIÓN FINANCIERA, la cual es base para una adecuada toma de decisiones.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Toda empresa o negocio solo existe si obtiene beneficios, para crecer y desarrollarse; por lo tanto, una empresa que no obtenga beneficios debe gestionar perfectamente sus recursos, tanto obtenibles como disponibles para no fracasar.

Esto hace importante conocer los distintos beneficios que puede obtener una organización en su accionar correcto mediante una buena gestión.

a) Beneficios a la Sociedad.

Una empresa obtendrá más beneficios si su estrategia se basa en innovación, motivación y eficacia, aumentando el valor de la empresa, permitiendo la distribución más equitativa de los mismos y recompensa a quienes forman parte de ellas, accionistas, directivos, empleados y gobierno.

Los beneficios que la empresa le da al Estado le permiten a este dotar a la sociedad en general de mejores servicios.

b) Beneficios a los Clientes.

Un empresario tiene la obligación de asegurar que se asimile correctamente la idea del cliente como objetivo, ya que el maltrato que se dé al cliente, se considera una falta grave y se pone en evidencia toda la empresa.

La capacidad de crecimiento de una empresa se basa en hasta donde se pueden identificar las necesidades de los clientes y en como sustentarlas, por lo tanto, no hay que esperar el arribo del cliente a nuestra empresa, debemos salir a buscarlo de manera activa y con ello generar una satisfacción plena para los mismos, esto se da sin duda mediante una buena gestión empresarial.

Secretaría de Economía de México. La micro, pequeña y mediana empresa (MiPymes) constituye en la actualidad el centro del sistema económico de nuestro país. El enorme crecimiento de la influencia actual de estas empresas se debe a la masificación de la sociedad, a la necesidad de concentrar grandes capitales y enormes recursos técnicos para el adecuado funcionamiento de la producción y de los servicios. Desde el punto de vista individual, un pequeño negocio puede parecer insignificante, pero en su tamaño de conjunto es realmente grande, no solo en cifras sino por su contribución a la economía nacional.

Los diferentes problemas que enfrentan las MiPymes.

1.- Participación limitada en el comercio exterior.

2.- acceso limitado a fuentes de financiamiento.

3.- Capacitación deficiente de sus recursos humanos.

4.- Carecen de cultura en innovación de procesos y desarrollo tecnológico.

Características de las MIPYMES.

1.- Personal máximo hasta 15 personas

2.- Propietarios y administradores independientes.

3.- Poco dominio del sector en la actividad que opera.

4.- Estructura organizacional muy sencilla.

5.- Ventas no mayores a $ 300,000.00 anuales.

Este tipo de empresas aportan el 68% del producto interno bruto (PIB), según la Secretaría de Economía y además cubren un alto porcentaje del empleo en el país el cual llega al 64%; de igual forma contribuyen con el 40% de la inversión nacional. También se sabe que representan el 97% del total de empresas constituidas.

Las MiPymes pueden ser pequeños establecimientos comerciales como farmacias

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

o ferreterías, empresas de servicios como lavanderías, carpinterías o talleres de diseño o productores industriales, como maquiladoras etc. Todas ellas son producto de la capacidad emprendedora de los mexicanos.

Según la Secretaría de Economía el total de Mipymes a las que tiene acceso ascendió en el año 2005 a 547,402 empresas lo que representa más del 98% del total del país, las cuales se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

EMPRESA	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	TOTAL
TOTAL	497,008	34,214	10,645	5,535	547,402
PORCENTAJE	90.79%	6.25%	1.94%	1.01%	100%

En la casi totalidad las economías de mercado las MiPymes, constituyen una parte sustancial para el desarrollo social, su importancia; lo que se puede resumir en los siguientes aspectos:

1.- Asegura el mercado de trabajo mediante la descentralización de mano de obra.
2.- Tiene efectos socioeconómicos importantes ya que permiten la concentración de la renta y la capacidad productiva de las empresas hacia uno mayor.
3.- Se reducen las relaciones sociales a términos personales más estrechos ya que en general sus orígenes son unidades familiares.

Análisis de los sectores productivos y sus ramas económicas.

La economía mexicana está formada por el conjunto de actividades que conducen a la producción de bienes y servicios. Estas se dividen en tres sectores económicos que a su vez están integrados por varias ramas productivas y son las siguientes:
1.- Sector agropecuario 2.- Sector industrial 3.- Sector servicios

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

4.- Sector comercio

Criterios de clasificación de las MiPymes.

No hay unidad con respecto a la definición de las MiPymes. Se consideran unidades económicas con un mínimo de empleados, en su mayoría son familiares y su propósito es obtener recursos para subsistir.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), en su informe sobre fomento de las MiPymes presentado en la 72 reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo, realizada en Ginebra, las define de manera amplia pues considera como tales tanto a empresas modernas, con un máximo de cincuenta trabajadores, como a empresas familiares en la cual laboran tres o cuatro de sus miembros, inclusive a los trabajadores autónomos del sector informal o no estructurado de la economía.
La Comisión Económica para América Latina (CEPAL), define a la microempresa como unidad productora con menos de diez personas ocupadas incluyendo al propietario, sus familiares y a sus trabajadores, tanto permanentes como eventuales.

Las MiPymes se pueden clasificar desde dos enfoques:
1.- Cuantitativa: Cantidad de personal con que cuenta y por el monto de sus ventas al año.
2.- Cualitativa: El Comittee for Economic Development (CED) indica que la empresa es una pyme si cumple con dos o más de las siguientes características:
a) Administración independiente porque los gerentes también son propietarios.
b) Capital suministrado por los propietarios.
c) Es fundamental el área local de operaciones: Su tamaño es relativamente pequeño dentro del sector en que opera.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Esta clasificación es arbitraria y no permite establecer una definición precisa y categórica del concepto MiPymes.

Con base en lo anterior se retoma lo dicho por el Banco Europeo de Inversiones de la Unión Europea. Criterios para definir la dimensión de la empresa, en función de:

1.- La plantilla de empleados.

2.- El volumen de ventas.

3.- El valor añadido, definido éste como de gasto en personal, amortizaciones, gastos financieros, beneficios vetos e impuestos.

Estratificación de las MiPyMes por tamaño.

Atendiendo la definición con base al número de empleados y al sector económico al que pertenecen, se pueden estratificar de la siguiente manera:

MICROEMPRESA	De 0 a 30 empleados en el sector Industrial De 0 a 5 empleados en el sector Comercio De 0 a 20 empleados en el sector Servicios
PEQUEÑA EMPRESA	De 31 a 100 empleados en el sector Industrial De 6 a 20 empleados en el sector Comercio De 21 a 50 empleados en el sector Servicios
MEDIANA EMPRESA	De 101 a 500 empleados en el sector Industrial De 21 a 100 empleados en el sector Comercio De 51 a 100 empleados en el sector Servicios

Secretaria de Economía 2017

Con base en lo anterior es posible darse cuenta de la importancia que tienen las MiPymes dentro de la sociedad, país, entre otras; pero sobre todo como entes,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

generadores de empleo, los cuales permiten el sustento de muchas familias mexicanas, razón por la cual no se debe permitir su estancamiento, al contrario buscar la mejora significativa de las mismas y lograr su evolución como empresas, dando certeza a las personas que de ellas dependen para su subsistencia e ilusión de mejorar día a día.

Toda empresa, ya sea pública o privada, para realizar sus actividades requiere de recursos financieros (dinero) y poder desarrollar sus funciones actuales o ampliarlas, así como el inicio de nuevos proyectos e impliquen inversión. Cualquiera que sea el caso los medios por los cuales las personas físicas o morales se hacen llegar recursos financieros en su proceso de operación, creación o expansión, en lo interno o externo, a corto, mediano y largo plazo, se le conoce como fuentes de financiamiento. Dentro de estas fuentes se encuentran las siguientes:

1.- Pasivos a corto plazo
2.- Pasivos a largo plazo
3.- Capital

La Secretaria de Economía cuenta con programas de la federación, en apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa con cobertura nacional, teniendo la finalidad de que este tipo de apoyos es la de contar con empresas competitivas dentro de un sistema articulado en todas las regiones del país con capacidad de generar una sinergia permanente de crecimiento con calidad.

Con base en lo descrito por la Secretaría de Economía, se puede decir que existen apoyos gubernamentales, canalizados por medio de la nacional financiera (Nafin) aparentemente a las MiPymes, sin embargo son más bien para la pymes por su supuesta capacidad de pago y eso permite visualizar la gran dificultad que enfrenta una micro empresa podrá acceder a estas fuentes de financiamiento, si no tiene una

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

estructura organizacional debidamente definida, lo cual es bastante difícil, en virtud de la problemática económica existente en nuestro país y desde ese momento la fuente de financiamiento viene a ser una desventaja total para las micro empresa o empresas familiares.

Aunque se aparenta el dotar de fuentes de financiamiento la verdad es no es así; tal y como se puede ver a continuación en el análisis efectuado de un tipo de crédito llamado PROGRAMA CRÉDITO PYME el cual es determinado por nacional financiera, en donde su filosofía determina que puede ser utilizado como capital de trabajo o bien para adquirir activos fijos, totalmente dirigido para propietarios o directivos de pequeñas y medianas empresas.

Requisitos:

Personas morales.

1.- Identificación oficial con fotografía vigente del representante legal o apoderado.
2.- Comprobante de domicilio fiscal no más de 3 meses de antigüedad.
3.- Alta en SHCP
4.- Cédula de identificación fiscal.
5.- Información adicional requerida para calcular la capacidad de pago.
6.- Solicitud de consulta de buró de crédito.

Personas físicas.

1.- Identificación oficial con fotografía vigente.
2.- Comprobante de domicilio fiscal no más de 3 meses de antigüedad.
3.- Alta en SHCP
4.- Cédula de identificación fiscal.
5.- Información adicional requerida para calcular la capacidad de pago.
6.- Solicitud de consulta de buró de crédito.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

7.- Acta de matrimonio para validar el régimen matrimonial.

Una vez gestionados los recursos suficientes para iniciar el negocio o bien continuar en el mercado, se hace necesario administrar de manera correcta este dinero para obtener la mayor cantidad de rendimientos posibles, por lo tanto, se recomienda utilizar la administración financiera.

Ortega Castro, Alfonso (2008) Introducción a las Finanzas, nos dice que se refiere a las tareas del administrador financiero dentro de una organización de negocios.

Lawrence J. Gitman (1986). Fundamentos de Administración Financiera, nos dice que la administración financiera puede considerarse como una forma de la economía aplicada que se funda en alto grado de conceptos económicos.

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios.

Lawrence J. Gitman (1986). Fundamentos de Administración Financiera. Es la adquisición de fondos a nivel de individuos, de empresas y de gobierno para hacer frente a sus necesidades y logar su buen financiamiento.
Perdomo Moreno, Abraham (1993), Fundamentos de Administración Financiera. Nos dice que es la adquisición de recursos para obtener los bienes tangibles y/o los elementos monetarios necesarios para: perfeccionar la organización, unir sus operaciones y permitir su conformidad hasta que la empresa se sostenga por sí misma.

Es importante conocer los antecedentes del financiamiento en el país y su evolución

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

debido al constante cambio que ha padecido el peso mexicano y las repercusiones sufridas a lo largo de los siglos transcurridos; siendo esta la razón por la cual se aborda este tema dentro del aspecto de la gestión empresarial y conocer como se generan las bases fundamentales para proporcionar financiamiento a los negocios y con ello seguir contando con fuentes de empleo, para la sociedad.

Rodarte Uribe, Marcela (1996). El Mercado de Valores. Nos dice que es indispensable revisar previamente algunos aspectos relacionados con el Sistema Financiero Mexicano. Ante todo, es bueno señalar que “El propósito de los mercados financieros es la asignación eficiente del ahorro de una economía en las actividades productivas. Estos mercados se componen de instituciones e instrumentos. La variedad de instituciones e instrumentos financieros en una economía incremente la posibilidad de operaciones ahorro-inversión entre unidades económicas: empresas, organizaciones no lucrativas, gobierno y público inversionista”.

El Sistema Financiero Mexicano está constituido por un conjunto de instituciones que captan, administran y canalizan a la inversión, el ahorro tanto de nacionales como de extranjeros y se integra por: Grupos Financieros, Banca Comercial, Banca de Desarrollo, Casas de Bolsa, Sociedades de Inversión, Aseguradoras, Arrendadoras, Arrendadoras Financieras, Afianzadoras, Casas de Cambio y Empresas de Factoraje.

La banca de desarrollo en México ha desempeñado, desde sus inicios, un papel protagónico en la historia del financiamiento e impulso a las actividades productivas, lo cual obedece a que el desarrollo económico y social así lo ha exigido u por tanto su actuación se ha circunscrito al marco de la estrategia global de desarrollo del país. Las operaciones de crédito llevadas a cabo por la banca de desarrollo en1988,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

66% se hacía como banca de primer piso y el 34% restante como banca de segundo piso; para 1992 estas proporciones se invierten, observándose que, del total de recursos prestados por la banca de desarrollo 63% ha sido a través de instituciones de banca múltiple y el 37% restante de manera directa. Actualmente estas instituciones de fomento han orientado sus esfuerzos y recursos a sectores como el de las Pymes que tienen problemas para acceder al financiamiento y a través del impulso de sus operaciones de segundo piso, pretende acercar a la banca comercial a los sectores objetivos de la banca de desarrollo.

Las instituciones públicas de fomento en México, ara principios de 1995, eran ls siguientes: Nacional Financiera (Nafin), Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (Banobras), Banco Nacional de Crédito Rural (Banrural), Fideicomisos Instituidos en Relación a la Agricultura (Fira), Banco Nacional de Comercio Interior (BNCI), Fondo para el Desarrollo Comercial (FIDEC) y el Fondo de Operaciones y Financiamiento Bancario a la Vivienda (FOVI).

Finalmente, hoy estas entidades vienen adecuándose a las transformaciones planteadas con el propósito de cumplir sus objetivos eficientemente, justificar su razón de ser y reformular sus campos y modalidades de operación en un entorno de mercados financieros liberalizados, abiertos y globalizados.

El papel de nacional financiera (NAFIN). Desde que esta dependencia desde que fue constituida en el mes de julio de 1934, ha experimentado una transformación constante que la ha conducido a reformular sus objetivos y a modernizar su estructura en varias ocasiones, con el fin de adecuarse las necesidades y condiciones que en el momento imperen, para seguir cumpliendo con la mayor eficiencia posible que a estrategia global de desarrollo le encomiende. En 1954, las

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

ramas de la actividad económica que había recibido mayor apoyo de Nafin eran comunicaciones y transportes, energía eléctrica, hierro y acero, azúcar, petróleo, armadoras y constructoras de vehículos, textiles, productos alimenticios, carbón mineral, productos químicos, papel y sus derivados, que en conjunto absorbían 89.3% del total de créditos e inversiones que realizaba.

A partir de 1989 Nacional Financiera emprende un profundo proceso de reforma estructural tanto a nivel operacional tanto a nivel operacional como en sus programas de fomento, buscando aumentar la competitividad de la industria, crear fuentes de empleo, incrementar la oferta de bienes, mejorar el medio ambiente, impulsar el desarrollo tecnológico y desconcentrar la industria. Programas como micro y pequeña industria. Con esto Nacional Financiera se convirtió en la banca de desarrollo cuya misión principal sigue siendo el apoyar a las pymes el país, especialmente a las del sector industrial, pero sin descuidar los esfuerzos empresariales en el comercio y los servicios y es precisamente en estos años cuando la figura de la “pequeña empresa” cobra inusitada importancia en todos los ámbitos de la vida nacional.

Las finanzas, implica dinero, crédito y algunas otras acepciones tales como acciones, bonos e hipotecas, es decir, uso o pago de moneda es el elemento común en todas las diversas aplicaciones del vocablo finanzas y en la actualidad es un verdadero arte científico, es decir la ciencia de saber cómo predecir las consecuencias financieras y el arte de saber cuándo actuar, puede ayudar a quienes toman decisiones financieras en la actualidad para evitar dificultades del mañana.

Las empresas además de demandar mano de obra, maquinaria, materia prima, etc. Así como el solicitar efectivo, busca dentro del mercado financiero quien ofrezca mejores oportunidades y facilidades de financiamiento; esto nos lleva a entender

que es necesario recurrir al financiamiento, porque el dinero invertido en activos es de lenta recuperación, además de que toda firma necesita de fondos para desarrollar su actividad, ya que son estos los que la mantienen abastecida de recursos económicos para que esté en condiciones de cumplir con sus obligaciones, así como para llevar a cabo sus objetivos.

MODELO DE GESTIÓN PARA ALCANZAR EL ÉXITO.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Método

La presente investigación es de carácter documental, en donde se busca conocer cuál es el impacto que tiene la gestión en las empresas familiares, y saber si existen teorías que ampare el uso de esta herramienta, como medio para administrar de manera correcta, este tipo de negocios.

Resultados.

Con base al proceso en la búsqueda podemos decir que la gestión empresarial es vital para toda empresa. Una buena y correcta gestión empresarial, lleva a la grandeza y hace crecer no solo como empresarios, sino también como seres humanos, ya que el ser más importante dentro de cualquier organización es el recurso humano.

Llevar a cabo la gestión no es tarea sencilla, se necesita de gran paciencia, ser observador, pero sobre todo una persona especializada en la gestión empresarial, entendiendo que en una empresa se involucran tanto el entorno interno como externo, ya que todas trabajan en conjunto y si alguna de ellas llegase a fallar, la organización tarde o temprano fracasará.

La gestión, no es solo dar órdenes y arreglar superficialmente los problemas que existentes dentro de cualquier organización, más bien es cortar de tajo los problemas, arreglar los malentendidos, y administrar los recursos de una manera eficaz y eficiente, permitiendo al empresario dueño de la empresa gozar de mayores beneficios, los cuales se traducen en mejores sueldos para los trabajadores, más y mejores empleos dentro de la empresa y una satisfacción mayor del cliente. (Clientes satisfecho).

El gestor no solo se enfoca en los problemas que pueda haber dentro de cualquier

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

organización, también se dedica a estudiar al cliente final, siendo este el que consume el producto o servicio ofertado. Siendo allí donde radica la importancia del saber ser un buen gestor y conducir a la organización al éxito esperado, razón por la cual existe toda empresa. La gestión es un instrumento maravilloso si se sabe utilizar de manera correcta, permitiendo entonces alcanzar los objetivos planteados de manera previa en tiempo y forma, minimizando costos y maximizando utilidades sin afectar la calidad.

Si se observa lo anterior se tendrán dueños, empleados y clientes plenamente satisfechos y dispuestos sobre todo estos últimos a regresar y cuando un cliente regresa es señal de que se hacen bien las cosas.

Referencias

Reyes Ponce, Agustín (1994). Administración Moderna (2ª. Reimpresión). Limusa. México.

Rodríguez Valencia, Joaquín (1997). Sinopsis de Auditoría Administrativa. (6ª. Edición). Trillas. México

Rubio Domínguez Pedro, (2006). "Introducción a la gestión empresarial", Edición electrónica, Eumed, España, 311 páginas

Stoner James, A. F. y Wankel Charles (1989). Administración. (3a. Edición). Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México.

Koontz Harold y Heinz Weihrich (1994). Administración una Perspectiva Global (10ª. Edición) Mc Graw Hill. México.

http://livinglavidapyme.com/2009/07/nueva-clasifiicacion-de-mipymes-en-mexico/.

www.condusef.gob.mx

http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/emp/gesempresarial.htm

Creación y Marketing de un Licor de Crema de Mango Ataulfo (*Mangifera indica*), Pox y Anís Estrella

Dr. Jorge Alberto Esponda Pérez[15]; Dra. Reyna Esperanza Zea Gordillo[16]; Lic. Carlos Alberto Gómez Torres[17]; Lic. Almendra del Rocío Rodríguez Jiménez[18];

Resumen

Se estima que existen más de 25 mil hectáreas sembradas en Chiapas con mango Ataulfo (20 mil hectáreas en el Soconusco), el desperdicio a gran escala es alarmante de igual manera que muchos de esos frutos se descomponen durante su traslado, siendo entre 30-40% de perdidas (SAGARPA, 2009). Una de las causas del desperdicio son muchas plagas y enfermedades del cultivo, los frutos de mango

[15] [15] Jorge Alberto Esponda Pérez, Doctorado en Alta Dirección y Negocios. Maestro en pedagogía, Licenciado en gastronomía, Miembro del Cuerpo Académico Sustentabilidad, nutrición y aprovechamiento de recursos agroalimentarios de la facultad de ciencias de la nutrición y alimentos en la Universidad de Ciencias y artes de Chiapas, chef instructor de cocina, Docente a nivel medio superior y media superior, Director y Revisor de tesis, jorge.esponda@unicach.mx, celular: 9612255855, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

[16]Reyna Esperanza Zea Gordillo, Doctora en Administración. Maestro en Administración, Licenciado en Contaduría Pública, Miembro como colaborador del cuerpo Académico Gestión de Negocios y Desarrollo Local de la facultad de Ciencias Administrativas y Tecnologías Digitales. de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Profesor de Tiempo Completo y Miembro de la Red Rilco. reyna.zea@unicach.mx Cel. 9651212327

[17] Carlos Alberto Gómez Torres, Licenciado en Gastronomía, Chef restaurantero "A" hotel holiday inn, halo11_carlos@hotmail.com celular: 9611814564, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas

[18] Almendra del Roció Rodríguez Jiménez, Licenciada en Gastronomía, chef restaurantero, egresado de la Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, al055115036@unicach.mx, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.

producido por Chiapas son potencialmente atacados por varias especies de moscas de la fruta, tales como *Anastrepha ludens* y *Anastrepha obliquoa*. Por lo tanto, si los productores quieren exportar el mango, deben seguir un plan de manejo, dejando así a los productores con este tipo de alternativa volviéndose vulnerable a las grandes pérdidas.

Para el mejor aprovechamiento que se le da a determinados frutos en el estado de Chiapas, se plantea la creación de una bebida alcohólica a base de pulpa de mango Ataulfo, fusionándolo con dos ingredientes más, así mismo corrigiendo de tal manera el desperdicio de este y aplicándolo en un nuevo producto que se busca comercializar en nuestro estado.

Con el objetivo de poder extraer el alcohol etílico del mango Ataulfo se procede a realizar una fermentación alcohólica que es un proceso anaerobio en la que las levaduras y algunas bacterias, descarboxilan el piruvato obtenido de la glucólisis, dando acetaldehído, y este se reduce a etanol por la acción del nicotinamida adenina dinucleótido (NADH).

El concentrado debe estar el licor para no exceder y crear un producto no bebible hacia el público.

El mango puede ser aprovechado es la exportación, se busca con este producto nuevo, evitar la exportación en cantidades mayúsculas y las malas retribuciones por estos productos así mismo promover la economía local del estado, haciendo de esta manera que las ganancias se queden en una parte en su lugar de origen y al mismo tiempo se analizará el impacto referente a su consumo.

Palabras claves: Destilado, Licor, Mangifera, Marketing

Introducción

En la presente investigación se determina elaborar un licor de crema de mango a partir de la extracción de su pulpa, adicionado con anís y pox. Como gastrónomos nos enfocamos en tener el interés de crear una bebida alcohólica que ofrezca a sus consumidores nuevas experiencias sensoriales y al mismo tiempo se busca lograr un enfoque de mercadotecnia para su aceptación y consumo en el mercado, aprovechando la ubicación de la región en la que nos encontramos y a la facilidad en la adquisición de la materia prima.

Larousse gastronomique en español, define al licor como una bebida alcohólica obtenida mediante una mezcla de alcohol y aguardiente con aromatizantes. El índice de alcohol varía de 15 a 55% Vol., pero la media es de 40% Vol., aunque el licor por el hecho de ser dulce parece menos fuerte. Es importante mencionar que todos los licores utilizan como materias primas aguardiente o alcohol neutro de 96% Vol., una sustancia aromática (fruto, planta, semilla o esencia) y almíbar (a veces miel). La elaboración se puede efectuar mediante destilación o infusión (cuando un fruto o una planta no soportan este tratamiento) o también con la adición de esencia en alcohol. Cabe señalar que cuando el contenido en azúcar de un licor es superior a 250 g por litro se suele hablar de crema (Larousse, 2014).

Referentes teóricos

El mango

El mango (*manguífera indica*), cuyo nombre se origina del hindú "*mankai*" que quiere decir mango, y "*fero*" equivalente a cosechero o productor e "*indica*" proviene de indians que significa india. (Elizondo,1983). Los tipos de cultivo de mango existentes pertenecen a la especie que es la más conocida: el género Manguifera agrupa 41 especies (Esquinca A.,1994). El centro de origen del mango se ubica en el

continente asiático, entre la zona geográfica del noroeste de la India y el norte de Burma, muy cerca del Himalaya. En la india existen registros de más de 4 mil años de antigüedad en el que se menciona que el cultivo del mango es de origen muy antiguo (Mata, 1995).

Producción y exportación de mango en México.

El mango es un producto que, a nivel mundial, juega un importante papel económico y social para diversas naciones, fundamentalmente países en desarrollo. Es el tercer fruto tropical a nivel mundial, en cuanto a su producción e importación (después del plátano y la piña) y el quinto de todos los frutos que se comercializan a nivel mundial (FAO, 2009).

Anualmente, México produce 1.7 millones de toneladas de mango y ocupa el cuarto lugar a nivel mundial, pero solo se exportan 202 mil toneladas a estados unidos, según los datos de SAGARPA. Además de los 23 estados productores de este fruto, sólo algunas huertas de las 9 entidades están certificadas por EUA (Estados Unidos de América) para poder exportar. Las entidades certificadas son Campeche, Colima, Chiapas, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Oaxaca y Sinaloa, donde se encuentra el 89% de la producción nacional.

En México se tienen aproximadamente plantadas 187,000 hectáreas. Se produce mango de diferentes cultivares los cuales son consumidos o demandados para diversos fines, el país ocupa el primer lugar por volumen de exportación en el mundo. La mayor parte de la superficie cultivada se ubica en los estados de Chiapas, Veracruz, Michoacán, Guerrero, Oaxaca, Nayarit y Sinaloa. De acuerdo con la producción obtenida Chiapas ocupa el tercer lugar a nivel mundial únicamente antecedido por Guerrero y Oaxaca. Cabe mencionar que estos se encuentran en los primeros puestos en producción de este fruto debido a que

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

cuentan con buena superficie para su plantación, así como de los altos rendimientos que obtienen (SAGARPA, 2009)

El mango Ataulfo

El mango Ataulfo fue descubierto y seleccionado en 1963 por el Ing. Hector Cano Flores (jefe, en aquel entonces, del segundo sector del Instituto Mexicano del Café), en cinco árboles padres, de origen desconocido, ubicados en un predio en la ciudad de Tapachula, Chiapas, propiedad del Sr. Ataulfo Morales Gordillo, a quien se le debe la denominación del cultivo en estudio.

El origen del mango Ataulfo no está del todo esclarecido. Por las características de los cinco arboles padres originales, se considera que se derivaron de un híbrido natural fortuito, o bien proceden de una mutación quimeral, sin conocerse la variedad que les dio origen. El desarrollo de este producto agrícola como cultivo se llevó a cabo mediante la selección del CLON I.M.C M2. El mango Ataulfo fue seleccionado por poseer ciertas características que le dan una posición privilegiada entre las diversas especies manguíferas.

Desde 1963 a la fecha se han establecido 15,000 hectáreas de este mango que representan cerca del 83 % de la superficie cultivada con este frutal en la región, y cuyo volumen anual es aproximadamente 176,000 toneladas, por lo que ha generado, fuentes de empleo, servicios, centro de investigación, agroindustrias, comercializadoras, infraestructuras, asociaciones de productores, y por lo tanto el reconocimiento por parte de H. Congreso del estado de Chiapas.

Fue Don Ataulfo Morales Gordillo, quien trabajo por varios años en el injerto de los árboles que dieron como resultado lo que hoy es el mango Ataulfo, en honor a su inventor en 1963.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

La resistencia, maduración, sabor, tamaño, color, tiempo de anaquel fueron probadas y analizadas en el mango Ataulfo chiapaneco resultando el mejor ante organismos internacionales, lo que le otorgó el origen a esta fruta (Soconusco, 1998).

Producción y exportación del mango Ataulfo en México

Chiapas envía unas 6,751 toneladas de mango a Canadá y 54 toneladas a Europa, el país más importante de envío son los Estados Unidos. En el 2012 mandó unas 26,084 toneladas que fue 35% del total del Ataulfo enviado por México. Nayarit que está en el segundo lugar de producción nacional, envió 16,530 toneladas y representó el 22%. Le siguió Oaxaca con el 18%, Michoacán con el 16% y justos Sinaloa, Guerrero, Jalisco y Campeche embarcaron el 9% del total (SAGARPA, 2012).

Pox

Se define como un destilado artesanal de caña y maíz, con sabores de la fruta de la región. Aunque este aguardiente es preparado por comunidades que descienden de los mayas, la zona de los Altos de Chiapas es donde se consume no solo en la celebraciones religiosas o personales; también está presente en rituales de sanación (Ruiz, 2008).

El anís estrella

Planta herbácea de la familia de las Iláceas (*Illicium Anisatum*), también conocido como anís de china. Esta planta tiene frutos pequeños, duros y aromáticos de color pardo grisaceo, que han sido utilizados para aromatizar desde los tiempos clásicos.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Su aceite esencial de aroma agradable abunda en anetol (Môller, 2016). El aceite de anís alcanza una concentración de 1.5-3.5 % con predominio del último porcentaje. Su componente principal es el anetol, otros componentes son el anisaldehído, la aniscetona y el metilcavicol (Tainter y Grenis, 1993).

Su uso es eminentemente medicinal y se utiliza como digestivo, carminativo, antiespasmódico y emenagogo. El aceite de anís, tiene propiedades medicinales y se emplea en medicamentos contra la tos (Masefiel, et al, 1980).

Fermentación

La fermentación se trata de un proceso típico de las bacterias, levaduras y de las células de los diferentes tipos de animales. En concreto, refiere entonces al procedimiento catabólico (químico y natural) por el cual un elemento de oxida en forma incompleta dando como resultado un compuesto químico orgánico.

Este proceso consiste en una oxidación que no requiere oxigeno por lo que podríamos clasificarlo como anaeróbico. La fermentación es un proceso mediante el cual los microrganismos obtienen energía por rendimiento de los compuestos orgánicos sin el consumo de oxígeno (McGilbery, 1977).

Licores

Los licores son las bebidas hidroalcohólicas aromatizadas obtenidas por maceración, infusión o destilación de diversas sustancias vegetales naturales, con alcoholes destilados aromatizados, o por adiciones de extractos, esencias o aromas autorizados, o por la combinación de ambos, coloreados o no, con una generosa proporción de azúcar. Teniendo un contenido alcohólico superior a los 15° llegando a exceder los 50°centesimales, diferenciándose de los aguardientes por mayor o menos contenido de azúcares (Ramírez, 2010).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Mercadotecnia

Aspectos generales de la mercadotecnia

Definición

Se define a la mercadotecnia como el proceso de la planeación, ejecución y conceptualización de precios, promoción y distribución de ideas, mercancias y términos para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y organizacionales. La mercadotecnia resulta limitada por uno o varios de los siguientes aspectos: primero, la mayor parte de las definiciones señalan que la mercadotecnia representa operaciones mercantiles; sin embargo, también puede realizarse en organizaciones no lucrativas. Segundo, otras de las definiciones implican que la mercadotecnia empieza después que los productos o servicios se han producido, cuando en realidad sus actividades comienzan antes de las operaciones producidas. Tercero, la mercadotecnia no solo se refiere a productos y servicios, sino también a ideas, hechos conceptos y aun a la propia gente; también se limita en cuanto a la búsqueda de satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores.

Es importante agregar las posibilidades ya que los consumidores a través de la mercadotecnia se generan perspectivas y éstas deben satisfacerse para que el producto realmente cumpla con el objetivo para el que fue creado. El punto de partida de la disciplina de la mercadotecnia es determinar las necesidades y deseos humanos. Los seres humanos tenemos necesidades primarias y secundarias.

- Necesidades primarias: agua, aire, vestimenta y vivienda
- Necesidades secundarias: Recreación, seguridad, transporte y educación

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

El hombre satisface poco a poco cada uno de estos grupos de necesidades para poder vivir. La mercadotecnia ofrece productos y servicios que sacien todos esos grupos de necesidades (Fischer, 2011).

Problema

En la actualidad en el mundo de los licores, existe una gran demanda de la innovación de productos que puedan salir a la venta con mayor facilidad en el mercado. Así mismo se busca aprovechar al mango Ataulfo por su abundancia en la región.

El consumo del mango es muy importante debido es una fruta sabrosa y nutritiva para el organismo, pues aporta grandes beneficios. Su consumo está muy extendido a lo largo del mundo, ya que es ideal para comerlo sólo o como complemento en otros platos. Aunque no se tiene que olvidar, que el mango es el aliado perfecto para mantener una salud en buenas condiciones.

Es una fruta muy conocida por sus efectos diuréticos y depurativos del organismo debido a su alto contenido en potasio. Además, es una fuente importante de otros minerales como el selenio, hierro, magnesio, imprescindibles para el buen funcionamiento de nuestro organismo, ya que intervienen directamente en funciones básicas de nuestro metabolismo (Sánchez, 2001).

De la misma forma se plantea la implementación de este licor para un mayor aprovechamiento de nuestro insumo, así como posicionar el producto en el mercado a través de un plan de negocios, considerando que se llevaran a cabo labores de marketing.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Método

La presente investigación es de tipo cualitativa porque se abordará la información sobre aspectos específicos de la materia prima utilizada y sus respectivos procesos para la elaboración del producto. Y cuantitativas, que se llevarán a cabo al seguir los procesos de estadística y recopilación de censos.

Además de apoyarnos en la investigación documenta para la elaboración del marco teórico, ya que es aquella que depende fundamentalmente de la información recabada en documentos, tales como libros, revistas, periódicos, archivos oficiales o privados y páginas web.

Población

La presente investigación está dirigida hacía un público en general y al mundo de los gastrónomos.

Muestra

Consta de 25 jueces semi- entrenados de la licenciatura en gastronomía de la Facultad de ciencias de la nutrición y alimentos pertenecientes al panel de evaluación sensorial.

Muestreo

Probabilístico

Son aquellos que se basan en el principio de equiprobabilidad; es decir, aquellos en los que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de una muestra y consiguientemente, todas las posibles muestras de tamaño “n” tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Variables

Independiente
- Producto.

Dependiente
- Aceptabilidad del producto por parte del público.

Resultados

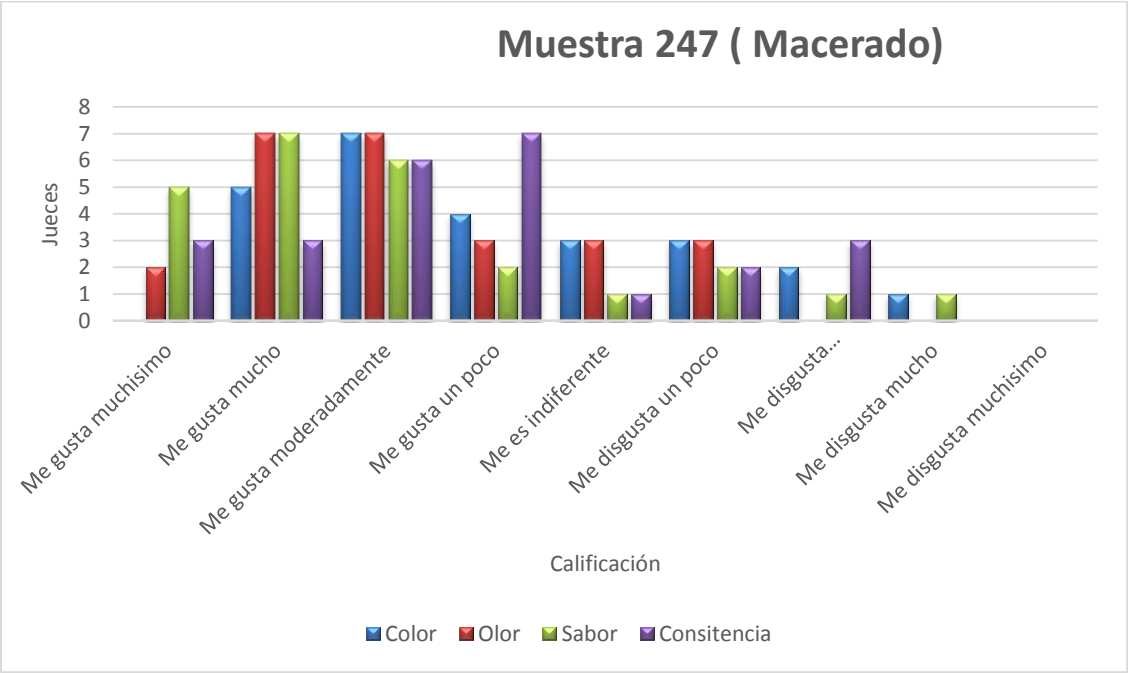


Figura 1. Comparativa de aceptación del producto en maceración

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

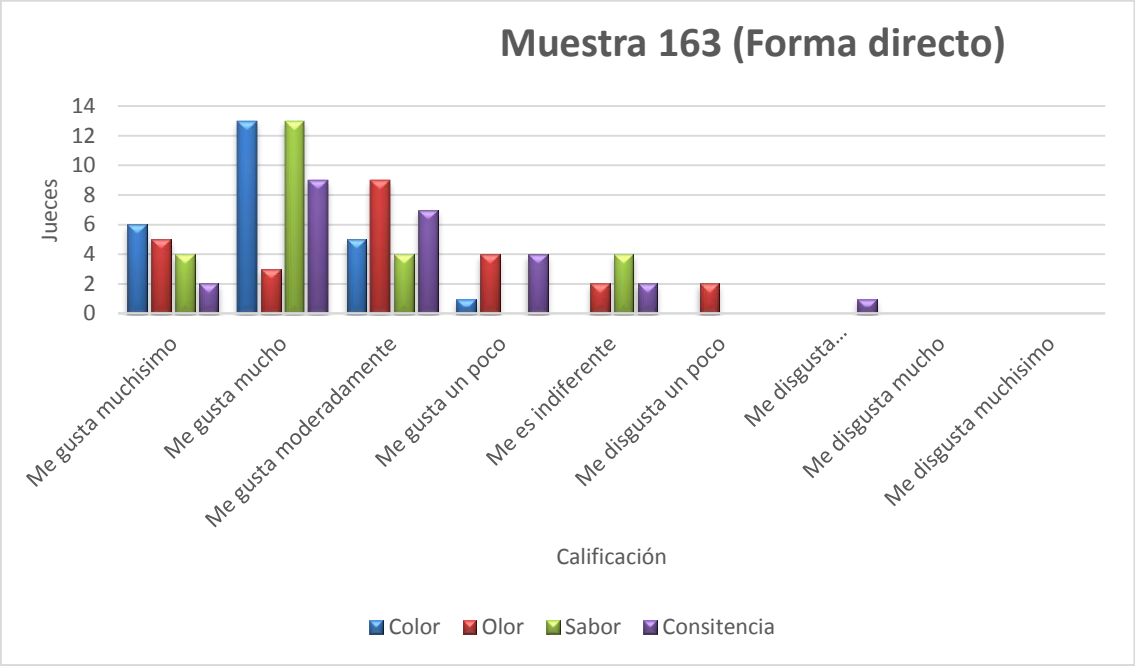


Figura 2. Comparativa del producto con forma directa

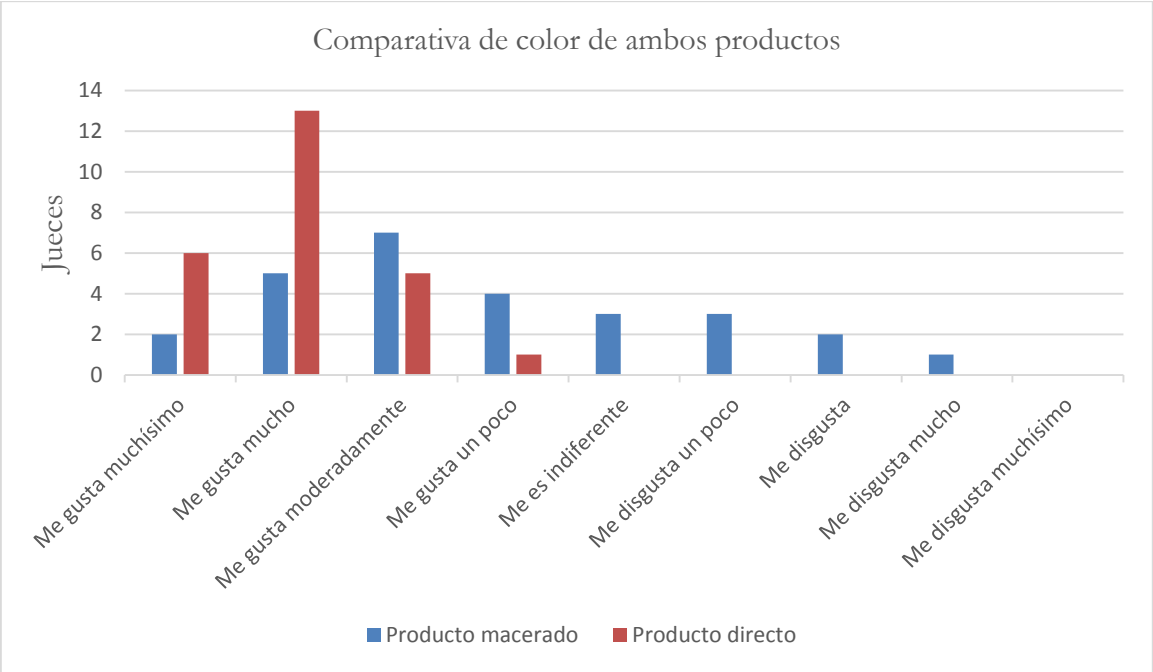


Figura 3. Comparativa de color de ambos productos

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

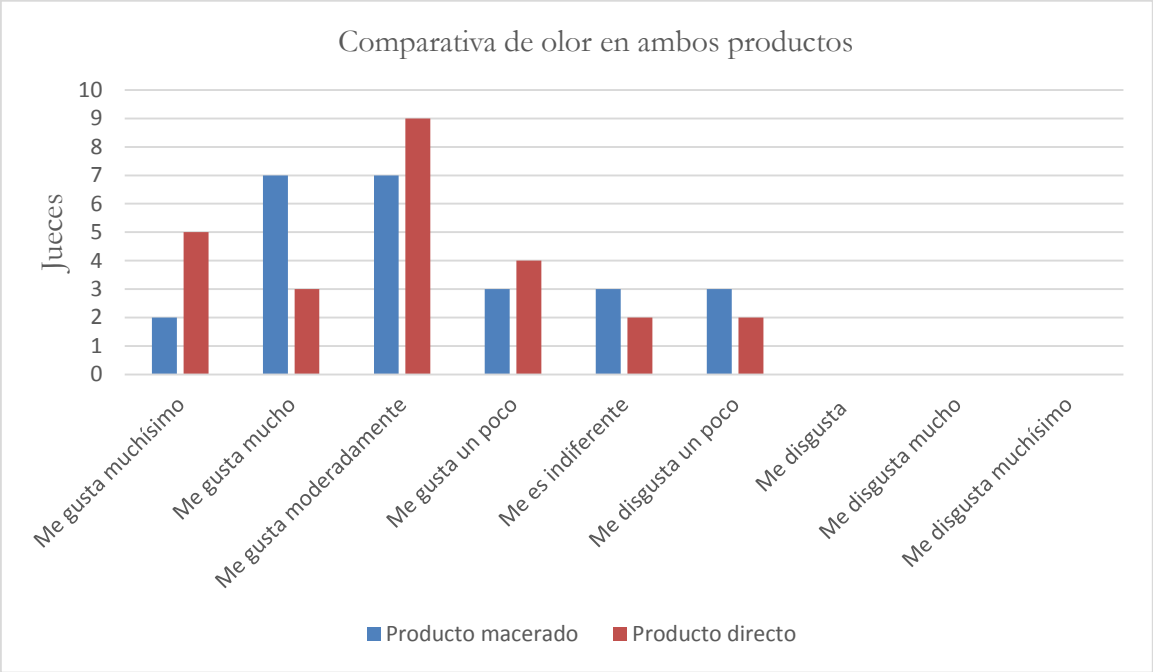


Figura 4. Comparativa de olor en ambos productos

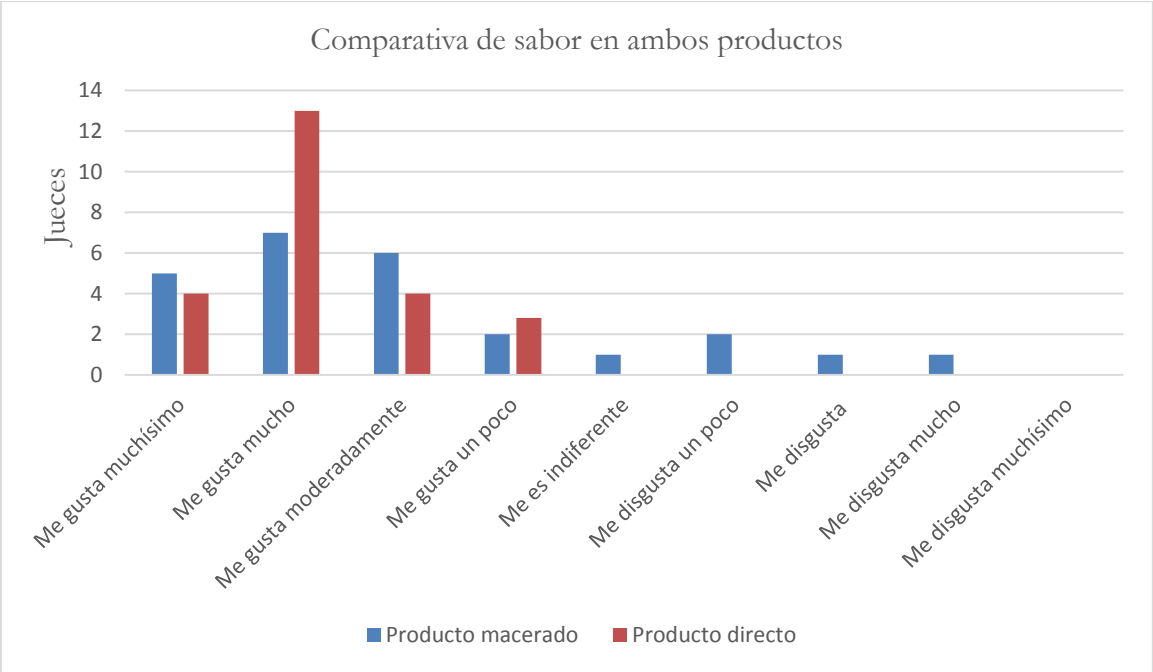


Figura 5. Comparativa de sabor en ambos productos

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

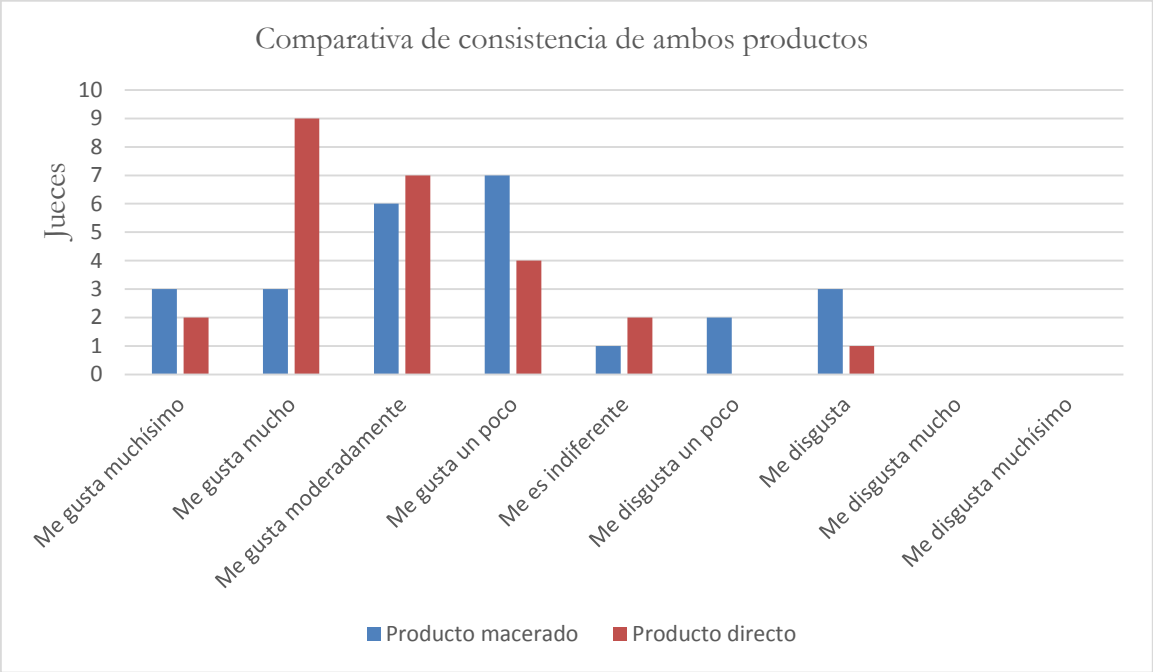


Figura 6. Comparativa de consistencia de ambos productos

También se anexo una pregunta “De las dos muestras proporcionadas ¿En cuál sintió más el grado de alcohol?”

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

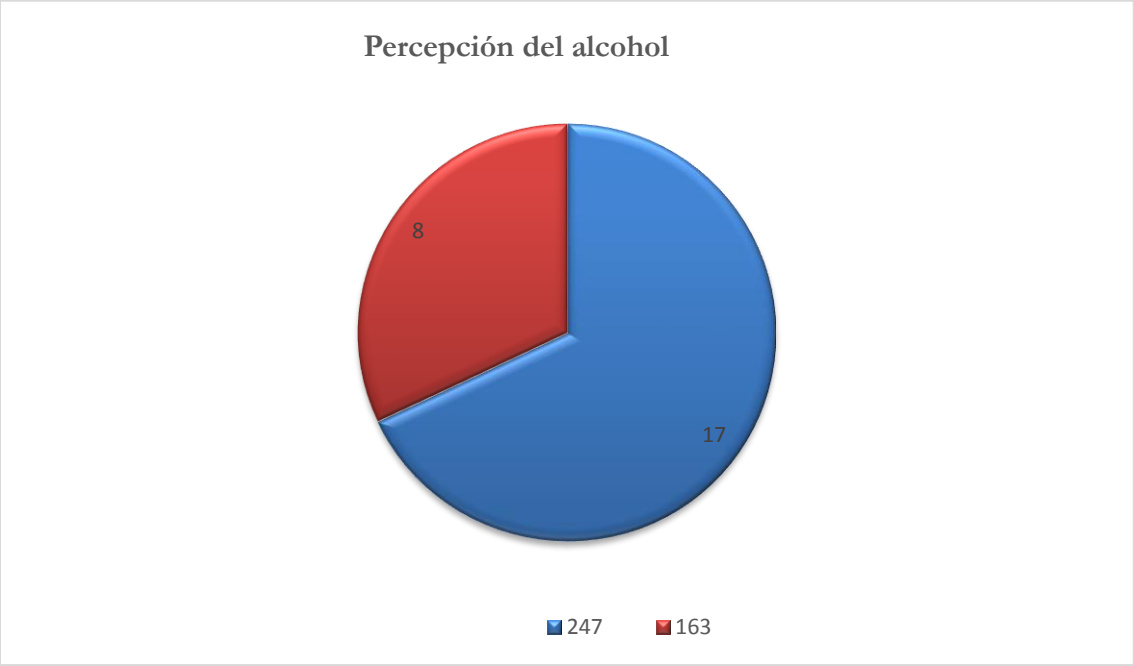


Figura 7. Comparativa de percepción del alcohol de ambas muestras

De acuerdo con los conteos y las gráficas se obtuvieron los siguientes resultados:

- La muestra 163 fue calificada con mejor color y sabor
- La muestra 243 fue calificada con más grado de alcohol
- Ambas muestras fueron calificadas con casi el mismo nivel de espesor
- Se optó realizar el producto mediante el método directo por mayor aceptación

Discusión de Resultados

Después de llevar a cabo la realización de encuestas y de observar los resultados obtenidos, concluimos que el público tiende a un mayor gusto por el producto cuando está elaborado de forma directa.

A sí mismo, gracias a las encuestas, se pudo observar que les gustaría que el producto realizado, tuviese una mayor graduación de alcohol o en su defecto que tuviese una mayor porción de alcohol.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Plan de negocios

Nombre de la empresa, giro, logo y slogan

La empresa llevará por nombre “Mangleys”, el giro de la empresa será de tipo industrial-manufacturera ya que transformará una materia prima en un producto terminado.

El slogan de la empresa será “Licor es lo que hacemos”.

Misión

Ser la referencia de licor mexicano reconocido por su innovación, calidad y consistencia a nivel regional, estatal y nacional, ofreciendo el mejor servicio a nuestros clientes.

Visión

Ser una empresa líder en el ramo de licores, expandiéndose en todos los mercados de bebidas alcohólicas posibles, para llegar a ser una de las mejores empresas en nuestro país.

Objetivos

- Hacer un producto con sabor único.
- Fabricar un licor de calidad.
- Procesar el licor con gastronomía especializada.
- Ser pioneros en innovación en cada etapa del proceso de fabricación.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Propósitos

- Conservar el sabor típico del mango, pox y anís estrella, los cuales son propios de nuestro país.
- Obtener un licor artesanal que sea de agrado para los mexicanos, ya que nos caracterizamos por ser un país que consume bebidas alcohólicas de diferentes índoles.
- Mantenernos como una empresa con procesos innovadores para la elaboración de dicho licor.
- Mostrar que los productos alcohólicos artesanales son ricos.
- Que los clientes reconozcan con solo el nombre del licor que es rico y de buen precio.
- Colocarnos siempre en los primeros lugares de licores artesanales de nuestro país.
- Crecer cada día hasta ser reconocidos no solo a nivel estatal sino nacional.

Investigación de Mercado

De acuerdo a la Encuesta Nacional de Consumo de Drogas, Alcohol y Tabaco (ENCODAT), en el 2016 el índice de personas que consumieron alcohol (excesivo) fue 60 582, en porcentaje es 86.4% (54 276) hombres y 10.4% (6 306) en mujeres, ambos en la edad de 31 años. Los estados que mayor índice de alcohol consumen representando el 69.4% a nivel nacional son: Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Tabasco, Yucatán y Veracruz.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Por otro lado, la encuesta Nacional de Adicciones (ENA) en el 2011 reporto que los destilados son la segunda bebida más consumida en nuestro país, casi una tercera parte de la población consume este tipo de bebida representando el 23.6%. De manera particular el consumo de destilados (alcoholes) es más consumido por mujeres, ya que por cada 1.4 que consumen cerveza existe 1 que bebe alcohol; por el contrario de los hombres que por cada 1.9 existe solo 1.

Lo anterior indica que los hombres si ingieren bebidas alcohólicas, pero de otra índole como: brandy, ron, mezcal y cervezas. Se sabe que un hombre toma casi el doble del volumen que una mujer. Las personas de clases sociales altas por lo regular consumen whisky, vino, champagne y bebidas digestivas (licores); mientras que las personas de clases bajas consumen en su mayoría cervezas, mezcales, aguardientes y destilados de agave.

En promedio un mexicano consume bebidas alcohólicas 3 veces al mes, pero este dato varía mucho por el sexo, edad y la región en donde se encuentre. De forma general las mujeres consumen 4 copas o vasos, mientras que un hombre bebe 6.
México es el único productor de tequila, ejemplo de ello es el ron Bacardí que es la marca más popular, seguida por presidente y Don pedro las cuales son marcas de brandys, además las marcas Sauza y José Cuervo que son conocidas por exportar tequila, el cual es una bebida muy popular.

Análisis de competencia

En Tenancingo de Degollado, México se encuentra La Central Licores Tenancingo, la cual es una microempresa que vende licores artesanales mayormente dulces, fabricados con frutas de la región. Maneja tres diferentes presentaciones: botellas de vidrio recicladas de 1 l, botellas de vidrio nuevas con capacidad de 750 ml y botellas de plástico de ½ l. Sus precios van desde $55.00 y $ 70.00 el litro de licor

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

de frutas. Los productos se encuentran en el centro comercial Garis. No cuenta con página web, pero si tienen una página de Facebook en la cual promueven sus productos y como estas elaborados.

Otra empresa competencia es “Flor de luna” ubicada en Miguel Hidalgo, México la cual fabrica 2 diferentes productos artesanales: licor de Lychee el cual es 100% natural hecho a base de granos mexicanos vendido en una presentación de 750 ml a un precio de $280.42, y xila liquor que es 100% agave y contiene 7 especias también vendido en la misma capacidad a un precio de $400. Esta empresa si cuenta con sitios webs.

En Jalisco se encuentra “ta’abeh” la tienda artesanal y cultural de México la cual vende licor de mango Pochteca. Éste contiene extracto de lo más selecto y fresco del mango de la región además del concentrado de esa fruta, néctar, agave y tequila blanco 100% de agave. Se vende en una presentación de vidrio de 750 ml a un precio de $160. Cuenta con diversas sucursales en varios estados de la República Mexicana entre ellos Chiapas, pero en Jalisco es donde más variedad de productos venden, además también ofrece el licor de mango “Morin” en una presentación de 750 ml en $150, licor de mango “casa Argaez” en $80 y de esta línea existen diversos sabores naturales. La tienda cuenta con páginas webs en donde promocionan toda la galería de productos.

Tequipal es otra empresa mexicana que se encuentra en Cancún, Playa del Carmen, Mahaual, Puerto Progreso, Los Cabos, y Puerto Vallarta. Se dedica a la venta de licores de diversos sabores entre ellos el de mango en una presentación de 750 ml. Contiene leche en polvo rehidratada, azúcar refinada, destilado de agave, conservador natural, emulsificantes, extracto de frutas, saborizantes y

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

colorantes naturales. Su precio aproximado es de $275 y se puede encontrar en el centro comercial “La Comer”.

La microempresa “Mangleys” localizada en el estado de Chiapas ofrecerá un licor de mango, adicionado con pox y anís en una presentación de 750 ml en botellas de vidrio a un precio aproximado de $150. El producto se venderá en un stand afuera de los centros comerciales y del mercado principal de la ciudad.

Con esta información se logra ver que existen competidores a nivel nacional, pero de manera local el “licor Tequipal” será la competencia ya que en centros comerciales existe su venta y el sabor que manejan en su producto es de mango, aunque no el mismo tipo que manejará “Mangleys”. Nuestra microempresa será competitiva ya que su elaboración es muy artesanal, además de que los precios son más accesibles y nos encontraremos tan cerca del cliente como sea posible para alcanzar el éxito.

Cliente

La microempresa “Mangleys” ofrecerá sus productos a personas que sean mayores de edad, pero de manera especial a hombres y mujeres en edad de 18 a 35 años, teniendo presente que estas personas se encuentran en los mayores índices de consumo de dichos productos y dándole especial énfasis a personas involucradas en el ámbito gastronómico.

Estas personas serán nuestros clientes potenciales, pero no descartaremos a los demás, ya que con el sabor autentico del producto se pueden ganar más.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

FODA

El análisis FODA permite que una empresa planifique estrategias y sirve como una herramienta. Además, ayuda a evaluar condiciones tanto internas como externas, con la finalidad de adquirir información que ayude a emprender un proyecto con mayor efectividad. FODA significa: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

A continuación, se hará el análisis FODA para la microempresa “Mangleys” identificando en primer lugar las fortalezas y debilidades de esta (análisis interno), seguido de las oportunidades y amenazas (análisis externo).

- Análisis interno
    - Fortalezas:
        - Licor natural.
        - Manejo de materia prima originaria del lugar donde se venderá.
        - Precio accesible.
        - Acercamiento directo con los clientes.
    - Debilidades:
        - Nuevo producto.
        - Equipamiento casero.
        - Proceso de maceración un poco tardado (2 meses).
        - Producto a prueba de errores.
        - Producción baja.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

- Análisis externo
    - Oportunidades
        - Producto único (materia prima)
        - Explotar mercado
        - Crecimiento de inversión
        - Mercado un poco débil.
    - Amenazas
        - Entrada de nuevas competencias
        - Existencia de productos conocidos.
        - Mejores precios al cliente.

La oportunidad que tiene la microempresa “Mangleys” de sobresalir en el mercado, aunque tenga un producto nuevo, es que utilizará el sabor característico del mango ataulfo, el cual no lo tiene ningún otro licor, por lo tanto, aunque sea un producto nuevo puede sobresalir. Se debe hacer un producto con un 100% de calidad, con la finalidad de que desde el primer momento que el cliente lo sienta en su paladar y lo deguste se lleve un buen sabor y de esta manera quiera regresar por más. Existen marcas bien reconocidas por los clientes, pero casi siempre agregan aditivos que tal vez pudieran ser dañinos para la salud, el licor que manejaremos será lo más natural posible, lo que contrarrestará a los ya existentes.

No se tendrán equipos o maquinas como las empresas bien formadas, pero de alguna manera el cliente no debe percatarse de esto, si el producto está bien fabricado el sabor casero que pueda tener será de buen gusto para ellos. Por otro lado, el precio de este licor será accesible para el público en general, estará en el rango de precios que se manejan, incluso un poco menos. Conforme la

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

microempresa vaya tomando fuerza en el mercado, la inversión tendrá que ir en aumento, pero al mismo tiempo las ganancias irán siendo mayores, obteniendo la satisfacción del cliente y al mismo tiempo de los fabricantes.

A continuación, se muestra el organigrama general que tendrá la microempresa "Mangleys" con sus áreas funcionales:

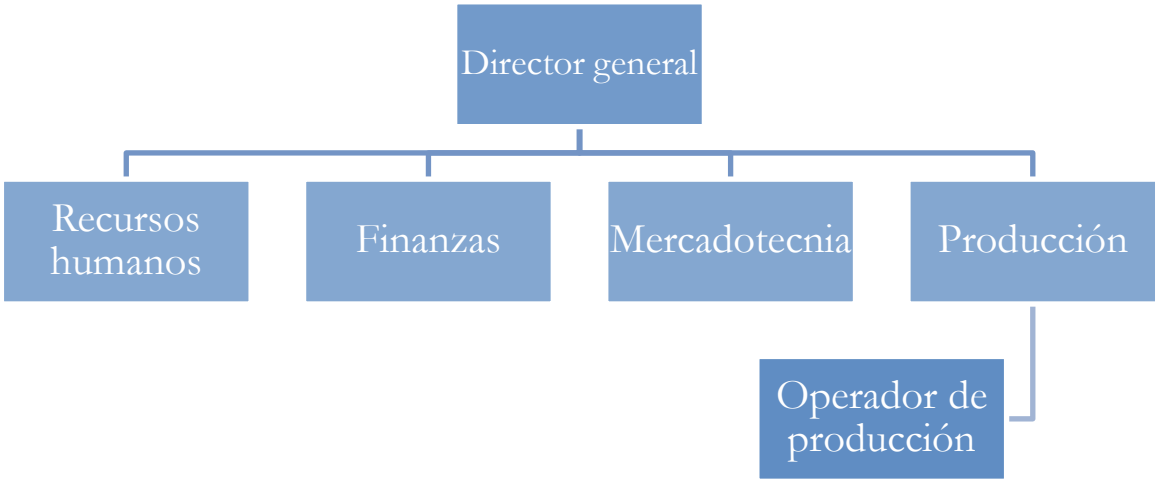


Figura 8. Organigrama de perfil de puesto

Perfil de puesto

- **Director general:** Sus funciones son dirigir, planificar, coordinar, calcular el trabajo de la empresa.
- **Recursos humanos:** Sus funciones son identificar las necesidades de la empresa, buscar y seleccionar el personal de la misma, debe dar soluciones a los problemas que pueda haber con el personal ya existente.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

- **Finanzas:** Sus funciones son reunir, registrar y analizar los datos financieros en todo momento, con el objetivo de planificar y que se puedan tomar buenas decisiones.
- **Mercadotecnia:** Sus funciones son analizar, desarrollar e implementar las estrategias de las marcas ya existentes, además de planificar programas de marketing
- **Producción:** Sus funciones son supervisar el trabajo, asegurar el buen funcionamiento de las líneas de producción, resolver problemas si llegará a existir en los equipos, garantizar que exista suficiente materia prima y optimizar los recursos productivos.
- **Operador de producción:** Su función es la reproducción del producto.

Inversión

La inversión de materia prima que se manejará en nuestra microempresa será por semana, realizando una producción de 20 botellas de 750 ml. Con respecto a los materiales, por el momento solo se hará en inversión inicial, con excepción de las botellas y el desinfectante.

Tabla 1. Tabla de costeos de materiales y equipo

Material	Cantidad	Precio unitario	SubTotal
Licuadora plata uso rudo Hot Spot	1	$1299.00	$1299.00
Tazón de acero inoxidable	2	$84.00	$168
Cacerola de acero inoxidable (15 L)	1	$1500	$1500
Espátula	1	$26	$26
Taza medidora (250 ml)	1	$59	$59
Cucharas	5	$8	$40
Flaneras (10 cm)	1	$149	$149
Báscula digital para cocina	1	$195	$195

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Estufa de mesa (4 parrillas)	1	$849	$849
Cuchillo profesional chef (acero inoxidable)	2	$316	$632
Pelador	2	$59	$118
Tabla de policarbonato de 30cm	1	$1122	$1122
Botellas de vidrio	2 cajas de 10 botellas	$465	$930
Desinfectante (100ml)	1	$36.50	$36.50
		Total	**$7123.50**

Tabla 2. Tabla de costeos de materia prima para la elaboración del producto

Materia prima	**Cantidad**	**Precio unitario**	**SubTotal**
Mango ataulfo	50 kg	$30.00	$1500
Anís	250 g	$70.00	$70
Benzoato de sodio	1 kg	$89.00	$89
Crema (lala)	20	$9.00	$180
Leche evaporada (360 ml)	10	$15.00	$150
Azúcar (zulka)	7kg	$26.50	$185.50
Leche condensada (370 ml)	10	$21.50	$215.00
Pox	4L	$80.00	$320.00
		Total	**$2709.50**
		Gran total	**$9833.00**

La inversión inicial para la fabricación de 20 botellas de “Mangleys” sería de $9833.00. A la semana se estarían invirtiendo aproximadamente $3211.00 tomando en cuenta la materia prima, las botellas y el desinfectante.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Conclusiones

A lo largo de esta investigación se abordaron rasgos específicos de las materias primas y gracias a los resultados obtenidos se realizaron modificaciones a la receta original, bajando los niveles de azúcar y aumentando la cantidad de alcohol llegamos al producto final.

En conclusión, “Mangley´s” resulta rentable y accesible debido a que la materia prima es de fácil adquisición en la región. Es necesario se aproveche la materia prima de la región impulsando los productos regionales y artesanales; dado que al innovar un nuevo producto colaboramos al buen aprovechamiento de los recursos que a la vez se transforma dándole un valor agregado y por consiguiente la creación de empleos y beneficiando a toda una cadena comercial que viene a denotar en la generación de empleo, ingresos económicos y en el desarrollo local de la región, aumento del desarrollo económico y social de todo un localidad o país.

Referencias

Baraona,M Y Sancho, Ellen., Aguacate y Man, Fruticultura Especial, 1. ed. Universidad Estatal a Distancia, 73 p.

Fischer L, Espejo J. (2011). Mercadotecnia. 4ta edición. México, Mc Graw Hill, 2-167 p.

MATA1X Verdú J.(2009) Tratado de Nutrición y Alimentación, Ira ed. Barcelona, España. Océano, 226 p.Ramírez J. (2006). Liofilización de Alimentos, Universidad del Valle Cali-Colombia, 2006.2, 3 p.

SAGARPA.(2009) Plan de rector del sistema producto mango. SAGARPA, Chiapas, 2009.1-62 p.

Hernández R (1997). Metodología de la Investigación. Naucalpan de Juárez, Estado de México.

Estudios de Responsabilidad Social

Dr. José Felipe Ojeda Hidalgo[19], Bitia Berenice Figueroa Hernández,[20]
Dra. Saida Libia Peña Cano.[21]

Resumen

El objetivo del presente artículo es medir la responsabilidad social considerando otros factores como el clima organizacional y demostrar el nivel de relación que existe entre las mismas a través de las prácticas cotidianas dentro de cada una de las áreas, así también se da a conocer el impacto de estas dos variables y la importancia en el sector educativo. Esta investigación es de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental transversal, con un alcance correlacional con posibles implicaciones explicativas con una muestra no probabilística de 105 participantes de la comunidad educativa de nivel superior de las universidades de la ciudad de Comitán de Domínguez, Chiapas (ITC Instituto Tecnológico de Comitán, UNACH Universidad Autónoma de Chiapas, UVG Universidad Valle del Grijalva e INFORCE Instituto de Formación Empresarial). Es importante mencionar que esta investigación se realiza durante el Verano de Investigación por parte del Programa Delfín 2020.

[19]Dr. en Administración, profesor – investigador de tiempo completo en la Universidad Politécnica de Guanajuato, docente y miembro del comité doctoral de la Universidad del Centro del Bajío y de la Universidad Cuauhtémoc – Aguascalientes, profesor en la Universidad La Salle – Bajío – Salamanca, y Universidad de Celaya. Miembro del Sistema Nacional de Investigación, Nivel 1. jojeda@upgto.edu.mx celular 4611698761
[20] Estudiante de la Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial del Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Comitán, bithiaberenice@gmail.com, celular9631371376
[3]Dra. En Administración, profesora de la Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial en el Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Comitán, Consultora Empresarial, saida.pc@comitan.tecnm.mx, Celular 9631090588

Palabras claves: Universidad, Comitán, Correlación, Clima organizacional

Introducción

La presente investigación hace referencia al tema de responsabilidad social y clima organizacional, la cual se desarrolla a través de una investigación realizada en las universidades de la ciudad de Comitán de Domínguez, Chiapas. La responsabilidad social es un tema actual que genera un gran golpe en las instituciones a través de las acciones y prácticas de las personas, se suele entender como un compromiso voluntario asumido por las organizaciones para un desarrollo sostenible, para ello se lleva a cabo una revisión bibliográfica que abarca varias teorías sobre el concepto.

El desarrollo de estos dos conceptos que son la base fundamental de la presente investigación se encuentra en el marco teórico y en los resultados se muestra con claridad el nivel de significancia de los factores inmersos.

La obtención de los datos para el análisis se llevó acabo por medio de una encuesta aplicada a la comunidad educativa, obteniendo un total de 105 encuestas recabadas con las cuales se permitió desarrollar el estudio.

El propósito que ha dado origen a la investigación realizada sobre este tema es analizar las prácticas cotidianas de responsabilidad social, y poder determinar el nivel de significancia y correlación de estos dos factores.

Referentes teóricos

Responsabilidad social

El término responsabilidad social, comenzó a utilizarse de forma generalizada a comienzos de la década de 1970, aunque organizaciones y gobiernos ya realizaban

acciones en algunos de los aspectos considerados como responsabilidad social desde tiempos tan antiguos, como finales del siglo XIX, y en algunos casos, incluso antes.

Una primera noción de la responsabilidad social se centraba en las actividades filantrópicas. Como, por ejemplo, hacer obras de caridad. Materiales tales como las prácticas laborales y las prácticas justas de operación surgieron hace un siglo o más. Otras materias, tales como los derechos humanos, el medio ambiente, la protección al consumidor, y la lucha contra el fraude y la corrupción, se han ido sumando con el tiempo, a medida que se les ha concedido mayor atención.

Toda empresa hoy en día tiene la necesidad de colaborar en la construcción de una sociedad para vivir mejor, ser empresas responsables en su trato con los colaboradores, los clientes, el gobierno, así también con el medio ambiente. Ante la situación que se vive actualmente en el siglo XX las empresas están conscientes de que sus acciones y operaciones tiene un alto impacto en la sociedad que les rodea. Cabe mencionar que la fuerza laboral de una empresa es un recurso importante que permite a ésta ser competitivo.

La responsabilidad social (en adelante RS) no es algo novedoso en el mundo empresarial, aunque en estos últimos años está adquiriendo una nueva dimensión por el especial interés que conlleva, demandando una gestión cuidada como en cualquier ámbito de valor estratégico, que supere lo anecdótico o lo filantrópico (Bestratén, 2006, pág. 68)

La responsabilidad social supone un reconocimiento de integración en la gestión y las operaciones de las organizaciones, de las preocupaciones sociales, laborales y medioambientales, y el respeto a los derechos humanos que den lugar a la

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

elaboración de políticas, estrategias y procedimientos que satisfagan a los diferentes grupos de interés y permitan sus relaciones con éstos (Castellanos, 2007, pág. 78)

La responsabilidad social y la incidencia que tiene en ella los estilos de pensamientos generado es el compromiso por haber adquirido el permiso de la sociedad de asentarse y obtener los recursos de dicha sociedad (Butlier & Thompson , 2011, pág. 79)

La ISO 26000:2010 establece que las organizaciones tienen la responsabilidad de contribuir al desarrollo sostenible, teniendo como objetivo asesorar a las mismas, estos aspectos permitirán que las empresas sean más competitivas a nivel social, mejorando la motivación, el compromiso, y productividad de los empleados y ayude a favorecer la relación con sus trabajadores e interesados (ISO 26000: 2010)

Clima laboral

El clima se refiere a la particularidad del medio ambiente de la organización, ya sea externas o internas, pueden ser percibidas directa o indirectamente. Es un cambio temporal en las actitudes de las personas que se pueden deber a diferentes razones.

El interés suscitado por el campo del clima laboral está basado en la importancia del papel que parece estar jugando todo el sistema de los individuos que integran la organización sobre sus modos de hacer, sentir y pensar y, por ende, en el modo en que se organización vive y se desarrolla.

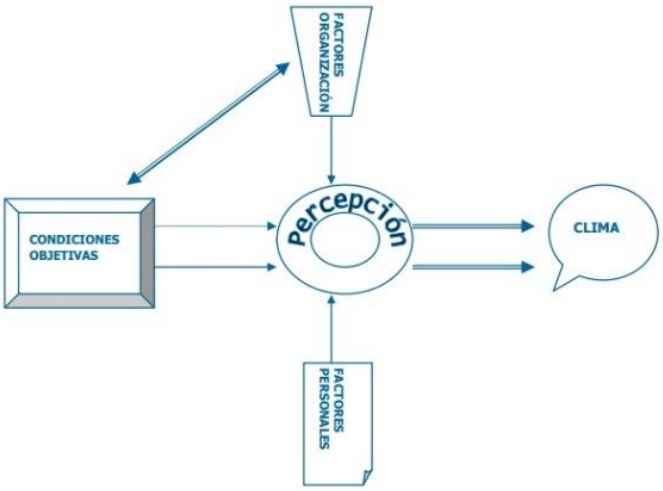
Se define como “la descripción del conjunto de estímulos que un individuo perciben en la organización, los cuales configuran su contexto de trabajo” (Weinert, 2007, pág. 32)

Se define clima laboral “como el conjunto de características que describen a una organización y que la distingue de otras organizaciones, estas características son relativamente perdurables a lo largo del tiempo e influyen en el comportamiento de las personas en la organización” (Forehand y Von Gilmer , 2007, pág. 32)

Se le conoce como “una cualidad relativamente perdurable del ambiente interno de una organización que experimentan sus miembros e influyen en su comportamiento, y se puede describir en términos de los valores de un conjunto especifico de características o atributos de la organización. (Tagiuri, 2007, pág. 32)

La siguiente **Figura 1** nos muestra los procesos que intervienen en la formación del clima, así como su interacción dinámica:

Figura 1 Procesos que intervienen en la formación del clima



Fuente: Vizcarra (2006), pág. 2

La precepción se refiere a aquel proceso mediante el cual el ser humano organiza,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

interpreta y procesa diversos estímulos a fin de darle significado a su situación y su entorno. Supone conocimiento y está mediatizada por las experiencias de la persona, sus necesidades, motivaciones, deseos, emociones, expectativas y sistema de valores, entre otros, pero se articula con el ambiente laboral en que se actúa.

Así la percepción es el punto de unión entre las condiciones de una entidad y la conducta de los colaboradores.

Problema

Determinar si el clima organizacional incide en la responsabilidad social o si la responsabilidad social incide en el clima organizacional.

Método

Esta investigación es de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental transversal, con un alcance correlacional con posibles implicaciones explicativas con una muestra no probabilística de 105 participantes de la comunidad educativa de nivel superior de las universidades de la ciudad de Comitán de Domínguez, Chiapas (ITC Instituto Tecnológico de Comitán, UNACH Universidad Autónoma de Chiapas, UVG Universidad Valle del Grijalva e INFORCE Instituto de Formación Empresarial).

Resultados

A continuación, se presenta una **Tabla 1 Tabla de correlaciones** entre las prácticas de responsabilidad social y clima laboral.

Tabla 1 Tabla de correlaciones

Correlaciones

			MA	DH	PL	VIN	PJO	ASC	TRANS	EXT	PADC	PRH
Tau_b de Kendall	PROD	Coeficiente de correlación	-.210**	.136	.177*	.012	.013	-.088	.259**	-.003	-.049	.231**
		Sig. (bilateral)	.003	.054	.013	.872	.853	.224	.000	.971	.495	.001
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	LID	Coeficiente de correlación	-.042	.050	.044	.180*	-.057	-.051	.045	-.013	-.066	-.110
		Sig. (bilateral)	.560	.484	.546	.013	.425	.488	.521	.859	.364	.122
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	TEQ	Coeficiente de correlación	-.102	.039	.024	.168*	-.015	-.077	-.089	.048	-.135	-.257**
		Sig. (bilateral)	.151	.581	.738	.021	.831	.293	.208	.504	.062	.000
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	BTR	Coeficiente de correlación	.029	.124	.049	.142	.000	-.030	.098	.067	.033	.122
		Sig. (bilateral)	.686	.084	.496	.051	.996	.681	.166	.356	.646	.089
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	COM	Coeficiente de correlación	-.013	.111	.042	.136	.066	.032	.007	.061	.089	-.013
		Sig. (bilateral)	.855	.125	.559	.063	.361	.668	.924	.405	.224	.857
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	AMF	Coeficiente de correlación	.009	.074	.044	.071	.107	.206**	-.004	.028	.057	.021
		Sig. (bilateral)	.904	.294	.535	.328	.134	.005	.953	.700	.430	.767
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	CAP	Coeficiente de correlación	.088	-.031	.018	.045	.110	.229**	-.083	-.115	.049	-.052
		Sig. (bilateral)	.216	.662	.803	.537	.126	.002	.238	.111	.493	.463
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	PROM	Coeficiente de correlación	-.141*	.000	-.025	.147*	.036	.164*	.099	-.086	-.025	-.079
		Sig. (bilateral)	.047	.996	.722	.042	.610	.024	.156	.231	.723	.265
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	REM	Coeficiente de correlación	-.025	.077	.017	.057	.034	.028	-.080	-.073	-.048	-.071
		Sig. (bilateral)	.730	.284	.811	.436	.633	.700	.254	.315	.503	.320
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	ORG	Coeficiente de correlación	.070	.122	.095	.238**	.156*	.135	.065	-.025	.191**	.145*
		Sig. (bilateral)	.333	.092	.196	.001	.033	.071	.361	.733	.009	.046
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Donde: PRO= Productividad, LID= Liderazgo, TEQ= Trabajo en equipo, BRT= Bienestar de los trabajadores, COM= Comunicación, AMF= Ambiente físico, CAP=

Capacitación, PROM= Promoción, REM= Remuneración, ORG= Orgullo.

Las universidades registran que la

PROD=1.631-412(MA)+0.425(PL)+0.558(TRANS)

Quiere decir que la productividad depende de las variables en sentido negativo del medio ambiente, prácticas laborales y la transparencia con una constante de 1.631.

LID=3.241+0.269(VIN) quiere decir que el liderazgo tiene una función con la vinculación con una constante de 3.241.

TEQ=3.762+0.258(VIN)-0.236(PRH) el trabajo en equipo (TEQ) depende de las variables de vinculación en sentido negativo de la practicas de recursos humanos con una constante de 3.762.

BRT=3.149+0.189(VIN) el bienestar de los trabajadores (BRT) depende de la variable de vinculación con una constante de 3.149.

COM=2.339+0.200(VIN)+0.168(PADC) la comunicación (COM) depende de manera positiva de las variables de vinculación y participación activa y desarrollo con una constante de 2.3389.

AMF=2.535+0.287(ASC) quiere decir que el ambiente físico (AMF) depende de manera positiva de la variable asunto de los consumidores con una constante de 2.535.

CAP=2.750+0.245(ASC) la capacitación (CAP) depende de manera positiva de la variable de los asuntos de los consumidores con una constante de 2.750.

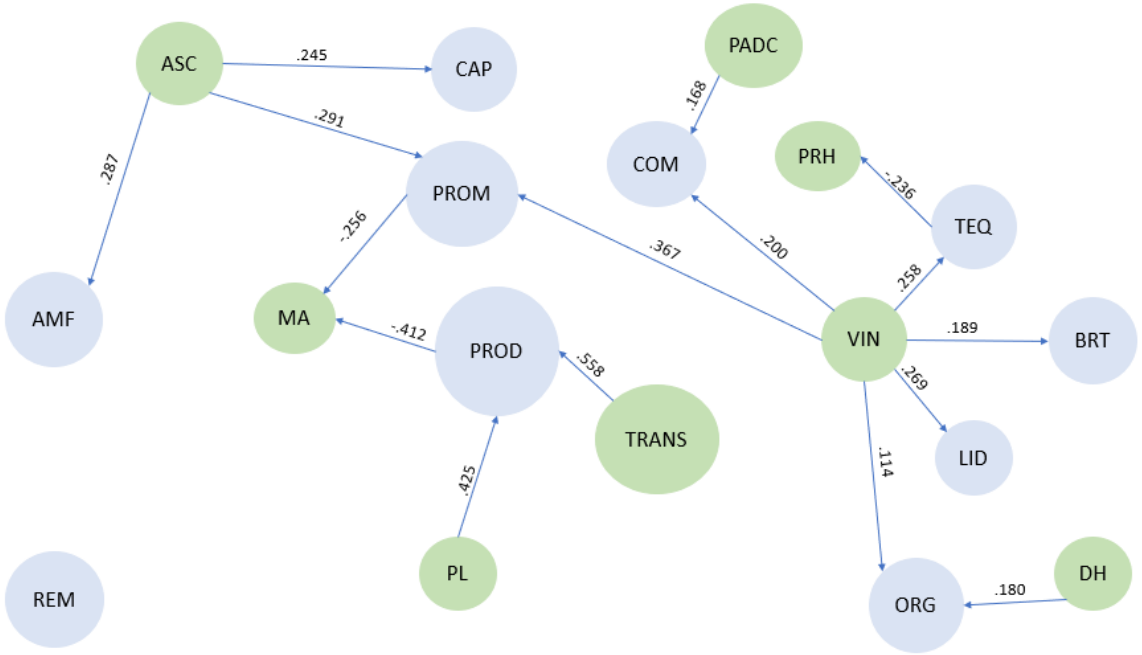
PROM=1.936-0.256(MA)+0.367(VIN)+0.291(ASC) quiere decir que la promoción (PROM) depende en sentido negativo del medio ambiente, sentido positivo de las variables de vinculación y de los asuntos de los consumidores con una constante de 1.936.

La remuneración (REM) no depende de ninguna de las variables de la responsabilidad social

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

ORG=3.234+0.180(DH)+0.114(VIN) quiere decir que el orgullo (ORG) depende de manera positivas de las variables de los derechos humanos y vinculación con una constante de 3.234.

Figura 2 Diagrama de correlaciones



Fuente: Elaboración propia

A partir de estos resultados se puede explicar que la relación del clima organizacional con la responsabilidad social en las universidades de la ciudad de Comitán de Domínguez, Chiapas tiene una correlación positiva entre sus mismas dimensiones a excepción de las remuneraciones (REM) que no tiene ningún impacto, esto confirma la teoría de factor dual de **Frederick Herzberg** también conocida como Teoría de Motivación e Higiene, en ella se hipotetiza sobre los factores que producen satisfacción o insatisfacción en el trabajador y cómo éste

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

cubre sus necesidades laborales. Los factores de higiene están situados en el ambiente que envuelve al trabajador e incluye las condiciones que determinan el trabajo llevado a cabo por este, los factores motivacionales están directamente asociados a la satisfacción tanto con el cargo como con la índole o con el tipo de tareas que la persona realiza dentro de la empresa.

Esto nos permite afirma que las remuneraciones pertenecen a los factores de higiene por lo tanto debe ser equitativa y, en todo lo que sea posible, dar satisfacción a la vez al personal y a la empresa o institución, al empleador y al empleado.
También se puede observar que vinculación (VIN) representa el centro de apoyo en las actividades de los académicos y permite integrar funciones como el trabajo en equipo, bienes de los trabajadores, la comunicación, la participación activa, el liderazgo, y el desarrollo de la comunidad entre otros factores, esto permite al personal académico brindar una mejor educación a los alumnos.

Por otro lado, la promoción (PROM) es la encargada de mejorar las condiciones de algo, tomando en cuenta los factores inmersos del medio ambiente y los asuntos de los consumidores.

Finalmente podemos afirmar que para poder intervenir en la mejora de la responsabilidad social o el clima organizaciones se tendría que hacer a través de estas dos variables.

Conclusiones

A través de la presente investigación se logra identificar, mediante los resultados, que las dimensiones de la responsabilidad social con el clima organizacional tienen una correlación ampliamente positiva, donde la mayor relación se encuentra entre

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

la vinculación y promoción, estas dos variables son de mucha importancia dentro del entendimiento del fenómeno estudiado que tiene como objetivo aperturar vías y crear lazos de colaboración con el resto de las variables.

Se considera que la responsabilidad social es una parte fundamental en la formación de la comunidad educativa, para lograr tener claridad sobre el concepto, independiente de la cantidad de definiciones que se encuentren, es necesario conocer lo que se ha planteado sobre el mismo, teniendo en cuenta el estudio de las acciones como tal, la relación entre lo empírico y lo teórico.

En este sentido, el presente artículo buscó presentar un análisis de los datos entre las dimensiones y la correlación que existe y dar a conocer los factores que influyen de manera positiva o negativa dentro de la responsabilidad social y el clima organizacional.

Al elaborar un análisis me permitió conocer los factores que predominan en el ámbito educativo, así como la misión y visión de cada una de las universidades encuestadas y conocer el compromiso social con la comunidad y las posibles soluciones a los problemas que surjan dentro de las instituciones.

Referencias

Bestratén, P. (SEPTIEMBRE de 2006). *Contaduria y Administracion de la Universidad Nacional Autónoma de Mexico UNAM.* Obtenido de Contaduria y Administracion de la Universidad Nacional Autónoma de Mexico UNAM: http://www.cya.unam.mx/index.php/cya

Butlier , & Thompson . (2011). La responsabilidad social y la incidencia que tiene en ella los estilos de pensamiento. *ResearchGate*, 79. Obtenido de

ResearchGate: https://drive.google.com/file/d/1gMu3iJtTRVNfJ8wbjbvu3RfV8dzCjvIK/view

Castellanos, M. C. (enero de 2007). Responsabilidad social en instituciones de educacion superior. *La responsabilidad social y la incidencia que tiene en ella los estilos de pensamiento* , 78. Obtenido de ResearchGate: https://drive.google.com/file/d/1gMu3iJtTRVNfJ8wbjbvu3RfV8dzCjvIK/view

Forehand y Von Gilmer . (2007). clima y comportamiento organizacional. En E. N. Santilla, *Clima y compromiso organizacional* (pág. 32). https://www.calameo.com/books/000383179af5baa121afd.

ISO 26000: 2010. (s.f.). Obtenido de ISO 26000: 2010: https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es

Tagiuri. (2007). Clima y compromiso organizacional. En E. N. Santillán, *Clima y comportamiento organizacional* (pág. 32). https://www.calameo.com/books/000383179af5baa121afd.

Weinert. (2007). clima y compromiso organizacional. En E. N. Santillán, *Clima y comportamiento organizacional* (pág. 32). https://www.calameo.com/books/000383179af5baa121afd.

Responsabilidad Social y Liderazgo Social

Cielo del Pilar Gómez Guillen[22], Lic. Celia Lazcano Soto[23] Dr. José Felipe Ojeda Hidalgo[24] Lic. José Manuel Lázaro Ríos [25]

Resumen

El objetivo del presente artículo consiste en el análisis de las prácticas de liderazgo y responsabilidad social dentro del instituto tecnológico de Comitán (ITC) con la finalidad de medir el nivel de significancia de las dimensiones de la responsabilidad social junto al liderazgo, al mismo tiempo demostrar el nivel de relación entre los mismos mediante su práctica diaria dentro del instituto. Así mismo se presentan evidencias de la correlación que hay entre ambas dimensiones y el impacto que genera dentro de las prácticas de la comunidad educativa.

Palabras claves: Responsabilidad social, Universidad, Liderazgo.

[22] Estudiante de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial (IGE) del Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Comitán.Pilyguillen1996@gmail.com, Celular: 9631839804.

[23]Dr. en Administración, docente y miembro del comité doctoral de la Universidad Politécnica de Guanajuato – Aguascalientes, profesor en la Universidad De La Salle – Bajío – Salamanca y Universidad de Celaya. Miembro del Sistema Nacional de Investigación. Nivel 1. jojeda@upgto.edu.mx Celular: 4611698761.

[24] Licenciada en Administración de Empresas, profesora de tiempo completo de la Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial en el Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Comitán, Celia.ls@comitan.tecnm.mx Celular: 9631239315.

[25] Dr. en Administración; profesor de tiempo completo de la Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial, en el Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Comitán, JMLARI02@gmail.com celular 963 633 0789.

Introducción

Analizar y reflexionar el rol de liderazgo, cuan inherente se encuentra los valores y el desafío de asumir con integridad el desarrollo de la persona y de la organización como una base para generar cambio dentro del entorno.

El tema del liderazgo es un concepto más discutido en nuestros tiempos por diversas personalidades como filósofos, políticos, religiosos, educadores y los mismos líderes, que mediante estudios nos ofrecen definiciones diferentes, ideas, opiniones o puntos de vista de lo que es el liderazgo, de lo que podría ser o lo que no es. Si bien es cierto, el liderazgo tiene una gran importancia en el ser de cada persona a lo largo de su vida, el liderazgo se puede tomar como factor social para que las comunidades, escuelas y nuestra vida diaria se vivan de la mejor manera. Es por ello que podemos tomar que el liderazgo es una cualidad ya que es un proceso de hacer que las personas se comprometan en curso de acción para alcanzar los objetivos generales y específicos de un bien común.

Por otro lado, la responsabilidad social representa en la actualidad un elemento de suma importancia definida como una estrategia empresarial dentro de muchas organizaciones/ corporaciones, etc.

Las empresas adoptan de forma progresiva dentro de sus políticas de gestión y control, diversas iniciativas con el objeto de comunicar y desarrollar líneas de actuación para fomentar la responsabilidad social dentro de las organizaciones.

La responsabilidad social es una contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental, por parte de las empresas, con un objetivo común de mejorar su situación competitiva y valorativa.

El objetivo de la presente investigación consiste el en análisis de las prácticas de responsabilidad social dentro de las diversas universidades de la ciudad de Comitán de Domínguez Chiapas, con el fin de entender la significancia y correlación de las dimensiones de responsabilidad social y liderazgo.

Referentes teóricos

Responsabilidad Social y liderazgo.

Los antecedentes de la responsabilidad social remontan desde los años 50´s y principios de los años 60´s, surgen a raíz de la guerra de Vietnam y otros de los conflictos mundiales que existieron durante esa época.

La sociedad comienza a darse cuenta del impacto que las empresas u organizaciones generan en su entorno y de esta forma comienzan a pedir una revisión mayor a los efectos que estas generan, de esta manera nace la responsabilidad social en las empresas, tratándola como una tendencia que no debe ser interpretada como un capricho o una moda pasajera.

La revisión de la literatura de artículos sobre la responsabilidad social muestra las practicas internas, su impacto, estrategias empresariales para la implementación y precepción de los directivos y empleados.

Responsabilidad social

En 1953 es acuñado por primera vez el concepto *responsabilidad social corporativa (RSC),* por el estadounidense Howard R. Bowen (economista americano y llamado padre de la RSE) es su obra “Social Responsabilities of the Businessmen”, en palabras del autor *la responsabilidad social de las corporaciones para producir, no solo bienes y servicios, sino devolver a la sociedad parte de lo que esta les ha facilitado* (Bowen., 2010).

Por décadas los investigadores, practicante u científicos se han visto intrigados por los componentes del liderazgo que las personas hacen alcance niveles de eficiencia y productividad elevados (Knippenberg, 2005).

El concepto de RS es contemplado dentro de distintas disciplinas como lo son: derecho, ecología, economía y mercadotecnia.

Desde el enfoque legal, la RS es descrita en que la compañía debe de cumplir su responsabilidad económica dentro del marco legal (Carroll, Friedman, Garriga y Melé, & Maignan y Ferrell, 2000), dentro de la ecología el concepto de responsabilidad social es acuñado como el cuidado del medio ambiente, evitar el deterioro y promover la conservación, es decir que se refiere a los elementos externos como resultado de las actividades productivas de una empresa (Carroll A. , 1979) .

Desde el punto de vista de la mercadotecnia, la RS implica una mejora en la marca y su reputación de la empresa a la vista de los consumidores (Schlesinger, 2008), por ultimo desde la perspectiva económica de la RS se define que los negocios están obligados a lograr sus objetivos, obtener ganancias, mantener un crecimiento suficiente económico, satisfacer las necesidades de sus consumidores y por ende el procurar un bien común (Argandoña, 2007).

Liderazgo

La palabra líder proviene del inglés *leader.* Este concepto es definido a los líderes como personas capaces de guiar e influir a un grupo de personas u otras personas, y que estos lo reconozcan como tal.

Los líderes no solo son encontrados dentro de un puesto gerencial de las empresas,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

sino que también en los grupos de trabajo informales. Si bien sabemos que el liderazgo es parte de la dirección, no es la dirección.

Desde un punto personal el liderazgo es el proceso por el cual una persona ejerce sus habilidades de influir y conducir a un grupo específico de personas motivándolas a trabajar con entusiasmo hacia el objetivo de la organización. El liderazgo es un compromiso del líder con el grupo al que está a cargo, para ejercer la responsabilidad, el desarrollo personal, el espíritu de equipo, etc.

La persona que ejerce el liderazgo adopta una posición que lo pone al frente del grupo, para facilitar el progreso y brindar confianza a sus seguidores.

Según algunos autores, se define Liderazgo como:
"El proceso de conducir las actividades de un grupo e influir sobre las conductas que estos desarrollen" (Stogdill, 2010).

"Se puede definir el liderazgo como la influencia interpersonal ejercida a través del proceso de la comunicación, hacia el logro de una meta o metas especificadas" (Chiavenato, 2002).

Davis Keith menciona que el liderazgo, "Es la habilidad de convencer a otros de que trabajen con entusiasmo para lograr los objetivos definidos" el mimo autor también menciona que son "Las actividades de la dirección, como la planificación, organización y toma de decisiones no serán efectivas hasta que el Líder logre motivar a las personas y las dirija hacia sus objetivos" (Davis, 2008; Davis, 2008).
De acuerdo al autor y su definición, estos investigadores y especialistas en el tema coinciden que el liderazgo consiste en lograr metas y objetivos a través de ellos mismos o de otros, de acuerdo a mi propio criterio el liderazgo significa "lograr que

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

sucedan las cosas" para ello se requieren ciertas competencias que puedan ser desarrolladas o perfeccionadas.

Como se sabe de ante mano existen clasificaciones de líderes de acuerdo a ciertas características que estos poseen. En primer lugar, es muy importante el distinguir a los líderes naturales de los institucionalizados.

Los líderes naturales se distinguen porque son aquellos que surgen de los grupos de personas de manera natural y por ende el resto lo distingue como tal. Por otro lado, los líderes institucionalizados poseen el cargo de manera legítima. Este puede cubrir distintos cargos, ya sean políticos, educadores, espirituales, etc.

Según (Weber, 1978/1922) definió tres tipos de líderes ideales:
Líder legal: este tipo de líderes toma su rol mediante elecciones, es decir que es elegido por otras personas (líderes políticos como Gandhi)
Líder tradicional: obtiene su rol a herencias o a la costumbre (los reyes).
Líder carismático: es caracterizado por poseer la virtud del carisma, el que expresa de diversas formas y distintos tiempos como Michael Jordan.
(Sutori, 2005)

Problema

- Estudio del fenómeno de liderazgo dentro de la responsabilidad social o si es viceversa.
- Factores ambientales que intervienen en el estudio de la responsabilidad social y liderazgo.
- Fenómenos globales que afecta de manera directa

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Método

Esta investigación es de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental transversal mediante un alcance correlacional-explicativo. Con una muestra no probabilística de 105 participantes, de la comunidad educativa de nivel superior de las universidades de la ciudad de Comitán de Domínguez, Chiapas (ITC Instituto Tecnológico de Comitán, UNACH Universidad Autónoma de Chiapas, UVG Universidad Valle del Grijalva e INFORCE Instituto de Formación Empresarial).

Resultados

A continuación, se presenta una tabla de correlaciones entre las prácticas de responsabilidad social y liderazgo.

Tabla 1: Tabla de correlaciones

Correlaciones

			MA	DH	PL	VIN	PJO	ASC	TRANS	EXT	PADC	PRH
Tau_b de	II	Coeficiente	.207**	-.088	.006	-.166*	.091	.094	.111	-.175*	.168*	.269**
		Sig. (bilateral)	.004	.218	.931	.023	.208	.201	.116	.017	.021	.000
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	MI	Coeficiente	.052	.073	.094	-.142	.073	.024	-.071	.083	-.070	-.010
		Sig. (bilateral)	.486	.321	.209	.059	.332	.757	.330	.271	.354	.894
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	EI	Coeficiente	.095	-.021	.070	-.093	.121	.154*	.099	.129	.113	.215**
		Sig. (bilateral)	.197	.778	.346	.212	.103	.040	.174	.084	.130	.003
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	CI	Coeficiente	.056	.012	.094	.041	-.040	.071	.073	-.014	.022	.192**
		Sig. (bilateral)	.457	.877	.215	.596	.596	.360	.328	.852	.774	.011
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	RC	Coeficiente	.152*	-.019	-.075	-.019	.004	.010	.048	-.038	.166*	.319**
		Sig. (bilateral)	.038	.795	.308	.794	.955	.891	.504	.606	.024	.000
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	LEA	Coeficiente	.270**	-.061	.082	.026	.130	.177*	.070	-.037	.141	.167*
		Sig. (bilateral)	.000	.402	.261	.728	.074	.017	.327	.614	.056	.021
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	DEP	Coeficiente	-.312**	.150*	.161*	-.036	-.066	-.163*	.165*	.228**	-.223**	.111
		Sig. (bilateral)	.000	.039	.028	.624	.368	.028	.022	.002	.002	.126
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	DEH	Coeficiente	.003	.054	.109	-.096	.055	-.124	.122	-.120	.079	.224**
		Sig. (bilateral)	.973	.467	.146	.205	.458	.103	.097	.113	.292	.003
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	EE	Coeficiente	-.025	-.079	-.092	.057	.064	-.041	.062	.003	.070	-.002
		Sig. (bilateral)	.743	.290	.223	.452	.397	.590	.403	.963	.355	.977
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	EFI	Coeficiente	.287**	-.063	.048	.111	.007	.219**	-.059	.021	.134	.047
		Sig. (bilateral)	.000	.401	.526	.145	.927	.004	.425	.781	.076	.529
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105
	SAT	Coeficiente	.196*	-.014	-.015	-.008	.076	.038	.016	-.038	.210**	.155*
		Sig. (bilateral)	.010	.856	.846	.914	.317	.627	.832	.626	.006	.041
		N	105	105	105	105	105	105	105	105	105	105

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral). Fuente: Elaboración propia

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)

Dónde: II= influencia idealizada, MI= motivación inspiracional, EI=estimulación intelectual, CI= consideración individualizada, RC= recompensa contingente, LEA= liderazgo por excepción activa, DEP= dirección por excepción pasiva, DEH= dejar hacer, EE= esfuerzo extra, EFI= eficación, =SAT= satisfacción.

Las universidades registran que:

II=3.658+0.183(MA)-0.145(VIN)-0.168(EXT)+0.213(PRH)

quiere decir que la II (influencia idealizada) depende de las variables en sentido positivas del medio ambiente y prácticas de recursos humanos.

En sentido negativas de vinculación y extensión, con una constante de 3.658

MI=2.260+0.050(MA)-0.066(DH)-0.007(PL)-0.053(VIN)+0.048(PJO)+0.040(ASC)+0.103(TRANS)+0.124(EXT)+0.057(PADC)+0.135(PRH)

Quiere decir que la MI (motivación inspiracional) depende de las variables en sentido positivas de medio ambiente, vinculación, practicas justas de operación, transparencia, extensión, participación activa y desarrollo de la comunidad y prácticas de recursos humanos.

En sentido negativo con derechos humanos, prácticas laborales y vinculación, con una constante de 2.260.

EI=2.260+0.050(MA)-0.066(DH)-0.007(PL)-0.053(VIN)+0.048(PJO)+0.040(ASC)+0.103(TRANS)+0.124(EXT)+0.057(PADC)+0.135(PRH)

Quiere decir que EI (estimulación intelectual) depende de las variables en sentido positivas de medio ambiente (MA), practicas justas de operación (PJO), asunto de los consumidores (ASC), trasparencia (TRANS), extensión (EXT), participación activa y desarrollo de la comunidad (PADC) y prácticas de recursos humanos (PRH)

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

En sentido negativas con derechos humanos (DH), prácticas laborales (PL) y vinculación (VIN), con una constante de 2.260.

CI=3.339+0.174(PRH)

Quiere decir que la CI (consideración individualizada) depende de la variable positiva de las prácticas de recursos humanos (PRH) con una constante de 3.339.

RC=2.685+0.175(MA)-0.242(PL)+0.381(PRH)

Quiere decir que RC (recompensa contingente) depende de las variables positivas de medio ambiente (MA) y prácticas de recursos humanos (PRH).

En sentido negativo de la variable de las prácticas laborales (PL) con una constante de 2.685.

LEA=2.303+0.325(MA)

Quiere decir que el LEA (liderazgo por excepción activa) depende de la variable positiva de medio ambiente (MA) con una constante de 2.303.

DEP=3.187-0.394(MA)+0.315(PL)

Quiere decir que la DEP (dirección por excepción pasiva) depende de la variable negativa de medio ambiente (MA) y de la variable positiva de prácticas laborales (PL) con una constante de 3.187.

DEH=2.180+0.226(PRH)

Quiere que decir que la DEH (dejar hacer) depende de la variable positiva de prácticas de recursos humanos (PRH) con una constante de 2.180.

EE=3.758-0.055(MA)-0.173(DH)-0.066(PL)+0.014(VIN)+0.122(PJO)-0.047(ASC)+0.141(TRANS)+0.031(EXT)+0.091(PADC)-0.043(PRH)

Quiere decir que EE (esfuerzo extra) depende de las variables negativas de medio ambiente (MA), asunto de los consumidores (ASC) derechos humanos (DH), prácticas laborales (PL) y prácticas de recursos humanos (PRH) y de las variables positivas de medio ambiente (MA), vinculación (VIN), practicas justas de operación (PJO), transparencia (TRANS), extensión (EXT) y participación activa y desarrollo

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

de la comunicación (PADC) con una constante de 3.758.

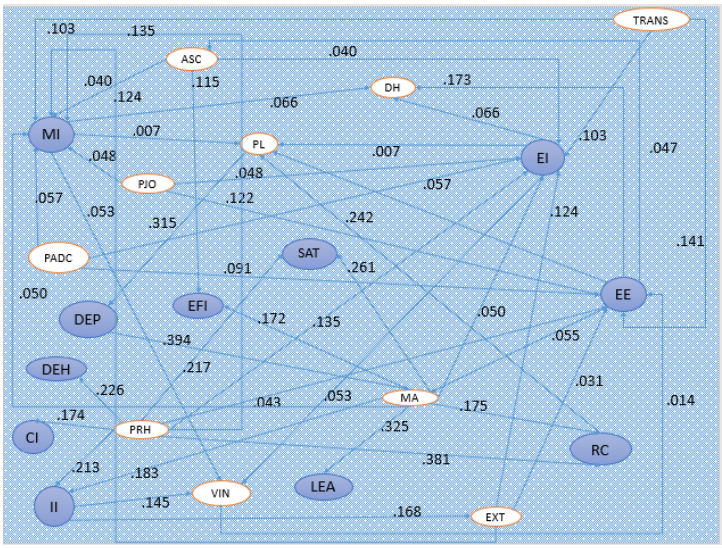
EFI=2.775+0.172(MA)+0.115(ASC)

Quiere decir que EFI (eficacia) depende de las variables positivas de medio ambiente (MA) y asunto de los consumidores (ASC) con una constante de 2.775.

SAT=1.861+0.261(MA)+0.217(PRH)

Quiere decir que SAT (satisfacción) depende de las variables positivas de medio ambiente (MA), y prácticas de recursos humanos (PRH) con una constante de 1.861.

Figura 1: Diagrama de correlaciones



Fuente: Elaboración propia

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Como se muestra en la gráfica anterior, se logra identificar que la relación de liderazgo con la responsabilidad social en las universidades de la ciudad de Comitán de Domínguez, Chiapas tienen una correlación positiva entre sus mismas dimensiones. donde resalta la significatividad de la Estimulación intelectual (EI), cabe mencionar que este factor nos permite estimular el esfuerzo en las personas para fomentar la creatividad e innovación con el objetivo de cumplir la visión institucional sin juzgar los aportes por ser distintos a los del líder ni criticar los errores abiertamente, este factor va de la mano con Medio ambiente, vinculación, Derechos humanos, Prácticas laborales, Prácticas justas de operación, Asunto de los consumidores, Transparencia, Extensión, Participación activa y desarrollo de la comunidad y Practicas de recursos humanos. Se le conoce como líder transformacional a aquella persona que posee este factor y contribuye a la solución de problemas y a la reconciliación de cogniciones o experiencias confusas y contradictorias.

Otro de los factores con mayor interacción es el esfuerzo extra (EE), este es un efecto de reacción positiva de los seguidores a la influencia de su líder, este es un elemento para distinguir a los buenos de los mejores. Este factor va de la mano con Medio ambiente, vinculación, Derechos humanos, Prácticas laborales, Prácticas justas de operación, Asunto de los consumidores, Transparencia, Extensión, Participación activa y desarrollo de la comunidad y Practicas de recursos humanos. Siendo esta una de las variables más importantes dentro del liderazgo ya que debido a la reacción positiva de los seguidores de un líder pueden agregar un plus a la responsabilidad.

Desde un punto de vista personal la significancia que tienen cada una de las variables mencionadas en el diagrama son una base fundamental dentro del

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

desarrollo de la responsabilidad social junto al liderazgo dentro de cualquier organización ya que sin ellas no existiría un punto de equilibro de estos factores en cada una de las actividades de la misma.

Conclusiones

Con los resultados expuestos en la presente investigación observamos que las dimensiones de la responsabilidad social junto al liderazgo muestran correlaciones positivas, ofreciendo una valoración e integración en las variantes de esfuerzo extra y estimulación intelectual siendo de suma importancia dentro de las prácticas de liderazgo.

Mediante la investigación se evidencia con claridad el análisis completo de las dimensiones y la correlación, desde una visión personal tiene un impacto que mide los niveles de la responsabilidad social y el liderazgo en las diferentes universidades de la ciudad y como esta se representa mediante las prácticas cotidianas de las comunidades educativas.

En general la responsabilidad social se considera que es un pilar fundamental para un desarrollo productivo de cualquier institución además de que el factor de liderazgo aporta una visión más objetiva de las prácticas cotidianas de los individuos.

Al realizar esta investigación nos permite conocer más sobre el ambiente cultural, el pensamiento y el sistema comunicativo de las instituciones además de compromiso social que están tienen con la comunidad.

El liderazgo es un conjunto de habilidades y decisiones que se ejecutan para atender las necesidades organizacionales, dentro de un contexto de relaciones

interpersonales que son requeridas para la determinación constante de los objetivos firmes, dentro del aspecto de responsabilidad social este gestiona los beneficios en la sociedad debido a que se tienen en cuenta las necesidades de la comunidad.

Referencias

Argandoña, A. (01 de 2007). *La responsabilidad social de la empresa a la luz de la ética.* Obtenido de La responsabilidad social de la empresa a la luz de la ética: https://www.researchgate.net/publication/4817795_La_responsabilidad_social_de_la_empresa_a_la_luz_de_la_etica

Bowen., H. R. (02 de 05 de 2010). *Los orígenes de la responsabilidad social 2ª parte: Los aportes de Howard R. Bowen.* Obtenido de Los orígenes de la responsabilidad social 2ª parte: Los aportes de Howard R. Bowen.: http://compartiendoexperienciauniversitaria.blogspot.com/2010/05/los-origenes-de-la-responsabilidad.html#:~:text=Igualmente%2C%20Bowen%20(1953)%20se%C3%B1ala,que%20en%20este%20%C3%A1mbito%20son

Carroll, 1., Friedman, 1., Garriga y Melé, 2., & Maignan y Ferrell, 2. (2000). *Academico.* Obtenido de Academico: https://scholar.google.com.mx/scholar?q=(Carroll,+1979%3B+Friedman,+1970%3B+Garriga+y+Mel%C3%A9,+2004%3B+Maignan+y+Ferrell,+2000&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart

Carroll, A. (1979). *A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate .* Obtenido de A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate.

Chiavenato, I. (02 de 06 de 2002). *Gestion del Cambio .* Obtenido de Gestion del Cambio : https://www.oocities.org/favm4/gc/liderfzo.htm

Davis, K. (18 de 12 de 2008). *Medina Consultores.* Obtenido de Medina Consultores: https://medinaconsultores.mx/los-4-elementos-de-exito-en-el-liderazgo-personal/#:~:text=Keith%20Davis%2C%20por%20su%20parte,el%20logro%20de%20objetivos%20definidos%E2%80%9D.

Knippenberg, V. (2005). *accrso abierto*. Obtenido de acceso abierto : https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1842859

Schlesinger, A. y. (07 de 2008). *Dimensionalidad De La Responsabilidad Social Empresarial Percibida Y Sus Efectos Sobre La Imagen Y La Reputación: Una Aproximación Desde El Modelo De Carroll.* Obtenido de Dimensionalidad De La Responsabilidad Social Empresarial Percibida Y Sus Efectos Sobre La Imagen Y La Reputación: Una Aproximación Desde El Modelo De Carroll: https://www.researchgate.net/publication/40507721_Dimensionalidad_De_La_Responsabilidad_Social_Empresarial_Percibida_Y_Sus_Efectos_Sobre_La_Imagen_Y_La_Reputacion_Una_Aproximacion_Desde_El_Modelo_De_Carroll

Stogdill, R. M. (03 de 04 de 2010). *Teoria del Liderazgo.* Obtenido de Teoria del Liderazgo: https://pide.wordpress.com/2010/04/03/teoria-de-liderazgo/#:~:text=Rallph%20M.,una%20meta%20o%20metas%20especificadas%E2%80%9D.

Sutori. (2005). Obtenido de Sutori: https://www.sutori.com/item/lider-tradicional-es-aquel-que-hereda-el-poder-por-costumbre-o-por-un-cargo-im

Weber, M. (1978/1922). Economy and Society. Obtenido de Economy and Society.

Efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las MyPES del subsector agroindustrial en el municipio de Balancán, Tabasco.

Dra.Yhadira Huicab García[26], Dr. Luis Alfredo Méndez Jiménez [27], Rubí Sánchez Mendoza[28], Liliana Guadalupe Ramírez López [29].

Resumen

Las MyPES son aquellos pequeños negocios comienzan siendo familiares, con el paso del tiempo comienzan a desarrollarse para abarcar un espacio grande en el mundo del comercio. La gestión dentro de las MyPES es un elemento fundamental en el momento en que se comienza un negocio, sin importar la magnitud del mismo. Es considerada como uno de los factores claves para el desarrollo de una sociedad, y el enfrentamiento de nuevas formas de competencia con actores externos que son cada vez más capaces, sirven como un excelente entrenamiento para aquella

[26] Doctora en Administración. Profesor Investigador de la División Academica de la Licenciatura en Administración, con 15 años en el sector educativo y 7 años en el sector de la iniciativa privada. Yhadira.huicab@gmail.com Telefono celular 9341010307, Instituto Tecnológico Superior de los Ríos.

[27] Doctor en Administración, profesor con perfil deseable e investigador de tiempo completo, del Instituto Tecnológico Superior de los Ríos, integrante del cuerpo académico ciencias socio económico administrativas. luismendez.jimenez@outlook.com Teléfono celular 9341017613, Instituto Tecnológico Superior de los Ríos.

[28] Estudiante de Séptimo semestre de la Licenciatura en Administración, rubi_mendoza18@hotmail.com, teléfono celular 9341124140, Instituto Tecnológico Superior de los Ríos.

[29] Estudiante de Séptimo semestre de la Licenciatura en Ingeniería en Gestión Empresarial, lili.ramirezlop2312@gmail.com, teléfono celular 9361269902, Instituto Tecnológico de Comitán.

persona encargada de la gestión de MyPES con todos los factores que la rodean: proveedores, clientes y competidores, siendo el caso de las diferentes MyPES del subsector agroindustrial del municipio de Balancán, Tabasco.

El nivel de corrupción en el sur: 28% de las MiPyMES reportaron practicas corruptivas, 23% en el norte y centro del país. Por una presencia limitada de las representaciones estatales en el sur; tienen menos barreras para iniciar, operar, y obtener recursos o contratos del gobierno.

La ética en la empresa se encuentra constituida por normas y principios éticos que se usan para atender la serie de problemas morales o éticos dentro del contexto empresarial. (Aguilar, 2014).

Palabras claves: Economía, ventajas competitivas, competitividad, estratificación, industria.

Introducción

La empresa es el pilar fundamental de la economía del país, del desarrollo económico sustentable y generadora de riqueza. No sólo se ha reconocido la importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMES), sino además se están realizando acciones para crear las condiciones necesarias para elevar la competitividad de estas (Montejo, 2010)

De acuerdo con datos oficiales, existen 4.2 millones de unidades económicas en México. De ese universo, el 99.8% son consideradas Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), las cuales aportan 42% del Producto Interno Bruto (PIB) y generan el 78% del empleo en el país.

Tabasco es el primer lugar en percepción de corrupción perpetuada por el gobierno, según las empresas, informó la Encuesta Nacional de Calidad Regulatoria e Impacto Gubernamental en Empresas (ENCRIGE), del INEGI (Sibilla, 2017).

Las micro y pequeñas empresas son las que sufren más de corrupción: 35% de ellas perciben la corrupción como un obstáculo para el desarrollo.
Las MiPyMES enfrentan diferentes grados de corrupción en función de la región, industria y nivel de gobierno.

El nivel de corrupción es relativamente alto en el sur: 28% de las MiPyMes reportaron prácticas corruptivas en el sur, 23% en el norte y centro del país. Se puede explicar por una presencia limitada de las representaciones estatales en el sur.

Estas diferencias ponen en dificultad a las empresas de hacer frente a sus competidores del norte y centro, que tienen menos barreras para iniciar, operar, así como para obtener recursos o contratos del gobierno. (México), 2017)

Referentes teóricos

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía en el 2007, en México el 95.5% de las organizaciones manufactureras, de comercio y de servicios eran microempresas, mientras que el 3.5 y el 0.8% eran pequeñas y medianas empresas, respectivamente, y emplean al 30.8% del total de los trabajadores. Tan sólo el 0.2% corresponde a las grandes empresas. (Domenge & Belausteguigoitia, 2010, pág. 1)

Nines López Fraguas, basándose en el pensamiento de Adela Cortina, directora de la Fundación ETNOR (Ética de los Negocios y de las Organizaciones) menciona

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

que en las organizaciones éticas son el pilar más importante para construir una buena sociedad, el contexto de las relaciones entre las personas y sus proyectos de vida (Fraguas, 2015).

La ética en la empresa se encuentra constituida por normas y principios éticos que se usan para atender la serie de problemas morales o éticos dentro del contexto empresarial. Enfatiza el análisis de las actuaciones de la empresa, abarca la serie de procedimientos, normas, códigos de conducta, filosofía organizacional, gestión de la información, calidad del producto o servicio que se ofrece (Aguilar, 2014).
La ética organizacional en las actividades comerciales: Brinda a las empresas una gran ventaja a nivel competitivos consumidores confían en las diversas marcas éticas y logran permanecer leales a ellas, inclusive en los períodos complicados (Miró, 2017).

La ética en la empresa busca entregar a sus colaboradores los aspectos más importantes de una nueva cultura de la empresa, ratificar el compromiso de los mismos, orientarlos hacia valores como: integridad, liderazgo, honestidad, entre otros. Todo esto se pregona a las empresas, se anuncia como un acierto, un premio. Sin embargo, se olvidan del pensar de sus colaboradores.

En la organización y todos sus miembros debe tener claro y aceptar cuál es el bien interno que la organización, según sea la actividad que realice; en cada organización, según su actividad, requiere de valores que debe identificar y fomentar, la razón de ser de la ética es el comportamiento. Los valores no son nada si no se convierten, por convicción, en hábitos de conducta de los miembros de la organización, en clima cultural, en identidad organizacional.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Greiner postula que, al igual que los individuos, las empresas atraviesan por distintas etapas de crecimiento, de esta manera, el futuro de una empresa es determinado más por su historia pasada, que por las fuerzas externas. Además, afirma que ninguna estructura administrativa es definitiva, ya que a medida que las organizaciones crecen, cambian sus necesidades, por lo que la empresa que no aprende a cambiar está destinada a morir. (Münch, 2006, pág. 204)

La Revista Internacional Administración & Finanzas, en su volumen 4, número 2, publica: Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyME) constituyen la columna vertebral de la estructura productiva en México, sin embargo, debido a su limitada permanencia en la economía y su reducida participación en los mercados internacionales, requieren evolucionar para responder a los desafíos que demanda el mundo actual. (Sanchez & Valdés, 2011, págs. 83-100)

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyME), tienen una gran importancia en la economía y en el empleo a nivel nacional y regional, tanto en países industrializados como en los de menor grado de desarrollo.

Los criterios para clasificar a las micro, pequeñas y medianas empresas son diferentes en cada país; de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño, y como criterios complementarios, el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos. (INEGI, 2014, pág. 41)

Del total de empresas consideradas en la ENAPROCE 2015, en el Boletín de prensa Núm. 285/16; 97.6% son microempresas y concentran el 75.4% del personal ocupado total. Le siguen las empresas pequeñas, que son un 2% y tienen el 13.5% del personal ocupado. Las medianas representan 0.4% de las unidades económicas

y tienen poco más del 11% de los ocupados. (INEGI; INADEM; BANCOMEXT, 2016).

Tabla 2. Número de empresas por tamaño y personal ocupado.

Tamaño	Empresas		Personal ocupado
	Número	Participación (%)	Participación (%)
Micro	3 952 422	97.6	75.4
Pequeña	79 367	2.0	13.5
Mediana	16 754	0.4	11.1
Total	**4 048 543**	**100.0**	**100.0**

Fuente: Boletín de prensa núm. 285/16

Dantés et al. (2010) mencionan que lo que hace a un país desarrollarse o crecer ante la globalización es la solidez y la estructura de su economía. México, principalmente Tabasco basa su economía en el sistema petrolero, a pesar de que cada vez aumenta las exportaciones de productos derivados del petróleo, que algunas de las oportunidades de inversión del Estado de Tabasco son la Agroindustria, desarrollo de cultivos orgánicos, industrias alimentarias y bebidas, industrias lecheras y derivados, así como la industria petrolera y de servicios. Y hacen mención a lo anterior porque la mayoría de las PYMES que existen en el Estado de Tabasco son del tipo Agroindustrial. Por lo tanto, se tiene la certeza de que, cuenta con muchas riquezas naturales que podrían aprovecharse y fomentar la creación de pequeñas y medianas empresas en el Estado. (Dantés & Montejo, 2010, págs. 4-5)

Las empresas tienen diferentes objetivos estratégicos como son la búsqueda del máximo beneficio, el incremento de cuota de mercado, la mejora de la productividad o el aumento del éxito competitivo. La literatura aporta dos alternativas para explicar

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

su consecución; una de ellas sostiene que las condiciones externas determinan la competitividad empresarial y la otra indica que la fuente de la ventaja competitiva, se encuentra en la existencia, frente a sus competidores, de recursos críticos y capacidades distintivas. (Aragón, Rubio, Serna, & Chablé, 2010)

La Revista Internacional "La Nueva Gestión Organizacional" Núm.1; menciona que actualmente, las empresas para sobrevivir requieren ser competitivas; para ello se necesitan considerar métodos de gestión empresarial que incluyan acciones que entre otras cosas busquen su crecimiento y expansión; gestión de las capacidades que implique potenciar el capital intelectual; trabajo en redes y alianzas; así como reorientar a su personal hacia los clientes con técnicas que les permitan una gestión de calidad total. Savall, Zardet y Bonnet, (2008), citado por (Universidad Autónoma de Tlaxcala. Facultad de Ciencias Económico Administrativas, 2014, pág. 14)

La economía de diversos países se mantiene activa por la constante creación de empresas que genera empleos, y sustenta el progreso de las naciones, allí reside la importancia de las MyPES y Pymes.
Cuando se habla de MyPES, se hace referencia a las siglas Micro y Pequeñas Empresas; éstas son sociedades unipersonales, generalmente de propiedad familiar, lo cual no supera los diez trabajadores y el trabajo se realiza de una forma no tan especializada.

Dentro de las ventajas que tienen las MyPES y Pymes se pueden destacar que son capaces de adaptarse y cambiar rápidamente su estructura; tienen metas de mercado definidas y clientes específicos; generalmente, este tipo de empresas son líderes en las economías de sus países, pues integran más del 80% del total; además, aportan un gran porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB). (Latina, 2015)

(SUNAT, 2018) El Estado otorga varios beneficios a las micro y pequeñas empresas, brindándoles facilidades para su creación y formalización, dando políticas que impulsan el emprendimiento y la mejora de estas organizaciones empresariales.

- Pueden constituirse como personas jurídicas (empresas), vía internet a través del Portal de Servicios al Ciudadano y Empresas.
- Pueden asociarse para tener un mayor acceso al mercado privado y a las compras estatales.
- Gozan de facilidades del Estado para participar eventos feriales y exposiciones regionales, nacionales e internacionales.
- Cuentan con un mecanismo ágil y sencillo para realizar sus exportaciones denominado Exporta Fácil, a cargo de la SUNAT.
- Pueden participar en las contrataciones y adquisiciones del Estado.

La importancia de la MYPE se evidencia desde distintos ángulos. En primer lugar, es una de las principales fuentes de empleo; es interesante pues como herramienta de promoción de empleo en la medida en que solo exige una inversión inicial y permite el acceso a estratos de bajos recursos. En segundo lugar, puede potencialmente constituirse en apoyo importante a la gran empresa resolviendo algunos cuellos de botella en la producción. Con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo, y así mismo contribuyan con la producción de la gran empresa.

En los últimos años, en México, se han creado diferentes organismos con la finalidad de promover, consolidar y desarrollar a las MiPyMes, tanto desde el Gobierno Federal, como el de los Estados y Municipios, y diversos organismos

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

empresariales, e instituciones financieras (INADEM, 2016).

Los agronegocios a diferencia de otras empresas, requieren de procesamiento de commodities, (frutas, verduras, vegetales, tubérculos), almacenamiento, distribución especializada y específicos, los cuales pueden ser individuales, empresariales o institucionales. Un nuevo negocio agroindustrial si es definido desde la óptica de los deseos de los consumidores que integran el mercado meta. (Gomez, 2012)

La agroindustria es la actividad económica que comprende la producción, industrialización y comercialización de productos agropecuarios, forestales y otros recursos naturales biológicos. Implica la agregación de valor a productos de la industria agropecuaria, la silvicultura y la pesca. Facilita la durabilidad y disponibilidad del producto de una época a otra, sobre todo aquellos que son más perecederos (Alvarez, 2018).

Las empresas familiares pasan por etapas de desarrollo y crecimiento predecible, y tienen que enfrentar una gran variedad de cambios. El cambiante ciclo de vida de sus productos, las fluctuantes condiciones competitivas, el desarrollo personal de los dueños-empresarios, y las necesidades cambiantes de la familia, todo afecta el resultado (Reyna, 2017).

(Dantes H. &., 2010) mencionan que lo que hace a un país desarrollarse o crecer ante la globalización es la solidez y la estructura de su economía. México, principalmente Tabasco basa su economía en el sistema petrolero, a pesar de que cada vez aumenta las exportaciones de productos derivados del petróleo, que algunas de las oportunidades de inversión del Estado de Tabasco son la Agroindustria, desarrollo de cultivos orgánicos, industrias alimentarias y bebidas,

industrias lecheras y derivados, así como la industria petrolera y de servicios. Y hacen mención a lo anterior porque la mayoría de las PYMES que existen en el Estado de Tabasco son del tipo Agroindustrial. Por lo tanto, se tiene la certeza de que, cuenta con muchas riquezas naturales que podrían aprovecharse y fomentar la creación de pequeñas y medianas empresas en el Estado (Dantes H. &., 2010). (Brume, 2017) Cita a Prieto: Define la gestión estratégica organizacional, como la herramienta esencial para el análisis y valoración de la situación actual de la empresa, debido a que permite a la alta gerencia desarrollar las actividades de caracterización, formulación y evaluación de alternativas estratégicas satisfactorias, en el complejo contexto de la compañía, generando como resultado la optimización de los recursos disponibles en su unidad productiva Internacionalmente la gestión estratégica es cada vez más exigente debido a que se necesita aplicar y crear ventajas competitivas que permitan que una empresa se desenvuelva en el ámbito global, permita que se mantenga vigente, competitiva y sobre todo expandir sus horizontes a través de estratégicas efectivas, puesto que se necesita responder a un mercado global cada vez más competitivo.

(Bouby, 2013) La globalización económica es un proceso liderado por las grandes empresas transnacionales, bajo un contexto de alta competencia, orientado fundamentalmente a la recomposición de la acumulación del capital”

(Prieto, 2017) La gestión estratégica podemos definirla como una técnica gerencial cuyo proceso facilita a la organización ser proactiva en la formulación de sus escenarios futuros, para poder visualizar los más probables hechos y resultados a obtener. Se utiliza el término gestión para dar la idea de ser un proceso participativo en donde se dirige y se decide para beneficio común

(Fred): La administración estrategia se define como el arte de formular,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permiten a una empresa alcanzar sus objetivos.

La gestión estratégica ayuda a la empresa a anticiparse o precaver sobre lo que puede pasar en el futuro, tomar medidas y diseñar estrategias para lograr los objetivos trazados, además permitirá que la organización sea competitiva y ágil a la hora de tomar decisiones.

(D'Alessio, 2015): La esencia de la estrategia como las actividades con la cuales una organización elige distinguirse, diciendo que las diferencias entre las organizaciones en costo o precio se derivan de varias actividades requeridas para crear, producir, vender, y distinguir sus productos. La esencia de la estrategia radica en elegir la ejecución de las actividades de forma diferente a los competidores para brindar una propuesta de valor único. Una posición estratégica sostenible proviene de un sistema de actividades, cada una de las cuales refuerza a la otra.

(Porter, 2015) La competitividad de un país depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar.

Las empresas logran ventaja frente a los mejores competidores del mundo a causa de presiones y los retos. Se benefician de tener fuertes rivales nacionales, proveedores dinámicos radicados en el país y clientes nacionales exigentes”

(Betancourt, 2014) Es la capacidad de la empresa de formular e implementar estrategias competitivas que le permitan ampliar o conservar de forma duradera, una posición sustentable en el mercado.

La competitividad son todas aquellas estrategias que poseemos como empresa, las cuales nos hacen competentes y rentables en el mercado y por ello es necesario mencionar la teoría del cubo de la competitividad que afecta directamente a las empresas y las naciones.

Competidores de la industria, son aquellos rivales que compiten actualmente y los determinantes de la rivalidad son: crecimiento de la industria, costos fijos, exceso intermitente de capacidad, diferencia de productos, identidad de marca, costos cambiantes, concentración y equilibrio, complejidad informática, diversidad de competidores, interese corporativos y barreras contra la salida.

Nuevos participantes, ingreso potencial de nuevos competidores y las barreras contra la entrada son: economías de escala, diferenciación de productos, identidad de marca, cosos cambiantes, necesidades de capital, acceso a los canales de distribución, ventajas absolutas de costos, política gubernamental y represalia esperada.

Sustitutos, ingreso potencial de productos sustitutos y los determinantes de la amenaza de sustitución son: desempeño relativo de los sustitutos en el precio, costos cambiantes, propensión de los compradores a sustituir.

Compradores, poder de negociación de los compradores y sus determinantes son: apalancamiento de negociación, mediante la concentración de compradores, frente a la concentración de empresas, volumen de compradores, costos cambiantes de los compradores en relación con los de las empresas, información de los compradores, capacidad e integrar hacia atrás, producto sustituto y empuje.

Proveedores, poder de negociación de los proveedores y los determinantes son:

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

diferenciación de insumos, costos cambiantes de proveedores y empresas en la industria, presencia de insumos sustitutos, concentración de proveedores, importancia del volumen para el proveedor, costo relativo a las compras totales, en la industria, impacto de los insumos en el costo o la diferenciación y amenaza de integración hacia adelante relativa al riesgo de la integración hacia atrás por las empresas de la industria.

La corrupción es un fenómeno complejo y de difícil análisis debido, por un lado, a las dificultades para su identificación como consecuencia de la incertidumbre sobre su conceptualización y a su carácter cambiante dependiendo de la zona geográfica, y por otro de su carácter encubierto y subterráneo. Y sus causas, al igual que ocurre con otros aspectos del fenómeno, son múltiples, esquivas y resbaladizas. Tal es la complejidad del problema que, como hemos visto, éste hunde sus raíces profundamente en la historia y en la sociedad, lo que a menudo ha provocado que se achaque la existencia de corrupción a la propia idiosincrasia humana, caracterizada por un individualismo radical que busca el enriquecimiento a cualquier precio. Sin embargo, esta afirmación se antoja en exceso pesimista e incluso simplista, ya que las causas de la corrupción, aún complejas, pueden ser rastreadas hasta dibujar un mapa teórico de los cimientos de la corrupción (Emprendedor, 2009).

Los factores que influyen en el riesgo que puede incurrir, o percibir, empleados públicos dispuestos a delinquir son múltiples y variados: restricciones legales, controles internos y externos, la posibilidad a ser delatado por compañeros u otras personas parte del proceso, etc.

Uno de los detonantes de los actos corruptos en este sentido, y más concretamente de la elevada tasa de reiteración por parte de los trabajadores que alguna vez

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

cometen este tipo de irregularidades, es precisamente un sentimiento fortalecido de impunidad. La decisión de ejercer de forma corrupta en una determinada situación tiene sin duda un gran aspecto probabilístico. Así, el corrupto tiene generalmente la impresión de estar por encima de las leyes, las instituciones, y el resto de elementos de control del estado; piensa, en otras palabras, que su destino económico y penal depende únicamente de él mismo y del resto de personas de su círculo corrupto, a quienes concibe con un poder superior a cualquier organismo público.

Este sentimiento de impunidad se da con una mayor frecuencia en aquellos entornos en los que la corrupción está notablemente extendida, pues los controles, sanciones y detenciones en estos casos son menos comunes, y sin embargo el problema es menos habitual en aquellos otros contextos en los que la corrupción es un fenómeno aislado, en los que la percepción de peligro al realizar un acto corrupto aumenta.

La sensación de impunidad puede ser alimentada por diversos factores legales, entre los que se encuentra, además de la falta de control efectivo y trabas previas a la corrupción, situaciones como la no restitución de los fondos o bienes extraídos a través de corrupción, la confirmación o no anulación de los efectos jurídicos derivados de los actos inmersos en corrupción, etc. (México), 2017).

Los criterios para clasificar a las micro, pequeñas y medianas empresas son diferentes en cada país; de manera tradicional se ha utilizado el número de trabajadores como criterio para estratificar los establecimientos por tamaño, y como criterios complementarios, el total de ventas anuales, los ingresos y/o los activos fijos.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

No fue sino hasta el año de 1985 que la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), estableció de manera oficial los criterios para clasificar a la industria de acuerdo con su tamaño. Existen dos pronunciamientos por parte de la Secretaría de Economía (antes SECOFI), que son el 30 de diciembre de 2002 y el 30 de junio de 2009. En el caso del primero, se utilizó el personal ocupado como único criterio de estratificación y, para el año 2009, además del personal ocupado, se consideró el monto de ventas anuales de los establecimientos, lo cual se muestra en la tabla 3. (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2014)

Tabla 3. ESTRATIFICACIÓN DE LAS MIPYME

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta $4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde $4.01 hasta $100	93
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50	Desde $4.01 hasta $100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde $100.01 hasta $250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100	Desde $100.01 hasta $250	235
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde $100.01 hasta $250	250

Fuente: Estratificación de empresas publicado en el Diario Oficial de la Federación. 30 de Junio 2009

Desde entonces, el marco normativo y regulatorio de las actividades económicas de las micro, pequeñas y medianas empresas lo ha establecido la Secretaría de Economía (antes SECOFI).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Problema

El subsector agroindustrial presenta una deficiencia en la implementación de estrategias de gestión de las micro y pequeñas empresas (MyPES), principalmente en los procesos de comercialización, mercado, financiamiento, sistemas de información, investigación y desarrollo gerencial.

Sus procesos productivos son poco sofisticados, atrasados y con escasos controles de calidad. La mayor parte de estas pequeñas agroindustrias han permanecido prácticamente sin cambio tecnológico y con una expansión horizontal bastante lenta.

Lo anterior, genera corrupción en los procesos internos de diversas áreas de las MyPES que producen y comercializan productos derivados de lácteos, siendo el principal producto el queso de poro genuino de Balancán, así como también se enfrentan a la corrupción en trámites ante instituciones gubernamentales.
Tabasco es el primer lugar en percepción de corrupción perpetuada por el gobierno, según las empresas, informó la Encuesta Nacional de Calidad Regulatoria e Impacto Gubernamental en Empresas (ENCRIGE), del INEGI (INEGI, 2019)

Método

El diseño de la investigación es transversal, pues la recolección de datos es en un solo momento y en un tiempo único; también es descriptivo, pues tiene como objetivo indagar el nivel de una o más variables en una población, en el caso de este estudio es conocer el efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de las MyPES del subsector agroindustrial que producen y comercializan el queso de poro genuino de Balancán a partir del análisis sistémico. El enfoque de la investigación es cuantitativo ya que por medio de la recolección de datos se

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

pretende probar una hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico (Roberto Hernández Sampieri, 2014)

El desarrollo económico de los países depende de diversos factores, como un marco jurídico estable, los acuerdos comerciales y de cooperación económica que firme con otros países, la facilidad para emprender negocios, así como de un entorno empresarial sólido, competitivo e innovador que facilite y fortalezca la actividad económica. Por lo anterior, en los países en vías de desarrollo como México, es importante crear un ecosistema robusto, que se caracterice por incorporar a todo tipo de empresa a las cadenas de valor, a la vez que estas sean capaces de satisfacer la demanda de sus clientes y competir a nivel internacional (INADEM., 2018)

Resultados

De acuerdo a las encuestas realizadas en los establecimientos que producen y comercializan productos derivados de lácteos, siendo el principal producto el queso de poro genuino de Balancán tienen un rango de inicio de operación entre los años de 1968 a 2013, en mayoría de las empresas se observa que se cuenta con más de 3 a 5 trabajadores permanentes de las cuales 1 o 2 son mujeres y el reto son hombres. En su mayoría estas empresas tienden a contratar de 2 a 5 personas pertenecientes a su familia para que operen es su establecimiento, tomando en cuenta que 1 de cada 3 empresas están siendo dirigidas por la segunda generación, ya sea que el padre haya sido el fundador de esta y su hijo este a cargo y el reto sea dicho fundador y encargado del establecimiento.

En los últimos tres años la mayor parte de los establecimientos que producen y comercializan productos derivados de lácteos, siendo el principal producto el queso de poro genuino de Balancán han aumentado las ventas anuales, por lo contrario,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

también en una mínima de estas han disminuido un porcentaje de sus ventas anuales por ende su utilidad anual se refleja de la misma forma. El número de empleados en su mayoría siguieron igual y una mínima parte aumento mucho su crecimiento en sus trabajadores, los ingresos personales del negocio y el nivel de vida que disfrutan con su familia en los últimos tres años siguieron igual.

Por otro lado, los delitos contra las empresas en algunas partes del municipio de Balancán disminuyo mucho y por otros lugares aumentaron además de la corrupción que deben de soportar las empresas siguen igual y otras empresas opinan que si hay un aumento de esta práctica.

Se hizo la captura de datos generales del director (a) quien contesto el cuestionario, de acuerdo con el instrumento de medición la mayor proporción en el rango de edad se encuentra entre 36 a 68 años; en su totalidad el país de origen México. Se hace la observación que la mayoría de los empresarios son mujeres casadas o divorciadas/separadas, respecto a la escolaridad se encontró que la mayoría cuenta con grados del nivel primaria y muy pocos titulados de licenciaturas o ingenierías.

Los directores de las empresas en su mayoría están en desacuerdo que su empresa ha logrado conseguir empleados muy honestos, responsables, leales y muy capaces al momento de desempeñarse. En su mayor parte están de acuerdo que se ha logrado conseguir empleados que tienen buen trato con todos; y muy de acuerdo que están enfocados principalmente en mejorar la productividad y evaluar la satisfacción laboral de sus empleados. Del mismo modo los directores se encuentran de acuerdo estando enfocados principalmente en mejorar el bienestar y a evaluar el desempeño de sus empleados tanto como, involucrando a los empleados en la toma de decisiones así también están de acuerdo que tienen

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

reglas claras sobre las consecuencias buenas y malas de lo que hacen los empleados.

Para el análisis de mercado la mayoría de las empresas cuentan con métodos eficaces para evaluar si el precio y calidad de los productos o servicios son los adecuados; lo más importante para los directores de un proveedor es que de el mejor precio y la calidad de sus productos o servicios sean muy buenos y siempre tengan o que ellos necesitan.

En los procesos del sistema los directores de las microempresas están atentos para detectar las nuevas tendencias en los negocios y enterarse de lo que está haciendo las competencias a su alrededor y no se encuentran dispuestos a endeudarse con instituciones y conocidos para hacer funcionar bien su empresa procuran tener dinero disponible, en efectivo o en el banco para operar de la mejor manera.

Durante la gestión de ventas ellos están muy de acuerdo que realizan actividades para detectar y agregar nuevos clientes a la empresa así también realizando actividades ´para promocionar las ventas.

Al momento de producir la mayoría están enfocada en la calidad de sus productos tanto como en reducir el tiempo entre que el cliente solicita y recibe su producto. De acuerdo a los principios de la ISO 2600 las empresas en su totalidad están dispuestas a responder ante la sociedad por el impacto en las actividades que se desenvuelven de la misma forma procuran acatar todo lo que las normas y leyes de obligación tanto como promover que los empleados se comporten de una manera socialmente responsables.

Valorando el entorno de los establecimientos que producen y comercializan productos derivados de lácteos se encuentran totalmente de acuerdo en preocuparse en todo el dinero que deben y el dinero que los clientes deben.
Se observa que la falta de apoyos del gobierno, impuestos, falta de castigos a los delincuentes, corrupción son los principales problemas que más afectan a las empresas.

De acuerdo a la investigación en el caso de las empresas de queso de poro en el municipio de Balancán no se ha tenido casos de este tipo que se menciona. Se considera que hacer movilización de productos en corredores industriales, así como transportar sus productos en carreteras o autopistas es de cierta forma inseguro. En los últimos 12 meses los tramites como Importación / exportación de bienes a través de aduanas, participación en alguna licitación pública, hecho negocios con instituciones públicas sin un proceso de licitación, judiciales por conflictos administrativos / civiles / laborales son pocos comunes en realizarse por el contrario que trámites relacionados con permisos de construcción, declaración, trámites relacionados con la salud/seguridad de los trabajadores (incluso inspecciones), con asuntos de salud / seguridad / medio ambiente fuera del sitio, obtención o renovación de licencias para la realización de una actividad empresarial y pago de impuestos son tramites más comunes entre los empresarios y tienden a estar un poco más atentos para su realización.

Los empresarios que producen y comercializan productos en Balancán aseguran que, en los últimos 12 meses, no tuvieron que darle a una autoridad o funcionario de gobierno un regalo, hacer algún favor o dar dinero adicional a la tarifa normal para agilizar cualquier tipo de trámite, solicitud, obtención de licencias.

Conclusiones

Se realizó un agrupamiento de las preguntas del instrumento de medición así generando un análisis por cada respuesta dada por los distintos dueños de los establecimientos que producen y comercializan el queso de poro genuino de Balancán, a grandes rasgos los empresarios aseguran que, en los últimos 12 meses, no tuvieron que darle a una autoridad o funcionario de gobierno un regalo, hacer algún favor o dar dinero adicional a la tarifa normal para agilizar cualquier tipo de trámite, solicitud, obtención de licencias, etc. Dando como resultados mayoritarios que en el subsector agroindustrial en el municipio de Balancán Tabasco no se ha realizado en los últimos 12 meses dicha práctica de corrupción, sabiendo que muchos de los empresarios caen en esta práctica a causa de acosos por parte la autoridad ya sea por miedo a dichas inspecciones, falta de asesoramientos o de procesos sofisticados para cada micro y pequeña empresa del subsector agroindustrial.

En el caso de las empresas de queso de poro no se hado de corrupción, sin embargo, se les plantea estrategias de ética para que no tengan inconvenientes y caigan en esta acción. Como parte de las estrategias para combatir la corrupción en este tipo de empresas se sugiere:

- El uso de tecnologías de la información, la interoperabilidad entre los sistemas informáticos disponibles, y reforzar la comunicación dentro de la organización.
- Ofrecer y contar con información sobre quién, en qué y cómo se gastan los recursos destinados a este rubro, así como de los resultados que este gasto genera.
- Contar con una filosofía empresarial y basarse según en los valores, para que los empleados se sientan comprometidos a cumplirlas.

- Tener una constante revisión de estrategias empresariales según sea el ámbito del negocio.
- Crear una base de confianza de cultura y de confianza entre los empleados de la empresa.
-

Referencias

Aguilar, I. J. (25 de Agosto de 2014). La ética en las organizaciones actuales. Obtenido de https://www.gestiopolis.com/la-etica-en-las-organizaciones-actuales/

Álvarez, M. &. (17 de Mayo de 2018). Pequeñas y medianas empresas. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Peque%C3%B1a_y_mediana_empresa

Aragón, A., Rubio, A., Serna, A., & Chablé, J. (2010). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco. Redalyc Sistema de Información Científica Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 1-11.

Betancourt, B. (2014). Análisis sectorial y competitividad. Cali: Eco ediciones.

Bouby, F. (2013). Revista Investigación UNMSP. Obtenido de http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/viewFile/8628/7473

Brume, J. (2017). Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico. Colombia: Espacios, 2.

D'Alessio, F. (2015). El proceso estratégico: un enfoque de Gerencia. Ciudad de México: Pearson Educación de México S.A. de C.V.

Dantes, H. &. (2010). Análisis comparativo de la competitividad de los estados de. Villahermosa, Tabasco, México.

Dantes, H. &. (2010). Análisis Comparativo De La Competitividad De Los Estados De Tabasco Y Yucatán, En El Sector De Las Pequeñas Y Medianas Empresas (Pymes), Para Una Propuesta De Desarrollo. Villahermosa, Tabasco: Subsecretaria de Educación Superior.

Dantés, H., & Montejo, E. d. (30 de Junio de 2010). "Análisis Comparativo De La Competitividad De Los Estados De Tabasco Y Yucatán, En El Sector De Las Pequeñas Y Medianas Empresas (Pymes), Para Una Propuesta De Desarrollo". Villahermosa, Tabasco, México: Subsecretaría de Educación Superior.

Domenge, R., & Belausteguigoitia, I. (25 de Junio de 2010). Nuevas PyMEs: Problemas y Recomendaciones. Recuperado el 27 de Agosto de 2017, de http://cedef.itam.mx/sites/default/files/u489/nuevaspymesproblemasyrecomendaciones.pdf

Emprendedor, O. N. (2009). El Efecto de la corrupción en emprendores y MiPyMES. 81. Obtenido de https://www.undp.org/content/dam/mexico/docs/Publicaciones/PublicacionesReduccionPobreza/one/Elefectodelacorrupcionenemprendedoresy MiPyMEs.pdf

Fraguas, N. L. (13 de Diciembre de 2015). Consultora en Desarrollo Organizacional. Obtenido de RRHH Digital: http://www.rrhhdigital.com/secciones/salud-y-empresa/114400/Para-que-sirve-la-etica-en-las-organizaciones

Fred, D. &. (s.f.). Conceptos de Administración estratégica. México: Pearson.

Gómez, M. C. (2012). Casos de marketing agroindustrial. Villahermosa, Tabasco:UJAT.

INADEM. (2016). Diagnóstico 2016 del Fondo Nacional del Emprendedor. Obtenido de https://www.inadem.gob.mx/fondo-nacional-emprendedor/diagnostico2016-del-fondo-nacional-emprendedor/

INADEM., B. d. (01 de Marzo de 2018). Obtenido de https://www.inadem.gob.mx/las-mipyme-en-mexico-retos-y-oportunidades/

INEGI. (2014). Censos Económicos 2014. Tabasco. Recuperado el 11 de Agosto de 2017, de www.inegi.org.mx: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/CE_2014/702825084790.pdf

INEGI, T. r. (2019). XeVT. Obtenido de https://www.xevt.com/verpagina.php?id=59632

INEGI; INADEM; BANCOMEXT. (13 de Julio de 2016). www.inegi.org.mx. Recuperado el 15 de Agosto de 2017, de BOLETÍN DE PRENSA NÚM. 285/16: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_07_02.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2014). Censos Económicos 2014. Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Recuperado el Agosto de 2017, de http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/proyectos/ce/2014/doc/minimonografias/m_pymes_ce2014.pdf

Latina, M. y. (16 de Octubre de 2015). VISA Negocios. Obtenido de https://visaempresarial.com/mx/noticias/mypes-y-pymes-como-se-definen-y-que-aportan-a-america-latina_1119

México), A. d. (6 de Julio de 2017). Efectos De La Corrupción En Las Mipymes Y Cómo Evitarlos. Obtenido de https://asem.mx/emprendimiento-corrupcion-en-mipymes/

Miró, M. (2017). La Ética En Las Organizaciones. Obtenido de https://otraempresa.com/la-etica-las-organizaciones/

Montejo, D. &. (2010). Análisis comparativo de la competitividad de los estados de Tabasco y Yucatán, en el sector de las pequeñas y medianas empresas(pymes),para una propuesta de desarrollo.

Münch, L. (2006). Fundamentos de Administración. Casos y Prácticas. México: Ed. Trillas.

Porter, M. (2015). Ser competitivo (8va edición ed ed.). España: Ediciones Deusto.

Prieto, J. (. (2017). Gestión Estratégica Organizacional. Bogóta: Ecoe Ediciones.

Reyna, M. G. (2017). Perfil del empresario y característica de la MiPyMEs del sector mueblero de. Balacán, Tabasco.

Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2014). Metodología de la investigación. México, D.F: Mc Graw Hill.

Sánchez, C., & Valdés, P. (2011). Efectividad Institucional de los Programas de Apoyo a las MIPYMES en México. Revista Internacional Administración y Finanzas., 83-100.

SUNAT. (2018). Micro y Pequeña Empresa- MYPE. Obtenido de http://cpe.sunat.gob.pe/micro-y-pequena-empresa-mype

Universidad Autónoma de Tlaxcala. Facultad de Ciencias Económico Administrativas. (Julio-diciembre de 2014). Centros Universitarios PYME en México. Motores del Desarrollo Económico y Social. Revista Internacional. "La nueva gestión Organizacional"(1), 109. Recuperado el 10 de Agosto de 2017, de https://www.uatx.mx/publicaciones/revistas/fcea/20151201.pdf

Evaluación del desempeño laboral: una estrategia para el logro de objetivos organizacionales de la SEQ

ME. Candita del Carmen Kim Barrera[30]; Lic. Addy Consuelo Chavarría Díaz[31]; ME. Amelia Cen Hoy[32]; ME. Ángel May Ávila[33].

Resumen

El proyecto de investigación se realizó en la Dirección de Educación Superior, de la Secretaría de Educación de Quintana Roo (SEQ), con el objetivo de identificar el desempeño laboral del personal evaluando la asistencia, puntualidad y cumplimiento del horario de trabajo, responsabilidad, planeación y resolución de problemas, trabajo en equipo, calidad, autonomía y capacitación. Tiene un diseño no experimental de corte transversal y de alcance descriptivo, los datos se

[30] M.E. Candita del Carmen Kim Barrera, Profesora de tiempo completo en el campus Instituto Tecnológico de la Zona Maya (ITZM) del Tecnológico Nacional de México, Maestra en Educación, Licenciada en Administración, especialidad en Mercadotecnia, Perfil Deseable PRODEP, Responsable del Cuerpo Académico "Gestión Estratégica y Comercialización en las Organizaciones" ITLZM-CA-4, autor en artículos científicos y capítulos de libro, correo canditakim@hotmail.com

[31] Lic. Addy Consuelo Chavarría Díaz, Profesora de tiempo completo en el campus Instituto Tecnológico de la Zona Maya (ITZM) del Tecnológico Nacional de México, Licenciada en Administración, Colaboradora del Cuerpo Académico "Gestión Estratégica y Comercialización en las Organizaciones" ITLZ-CA-4, Colaboradora en proyectos de investigación desarrollados en el Área de Posgrado del ITZM y financiados por el TecNM, coautor en artículos científicos y autor en capítulo de libro, Correo addy0614@hotmail.com

[32] M.E. Amelia Cen Hoy, Profesora de tiempo completo en el campus Instituto Tecnológico de la Zona Maya (ITZM) del Tecnológico Nacional de México, Maestra en Educación, Licenciada en Contaduría, Perfil Deseable PRODEP, Colaboradora del Cuerpo Académico "Gestión Estratégica y Comercialización en las Organizaciones" ITLZM-CA-4, coautor en artículos científicos y capítulos de libro, correo electrónico ameli_cen@hotmail.com

[33] M.E. Ángel May Ávila, Profesor en el campus Instituto Tecnológico de la Zona Maya (ITZM) del Tecnológico Nacional de México, Maestro en Educación, Licenciado en Administración, autor en artículos científicos y capítulos de libro, correo itzm_69@hotmail.com

recolectaron en la investigación de campo, aplicando un cuestionario estructurado de tipo Likert, para la medición del desempeño laboral evaluando las acciones y conductas que son relevantes para el logro de metas y alcance de objetivos organizacionales. Se determinó el nivel del desempeño estableciendo cinco intervalos categorizando cada nivel, desde Muy Bueno hasta Muy Malo. Para identificar el nivel de desempeño fueron las medias obtenidas de las respuestas de los empleados. El resultado fue de 4.4 por lo que, el nivel de desempeño fue Muy bueno. Se concluye que los indicadores del desempeño laboral de la SEQ, son cumplen satisfactoriamente, por lo que, se puede visualizar sus características, de manera que, es posible potencializar aquellos aspectos que influyen en la productividad para la mejora y motivación del personal.

Palabras claves: diagnóstico, nivel de desempeño, organización, rendimiento

Introducción

La presente investigación realizada en la Secretaría de Educación del Estado de Quintana Roo (SEQ), aborda un tema muy sensible en las organizaciones, sobre todo en el caso de las de carácter público: el desempeño laboral. Existe constantemente la atención de las autoridades en este tipo de organismos, pero también de otros interesados como los públicos que día a día esperan mejores servidores, mejor atención al cliente o adecuada calidad del servicio y, es a través del desempeño laboral, como se distingue el ritmo de toda organización, es decir, qué tanto avanza, crece, se desarrolla o a veces todo lo contrario. Por lo tanto, es importante observar el comportamiento del trabajador en la búsqueda de los objetivos fijados, ya que éste constituye la estrategia individual para lograr las metas establecidas por la organización (Chiavenato, 2002).

Las organizaciones requieren de las personas para alcanzar sus objetivos, es por

ello que las instituciones le prestan interés al recurso humano, a las relaciones que parten de su trabajo en equipo, a las relaciones que establecen para alcanzar sus objetivos personales y laborales, buscando que sea con un mínimo de costo, de tiempo, de esfuerzo y de conflicto, por lo que, es muy importante conocer cómo se da esta relación, evaluar su desempeño y realizar los ajustes necesarios para que permanezcan estas características (Hernández-Pólito, 2013).

El capital humano, es el nervio vital de una empresa. Puede tener la mejor infraestructura, tecnología, planta industrial o el equipo más moderno, pero no será suficiente para continuar y tener una garantía de éxito en el mundo competitivo en el cual se desenvuelven; solamente, las personas con sus conocimientos, habilidades, actitudes y aptitudes, es decir con sus competencias, son capaces de impulsar o destruir cualquier organización o institución, por tanto, evaluar su aporte y significación es invaluable (Hernández, 2016).

El presente trabajo se realizó con el objetivo de evaluar el desempeño laboral del personal que labora en la Dirección de Educación Superior, perteneciente a la Secretaría de Educación de Quintana Roo (SEQ), para identificar las características de dicha variable de investigación. De tal forma que, a partir de la información obtenida, se establezcan propuestas de mejora y soluciones a los problemas latentes al interior de la Secretaría.

En esta investigación con diseño no experimental de tipo transversal y con alcance descriptivo, se aplicaron cuestionarios estructurados para 20 empleados de la Dirección de Educación Superior empleando una escala Likert de cinco niveles para obtener la información sobre su nivel de desempeño y caracterizar cada una de las dimensiones de dicha variable: Asistencia y puntualidad, horario de trabajo, responsabilidad, planeación y resolución, trabajo en equipo, calidad en el trabajo,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

autonomía y capacitación.

La medición del desempeño en la organización también puede poner de manifiesto las aptitudes del mando intermedio como líder del equipo de trabajo, estudiar cómo funciona la comunicación dentro de la empresa o, incluso, comprobar en qué grado el empleado se siente parte integrante de la cultura organizacional (Davis, 1999).

Es importante señalar que la información generada permite a la Dirección de Educación Superior de la SEQ el establecimiento de estrategias para una mayor eficiencia y productividad de su recurso humano, al considerar las características del desempeño laboral presentes en la organización.

Referentes teóricos

El proceso de la globalización de la economía y la configuración de bloques comerciales ha hecho resaltar intensamente los grandes beneficios que se obtienen al invertir en la formación y en la adecuada administración del capital humano como factor competitivo y de progreso. Para una organización que se mueve en ambientes muy competitivos, contar con recursos humanos con el conocimiento experto, las competencias, las habilidades y la experiencia indispensables para competir ventajosamente en un ambiente global significarán la diferencia entre el éxito y el fracaso (Valencia Rodríguez, 2005).

Chiavenato (2002) expone que el desempeño es “la eficacia del personal que trabaja dentro de las organizaciones, la cual es necesaria para la organización, funcionando el individuo con una gran labor y satisfacción laboral”. Entonces, lo que determina el desempeño no solo es la capacidad de hacer el trabajo sino las condiciones laborales y la motivación del individuo hacia éste, ya sea por motivaciones individuales o en grupales dentro de la organización.

Una definición más integral plantea que el desempeño está determinado por las habilidades, la motivación y la percepción que tiene el individuo sobre su trabajo y esto se combina para generar un rendimiento especifico, a su vez esto genera recompensas, que en el caso de ser juzgadas como equitativas por el empleado originaran la satisfacción y el buen desempeño. Esto influirá de nuevo en la motivación del individuo, por lo cual el desempeño se entiende como un proceso circular (Jiménez-Paneque, 1998).

Por otra parte, evaluar el desempeño de un trabajador es un componente fundamental para las empresas, porque ayuda a implementar estrategias y afinar la eficacia (Dessler, 2001).

En cuanto a este tema, se han realizado proyectos en diferentes organizaciones que presentan similitudes con éste, en la forma como abordan y desarrollan la investigación sobre el desempeño laboral:

En la Universidad de Montemorelos, en Nuevo León, México, se realizó un proyecto denominado Motivación y desempeño laboral de los empleados del Instituto de la Visión en México. La investigación fue de tipo cuantitativa, descriptiva, explicativa, correlacional, de campo y transversal, el cual se enfocó a 164 empleados de los cuales no se tomó muestra, aplicándose a todos ellos. Los resultados que obtuvieron sobre el nivel de desempeño laboral fue que se encontraron ubicados entre muy bueno y excelente. También se observó que el grado de motivación es predictor del nivel del desempeño de los empleados como es establece en los conceptos teóricos (Enríquez, 2014).

En la Universidad Técnica de Ambato, en Ambato, Ecuador, se realizó una

investigación para establecer la evaluación del desempeño laboral como una herramienta adecuada para instaurar índices de rendimiento de los trabajadores de la Cooperativa, los mismos que sirven para crear planes y políticas de mejoramiento del talento humano. El proyecto se denominó: La evaluación del desempeño laboral y su incidencia en los resultados del rendimiento de los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Ltda., de la ciudad de Ambato en el año 2010.

En el proyecto realizado en Ambato, se plantea que la evaluación del desempeño laboral no es un fin en sí mismo, sino un instrumento para mejorar los recursos humanos, pues mediante este sistema se pueden detectar problemas de supervisión, de integración del trabajador en la empresa o en el cargo que ocupa, la falta de aprovechamiento de su potencial o de escasa motivación, ya que las empresas utilizan los resultados a la hora de decidir cambios de puestos, asignación de incentivos económicos o necesidad de formación o motivación de sus empleados. De igual forma, los trabajadores también obtienen beneficios como conocer las expectativas que tienen de ellos sus jefes y ver canalizados sus problemas (Iturralde, 2011).

Por otro lado, la importancia de evaluar el desempeño laboral por las diferentes organizaciones, se ve reflejado en los proyectos en donde se plantean o proponen modelos de evaluación, lo que permite vislumbrar la importancia a continuar con mecanismos que ayuden a su comprensión.

En cuanto a esto, un ejemplo es el proyecto desarrollado por Serres (2014), el cual en su trabajo de investigación Diseño de un sistema de evaluación del desempeño para una empresa de desarrollo de software de gestión empresarial, realizado en la Universidad Politécnica de Valencia en España, que establece como objetivo

diseñar un sistema de evaluación del desempeño para el Departamento de Implantación y Consultoría de la empresa CEESI ASESORES S.L.

En el caso de Peña (2014) realizó el trabajo de investigación: Propuesta de diseño de un modelo de evaluación de desempeño basado en competencias que permita calificar el talento humano de la organización CODELCA, en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia en Colombia.

Dicha investigación que buscó describir la propuesta del modelo de evaluación del desempeño, concluye que dicho modelo basado en competencias resulta ser único e irrepetible para cada organización, ya que se determina según la necesidad de cada organización y las características del capital humano; además genera un valor agregado para la organización pues el capital humano es una variable diferencial en un entorno competitivo. Por tal razón, las evaluaciones sobre el desempeño, debe realizarla la organización de forma periódica y permanente.

Problema

La importancia de este estudio radicó en identificar el desempeño laboral de los trabajadores del área de Educación Superior de la SEQ, de tal forma que, mediante su evaluación, se identificaran los problemas que afectan la productividad laboral, ya que evaluar el desempeño de un trabajador es un componente fundamental, porque ayuda a implementar estrategias y afinar la eficacia de las organizaciones (Dessler, 2001).

Al tener como objetivo la evaluación del desempeño laboral aporta a la dependencia información para la mejora de la productividad laboral y sirve de referente para otras áreas, ya que en la Secretaría no existe información de proyectos realizados anteriormente relacionados con el desempeño o

productividad de sus trabajadores.

Se pueden detectar problemas al igual que oportunidades para mejorar el desempeño de los trabajadores. Con esta evaluación se puede visualizar lo que funciona para cada trabajador, de manera que es posible potencializar aquellas cosas para ayudarlo a mejorar su trabajo y su motivación y, en general, su rendimiento.

El sector público existe una necesidad urgente de mejorar el desempeño laboral del personal administrativo, toda vez, que se debe salvar las de la actual cultura administrativa. Se debe contar con líderes en recursos humanos, debiéndose mejorar la eficiencia y organización productiva, que tiene que incidir en el talento humano, que va constituir un elemento de motivación y desarrollo de habilidades y destrezas para brindar un mejor servicio.

Método

El tipo de investigación que se realizó tiene un alcance de tipo descriptivo ya que se buscó especificar las propiedades, características y los perfiles de los trabajadores, así como el desempeño del personal. El diseño es no experimental ya que se realizó sin manipular deliberadamente las variables, el cual se basó fundamentalmente en la observación del desempeño laboral de los empleados, tal y como se dan en su contexto natural para después analizar los resultados encontrados (Hernández, 2004).

También es de tipo transversal, ya que la recolección de los datos se realizó una sola vez, por lo que, es un diseño observacional, individual, que midió una o más características (variables), en un momento dado (Hernández, 2004).

La variable que se estudió es el desempeño laboral y la población identificada para participar en la investigación, fue de veinte empleados del área de Educación Superior, quienes fueron seleccionados en su totalidad. Por lo tanto, la muestra es censal porque todas las unidades de investigación son consideradas como muestra, ya que, la población estudiada fue pequeña (Malhotra, 2008).

A los empleados se les aplicó un cuestionario estructurado, con 38 ítems en forma de afirmaciones positivas para un mejor manejo de los datos y una mayor claridad al analizarlos (Malhotra, 2008). Tuvo un diseño con escala tipo Likert de cinco niveles (del 1 al 5), el cual, abarcó los criterios de Siempre, Casi siempre, A veces, Casi nunca y Nunca (Cuadro 1).

Escala	**Criterio de la escala**
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

Cuadro 1. Escala Likert del cuestionario

El número de ítems correspondiente a los indicadores, se dividió entre las siete dimensiones de la variable (Cuadro 2).

Variable	Dimensiones	Cantidad Indicadores
Desempeño laboral	Asistencia, puntualidad y horario de trabajo	3
	Responsabilidad	8
	Planeación y resolución de problemas	8
	Trabajo en equipo	6
	Calidad en el trabajo	5
	Autonomía	5
	Capacitación	3
	Total	**38**

Cuadro 2. Dimensiones e indicadores del desempeño laboral

En la fase preliminar se obtuvo información sobre la conceptualización de las dimensiones de la variable de investigación, para su validez teórica, para las características generales de la población, la cual fue realizada al interior de la dependencia; así como información sobre su estructura organizacional, perfiles de puestos y aspectos relevantes que sirvieron de base para la investigación, al igual que para el planteamiento de la fase concluyente del proyecto.

En la siguiente fase se realizó la investigación de campo, que consistió en la aplicación de los cuestionarios a los empleados de la dependencia. Con los datos recolectados, se crearon bases de datos, se aplicó la estadística descriptiva para el análisis de los mismos, al igual que para la obtención de gráficas y cuadros para la presentación de los resultados.

Para la determinación del nivel del clima organizacional, a cada nivel de la escala (del 1 al 5) se le categorizó un nivel de desempeño laboral, el cual va de Muy Malo a Muy Bueno, se obtuvieron los intervalos, para que, de esta forma, a través de las medias obtenidas de los resultados, se puede identificar en dónde recae el nivel

del desempeño laboral (Cuadro 3).

Nivel del Desempeño Laboral	Intervalo
Muy Malo	1 - 1.8
Malo	1.9 - 2.6
Regular	2.7 - 3.4
Bueno	3.5 - 4.2
Muy Bueno	4.3 - 5

Cuadro 3. Intervalos del Desempeño Laboral

Resultados

Características del personal

El personal de la Dirección de Educación Superior, presenta una edad promedio de 40 años, con una antigüedad promedio de siete años, de los cuales el 80% son mujeres y un 20% son hombres, distribuidos de la siguiente manera: un 20% en administración, 10% son analistas, 50% son auxiliares administrativos, el 15% son secretarias y un 5% son asistentes.

Asistencia, puntualidad y horario de trabajo

En cuanto a la asistencia y puntualidad de los empleados, se encontró que todos cumplen con el 100% de asistencia, puntualidad y horario de trabajo.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Responsabilidad

Realizan las funciones y actividades que le son encomendadas al 100%, tienen en claro las funciones y actividades que tienen que realizar en su puesto: el 85% siempre lo tiene en claro, un 10% casi siempre y solo un 5% a veces (Figura 1).

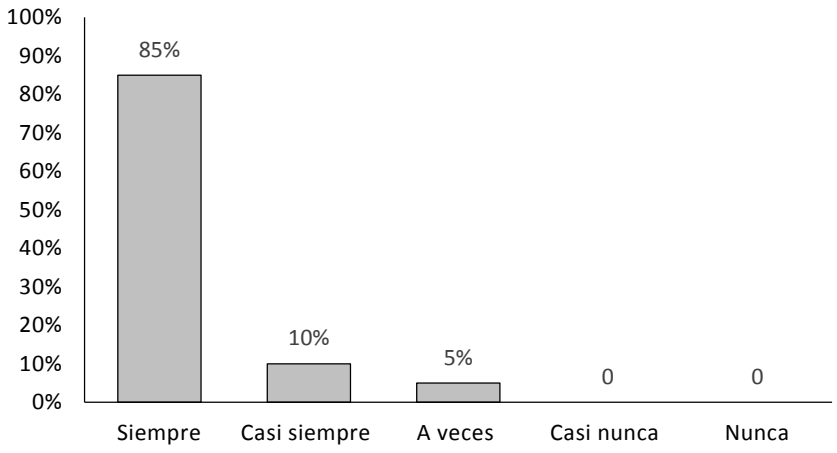


Figura 1. Claridad en las funciones y actividades

En cuanto a si los empleados trabajan sin interrupciones a lo largo de la jornada laboral un 50% siempre trabaja sin interrupciones, un 40% casi siempre y un 10% a veces (Figura 2).

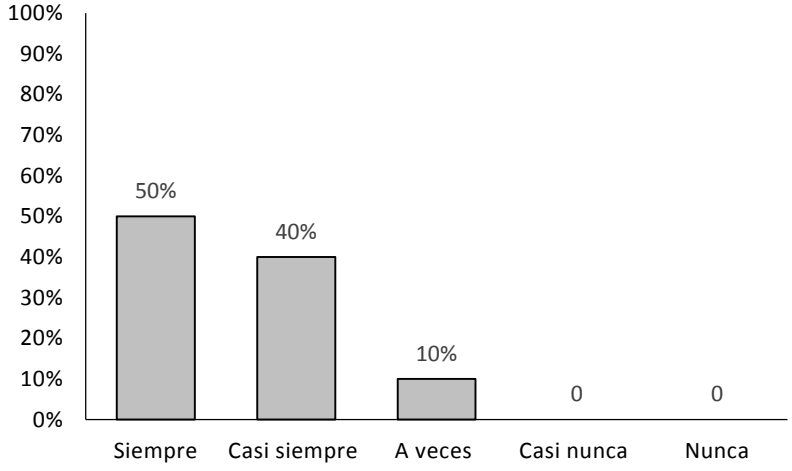


Figura 2. Trabaja sin interrupciones a lo largo de su jornada

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

El 75% de los empleados siempre se encuentra ocupado durante la mayor parte de su jornada de trabajo y solo un 25% casi siempre (Figura 3).

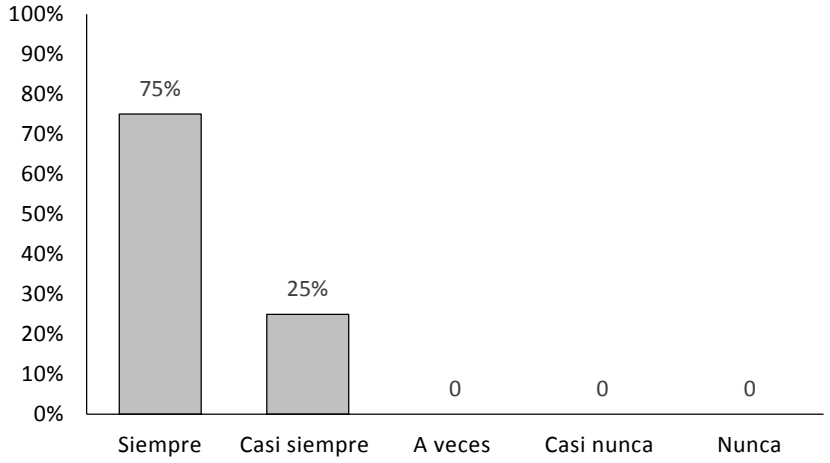


Figura 3. Ocupación en sus actividades laborales

El 80% siempre son capaces de solucionar los problemas que se presentan, mientras que un 20% casi siempre (Figura 4).

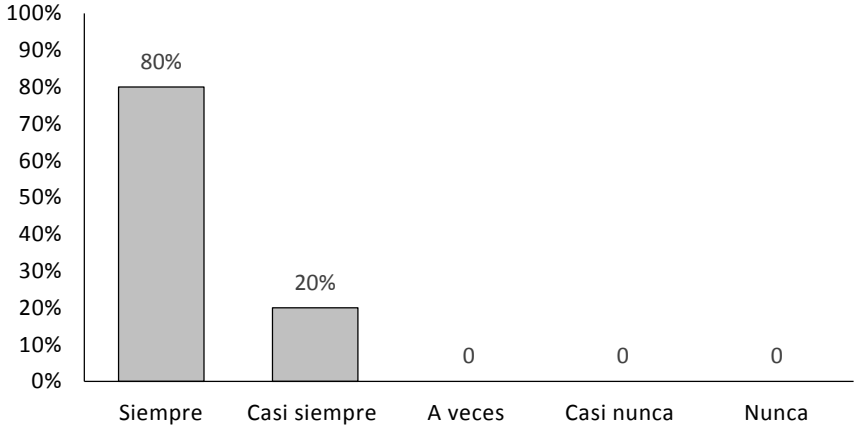


Figura 4. Capacidad para solucionar sus problemas

En cuanto a si los empleados alcanzan la meta fijada los resultados arrojan que el 95% siempre alcanza la meta, mientras que un 5% casi siempre (Figura 5).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

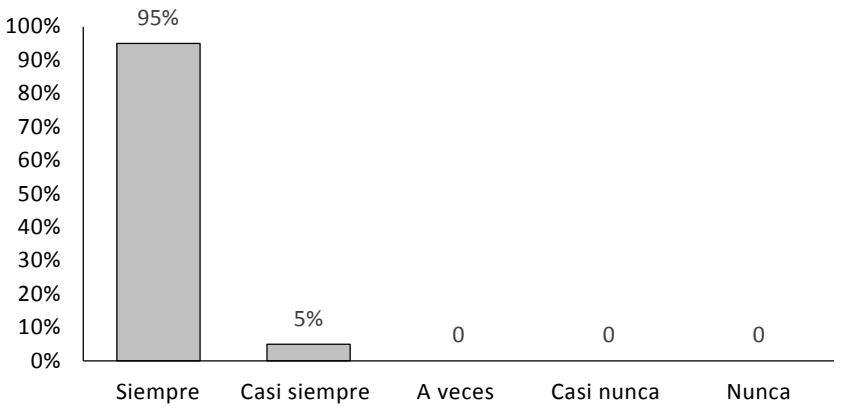


Figura 5. Persistencia para alcanzar la meta

El 100% del personal entregan sus actividades encomendadas.

El 90% de los empelados siempre realizan sus actividades con dedicación mientras que un 10% casi siempre (Figura 6).

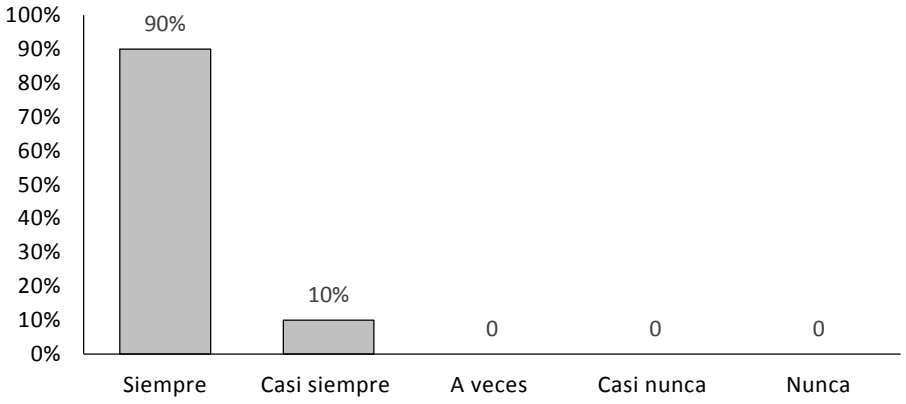


Figura 6. Dedicación para realizar las actividades

Planeación y resolución de problemas

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

El 100% siempre participa en la planeación. El 60% de los empleados siempre se interesa por dar su punto de vista, mientras que un 25% casi siempre, un 5% a veces y un 10% nunca (Figura 7).

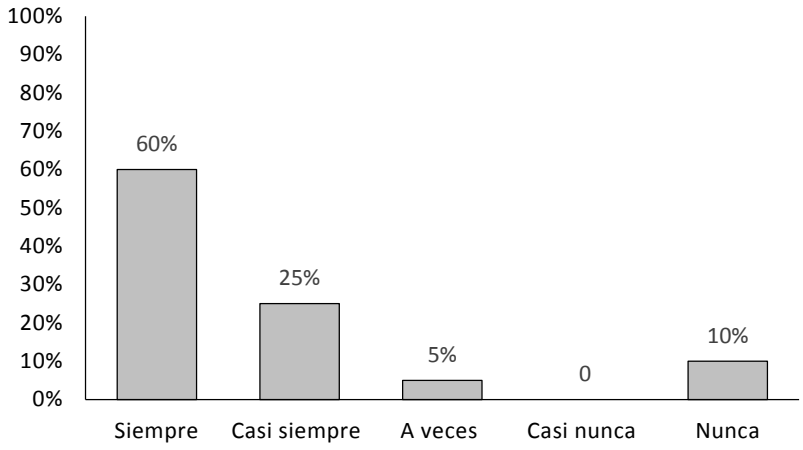


Figura 7. Se interesa por dar su punto de vista

El 100% de los empleados siempre sabe planear sus propias actividades. El 80% siempre trabaja de forma organizada mientras que un 15% casi siempre y un 5% a veces (Figura 8).

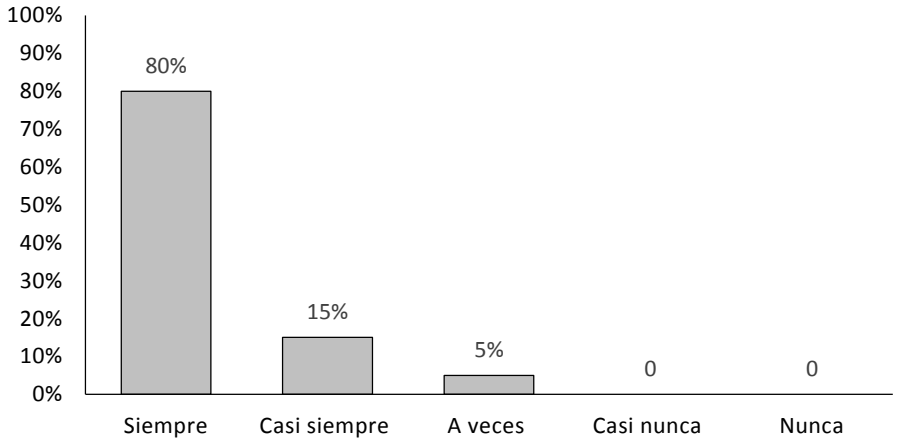


Figura 8. Trabaja de forma organizada

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Los resultados arrojaron que un 60% de los empleados siempre reacciona rápidamente ante las dificultades mientras que un 40% casi siempre (Figura 9).

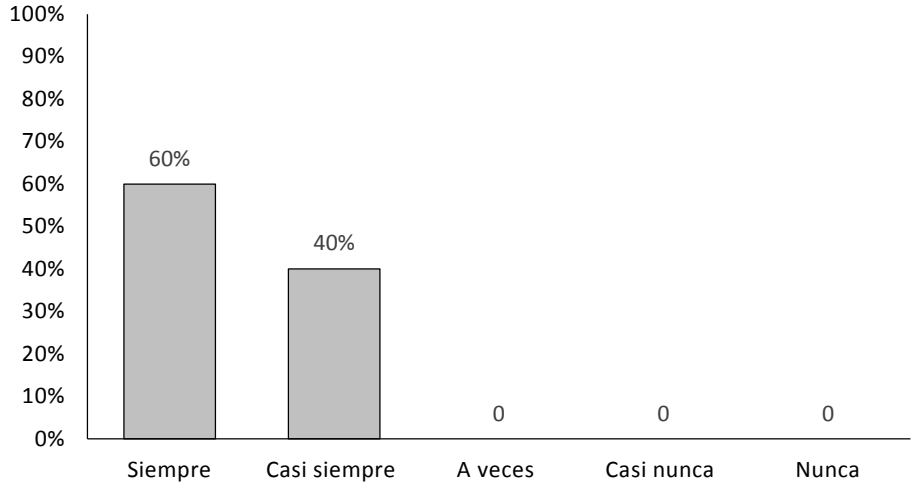


Figura 9. Reacciona rápidamente ante las dificultades

En cuanto a si los empleados pueden establecer objetivos los resultados arrojan que un 60% siempre, mientras que un 25% casi siempre y un 15% a veces (Figura 10).

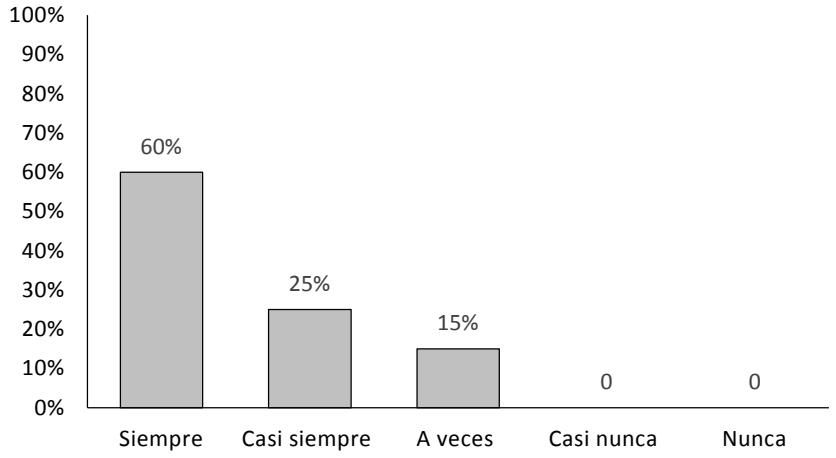


Figura 10. Puede establecer objetivos en su propio trabajo

El 40% de los empleados siempre participa en los planes de trabajo, mientras que un 30% casi siempre, un 25% a veces y un 5 casi nunca (Figura 11).

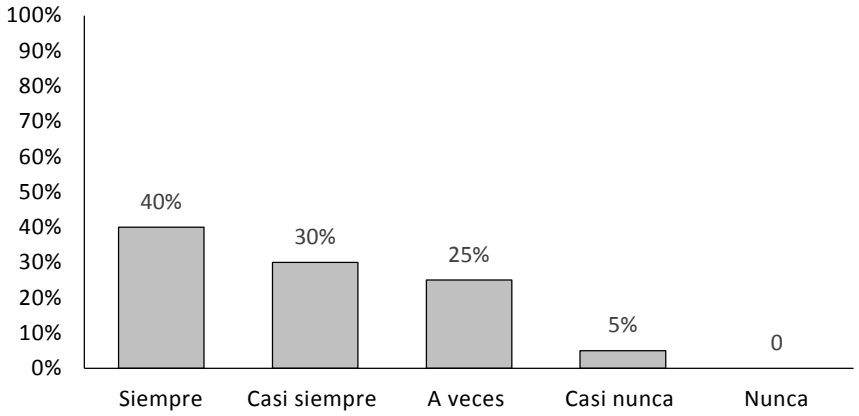


Figura 11. Participa en la elaboración de los planes de trabajo

El 25% de los empleados siempre conocen los programas de trabajo de la SEQ, mientras que un 60% casi siempre, un 10% a veces y un 5% casi nunca (Figura 12).

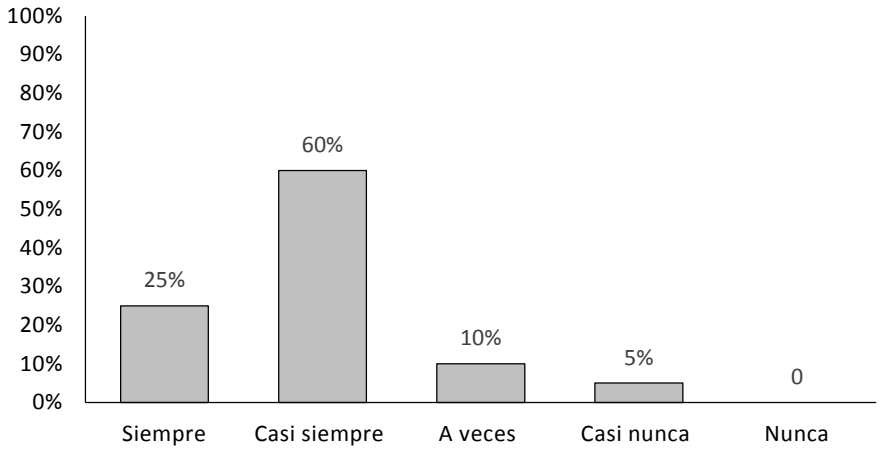


Figura 12. Conoce los programas de trabajo de la SEQ

Trabajo en equipo

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

En cuanto al trabajo un 50% de los empleados siempre sabe trabajar en equipo, un 40% casi siempre y un 10% a veces (Figura 13).

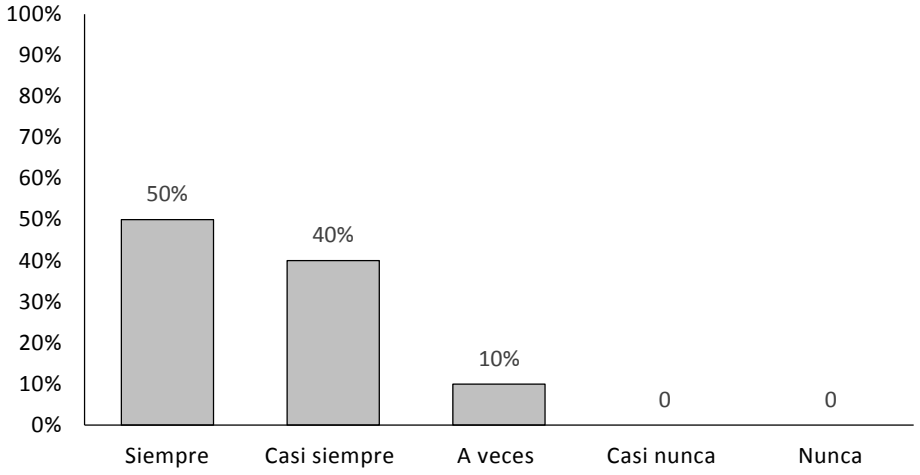


Figura 13. Sabe trabajar en equipo

El 60% de los empleados siempre ayuda a su equipo, mientras que un 40% casi siempre (Figura 14).

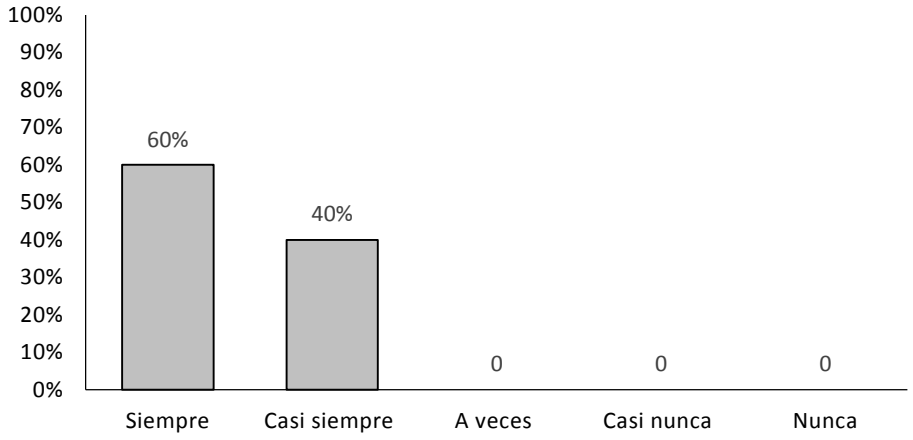


Figura 14. El empleado ayuda a su equipo

El 50% de los empleados siempre trabaja bien con diferentes personas, mientras que un 45% casi siempre y un 5% a veces (Figura 15).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

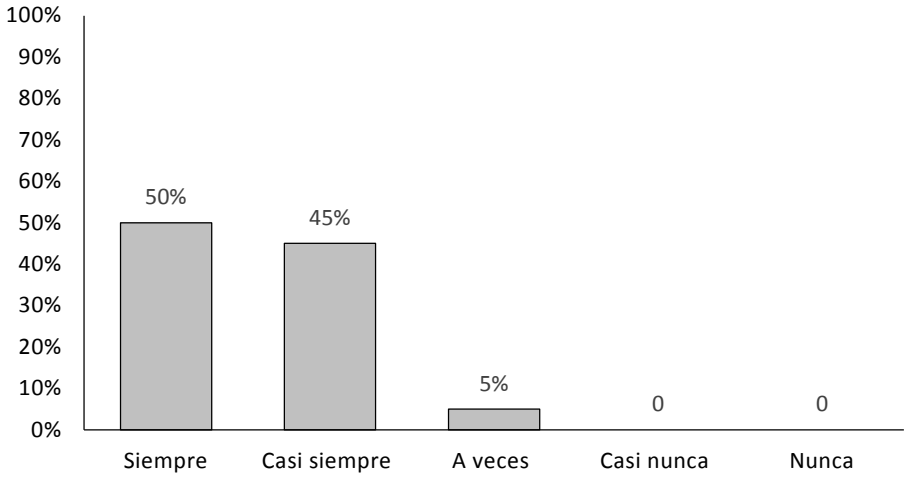


Figura 15. El empleado trabaja bien con diferentes personas

En cuanto a los conflictos los resultados arrojaron que un 45% siempre tiene una actitud conciliadora, mientras que un 35% casi siempre y un 20% a veces (Figura 16).

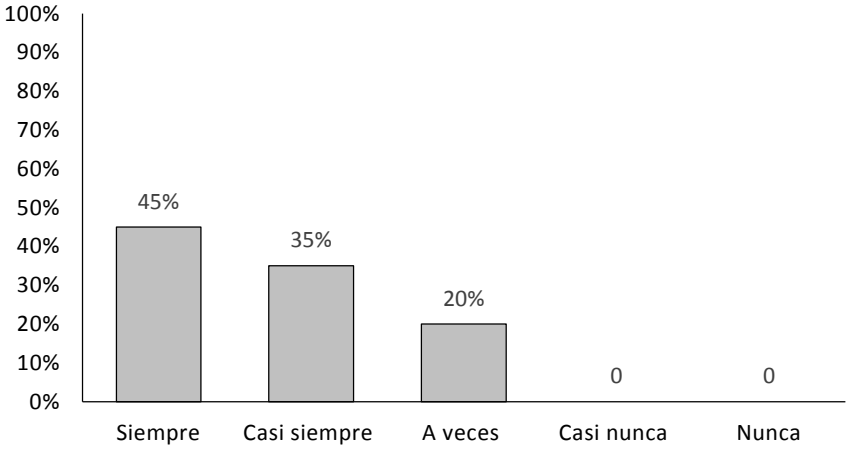


Figura 16. En los conflictos de trabajo, tiene una actitud conciliadora

Un 90% de los empleados siempre le gusta cooperar, mientras que un 5% casi siempre y un 5% a veces (Figura 17).

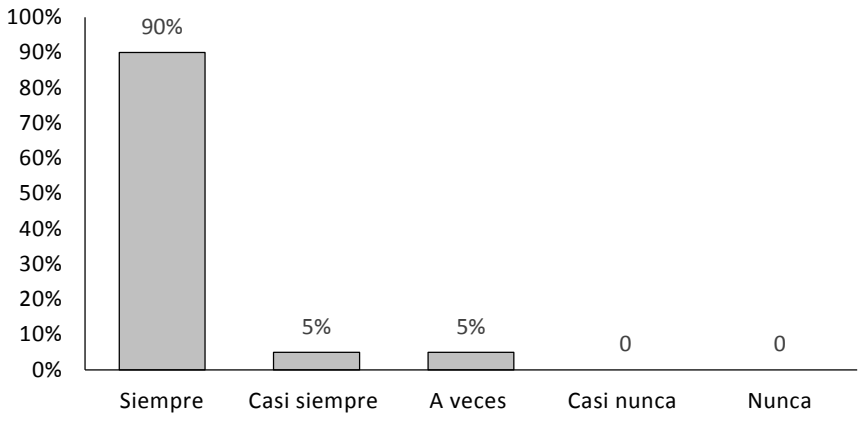


Figura 17. Le gusta cooperar al trabajar en equipo

El 50% de los empleados siempre se apoyan para resolver los problemas, mientras que un 25% casi siempre, un 20% a veces y un 5% nunca (Figura 18).

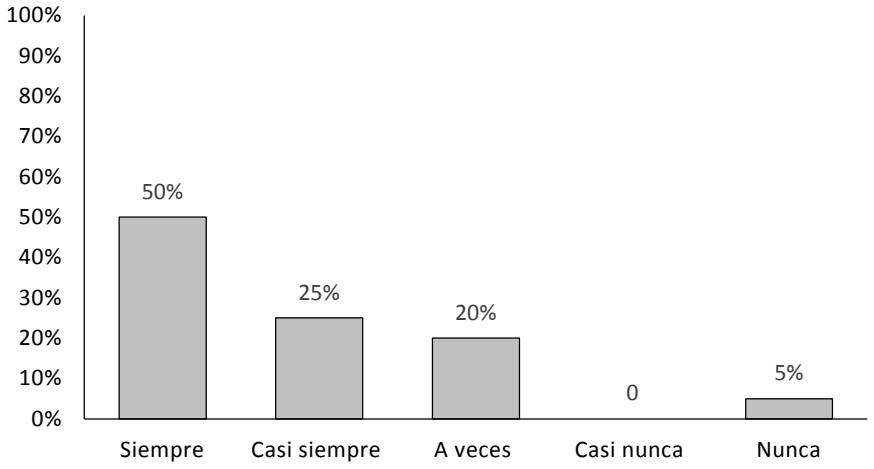


Figura 18. Todos se ayudan y apoyan para resolver los problemas

Calidad en el trabajo

El 60% de los empleados siempre mantiene su atención en el trabajo mientras que un 40% casi siempre (Figura 19).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

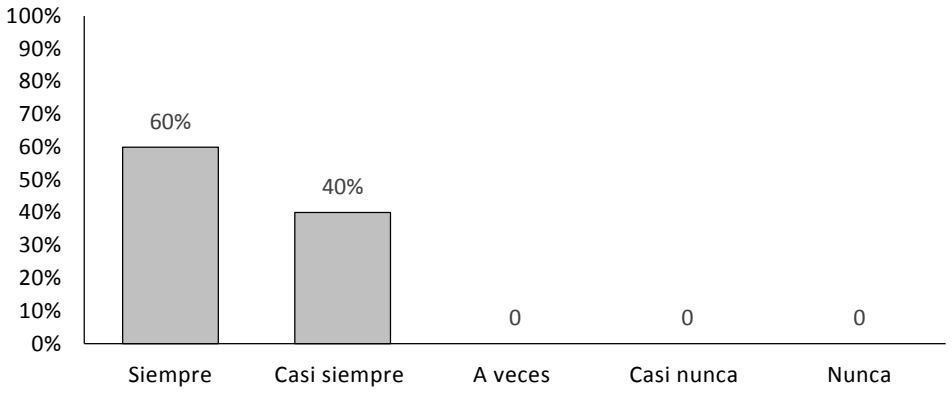


Figura 19. Mantiene siempre su atención en el trabajo

En cuanto a las actividades de forma rápida los resultados arrojan que el 60% siempre las realiza rápido, mientras que un 40% casi siempre (Figura 20).

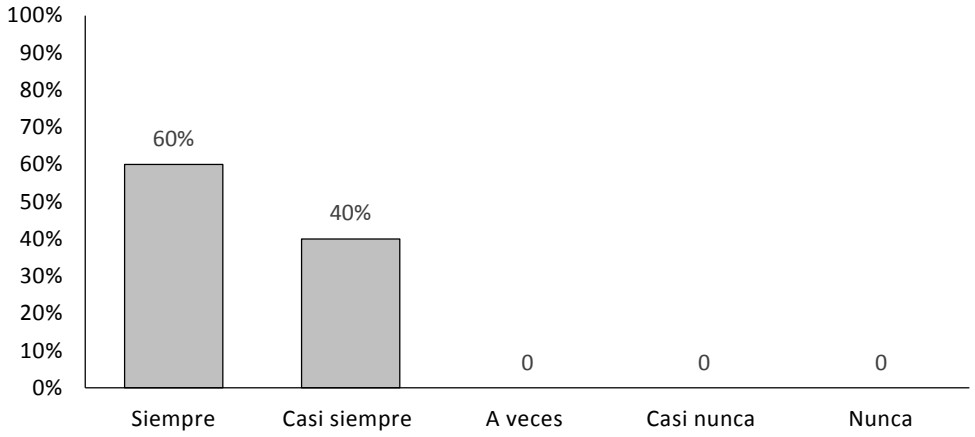


Figura 20. Rapidez para realizar sus actividades

El 60% de los empleados siempre mantiene un ritmo de trabajo sostenido, mientras que un 15% casi siempre y un 25% a veces (Figura 21).

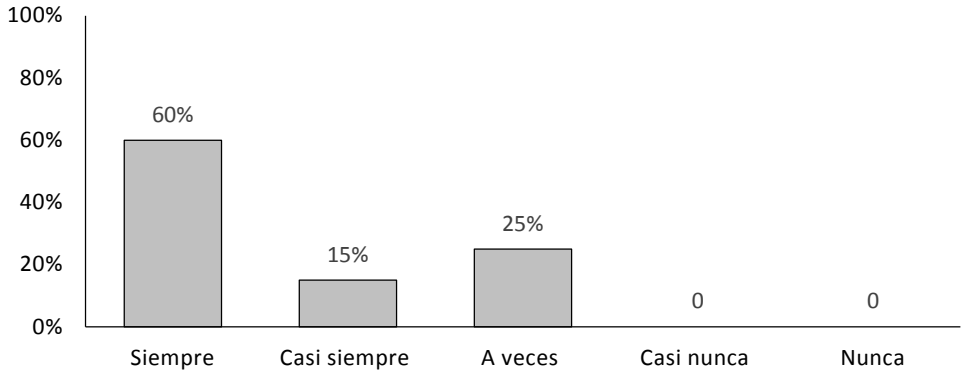


Figura 21. Mantiene un ritmo de trabajo sostenido

El 15% de los empleados siempre considera sus tareas monótonas y aburridas, mientras que un 15% casi siempre, un 10% a veces, un 35% casi nunca y un 25% nunca (Figura 22).

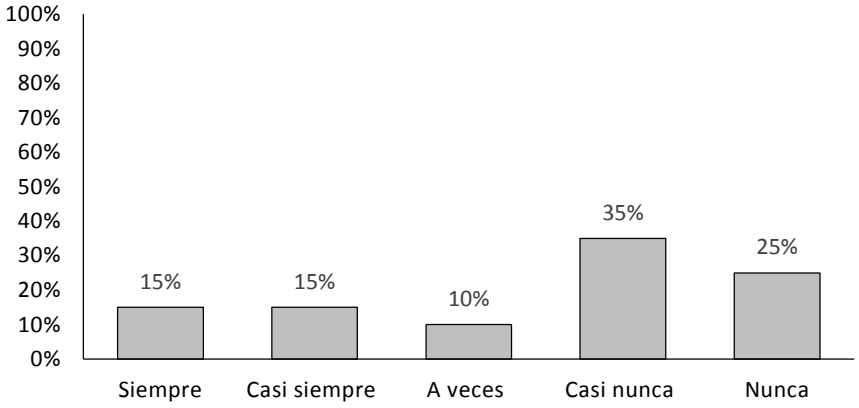


Figura 22. Considera sus tareas monótonas y aburridas

El 45% de los empleados siempre puede realizar varias funciones al mismo tiempo, mientras que un 35% casi siempre y un 20% a veces (Figura 23).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

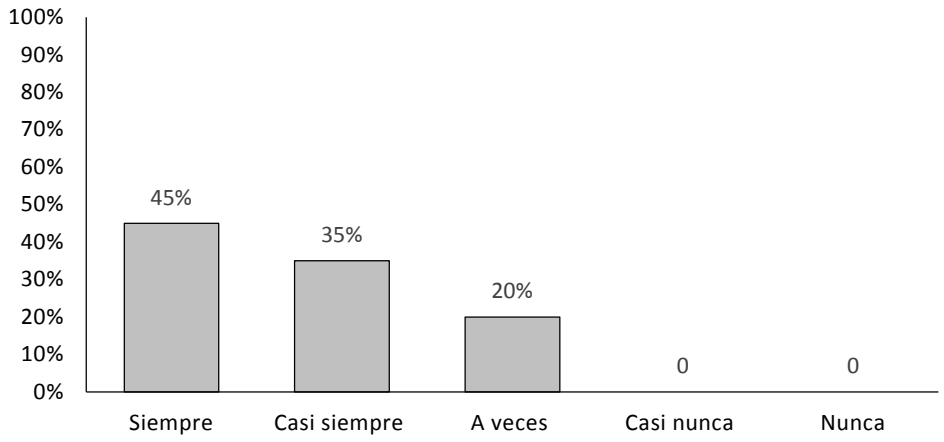


Figura 23. Puede realizar varias funciones y actividades al mismo tiempo

Autonomía

El 50% de los empleados siempre participan en las reuniones de trabajo, un 10% casi siempre, un 20% a veces, un 15% casi nunca y un 5% nunca (Figura 24).

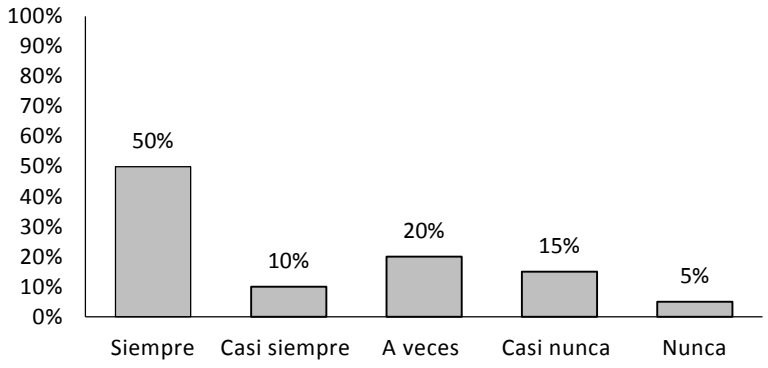


Figura 24. Participación en las reuniones

El 100% de los empleados siempre sabe escuchar. Realizan su trabajo sin estar pidiendo ayuda los resultados arrojaron que un 50% siempre, un 30% casi siempre, un 20% a veces (Figura 25).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

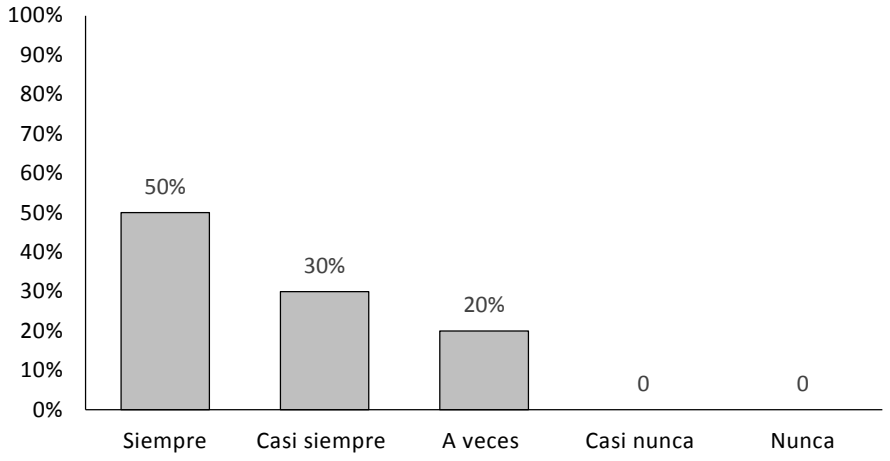


Figura 25. Realiza su trabajo sin estar pidiendo ayuda frecuentemente

El 100% siempre tiene iniciativa. El 40% siempre demuestran liderazgo, mientras que un 40% casi siempre, un 15% a veces y un 5% nunca (Figura 26).

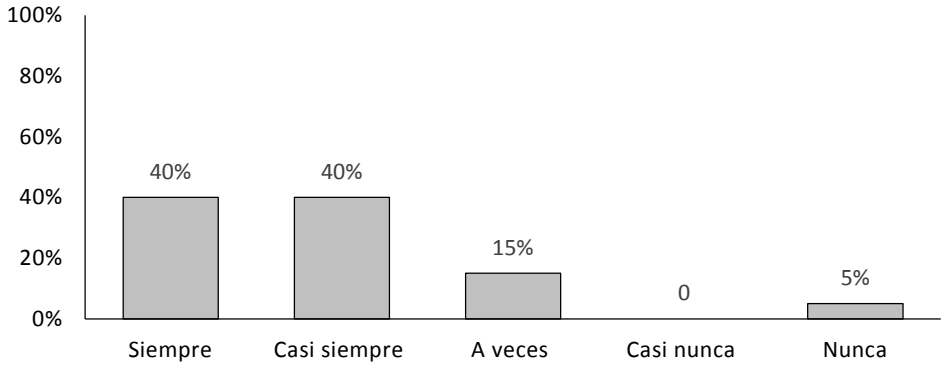


Figura 26. Tiene liderazgo

Capacitación

En cuanto a si los empleados asisten a los cursos de capacitación el 40% siempre asiste, mientras que un 25% casi siempre y un 35% a veces (Figura 27).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

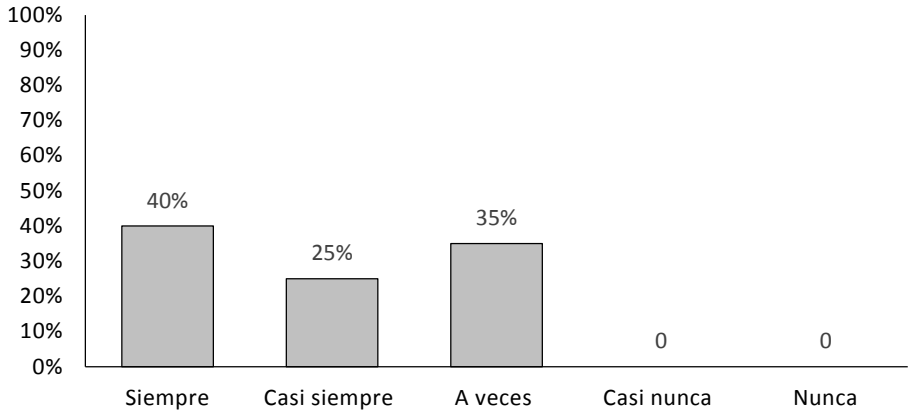


Figura 27. Asistencia a los cursos de capacitación

El 65% de los empleados siempre implementa los conocimientos obtenidos, mientras que un 15% casi siempre y un 20% a veces (Figura 28).

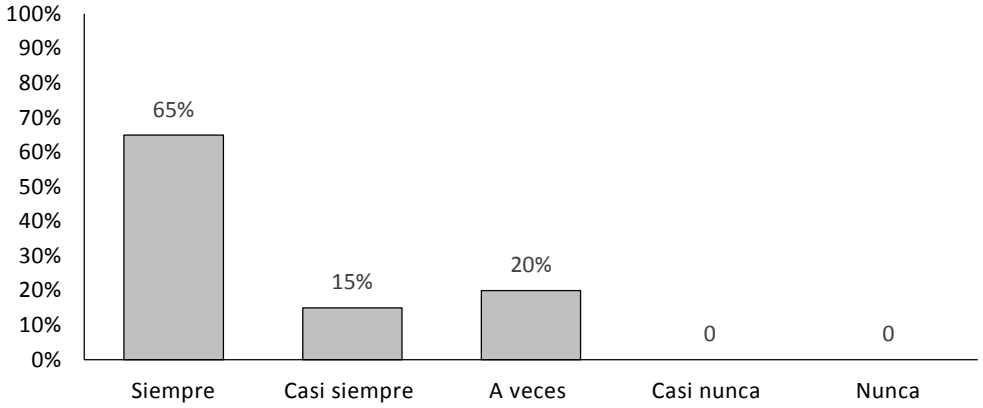


Figura 28. Implementa los conocimientos adquiridos en los cursos

El 60% de los empleados siempre participa de forma activa en los cursos, mientras que un 25% casi siempre y un 15% a veces (Figura 29).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

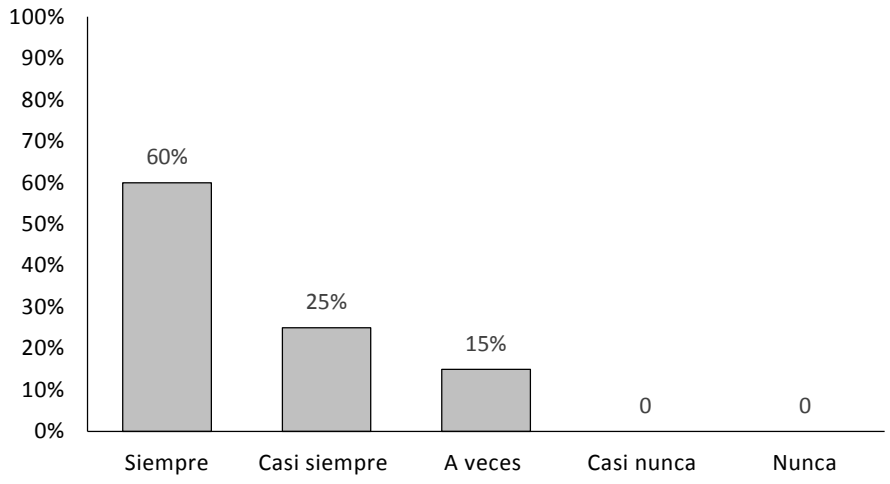


Figura 29. Participa en los cursos de forma activa

En el Cuadro 4, se presenta el resultado del Nivel del Desempeño Laboral en la Secretaria de Educación de Quintana Roo, el cual fue considerado como Muy bueno, al obtener 4.4 como media.

Escala	**Intervalo**	**Media**	**Nivel del Desempeño Laboral**
Muy Malo	1 - 1.8		
Malo	1.9 - 2.6		
Regular	2.7 - 3.4	4.4	Muy Bueno
Bueno	3.5 - 4.2		
Muy Bueno	4.3 - 5		

Cuadro 4. Nivel del Desempeño Laboral

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Conclusiones

Se concluye que los trabajadores de la Dirección de Educación Superior de la Secretaría de Educación del Estado de Quintana, tienen un nivel de desempeño Muy bueno, al obtener una media de 4.4 el cual se localiza en el intervalo que tiene el nivel de desempeño Muy bueno, lo que indica que los procedimientos son ejecutados adecuadamente, conforme a lo planeado.

En cuanto a la asistencia y puntualidad, responsabilidad, trabajo en equipo cubren el 100%. En la planeación y la capacitación cumplen con un 70%, debido a que tienen mucha carga de trabajo y eso les impide asistir a los cursos.

La evaluación de desempeño laboral es una función de suma importancia para las dependencias porque sirve para tomar decisiones sobre capacitaciones, remuneraciones, línea de carrera, entre otros.

Referencias

Chiavenato, I. (2002). Administración de RH. México DF: Mc Graw Hill.

Davis, K. (1999). Comportamiento humano en el trabajo. México: Ed. McGraw Hill Interamericana Editores S.A.

Dessler, G. (2001). Administración del personal octava edición. México, DF: Pearson Educación

Enríquez, L.P.C. (2014). Motivación y desempeño laboral de Los empleados del Instituto de la Visión en México. Tesis de maestría, Universidad de Montemorelos. Montemorelos, Nuevo León, México.

Hernández, D.Z.M (2016). La cultura organizacional y su relación con el desempeño laboral en el área de cirugía del Hospital I Naylamp-Chiclayo. Tesis de licenciatura. Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú.

Hernández, S.R. F. (2004). Metodología de la Investigación. México. México, DF: McGraw Hill.

Hernández-Pólito, A. (2, 3 y 4 de octubre de 2013). Motivación, satisfacción y desempeño laboral. XIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. Ciudad Universitaria, D.F, México: ANFECA.

Iturralde, T.J.I. (2011). La evaluación del desempeño laboral y su incidencia en los resultados del rendimiento de los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Ltda. de la ciudad de Ambato en el año 2010. Tesis de licenciatura. Universidad Técnica de Ambato. Ambato, Ecuador.

Jiménez-Paneque, R. (1998). Metodología de la Investigación. (M. E. Remedios Hernández, Ed.) Mexico: Ciencias Médicas.

Malhotra, N. K. (2008). Investigación de Mercados (Quinta ed.). (P. Guerreros Rosas, F. Hernández Carrasco, Edits., & M. E. ORTIZ SALINAS, Trad.) México: Pearson Educación.

Peña, M.F.G. (2014). Propuesta de diseño de un modelo de evaluación de desempeño basado en competencias que permita calificar el talento humano de la organización CODELCA. Tesis de licenciatura. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. Bogotá, Colombia.

Serres, P.M.A. (2014). Diseño de un sistema de evaluación del Desempeño para una empresa de desarrollo de software de gestión empresarial. Tesis de Licenciatura. Universidad Politécnica de Valencia. Valencia, España.

Valencia Rodríguez, M. (Julio de 2005). El capital humano, otro activo de su empresa. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal.

La gestión de recursos humanos, una estrategia para mejorar la productividad en las MiPyMES. Caso empresa familiar: "Quesería El Tigre VI"

Dra. Kenia Landero Valenzuela[34], Dr. David Ernesto Santiago Montuy[35], Sandy Guadalupe Espinosa Jiménez[36], Rodrigo Adrián Cruz, Cruz[37].

Resumen

El presente proyecto está dirigido a realizar un diagnóstico de la importancia que tiene la gestión del rendimiento empresarial; y así potestad los factores de las necesidades, que tiene el empleado; para perfeccionar su productividad laboral; esto consiste en que cada persona de diferentes áreas de una organización pueda identificar sus habilidades y destrezas para un mejor desarrollo en el área laboral., con ello gestionar la estrategia de manera formal y llegar a un resultado exitoso.

[34] Doctora en Administración. Profesor Investigador de la División Academica de la Licenciatura en Administración, con 12 años en el sector educativo. landeros_keny@hotmail.com, Teléfono celular 9341051112, Instituto Tecnológico Superior de los Ríos.

[35] Doctor en Administración, investigador de tiempo completo, del Instituto Tecnológico Superior de los Ríos, integrante del cuerpo académico ciencias socio económico administrativas. davidems76@hotmail.com Tel. Cel. 9931609842, Instituto Tecnológico Superior de los Ríos.

[36] Estudiante de Séptimo semestre de la Licenciatura en Administración, s.gpe@hotmail.com, teléfono celular 9341113307, Instituto Tecnológico Superior de los Ríos.

[37] Estudiante de Séptimo semestre de la Licenciatura en Administración, rodri_acuario98@hotmail.com, teléfono celular 9341152100, Instituto Tecnológico Superior de los Ríos

La Quesería El Tigre VI es una microempresa que cuenta con 70 años de presencia en el mercado, elabora de forma artesanal quesos, acorde han pasado los años ha incrementado la competencia de manera importante. A lo largo de estos 70 años ha tenido diferentes empleados, lo cual ha tenido que contratar a otros, debido a que se retiran de trabajar de esta empresa, actualmente cuenta con 3 personas en producción y una en área de ventas.

Palabras claves: Control, planificar, decisiones estratégicas, evaluar.

Introducción

Los problemas de rendimiento se abordan según las causas que los provocan. La gestión adecuada, requiere evaluar la situación en cada caso, para decretar cuál es la determinante clave sobre los problemas de rendimiento y tratar de intervenir en consecuencia: Si el problema de rendimiento tiene su origen en carencias en competencias, hay que abordarlo desde la capacitación, si es un tema de condicionantes adversas, habría que actuar para eliminarlas o mitigarlas mediante actuaciones organizativas.

Las MiPyME son el núcleo que genera empleo, son la columna vertebral de la economía mexicana. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs) generan el 72% del empleo y 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país. En México hay más de 4.1 millones de microempresas que aportan 41.8% del empleo total. Las pequeñas suman 174,800 y representan 15.3% de empleabilidad; por su parte, las medianas llegan a 34,960 y generan 15.9% del empleo. (CONDUSEF, s.f.)

Evaluar el desempeño de un trabajador es un componente fundamental para las empresas, porque ayuda a implementar estrategias y afinar la eficacia. El proceso abarca misión, visión, cultura organizacional y las competencias laborales de los cargos. (Rodríguez, 2006)

El objetivo que perciben las evaluaciones de desempeño es informar a los trabajadores sobre la realización de su trabajo y el resultado que espera de ellos, en reconocer los méritos, corregir las desviaciones y los posibles errores de comportamiento, detectar y poner de manifiesto las fortalezas y debilidades de los trabajadores, verificar el cumplimiento de los objetivos y los estándares individuales en cuanto a productividad, cantidad y calidad del trabajo.

Las evaluaciones de desempeño ayudan a descubrir las carencias y necesidades de formación que los trabajadores pueden presentar para realizar correctamente su trabajo. Y desarrollar estrategias que permitan mejorar la competitividad de los trabajadores en una MiPyMES; para poder diseñar, arrancar, implementar y desarrollar el crecimiento de la MiPyME para el cumplimiento de la visión y misión.

El presente trabajo de investigación presenta un análisis y la importancia que tienen en contar con una gestión de recursos humanos en la MiPyME “Quesería El Tigre VI” del municipio de Balancán, Tabasco, considerando los elementos de gestión de rendimiento, lo cual mejorará una mejor comunicación y eficacia de los trabajadores, y una mejor comunicación entre el propietario y sus empleados.

En la actualidad la mayoría de las empresas en México deben su éxito, gracias a un ambiente en donde los trabajadores tienen relaciones personales positivas, control

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

sobre su actividad y autonomía, desarrollo de su creatividad, cumplimiento con los objetivos, y por lo tanto exista un equilibrio entre la vida personal y laboral.

Referentes teóricos

Amparar teóricamente la posición asumida por el indagador derivada de la revisión documental realizada, considerando estudios similares al tema abordado. La competitividad existente hoy en día requiere de una rápida respuesta, flexibilidad y efectividad. Por ello, las organizaciones deben ser capaces de hacer más con menos, tomar decisiones estratégicas con frecuencia y centrarse más en el cliente. Además, deben ser las mejores en su campo, o al menos estar entre las mejores. (Marcos, 2017)

El término Gestión del Rendimiento Empresarial o CPM por sus siglas en inglés (Corporate Performance Management) describe todas las metodologías, procesos, métricas y sistemas para gestionar el rendimiento o desempeño en las empresas y organizaciones en general. Es por tanto un marco que integra la estrategia con la operación del negocio y con las herramientas tecnológicas necesarias, fundamentalmente de Inteligencia de negocio. (BUSINESS, 2018)

La gestión del rendimiento (Performance Management, PM) es una forma de gestión que combina las últimas técnicas de generación de informes, planificación, modelización y análisis, con la tecnología más moderna para incrementar el rendimiento corporativo. La gestión del rendimiento trae consigo una forma de mejorar continuamente los procesos de una compañía mediante el perfeccionamiento de sus elementos individuales.

Las pequeñas y medianas empresas (conocidas también por el acrónimo PYMES) son empresas con características distintivas, y tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o Regiones. Son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos. Usualmente se ha visto también el término MiPyMES (acrónimo de "micro, pequeñas y medianas empresas"), que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa. (Guanajuato, 2018)

La empresa es una unidad productiva o de servicios que, constituida según aspectos prácticos o legales, se integran por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos (Munch Galindo Lourdes, 2014).

El municipio de Balancán hay 60, 516 habitantes; se localiza en la región Usumacinta, teniendo como cabecera municipal a la ciudad de Balancán de Domínguez que se ubica al norte del estado, entre los paralelos 17°48' latitud norte y 91°32' longitud oeste. Colinda al norte con el estado de Campeche, al sur con los municipios de Tenosique y Emiliano Zapata; al este con el estado de Campeche y la república de Guatemala; al oeste con el municipio de Emiliano Zapata y el estado de Campeche. ((INEGI), 2015).

Del total de empresas consideradas en la ENAPROCE 2015, 97.6% son microempresas y concentran el 75.4% del personal ocupado total. Le siguen las empresas pequeñas, que son un 2% y tienen el 13.5% del personal ocupado. Las medianas representan 0.4% de las unidades económicas y tienen poco más del 11% de los ocupados. Datos estadísticos a continuación (Tabla 1). (Geografia, 2015)

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Tamaño	Empresas		Personal ocupado
	Número	Participación (%)	Participación (%)
Micro	3 952 422	97.6	75.4
Pequeña	79 367	2.0	13.5
Mediana	16 754	0.4	11.1
Total	4 048 543	100.0	100.0

Tabla 1. Número de empresas por tamaño y personal ocupado, Fuente: INEGI, 2015

Una empresa familiar una Empresa Familiar es aquella organización de carácter económico cuyo objetivo principal sea la producción o comercialización de bienes y servicios y cuya propiedad pertenece en su totalidad o en una mayoría a un grupo de personas unidas por un vínculo familiar, habitualmente los descendientes del fundador de la misma (Neuebauer, 1999). En este sentido, se puede considerar que la participación significativa del grupo familiar, a los efectos de la definición anterior, supone el cumplimiento de lo siguiente (Jiménez.).

Las MiPyMES familiares han sido definidas a partir de diferentes criterios. En las conceptualizaciones de las empresas familiares son tres los factores reiterantes en la mayoría de ellas: a) la propiedad, entendidas cuando la mayor parte del capital está concentrada en la familia, b) el poder, manifestado en la vida laboral que dedican los miembros de la familia en la empresa y c) la continuidad, reflejada por el deseo de permanencia de la empresa, a través de las diferentes generaciones de la familia. Sanker y Astrachan (1996) definen las empresas familiares en tres grupos. La existencia de varias generaciones de la familia que tienen el control y una presencia activa en la empresa, la participación intensa en la dirección y ejecución, así como el monopolio de la propiedad y el control.

Imagen 1. Sr. Ambrosio González Burelo y Sr. Jorge Mario González García, dueño de la Quesería El Tigre VI

La quesería “El Tigre VI” ha pasado por la sucesión de tres generaciones desde que se fundó en el año de 1948 por el Sr. Ambrosio González Burelo, él era ganadero, el ordeñaba sus vaquitas, pero como en ese tiempo era muy difícil comercializar la leche, además de que tenía que cruzar un arroyo, mejor optó por hacer quesos, ahí con el estuvieron muchas personas trabajando en la elaboración del producto, en los inicios, quien nos enseña a todos a hacer queso de tipo desmoronoso fue Don Isidro Jiménez, oriundo de Emiliano Zapata, era el único que en ese momento sabía cómo se hacía el proceso del queso.

Actualmente la quesería “El Tigre VI” su propietario es el Sr. Jorge Mario González García, su Quesería hace diferencia en sus siglas de números “VI”, quien ha ampliado la amplia gama de quesos y actualmente su principal venta de quesos, es el queso de poro.

El Modelo básico de gestión del rendimiento empresarial: Integra los procesos para la definición de objetivos estratégicos, la medición del desempeño, análisis de rendimiento y la presentación de informes, la revisión del desempeño y la alineación

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

de nuestros empleados y la cultura empresarial. Todos ellos se centran en la mejora del rendimiento, que es la premisa central de la gestión del rendimiento. (BUSINESS, 2018)

La gestión del rendimiento del personal: El Enterprise Performance Management (EPM), o Gestión del Rendimiento Empresarial es la base que permite a las organizaciones ser más eficientes y mantenerse por delante de su competencia directa. Se puede definir el EPM como un conjunto de procesos de gestión, a menudo con el apoyo de tecnología de la información, que ayudan a mejorar las decisiones estratégicas que se llevan a cabo todos los días en nuestro negocio. (School, 2014). Un EPM en la empresa debe controlar todos procesos de gestión del rendimiento definiéndolos y comunicando sus estrategias a todos los empleados. (Formación, 2014)

Las fases de gestión del rendimiento empresarial son analizar, planificar, ejecutar y reportar/monitorear el progreso con el fin de gestionar y mejorar el rendimiento del negocio. (Formación, 2014)

Los enfoques relacionados con la gestión del rendimiento empresarial en la planificación financiera (EPM) permiten, al integrarse con el presupuesto y la planificación financiera, cumplir con los objetivos y las prioridades de las empresas a asegurándose que los recursos financieros que se gastan se destinan a conceptos que realmente importan.

En la gestión del capital humano, al final son las personas las que entregan los proyectos y la aplicación de los planes estratégicos. Al alinear la gestión de los RRHH, incluyendo recompensas y reconocimientos al personal, dentro del marco

de actuación estratégica habremos dado un gran paso hacia adelante. (Formación, 2014)

Los objetivos estratégicos: son los fines o metas desarrollados a nivel estratégico que una organización pretende alcanzar a largo plazo. Están basados en la visión, la misión y los valores de una organización y condicionan las acciones que se llevarán a cabo; estos objetivos deben ser claros, coherentes, medibles, alcanzables y motivadores. (Significados, 2018)

La medición del desempeño: Tiene un papel crítico, en cuanto que implica dar seguimiento a los avances en los logros de las estrategias de la organización; es necesario contar con herramientas que respondan de forma adecuada a las necesidades de ese seguimiento y evaluación, y provean de indicadores que permitan modificar, si es necesario, el rumbo de las estrategias. (Espacio, 2009). El análisis de rendimiento está vinculada a la proporción existente entre los recursos que se emplean para conseguir algo y el resultado que luego se obtiene; se asocia al beneficio o la utilidad. (Merino, 2016)

La cultura empresarial, se define como “el conjunto de normas, de valores y de formas de pensar que caracterizan el comportamiento, posicionamiento del personal en todos los niveles de la empresa, el estilo de dirección, la forma de asignar los recursos, la forma de organizar la esa corporación, así como la imagen de la empresa. (Oliveras, 2017)

La Gestión del Rendimiento (GdR) es una herramienta de gestión del talento que busca identificar, reconocer y promover el aporte de los servidores civiles a los objetivos y metas institucionales, permite evidenciar las necesidades de capacitación requeridas por los servidores para mejorar su desempeño de acuerdo

al puesto que ocupan. (crece, 2016). Este subsistema se encuentra normado a través de la Ley N° 30057, Ley del Servicio Civil y los D.S. N° 040-2014-PCM que aprueban el Reglamento General y el D.S. 041-2014-PCM que aprueba el Reglamento del Régimen Especial para Gobiernos Locales y se desarrolla a través de la Directiva aprobada mediante Resolución de Presidencia Ejecutiva de SERVIR N° 277-2015-SERVIR-PE. (Civil, s.f.)

Problema

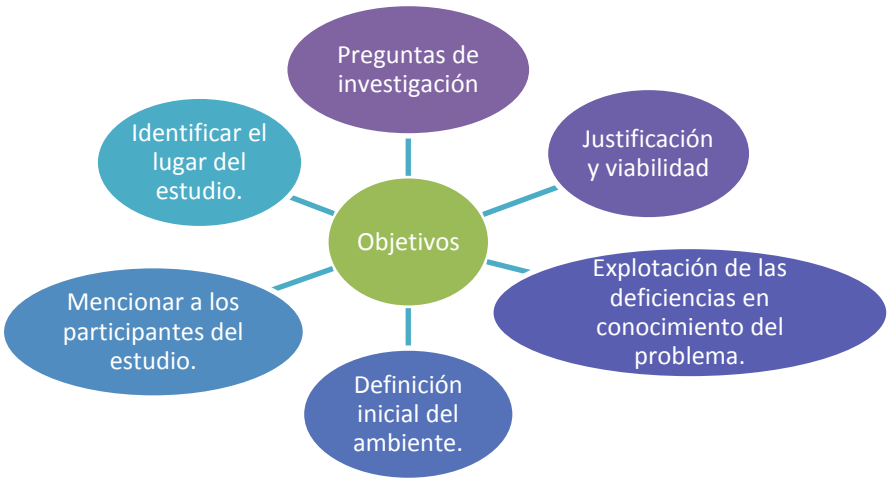
En el caso de la empresa La Quesería El Tigre VI, no cuenta con un rendimiento de productividad planificada, con órdenes y reconocimiento de lo que realiza los empleados. Lo cual será necesario que cada empleado tenga tomado en orden el rendimiento medido de cuanta producción se realiza y si se siente motivado el empleado en hacerlo; la empresa necesita un diagnóstico del rendimiento actual de sus trabajadores y como lo puede mejorar, para su eficacia y su rendimiento laboral y se prevenga que los empleados renuncien de su trabajo y no continúen en esta empresa.

Método

El tipo de investigación es cualitativo y descriptiva, esto permitirá entender en profundidad la población estudiada, tomando como instrumento la recolección de datos la encuesta, ya que se evaluará la eficiencia en el proceso de gestión del rendimiento del personal en la MiPyME “Quesería El Tigre VI” del municipio de Balancán, Tabasco.

Imagen 2. Quesería El Tigre VI

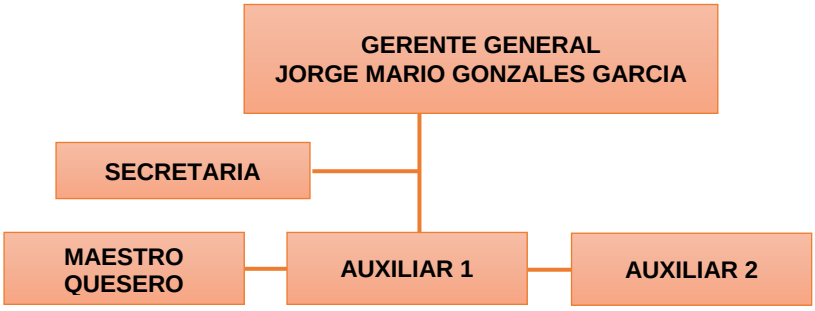
Para realizar el planteamiento cualitativo será tomado, de acuerdo al autor (Roberto Hernández Sampieri):



Smart 1. Planteamiento del problema de investigación

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

La justificación de nuestro diagnóstico es poder ayudar a los empleados a mejorar su productividad y tener mejor relación entre gerente y empleado, y mayor comunicación; y reconocimientos por sus logros alcanzados. Para ello se tomará datos del organigrama actual de la empresa.



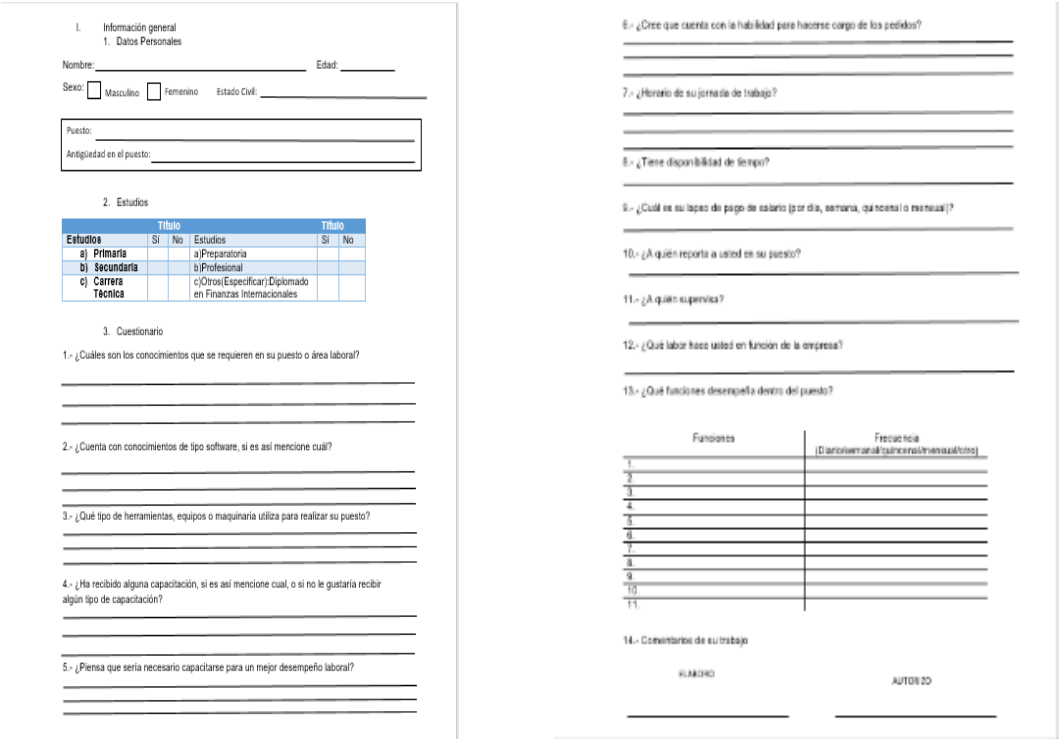
Organigrama 1. Organigrama de la Quesería El Tigre VI

Se analizarán los datos para dar una explicación congruente del desarrollo de la gestión del rendimiento del personal. Para la realización de las encuestas, se basará de su organigrama actual, para saber cuánto personal cuenta la empresa y como poder diagnosticar el análisis para la detección de que es lo que requiere el personal.

Imagen 2. Empleados y gerente general de la Quesería El Tigre VI

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Una vez hecho el planteamiento inicial empezaremos a contactar a los participantes potenciales y a recolectar datos, probablemente el método que utilicemos para esta labor sea la entrevista.



I. Información general
1. Datos Personales

Nombre: _____ Edad: _____

Sexo: ☐ Masculino ☐ Femenino Estado Civil: _____

Puesto: _____

Antigüedad en el puesto: _____

2. Estudios

Estudios	Título Sí	Título No	Estudios	Título Sí	Título No
a) Primaria			a)Preparatoria		
b) Secundaria			b)Profesional		
c) Carrera Técnica			c)Otros(Especificar):Diplomado en Finanzas Internacionales		

3. Cuestionario

1.- ¿Cuáles son los conocimientos que se requieren en su puesto o área laboral?

2.- ¿Cuenta con conocimientos de tipo software, si es así mencione cuál?

3.- ¿Qué tipo de herramientas, equipos o maquinaria utiliza para realizar su puesto?

4.- ¿Ha recibido alguna capacitación, si es así mencione cual, o si no le gustaría recibir algún tipo de capacitación?

5.- ¿Piensa que sería necesario capacitarse para un mejor desempeño laboral?

6.- ¿Cree que cuenta con la habilidad para hacerse cargo de los pedidos?

7.- ¿Horario de su jornada de trabajo?

8.- ¿Tiene disponibilidad de tiempo?

9.- ¿Cuál es su lapso de pago de salario (por día, semana, quincenal o mensual)?

10.- ¿A quién reporta a usted en su puesto?

11.- ¿A quién supervisa?

12.- ¿Qué labor hace usted en función de la empresa?

13.- ¿Qué funciones desempeña dentro del puesto?

Funciones	Frecuencia (Diario/semanal/quincenal/mensual/otro)
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	
11.	

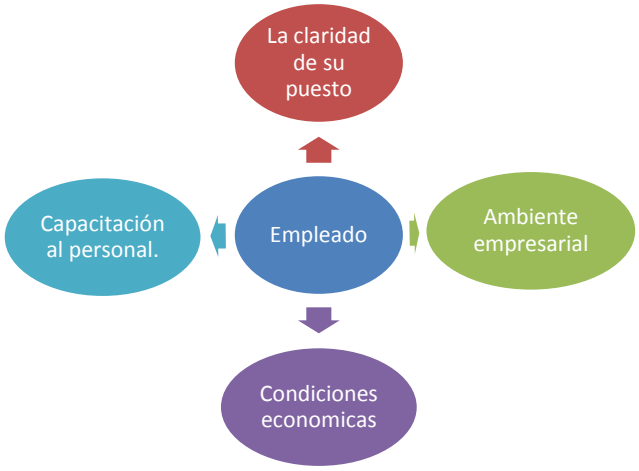
14.- Comentarios de su trabajo

ELABORÓ AUTORIZÓ

Formato 1. Cuestionario de entrevista para los empleados

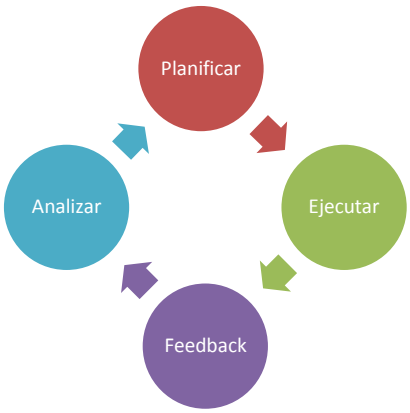
Posteriormente se realizará un esquema para recoger y evaluar los datos, para erradicar el problema de los empleados.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx



Smart 2. Resultado del planteamiento de investigación

Con base en el resultado de la investigación cualitativa, para la aplicación de mejoramiento del rendimiento laboral, se utilizará el modelo por el cual se rige para su aplicación será el modelo de gestión de rendimiento empresarial de la autora (Ruiz, 2004) el cual consta de conceptualización, donde se identifica el mejor rendimiento al área en que mayor se requiera el resultado. Posteriormente se desarrolla el rendimiento actual que está ocurriendo en la Quesería El Tigre VI, en función de los niveles deseados, lo cual puede realizarse a través del Sistema de Soporte Integrado del Desempeño (IPSS).



Smart 3. Modelo de gestión de rendimiento empresarial

Para el logro del IPSS debe de implementarse que el gerente brinde retroalimentación, el autor Idalberto Chiavenato (Chiavenato, Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones, 2017):

Smart 4. Modelo de retroalimentación de técnicas

Para la aplicación de este modelo, será mediante: charlas y motivación en los empleados; utilizando las herramientas de productividad, conocimiento y desarrollo continuo. También le permitirá ser capaz de percibir y alcanzar lo que necesitará aprender para ser más productivo, sus herramientas de cada persona deben de ser el control de su propio aprendizaje, sus tareas diarias, mediante mecanismos informales de monitoreo del desempeño actual, seguido de sesiones de entrenamiento, revisiones periódicas del desempeño (charlas de cinco minutos entre el gerente y los trabajadores) entre otras.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Perspectiva	Objetivo	Indicador
Financiera	Incrementar la utilidad operativa.	% de incremento de utilidad respecto del periodo anterior.
Clientes	Fomentar la compra cruzada de nuevos productos	% de clientes que compraron más de un producto.
Procesos	Implementar nuevas líneas de producción	Promedio de horas de capacitación por trabajador.
Capacidades Estratégicas	Fortalecer las capacidades del personal	

Tabla 1. Indicadores de control, Fuente: Gestionando empresas a través de indicadores

Será necesario utilizar los indicadores de control para posibilitar en controlar el logro de metas fijadas de la empresa, para que tengan conocimiento en qué punto se encuentra frente al cumplimiento de las metas, plantea la necesidad de establecer una clara precisión de redacciones de reportes diarios, semanales, mensuales e incluso anuales en cómo va mejorando su productividad y a base de ello, se sabrá si el trabajador está teniendo mejor rendimiento laboral, y a base de ello se tomarán decisiones respecto a medidas correctivas sí, es necesario como parte del control; sin permitir al empleado tomar control de su propio des retroalimentación: Se hace durante todo el proceso y después de la evaluación para que el empleado sepa cómo pude mejorar su desempeño.

Para una evaluación eficiente se tomará como referencia el modelo básico de gestión del rendimiento empresarial, que integra los procesos para la definición de objetivos estratégicos, la medición del desempeño, análisis de rendimiento y la presentación de informes, la revisión del desempeño y la alineación de los empleados y la cultura empresarial. En cuanto a los enfoques más avanzados y las áreas de gestión claves en la empresa se tomará en cuenta los siguientes:

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Planificación Financiera: Cumplimiento de los objetivos y prioridades de la empresa asegurándose que los recursos financieros que se gastan se destina como una importancia.

Gestión de proyectos: Deben priorizarse en base de las necesidades estratégicas y por lo tanto debe estar alineado al marco de actuación estratégica de una actuación.
Recursos Humanos: Para las empresas los empleados son los más valiosos y más caros, al final son las personas que entregan los proyectos y aplicaciones.

PERFIL DEL PUESTO: PERFIL DE PUESTO Generalidades
EDAD:
ESTADO CIVIL:
ESCOLARIDAD:
EXPERIENCIA:
HABILIDADES:
CONOCIMIENTOS:
HORARIO:

Tabla 2. Perfil de puesto

Otra actividad como mejoramiento de la gestión del rendimiento de la Quesería será en establecer una manual de perfiles de puestos para tener de forma estructura el perfil y descripción de puesto de cada empleado que conforme dentro de la empresa; para precisar donde, como y en qué momento tiene que realizar las actividades.

Resultados

- Fomentar la comunicación entre los empleados y el propietario de la Quesería El Tigre VI, a partir de la planificación, lograr que se cumplan los parámetros de los objetivos a realizar con calendarios, condiciones y limitaciones.
- Para que la quesería cumpla con los compromisos derivados de su propósito debe construir un mapa de ruta que alinee la estrategia, el talento de las personas y la tecnología, sobre la base de acuerdos que sirvan para establecer vínculos de complementariedad y sinergia, disponer los recursos adecuados, medir el avance, identificar y eliminar obstáculos, sistematizar el conocimiento y usarlo como insumo de diálogo y aprendizaje; todo, en un ciclo permanente que cada tanto, debe culminar en la innovación y la reinvención del sistema.
- Proporcionar regularmente una retroalimentación de trabajo transparentes de 5 a 10 minutos con todos los empleados.
- Establecer un vínculo claro entre el desempeño y la compensación.
- Proporcionar amplias oportunidades de aprendizaje y desarrollo al representar a los empleados en programas de desarrollo de liderazgo.
- Evaluar el desempeño y distribuir incentivos y recompensas de manera justa y equitativa.
- Establecer objetivos claros de rendimiento facilitando una comunicación abierta y un diálogo conjunto.
- Reconocer y recompensar el buen desempeño en la MiPyME El Tigre VI.

Conclusiones.

Para concluir el diagnóstico del rendimiento para mejorar la productividad tendrá beneficios para la MiPyME haciendo de ello un mejor desempeño, lealtad y

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

productividad mejorada, superar los obstáculos de comunicación, responsabilidades claras. En el propietario los beneficios serán el ahorro del tiempo, asegura la eficiencia y consistencia del desempeño. Ayuda a tener un mejor control en los procesos que el propietario les enseña a los trabajadores, y enseñanza de la ética profesional, lo cual logrará a conservar a sus empleados durante varios años y así evitar la búsqueda de nuevos trabajadores.

Al evitar que los empleados se vallan de la empresa se evitará que se expanda y se descubra la fórmula de la elaboración de quesos y se vallan con la competencia de otras queserías e incluso que formen queserías, a partir de la enseñanza de esta quesería.

La gestión del desempeño sirve como una herramienta importante para lograr las metas de la organización mediante la implementación de estrategias competitivas de GRH.

Al contar la MiPyME Quesería El Tigre VI con objetivos definidos, evaluaciones periódicas del desempeño individual y los requisitos de la empresa puede ser útiles en la definición de las competencias colectivas y las brechas de habilidades principales que a su vez pueden servir como una materia útil para diseñar los planes de formación y desarrollo para los empleados.

Referencias

(INEGI), I. N. (2015). Balancán, Tabasco (27001).

BUSINESS, E. (2018). *Estrategia y Gestión del Rendimiento*. Obtenido de https://www.enae.es/curso/estrategia-y-gestion-del-rendimiento?action#gref

Chiavenato, I. (2017). Administración de recursos humanos: El capital humano de las organizaciones. Mc Graw Hill Interamericana Education.

Civil, L. d. (s.f.).

CONDUSEF. (s.f.). *Pymes*. Obtenido de https://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/492-pymes

crece, S. H. (23 de Septiembre de 2016). *La importancia de la Gestión del Rendimiento*. Obtenido de La Gestión del Rendimiento – GdR es una herramienta de gestión del talento humano que se contempla como uno de los siete subsistemas que compone el Sistema Administrativo de Recursos Humanos del sector público de nuestro país, mediante el cual se busca id

Espacio, M. (2009). *La Medición del Desempeño Organizacional Mediante el Balance Score Card*. Obtenido de https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Trinchera/la_medicion_del_desempeno_organizacional_mediante_el_balance_score_card.html#.W-PiOZMzbIU

Formación, D. (03 de 18 de 2014). *La importancia de la gestión del rendimiento empresarial*. Obtenido de https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/importancia-gestion-rendimiento-empresarial

Geografia, I. N. (2015). Boletín de Prensa núm.285/16. ENAPROCE.

Guanajuato, E. M. (2018). *Definición de Micro, Pequeña y Mediana Empresa.* Guanajuato. Obtenido de http://www.expomipymegto.com.mx/index.php/14-articulos-generales/72-definicion-de-micro-pequena-y-mediana-empresa

Jiménez., J. J. (s.f.). El padre líder en la Empresa Familiar.

Marcos, M. (2017). *La gestión del rendimiento(performance management,PM: Un acercacimiento a la gestión estratégica*. Obtenido de https://www.globalcci.org/blog/2018/03/08/la-gestion-del-rendimiento-performance-management-pm-un-acercamiento-a-la-gestion-estrategica/

Merino, J. P. (2016). *Rendimiento financiero*. Obtenido de https://definicion.de/rendimiento-financiero/

Munch Galindo Lourdes, G. M. (2014). Fundamentos de Administración. México: Trillas.

Neuebauer, F. (1999). La Empresa Familiar:¿cómo dirigirla para que perdure? (Bilbao: Deusto.

Oliveras, E.-F. (2017). *Cultura empresarial: concepto, tipos y componentes*. Obtenido de https://blog.grupo-pya.com/cultura-empresarial-concepto-tipos-componentes/

Roberto Hernández Sampieri, C. F. (s.f.). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill Educación.

Rodríguez, S. H. (2006). Introducción a la Administración: Teoría general administrativa:Origen,evolución y vanguardia. Mc Gran Hill Interamericana.

Ruiz, K. A. (2004). *La importancia de la Administración del Desempeño en las Organizaciones.*

School, E. B. (28 de Junio de 2014). *Modelos de referencia para evaluar el rendimiento empresarial*. Obtenido de https://retos-operaciones-logistica.eae.es/modelos-de-referencia-para-evaluar-el-rendimiento-empresarial/

Significados. (2018). Significado de Objetivos estratégicos.

La Actividad Comercial del Subsector Industrial de las Tortillerias en Copoya, Chiapas

Dra. Sandra López Reyes[38], Dra. Carolina Gómez Hinojosa[39],
Dr. Rodolfo Mundo Velásquez[40], Dr. Eduardo Alberto Gutiérrez Medina[41]

Resumen

La actividad comercial de tortillerías en México ha generado procesos de desarrollo económico locales en diversos segmentos geográficos como medio de subsistencia económica y sustentable en la sociedad. El objetivo de la investigación es el estudio de la actividad comercial del subsector de las tortillerías y los beneficios de desarrollo local en los habitantes de la colonia Copoya, Chiapas. Se desarrolló el método mixto, generando la medición de las variables en estadística descriptiva. Como instrumentos y técnicas de recopilación de datos se aplicó encuestas,

[38] Investigadora Integrante del Programa de Estímulo al Desempeño del Personal Docente (PEDPED), Sistema Estatal de Investigadores (SEI), Integrante del Cuerpo Académico Estudios de Gestión para el Desarrollo Turístico, Doctorado en Educación, Facultad de Contaduría y Administración Campus I, Docente de Tiempo Completo, sanlore61_52@hotmail.com, celular 9611776233, Universidad Autónoma de Chiapas.
[39] Investigador Integrante del Programa de Estímulo al Desempeño del Personal Docente (PEDPED), Líder del Cuerpo Académico Estudios de Gestión para el Desarrollo Turístico, Doctorado en Administración, Facultad de Contaduría y Administración Campus I, Docente de Tiempo Completo, mmtcarolina@hotmail.com, celular 9611557912, Universidad Autónoma de Chiapas.
[40] Investigador Integrante del Programa de Estímulo al Desempeño del Personal Docente (PEDPED), Integrante del Cuerpo Académico Estudios de Gestión para el Desarrollo Turístico, Doctorado en Administración, Facultad de Contaduría y Administración Campus I, Docente de Tiempo Completo, rmundo6@hotmail.com, celular 9616554527, Universidad Autónoma de Chiapas.
[41] Investigador Integrante del Programa de Estímulo al Desempeño del Personal Docente (PEDPED), Integrante del Cuerpo Académico Estudios de Gestión para el Desarrollo Turístico, Doctorado en Administración, Facultad de Contaduría y Administración Campus I, Docente de Tiempo Completo, guayito29@gmail.com, celular 9611870780, Universidad Autónoma de Chiapas.

entrevistas y la observación de campo. Los resultados determinaron los beneficios del desarrollo local, comercialización del producto y la competitividad en los establecimientos de tortillerías. En conclusión, la actividad comercial de las tortillerías aporta beneficios en la generación de empleos, servicios y producto alimentario de la tortilla para sus consumidores.

Palabras claves: Actividad Comercial, Subsector de Tortillerías, Desarrollo local.

Introducción

El estudio aborda la actividad comercial de los establecimientos de las tortillerías en Copoya, Chiapas; identificando los beneficios en el desarrollo local en sus habitantes.

Se determina para el análisis de la actividad comercial las estrategias que utilizan los propietarios de los establecimientos para la venta de la tortilla de maíz, productos básicos y el servicio.

La tortilla se define como el producto elaborado con masa que puede ser mezclada con ingredientes opcionales, sometida a cocción (Norma Oficial Mexicana NOM-187-SSA1/SCFI-2002, punto 3.35).

La presente investigación se integra de cuatro apartados el primero: Referente teórico, sustentando en la microempresa como el segmento de mayor expansión en el contexto geográfico de una región o localidad. Teorías de las microempresas, estratificación de la microempresa, subsector de la industria alimentaria, la actividad comercial como el intercambio de bienes y/o servicios. La actividad comercial del Sub-Sector de tortillerías como proceso de desarrollo económico local en

segmentos geográficos generando subsistencia económica y sustentable para una mejor calidad de vida de sus habitantes. El desarrollo local desde el contexto social de sus habitantes y económico. El segundo apartado corresponde al problema orientado a estudiar la actividad comercial de los establecimientos que tienen como giro la comercialización y venta de la tortilla en Copoya, considerando el desarrollo económico que estos pequeños expendidos de la venta de tortilla aportan una mejora económica en la localidad al generar empleos, cubre necesidades básicas para otros giros comerciales dentro del ámbito alimentario. En un tercer apartado se realiza la descripción del método mixto el tipo de estudio de investigación, las técnicas e instrumentos de medición para el análisis estadístico descriptivo e inferencial. En la cuarta parte de este estudio se describe los resultados encontrados de las encuestas y entrevistas en relación a las variables; en la conclusión estableciendo las consideraciones que determinan como resultado de la actividad comercial de los establecimientos de las tortillerías.

Referentes teóricos

En este apartado se expone la importancia de las MIPyMES, como el segmento de mayor expansión en el contexto geográfico de una región o localidad. Retomando a Thain y Murillo (2008:14), señala: “La microempresa es vista cada vez más como la dimensión de un sector económico el cual es capaz de generar empleos, por lo general se le ubica dentro de la categoría pequeña empresa reconocida como un ente productivo. Estas requieren de un acercamiento conceptual que permitan evidenciar su realidad como una unidad productiva de pequeña escala”; Sin embargo, Torres (2005:51), manifiesta: “La Microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. El número de trabajadores no sobrepasa los 10, incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran

capacidad de adaptarse al medio". Según Vera et al (2017:78), "Las microempresas emplean al 45,6% de todos los trabajadores, las pequeñas al 23,8%, las medianas al 9,1% y las grandes al 21,5%, esto se debe a que, a pesar de que son pocas las compañías de gran tamaño, ocupan más de 10,000 empleados"; Además Molina, Rueda y Aguilar (2011:457), agrega que las microempresas pueden ser de dos tipos: aquella que se origina como empresa propiamente dicha, en la que se distingue una organización con una estructura, donde existe gestión empresarial además de trabajo remunerado y se desarrollan dentro del sector formal de la economía. Para mayor referencia se indica que las pequeñas y medianas empresas (conocidas también por el acrónimo PYMES) son empresas con características distintivas, y tienen dimensiones con ciertos límites ocupacionales y financieros prefijados por los Estados o Regiones.

Son agentes con lógicas, culturas, intereses y un espíritu emprendedor específicos. Usualmente se ha visto también el término MIPyMEs (acrónimo de "micro, pequeñas y medianas empresas"), que es una expansión del término original, en donde se incluye a la microempresa.

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) define a las microempresas como Pequeña y Mediana empresa (conocida también por su acrónimo PYME o pyme), es una micro, pequeña o mediana empresa que como unidad económica es operada por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización jurídica o gestión empresarial y desarrolla cualquier tipo de actividad ya sea de producción, comercialización o prestación de servicios; Sin embargo la Secretaria de Economía considera que las microempresas son el sector productivo más importante en muchas economías, tanto en países desarrollados como en procesos de crecimiento.

En relación sobre las teorías de microempresas, Ramírez et al, (2017:98) menciona que, en los años recientes, el análisis de las microempresas se ha posicionado como línea de investigación debido a la extendida participación de este sector en la base empresarial y su importante contribución al empleo. Diversos trabajos han demostrado la capacidad de las microempresas para absorber en tiempos de crisis el empleo que no retienen las medianas y grandes empresas.

Las fuerzas competitivas de Porter permiten a la gerencia de las empresas enfrentar con estrategias los factores externos que pueden afectar la posición de éxito a largo plazo dentro de la industria y de superar a los competidores (Donawa y Morales, 2018:99).

La mayor contribución está en la sistematización de estas fuerzas competitivas, en el poder de negociación de los proveedores de la actividad de eventos, el poder de negociación de los asistentes a eventos e intermediarios, la amenaza de ingreso de nuevos competidores al mercado de turismo de eventos, la amenaza de productos sustitutos al turismo de eventos y la rivalidad existente entre los competidores de turismo de eventos (Ricci, 2016:8). Para comprender la competitividad se indica el modelo de las cinco fuerzas de Porter la rivalidad en los mercados es bueno para los consumidores. Obliga a las empresas a proporcionar un servicio de calidad superior o simplemente se enfrentarán a la ruina financiera. La teoría de las cinco fuerzas de Michael Porter es un modelo para la gestión empresarial y para la gestión económica que se enfoca en la rivalidad entre las empresas en un mercado específico.

La teoría de las cinco fuerzas de Porter es un modelo de análisis complejo de la competencia empresarial en un mercado. La variable dependiente, es decir la variable que será explicada, es la intensidad de la rivalidad entre las empresas. Las

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

variables independientes, es decir las fuerzas que explican la rivalidad, se reducen a cuatro:

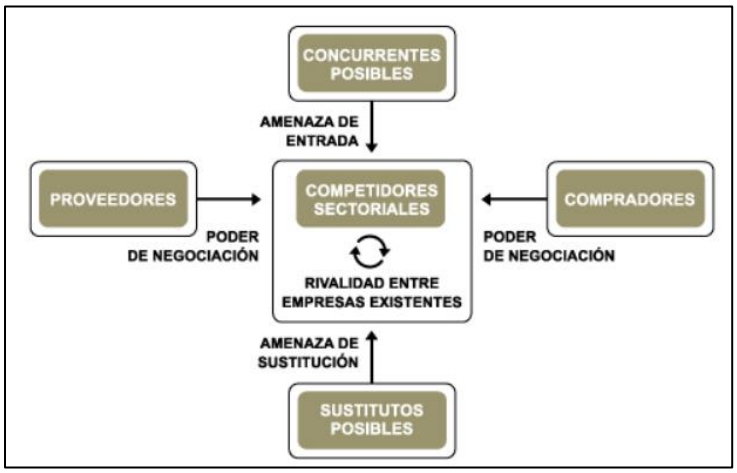
- Poder de negociación de los proveedores
- Poder de negociación de los clientes
- Amenaza de nuevos competidores
- Amenaza de productos sustitutos

Todas estas variables finalmente van a integrarse para explicar y entender la intensidad (o falta de ella) de la competencia y la rivalidad empresarial en un mercado determinado.

Para elaborar estrategias de éxito las empresas tienen que entender su entorno competitivo. Para hacerlo, han de entender el sector al que pertenecen o están a punto de pertenecer, es decir que tienen que entender los factores que determinan la rentabilidad del sector a corto y a largo plazo.

El marco más utilizado para valorar lo atractivo de un sector es el de identificar cinco fuentes de presión competitiva que determinan la rentabilidad de un sector: la amenaza de la sustitución, la amenaza de posibles nuevos concurrentes, la intensidad de la rivalidad entre los competidores, el poder de negociación de los compradores, y el poder de negociación de los proveedores. Ver Figura N° 1.

Figura N° 1.- Marco competitivo de las cinco fuerzas de Porter



Fuente: Porter, 2004.

Esta teoría indica que las empresas no son iguales dentro de un mercado, las fuerzas difieren de la realidad teniendo una interpretación compleja. Por lo tanto, el análisis competitivo de una empresa debe ser mucho más amplio. De acuerdo con Porter, este enfoque expone las principales variables que determinan los niveles de competencia entre las empresas. Un administrador puede entonces establecer esquemáticamente estas variables con el fin de llegar a una decisión racional sobre la reducción de costos o la comercialización de nuevos productos. Es una manera muy racional para los gerentes para tomar decisiones, y los diferentes tipos de empresas tendrán entonces diferentes enfoques de marketing para determinados mercados.

Antecedentes de estratificación

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), estableció de manera oficial los criterios para clasificar a la industria de acuerdo con su tamaño. Existen dos pronunciamientos por parte de la Secretaría de Economía (antes SECOFI), que son el 30 de diciembre de 2002 y el 30 de junio de 2009. En el caso del primero, se

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

utilizó el personal ocupado como único criterio de estratificación y, para el año 2009, además del personal ocupado, se consideró el monto de ventas anuales de los establecimientos.

A fin de dar continuidad con las publicaciones sobre la estratificación de establecimientos, se tomará según lo indicado en el Diario Oficial de la Federación del 30 de diciembre de 2002. (INEGI, 2014).

Referente a la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas legalmente constituidas, con base en la clasificación establecida en artículo 3º de la fracción III en la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, el Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas, publicado en el DOF el 30 de junio de 2009; en la tabla se aprecian los criterios que fueron tomados para hacer dicha clasificación, se pueden observar el tamaño (micro, pequeña y mediana), el sector al que pertenecen (Industria, comercio y servicios) y clasificación según el número de empleados que tengan. Ver. Tabla N° 1.

Tabla N° 1. Estratificación de empresas.

Tamaño	Sector		
	Clasificación según el número de empleados		
	Industria	Comercio	Servicios
Micro	de 0 a 10	de 0 a 10	de 0 a 10
Pequeña	de 11 a 50	de 11 a 30	de 11 a 50
Mediana A	de 51 a 250	de 31 a 100	de 51 a 100

Fuente: INEGI, 2014.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Subsector de la Industria Alimentaria.

Es importante tener en cuenta que el maíz se consume principalmente en forma procesada y el principal producto es la tortilla, que es el componente más importante de la alimentación de la población mexicana, considerando el volumen consumido por persona, que lo convierte en la principal fuente calórica y de otros nutrientes esenciales. De acuerdo con las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), en el medio urbano el consumo anual per cápita de tortilla es de 56.7 kilogramos y en el medio rural es de 79.5 kilogramos (CEDRSSA, 2015).

La producción alimentaria de la tortilla tiene impacto en la economía mexicana, en la capacidad generadora de empleo, contribución alimenticia y en aportación al PIB. Se muestran datos de las divisiones de las actividades económicas, retomadas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2013), de acuerdo a la clasificación de actividades económicas de la encuesta nacional de empleo (CAE-ENE), se encuentra las grandes divisiones agrupan una serie de actividades económicas como agropecuarias, industriales, comerciales y otro tipo de servicios, consta de nueve grandes divisiones:

Tabla N° 2. Clasificación de las actividades económicas

Sector 1	Actividades Agropecuarias
Sector 2	Minería
Sector 3	Industrias Manufactureras
Sector 4	Electricidad y Agua
Sector 5	Industria de la Construcción
Sector 6	Comercio
Sector 7	Transportes y Comunicaciones
Sector 8	Servicios Financieros, Inmobiliarios y de Alquiler de Bienes Muebles
Sector 9	Servicios Técnicos, Profesionales, Personales y Sociales

Fuente: INEGI, 2013.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Para efectos del objeto de investigación el subsegmento de la industria de alimentaria y de la producción de la tortilla, se ubica en la división 1.

Tabla N° 3**.** Clasificación de la "Industrias manufactureras" de las actividades económicas

DIVISIÓN	ACTIVIDAD ECONÓMICA
DIVISIÓN I	Productos Alimenticios, Bebidas y Tabaco.
DIVISIÓN II	Textiles, Prendas de Vestir e Industria del Cuero y del Calzado.
DIVISIÓN III	Industria y Productos de la Madera.
DIVISIÓN IV	Papel, Productos de Papel, Imprenta y Editoriales.
DIVISIÓN V	Sustancias Químicas, Derivados del Petróleo, productos de Caucho y Plásticos.
DIVISIÓN VI	Industria de Minerales No Metálicos, Excepto Derivados del Petróleo y el Carbón.
DIVISIÓN VII	Industrias Metálicas Básicas.
DIVISIÓN VIII	Productos Metálicos, Maquinaria y Equipo.
DIVISIÓN IX	Otras Industrias Manufactureras.

Fuente: INEGI, 2013.

En esta clasificación se deriva la división del producto alimentario la tortilla, que forma parte de la identidad culinaria de los mexicanos. La trasformación industrial de productos alimentarios generó la creación de establecimientos de tortillerías en zonas urbanas y rurales, proporcionando la venta de la tortilla con sus características propia de este alimento.

Actividad Comercial

La actividad comercial en los términos expresados por la ley, se corresponde con la comercialización, entendida ésta como el proceso cuyo objetivo es hacer llegar los bienes desde el productor al consumidor. La comercialización involucra actividades

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

como compra-venta al por mayor y al por menor, publicidad, pruebas de ventas, información de mercado, transporte, almacenaje y financiamiento, entre otras (Crespo, 2010, p. 115)

La actividad comercial consiste en el intercambio de bienes y/o servicios utilizando el dinero como el medio de cambio habitual: una persona adquiere ciertos productos entregando dinero, y a su vez obtiene dinero al ofrecer el fruto de su trabajo.

Quien se dedica a la actividad comercial recibe el nombre de comerciante. La actividad comercial principal de este individuo será la comercialización de sus productos, los cuales entrega a cambio de dinero. A su vez, esta actividad comercial lo lleva a participar de otros actos de comercio a otros comerciantes.

La actividad comercial establece las condiciones socioeconómicas de la población, delimitados a las implicaciones del consumo, la asistencia al mercado para realizar compras de bienes y servicios, y en el bienestar familiar; a la vez que intenta resaltar algunas características de la estructura económica y social de una población (Vásquez y Palomares, 2002).

En esencia, una actividad económica es un proceso en el que se genera o distribuye un producto o un servicio. Al generar un producto o servicio, nuestra entidad está creando valor. Generalmente, la creación de valor lleva a la obtención de una renta, y es ahí donde la actividad económica adquiere relevancia fiscal.

Los actos de comercio están estrechamente vinculados con el comercio, entendido éste como actividad económica de intercambio de bienes, valores, servicios y conocimientos entre dos o más personas, en una sociedad donde se compra, se vende o se cambian mercaderías que han sido producidas para el consumo, con

propósito de lucro. La actividad comercial tiene finalidades en satisfacer las necesidades del consumidor, alcanzar utilidades económicas para el comerciante. La actividad comercial de las tortillerías es apoyada por programas federales a través de la secretaria de economía, a fin de fortalecer el sector industrial.

Actividad comercial del Sub-Sector de la Tortilla

La actividad comercial de éste Sub-Sector es reconocido por las MiPymes en relación al establecimiento y venta de la tortilla, este proceso de desarrollo económico local permite para muchos segmentos geográficos un medio de subsistencia económica y sustentable para una mejor calidad de vida de sus habitantes. Es importante resaltar que el subsector alimentario de la tortilla es un segmento económico para los establecimientos que tienen la facilidad de ubicarse en pequeños lugares como colonias, comunidades, ciudades, regiones. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI, (2013) define “la actividad económica es la acción realizada por una persona, negocio, empresa o establecimiento, con la finalidad de producir bienes y servicios para el mercado”. La actividad comercial de las tortillerías es apoyada por programas federales a través de la secretaria de economía, a fin de fortalecer el sector industrial.

Se aborda datos de INEGI, sobre la industria de elaboración de tortillas y nixtamal tienen el mayor número de unidades económicas o negocios asociados. En 2009, eran casi 80 mil tortillerías y molinos de nixtamal; el doble de los negocios de panificación. El censo de 2014 indicó un aumento en el número de tortillerías, de 143,576 negocios de pan y tortillas, 92,219 correspondían a tortillas de maíz y molienda de nixtamal, es decir, el 64%.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Por lo tanto, la elaboración y comercialización de las tortillas es algo que distingue a México por ser un alimento indispensable para la mayoría de los mexicanos, tomando en cuenta que es un producto de la canasta básica.

García y Miranda (2014) la actividad comercial de la tortilla tiene cuatro destinos principales:

1. La venta por las unidades domésticas en casa para el consumo de las familias cercanas al domicilio, es decir, acuden al domicilio de la unidad doméstica los clientes diariamente para adquirir los volúmenes necesarios de tortillas para comer, lo hacen hasta tres veces al día.
2. La venta por las unidades domésticas en casa por encargo de tortilleras para vender en las ciudades cercanas.
3. La venta por tortilleras en las ciudades. Se compran las tortillas de las unidades domésticas y se trasladan a las ciudades cercanas.
4. La venta directa por las propias unidades en las ciudades.

Muñoz, Hernández y Chacón, (2017) destaca la micro y pequeña empresa industrial de la tortilla en Tuxtla Gutiérrez, de acuerdo al censo económico 2009 la existencia de 725 unidades de la rama industrial, mismas que conforman el 33.47% del total del sector en el municipio; haciendo referencia que dentro de este sector se contemplan porcentajes para esta colonia; de éstas, 580 unidades económicas representan el 26.78% del sector en la Sub-Rama de la tortilla; esto indica que dentro del porcentaje señalado se contempla la actividad económica que se desarrolla en Copoya. Es relevante considerar que los habitantes de esa localidad prefieren adquirir las tortillas en establecimientos. La geografía del país contempla diversos tipos de tortillas, caracterizándolas por su forma, color, tamaño y cocción. Solís (2010) dentro de su artículo “la cultura del maíz” clasifica a éste Sub-Sector de la siguiente forma. Ver Tabla N° 4.

Tabla N° 4.- Clasificación del Sub-Sector de la Tortilla

CLASIFICACION DE LA TORTILLA DE MAIZ	
Por su maíz y color	Blancas, azules, amarillas, rojas, verdes.
Por su forma y tamaño	-Uietlaxcalli (tortillas grandes, blancas y delgadas) - Tlaxcalpacholli (grandes, menos blancas, delgadas) - Tlayudas (muy grandes y blandas, semi curvas) - Satumalli (tortilla hecha a base de pinole) - Totopos (tortillas redondas, rígidas y curvadas con perforaciones).
Por la forma en que se elaboran	- A mano (se palmean entre las dos manos) - De hoja de plátano (se gira la hoja de manera circular y se va formando la tortilla, presionando con la otra mano hasta dar el grosor deseado) - Mediante tortilladoras caseras (se aplana la masa entre 2 planchas de madera o metal, auxiliándose con las hojas de plástico para facilitar su manejo) - Con tortilladora de rasero (se pasa la masa por un rasero marcado con la forma de la tortilla y protegido con manta de algodón , y se separa con la tela) - De maquinaria semi industrial e industrial (se pasa la masa por cortadores en forma redonda y se cocina en movimiento sobre bandas circulares)
Por su forma de cocción	-En comal (con fuego a gas o de leñas) -Sobre las brasas (satumalli) -En maquina semi industrial e industrial.

Fuente: Solís, (2010).

La producción de elaboración de tortillas como producto alimentario, dio la creación de establecimientos de tortillerías mecanizadas que abastecen a la mayoría de la población y se caracterizan por la utilización de máquinas que integran la elaboración de la tortilla y su cocimiento. De acuerdo a la Norma Oficial Mexicana NOM-187-SSA1/SCFI-2002, considera que los establecimientos de tortillerías son los locales y sus instalaciones, sus dependencias y anexos cubiertos o descubiertos, sean fijos o móviles, en los que se desarrolla el proceso de los productos, actividades y servicios objeto de esta norma, tales como: molinos de nixtamal, tortillerías, frituras de tostadas y harinas para prepararlas. Sin embargo,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

para Felipe Solís (2010) son establecimientos con fines de lucro donde se lleva a cabo la elaboración de tortillas de maíz, con procedimientos mecánicos o manuales y utilizando como materia prima la masa de nixtamal o masa de maíz nixtamalizada.

Desarrollo Local

Se entiende como desarrollo al proceso a través del cual se logra satisfacer las necesidades de las generaciones presentes (aspecto social) potencializando el crecimiento económico y social (aspecto económico) sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro para atender sus propias necesidades (aspecto ambiental) (Fernández y Gutiérrez, 2013).

El desarrollo local, de forma similar a la definición general de desarrollo, tiene como objetivo general mejorar la calidad de vida y el bienestar de la población local de la que surge, y como objetivos particulares, concretos, incluye: el crecimiento económico, el fomento del empleo, la equidad y la sostenibilidad ecológica (Alcañiz, 2008).

El desarrollo local es una aplicación de las teorías del desarrollo endógeno centrada en el análisis de experiencias territoriales concretas; surge especialmente para crear un entorno que favorezca la adaptación de los colectivos con dificultades para adaptarse a las nuevas reglas del juego económico, mediante nuevos modos de organización y producción que integren las preocupaciones de orden social, medioambiental y cultural junto a las consideraciones económicas, ya que el desarrollo local es una estrategia cuyos actores son los propios beneficiarios (Vidal, 2017).

El desarrollo local será un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población local, en

el que se pueden identificar tres dimensiones. La primera, económica, en la que los empresarios locales usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados. Otra, sociocultural, en que los valores y las instituciones sirven de base al proceso de desarrollo y, finalmente, una dimensión político-administrativa en que las políticas territoriales permiten crear un entorno económico local favorable, protegerlo de interferencias externas e impulsar el desarrollo local (Vidal, 2017).

Problema

La actividad económica es un intercambio de mercancías o bienes simbólicos. Cabe destacar que la actividad económica permite un crecimiento económico que se ve reflejado en el incremento de la productividad per cápita mejoras en el nivel económico y social de la gente, en la calidad de vida de población en general. Esto permite para una localidad cobrar importancia en relación al desarrollo local que es fomentado a través de establecimientos, que abarcan espacios geográficos en proporcionar productos y servicios ubicados en sectores de la industria y manufactura, algunos se localizan en los subsectores como es el de alimentaria con enfoque en la producción de la tortilla.

El presente proyecto de investigación está orientado a estudiar la actividad comercial de los establecimientos que tienen como giro la comercialización y venta de la tortilla en la colonia Copoya. Considerando el desarrollo económico que estos pequeños expendidos de la venta de tortilla aportan una mejora económica en la localidad al generar empleos, cubre necesidades básicas para otros giros comerciales dentro del ámbito alimentario. Enfatizando que la actividad comercial en este giro se conozca el alcance que adquieren para la sustentabilidad económico de los propietarios y el servicio que ofrecen a los consumidores. Con los resultados esperados se pretende dar a conocer la importancia de este giro

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

como actividad comercial.

Método

La investigación abordo el estudio explicativo de la actividad comercial del subsector de las tortillerías, el beneficio del desarrollo local y las condiciones en que se comporta las variables de la actividad comercial en los establecimientos de expendidos de tortilla. Se empleó el método mixto, determinando la parte cualitativa con la integración de un guion estructurado que integró el instrumento de entrevista aplicada a siete propietarios de tortillerías en Copoya. En la parte cuantitativa se consideró el dato poblacional de 4,139 mujeres INEGI 2010, aplicando la formula Fisher (2000), obteniendo la muestra de 150 mujeres. El instrumento de encuesta se integró de 10 preguntas para conocer la preferencia de los establecimientos de tortillerías, precio de la tortilla, productos y servicios, se aplicó en forma aleatoria. Para la medición de los resultados se utilizó la estadística descriptiva e inferencial. En la técnica de observación se identificó producto y servicios en los establecimientos de las tortillerías.

Resultados

Como resultado de la investigación se lograron explicar la actividad comercial en los establecimientos de las tortillerías ubicadas en Copoya. Se realizó un análisis estadístico descriptivo, identificándose los tipos de clientes consumidores frecuentes en la compra de la tortilla generando el resultado de mayor porcentaje las amas de casa. En cuanto la ubicación del establecimiento tiene preferencia a la más cercana al domicilio. La frecuencia en la compra de la tortilla es diaria. Se identificó en forma representativa clientes que compran tortillas en establecimientos que ofrecen calidad en la masa de elaboración de la tortilla. En el proceso de descripción estadística se aprecia preferencia de establecimiento de tortillerías por las promociones en la venta de tortillas y en aniversario del establecimiento. Se

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

identifica establecimiento de tortillas de mayor preferencia por la calidad de la tortilla es denominado “Fátima”. Con la descripción de las gráficas tuvo como objetivo analizar la preferencia y beneficios que representa para los habitantes de Copoya, los establecimientos de tortillerías y la actividad comercial que promueven los propietarios de los establecimientos. En el análisis cualitativo realizado hace referencia al proceso de interpretación que se llevó a cabo en las entrevistas a 7 propietarios de los establecimientos de tortillerías con las categorías de desarrollo local y estrategias de comercialización, justificando el desarrollo los beneficios que aportan como micro empresas a la localidad y a los clientes consumidores en la compra de la tortilla.

En la técnica de observación se realizó en forma directa; para la descripción se vacío en una tabla de información que contiene, establecimientos, propietarios, antigüedad del establecimiento, horario, número de empleados, productos, tipos de tortilla.

Cedula de Entrevista

Variable Desarrollo local, Comercialización, Competitividad, a través de la entrevista aplicada al Sr. German Solano, dueño de los establecimientos de tortillerías, La Central, Llano de Tigre, Lupita, Victoria, La Cruz y San José.

Tabla N° 5.- Cedula de Entrevista.

Categoría	Línea	Respuestas
Desarrollo Local	01 02 03 04	**¿Considera que su establecimiento colabora con el desarrollo local en Copoya?** Sí, de muchas formar contribuimos al desarrollo local.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

	05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26	**¿En su opinión su empresa deberá crecer conforme a la expansión poblacional?** Si, como ya había mencionado, el ritmo de crecimiento de la comunidad va de la mano con los diferentes establecimientos comerciales que hay en el lugar, y está claro que de la misma forma nuestras tortillerías apoyan a ese crecimiento. **¿De qué manera considera que su empresa ayuda a los habitantes de esta colonia?** Apoyamos a los diferentes eventos que se realizan en la colonia, las festividades y celebraciones que se presentas, además brindamos apoyo a los diferentes equipos deportivos que solicitan nuestro apoyo para comprar uniformes y material deportivo, ah también en los funerales, apoyamos con una cierta cantidad de kilogramos de tortilla para apoyar a las familias. **¿Tiene proyectos de mejora para su establecimiento?** Sí, por supuesto, siempre estamos tratando de mejorar los establecimientos en diferentes aspectos que beneficie a los habitantes de Copoya.
Comercialización	27 28 29 30 31	**¿Permitiría ofrecer diferentes productos distintos a los que actualmente vende a sus clientes?** Claro que sí, de hecho, ya en algunos establecimientos tenemos los productos básicos.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

	32 33 34	**¿Busca que sus clientes tengan una buena opinión sobre su empresa?** Si, buscamos la satisfacción de nuestros clientes.

Fuente: Autores, 2019.

Tabla N°6.- Cedula de observación

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

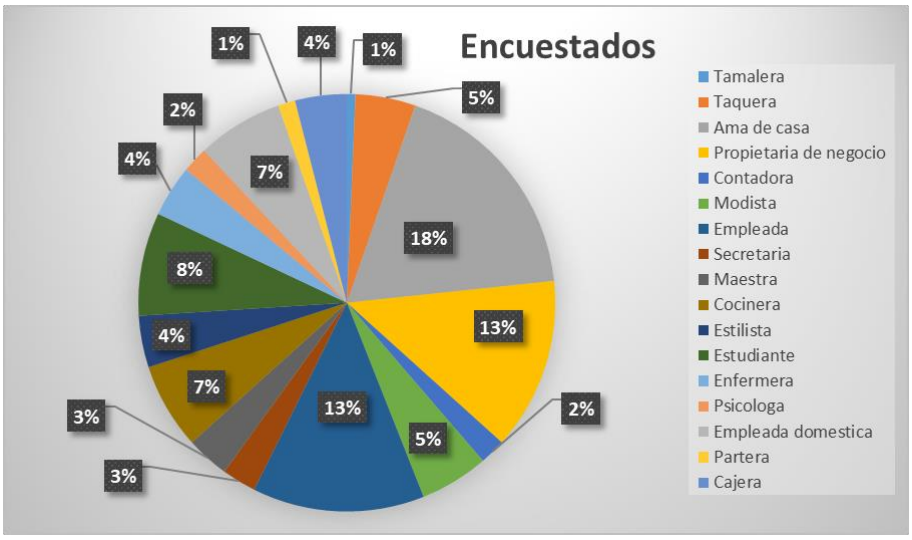
N°	ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	ANTIGÜEDAD	HORARIO	N° DE EMPLEADOS	PRODUCTOS	TIPOS DE TORTILLA	MAYOR VENTA
1	FATIMA	VICTOR CASANOVA	19 AÑOS	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	HUEVO, QUESO CREMA	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA
2	COPOYA	ALBERICO MOLINA	5 AÑOS	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	PAN	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA
3	LA ASUNCION	ALBERICO MOLINA	7 AÑOS	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	NO VENDEN	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA
4	LA CENTRAL	GERMAN SOLANO	20 AÑOS	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	REFRESCOS	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA
5	LLANO DE TIGRE	GERMAN SOLANO	18 AÑOS	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	BASICOS	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA
6	LUPITA	GERMAN SOLANO	10 AÑOS	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	BASICOS	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA
7	VICTORIA	GERMAN SOLANO	15 AÑOS	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	BASICOS	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA
8	EL CONVENTO	SANTIAGO GONZALES	8 AÑOS	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	BASICOS	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA
9	LA CRUZ	GERMAN SOLANO	15 AÑOS	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	BASICOS	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA
10	LA LOMITA	SANTIAGO GONZALES	8 AÑOS	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	BASICOS	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA
11	NANCHI	PATRICIA ALBORES	1 AÑO	6:00 a.m - 4:30 p.m	DOS EMPLEADOS	BASICOS	NORMAL	FINES DE SEMANA
12	SAN JOSÉ	GERMAN SOLANO	10 AÑOS	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	BASICOS	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA
13	SAN JUDITAS	PORFIRIO TEVERA	3 MESES	6:00 a.m - 4:00 p.m	DOS EMPLEADOS	BASICOS	NORMAL Y PARA TACOS	FINES DE SEMANA

Fuente: Autores, 2019.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Graficas de encuestas

Grafica N° 1.- Encuestas



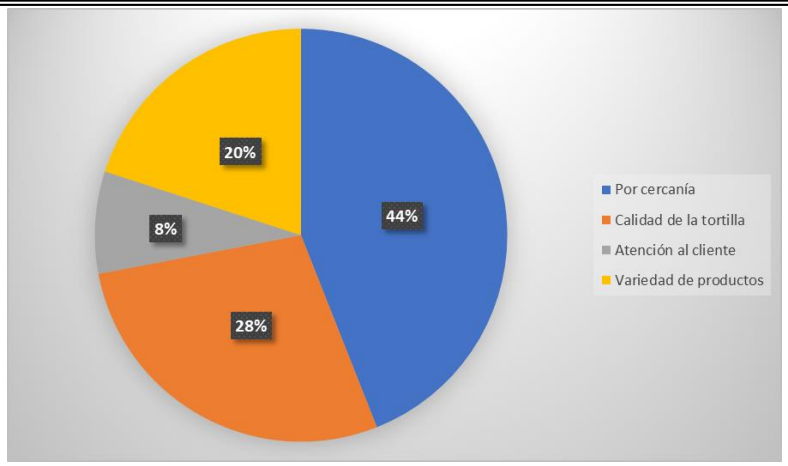
Fuente: Autores, 2018.

En relación con las encuestas aplicadas a los habitantes de la colonia Copoya, Chiapas, se aplicó de forma aleatoria, obteniendo los siguientes porcentajes el 18% **ama de casa**, 13% empleados y propietarios de negocios, el 8% modistas, 7% empleada doméstica y cocinera, el 5% modista y taquera, 4% estilista, contadora, enfermera y cajera, el 3% maestra y secretaria; el 2% psicóloga; y el 1% tamalera y partera.

Gráfica de preguntas

Grafica N° 2.- ¿Qué tortillería es de su preferencia?

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx



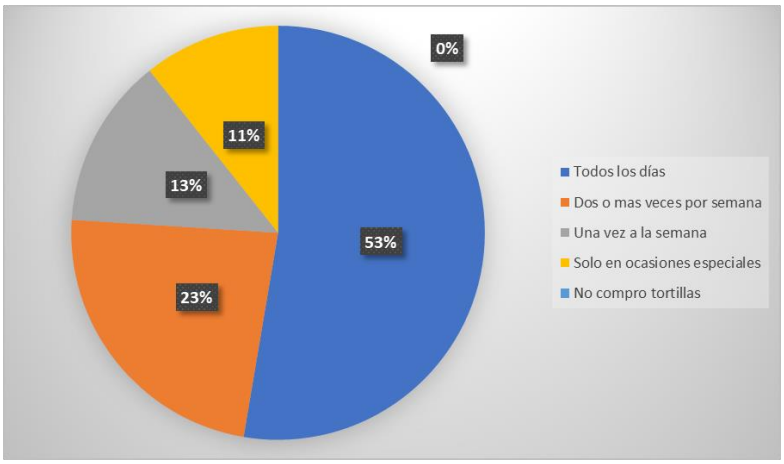
Fuente: Autores, 2018.

Tabla N° 7.- Tabulación Estadística de Grafica N° 2.

Por Cercanía	Calidad de la Tortilla	Atención al Cliente	Variedad de Productos	Total 150
66 = 44%	42 = 28%	12 = 8%	30 = 20%	100%

Fuente: Autores, 2018.

Grafica N° 3.- ¿Con que frecuencia compra tortillas?



Fuente: Autores, 2018.

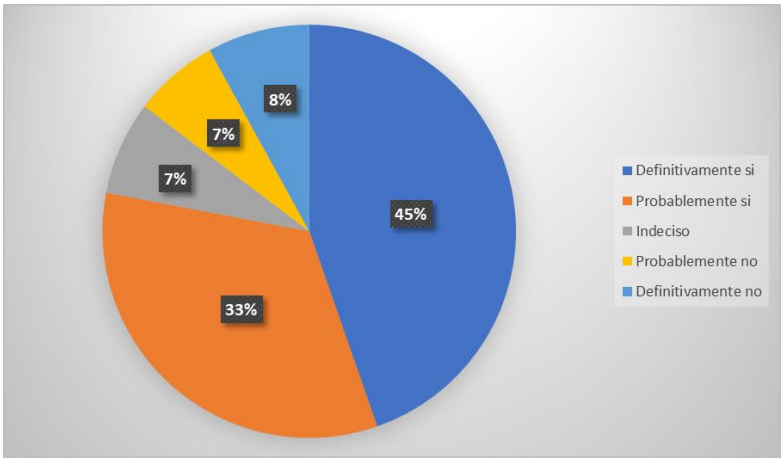
CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Tabla N° 8.- Tabulación Estadística de Grafica N° 3.

Todos los días	Dos o más veces por semana	Una vez a la semana	Solo en ocasiones especiales	No compro tortillas	Total 150
79= 53%	35= 23%	20= 13%	16= 11%	0= 0%	100%

Fuente: Autores, 2018.

Grafica N° 4.- ¿Tiene usted preferencia en algún establecimiento que se dedica a la venta de tortilla y otros productos?



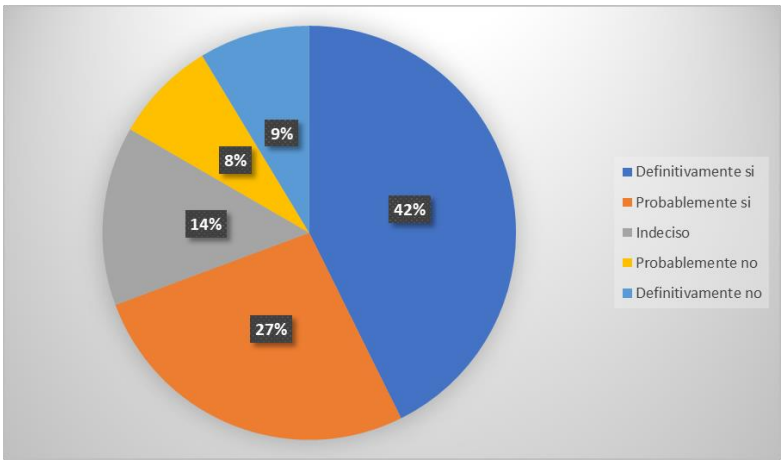
Fuente: Autores, 2018.

Tabla N° 9.- Tabulación Estadística de Grafica N° 4.

Definitivamente si	Probablemente si	Indeciso	Probablemente no	Definitivamente no	Total 150
67= 45%	50= 33%	11= 7%	10= 7%	12= 8%	100%

Fuente: Autores, 2018.

Grafica N° 5.- ¿Considera que la ubicación de la tortillería es un factor importante para la preferencia de los clientes?



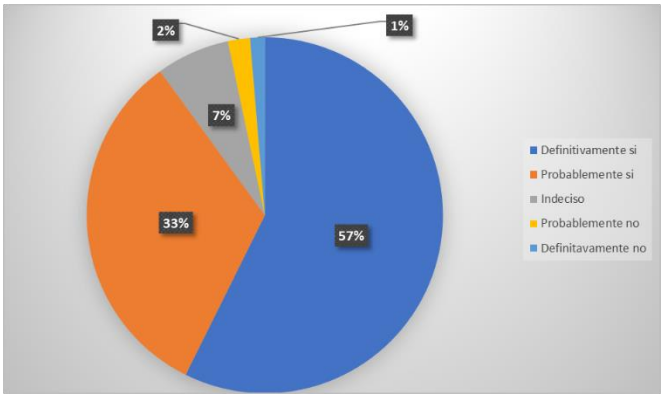
Fuente: Autores, 2018.

Tabla N° 10.- Tabulación Estadística de Grafica N° 5.

Definitivamente si	Probablemente si	Indeciso	Probablemente no	Definitivamente no	Total 150
64= 42%	40= 27%	21= 14%	12= 8%	13= 9%	100%

Fuente: Autores, 2018.

Grafica N° 6.- ¿Considera que la calidad de tortilla que se vende en los establecimientos dedicados a este giro es el principal factor para tener preferencia hacia éste?



Fuente: Autores, 2018.

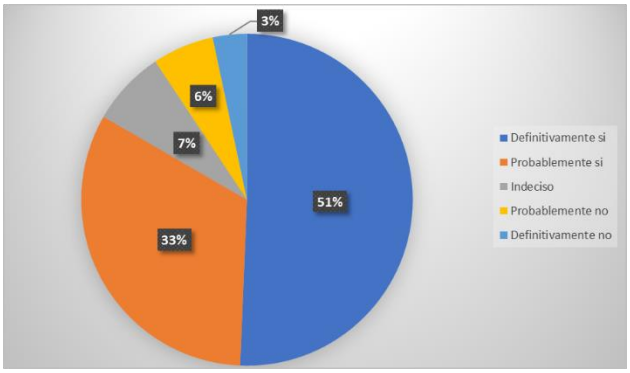
CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Tabla N° 11.- Tabulación Estadística de Grafica N° 6.

Definitivamente si	Probablemente si	Indeciso	Probablemente no	Definitivamente no	Total 150
86= 57%	49= 33%	10= 7%	3= 2%	2= 1%	100%

Fuente: Autores, 2018.

Grafica N° 7.- ¿Considera que el trato que recibe cuando acude a un establecimiento a comprar tortillas u otros productos es tomado en cuenta para tener preferencia en éstos?



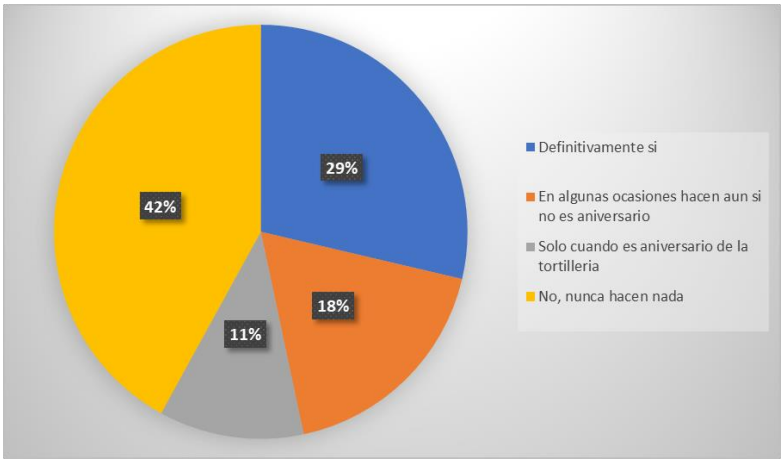
Fuente: Autores, 2018.

Tabla N° 12.- Tabulación Estadística de Grafica N° 7.

Definitivamente si	Probablemente si	Indeciso	Probablemente no	Definitivamente no	Total 150
76= 51%	49= 33%	11= 7%	9= 6%	5= 3%	100%

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Grafica N° 8.- ¿El establecimiento donde compra tortillas y otros productos hacen promociones, rifas, entre otras cosas en ocasiones como su aniversario?



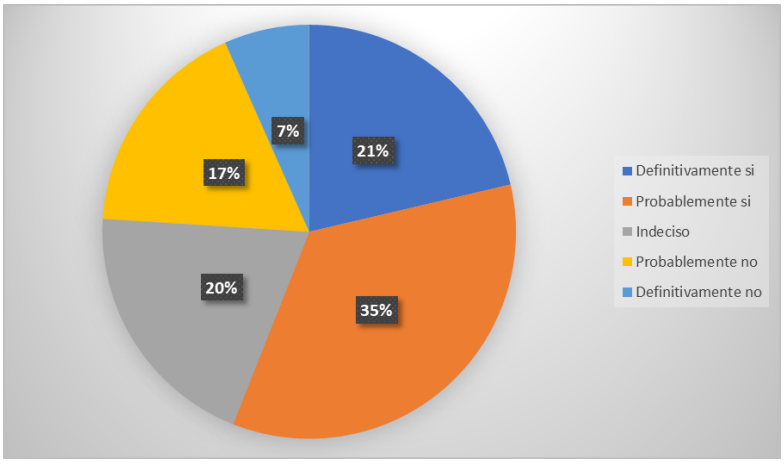
Fuente: Autores, 2018.

Tabla N° 13.- Tabulación Estadística de Grafica N° 8.

Definitivamente si	En algunas ocasiones hacen aun si no es aniversario	Solo cuando es aniversario de la tortillería	No, nunca hacen nada	Total 150
43= 29%	27= 18%	17= 11%	63= 42%	100%

Fuente: Autores, 2018.

Grafica N° 9.- ¿Usted toma en cuenta estas promociones como parte de la preferencia de establecimiento para comprar tortillas y otros productos?



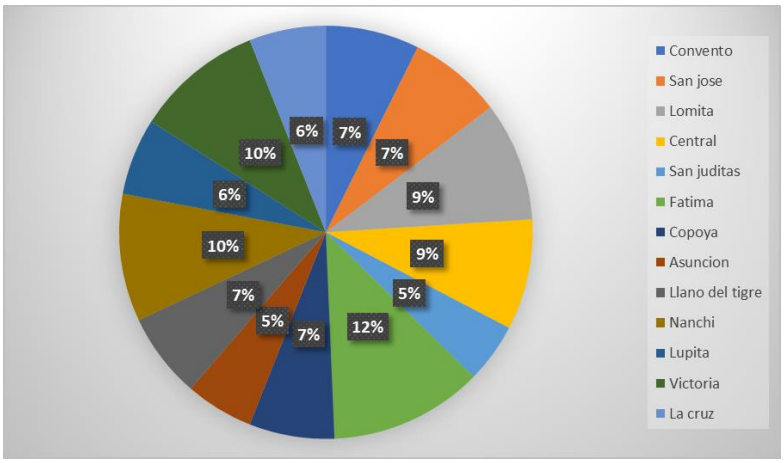
Fuente: Autores, 2018.

Tabla N° 14.- Tabulación Estadística de Grafica N° 9.

Definitivamente si	Probablemente si	Indeciso	Probablemente no	Definitivamente no	Total 150
32= 21%	52= 35%	30= 20%	26= 17%	10= 7%	100%

Fuente: Autores, 2018.

Grafica N° 10.- ¿En qué establecimiento adquiere tortillas con mayor frecuencia?



Fuente: Autores, 2018.

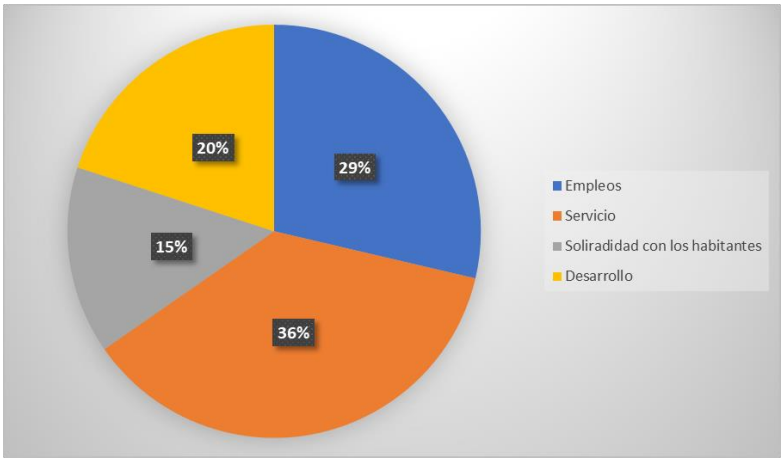
Tabla N° 15.- Tabulación Estadística de Grafica N° 10.

Convento	11= 7%
San José	11= 7%
Lomita	14= 9%
Central	13= 9%
San juditas	7= 5%
Fátima	18= 12%
Copoya	10= 7%
Asunción	8= 5%
Llano del tigre	10= 7%
Nanchi	15= 10%

Lupita	9= 6%
Victoria	15= 10%
La cruz	9= 6%
Total 150	100%

Fuente: Autores, 2018.

Grafica N° 11.- ¿Considera que los establecimientos de tortilla apoyan al desarrollo local de Copoya?



Fuente: Autores, 2018.

Tabla N° 16.- Tabulación Estadística de Grafica N° 11.

Empleos	Servicio	Solidaridad con los habitantes	Desarrollo	Total 150
43= 29%	55= 36%	22= 15%	30= 20%	100%

Fuente: Autores, 2018.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Conclusiones

El estudio determina que los establecimientos de tortillerías ubicados en la colonia Copoya, aportan un desarrollo económico local, con la generación de empleo, beneficiando a los habitantes de esa localidad. La actividad comercial de las tortillerías los propietarios establecen estrategias de negocio en ampliar la venta de otros productos básicos y servicios para sus clientes. En relación a los habitantes y consumidores en la compra de la tortilla se obtuvo como mayor porcentaje de aceptación la cercanía de los establecimientos a la zona, así como la calidad de la masa de la tortilla, para otros indican el trato preferencial de los empleados hacia los clientes.

Se aportan recomendaciones en la mejora continua para los propietarios de los establecimientos de tortillerías en la expansión de otros productos de consumo, el uso de las redes sociales de Facebook con información de ubicación del establecimiento, horarios, promociones y servicios. Este nuevo contexto de cultura digital permite generar áreas de oportunidad en ventas del giro comercial de las tortillerías. Considerar la inclusión social, mediante el empleo de adultos de la tercera edad en los establecimientos de las tortillerías. Promover el cuidado ambiental con el uso de recipientes para tortillas o mantas de tela.

Referencias

Alcañiz, M. M. (2008). *El desarrollo local en el contexto de la globalización.* Convergencia, 15(47), 285-315. Extraído de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352008000200011&lng=es&tlng=es.

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF). (n.f.). *Pymes.* Extraído de: https://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/492-pymes

Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria (CEDRSSA). (2015). *Consumo, Distribución y Producción de Alimentos: El Caso del Complejo Maíz-Tortilla.* Reportes del *CEDRSSA.* Volumen II. Consultado en: http://amerac.org/wp-content/uploads/2016/04/Reportes-del-CEDRSSA-Vol-II-13-y-14.pdf

Crespo, A. M. A. (2010). *Lecciones de Hacienda Pública Municipal.* Consultado en: http://www.eumed.net/libros/2009b/563/index.htm

Donawa, T. Z. A. y Morales, M. E. C. (2018). *Fuerzas competitivas que moldean la estrategia en la gerencia del sector MiPyME del distrito de Santa Marta – Magdalena, Colombia.* Revista Esc. Adm. Neg. No. 84. Enero - junio, pp. 97 - 108.

Fernández, L. y Gutiérrez, M. (2013). *Bienestar Social, Económico y Ambiental para las Presentes y Futuras Generaciones.* Información Tecnológica Vol. 24(2), 121-130 (2013). Consultado en: https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v24n2/art13.pdf

García, M. N. y Miranda, Z. G. (2014). *Diversidad Cultural y Sustentabilidad.* Universidad de Guanajuato.

INEGI. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010.* Principales resultados por localidad (ITER)

INEGI. (2013). *Clasificación de actividades económicas de la encuesta nacional de empleo (CAE-ENE)*.

INEGI. (2014). *Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos.* Censos económicos 2014.

Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa. Última Reforma *DOF* 19-05-2017. Extraído de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/247_190517.pdf

Molina, M. R., Rueda, C. R. F. y Aguilar, T. V. (2011). La gestión del conocimiento en las microempresas familiares formales de servicios en Uruapan, Michoacán. INCEPTUM, Vol. VI, No. 11. Julio-diciembre, pp. 451 – 459.

Muñoz, G. J. J., Hernández, G. L. M. E. y Chacón, P. J. J. (2017). *La teoría de la evolución biológica y el comportamiento del costo en las empresas.* Red Internacional de Investigadores en Competitividad.

Norma Oficial Mexicana NOM-187-SSA1/SCFI-2002. *Productos y servicios. Masa, tortillas, tostadas y harinas preparadas para su elaboración y establecimientos donde se procesan. Especificaciones sanitarias. Información comercial. Métodos de prueba.* México: Secretaría de Salud. Disponible en: http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/nom/187ssa1scfi02.html

Porter, M. (2004). *Ventaja Competitiva: creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Continental.

Ramírez, N., Mungaray, A., Aguilar, J. G. y Inzuna, R. (2017). *Una explicación de la rentabilidad y poder de mercado de las microempresas marginadas.* Economía Teoría y Práctica. Nueva Época, número 46, enero-junio, pp97-113.

Ricci, M. B. (2016). *Análisis estratégico de las cinco fuerzas de Porter aplicado a la provincia de Córdoba en el ámbito del turismo de eventos.* Villa María: Universidad Nacional de Villa María.

Secretaría de Economía. (2010). *Microempresas.* Extraído de: http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/microempresario

Solís, F. (2010). *La cultura del maíz.* México.

Thian, M. A. M. y Murillo, R. F. S. (2018). *Características de las microempresas del sector confecciones de la localidad barrios unidos de Bogotá D.C. como potenciales usuarias de una Spin Off Universitaria.* Tesis para obtener título de contador público. Universidad Política de Colombia.

Torres, L. (2005). *Características de la Microempresa.* Sexta Edición. Quito Ecuador: Quality.

Vera, M. M. A., Martínez, M. R., Vera, M. G. S. y Martínez, L. I. (2017). Las microempresas poblanas y la responsabilidad social empresarial. Revista Global de Negocios. Vol. 5, No. 6, pp. 73-84. ISSN: 2328-4641.

Vidal, A. J. R. y Olivas, V. A. (2014). *Procesos Productivos y Organizativos de la Micro y Pequeña Empresa de la Industria de la Tortilla en Chiapas. Una Mirada Analítica.* Gestión, Desarrollo y Educación. Visiones desde la Práctica Académica.

Vidal, M. R. (2017). *Teorías del Desarrollo Regional y Local.* Obtenido de https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/19764/RomeroVidal_Mart%C3%ADn_TFG_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y

El papel de las universidades e instituciones de educación superior para formar a los jóvenes como emprendedores sociales.

M.A Irma Violeta Loza Solache[42], *Ing. José Raúl Hernández Bautista*[43]

Resumen

En la presente investigación que tiene por objetivo identificar si las universidades juegan algún papel en la solución de problemas sociales; se hizo una revisión teórica basada en la metodología documental de (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) para comprender la importancia de las IES en la formación de emprendedores sociales, de lo cual se encontró como resultado que la ANUIES si ha manifestado el compromiso de todos sus miembros de preparar emprendedores

[42] Irma Violeta Loza Solache, Dra. en Administración, Maestría en Administración, Licenciada en Psicología, docente del Instituto Tecnológico de Tlalnepantla. Departamento de ciencias económico administrativas experiencia laboral como docente de posgrado, docente de seminarios para titulación. Número de celular 55 20 11 13 25. Correo electrónico: violetaluzdorada@hotmail.com.

[43] José Raúl Hernández Bautista (a), Ingeniero industrial, subdirector académico del Instituto Tecnológico de Tlalnepantla, experiencia laboral como docente y directivo. Numero de oficina 55 65 30 99 5. Correo electrónico: raheba5@yahoo.com.mx.

sociales, por lo que queda como recomendación explorar el interés de los estudiantes respecto a crear innovación social para lo cual se propuso un instrumento.

Palabras claves: Innovación, universidades, emprendedores sociales proyectos.

Introducción

Los emprendedores sociales son agentes de cambio, sus acciones se concretan en la adopción de la misión de crear y mantener el valor social (no sólo privado). Las universidades e instituciones de educación superior pueden colaborar en la formación de ciudadanos participativos que colaboren en la solución de problemas sociales. En la presente ponencia se lleva a cabo un análisis reflexivo a través de la metodología documental, acerca del papel de las universidades en la formación de emprendedores sociales a partir del referente teórico del modelo de la cuádruple hélice que habla precisamente de los actores sociales involucrados en la solución de problemas sociales.

En la actualidad se están viviendo una serie de cambios tecnológicos, medio ambientales, económicos y sociales que han tenido impacto en todo el entorno, por lo que se ha vuelto necesario renovar las políticas públicas del país. Las instituciones de educación superior también se han tenido que adaptar en el marco de lo que es llamado la educación 4.0, la cual implica nuevos modelos cuya implantación incluye la formación dual, un mayor involucramiento de los sectores productivo y social en el proceso educativo y formalizar prácticas profesionales.

Para lograr la vinculación de los distintos actores sociales que participan en la actividad productiva del país y que colaboran en la satisfacción de necesidades sociales, se requiere una sólida formación de ciudadanos participativos.

Desde las aulas de las universidades es posible construir capacidades para el desarrollo de proyectos sociales que tengan impacto en las comunidades de los estudiantes, así como fomentar la conciencia sobre la importancia de la innovación social y el papel de los nuevos emprendedores en problemas que afectan al país como la pobreza o la desigualdad.

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior ANUIES (2018) afirma que la educación e innovación pueden tener un impacto para la mejora de la competitividad del país a través de la formación de profesionistas que contribuyan al crecimiento económico, pero también al bienestar de la sociedad.

Bajo el contexto de la Agenda 2030 que planteo la Organización de Naciones Unidas (ONU) para el desarrollo sostenible, la ANUIES (2018) identifico los objetivos de la agenda atendidos prioritariamente por las universidades, los centros de investigación y las instituciones tecnológicas mexicanas. El objetivo cuatro relativo a educación según ANUIES plantea garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje para todos. De acuerdo a esta agenda se deberá aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo y el emprendimiento, así como garantizar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y la adopción de estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad entre los géneros y la cultura de paz.

Como es posible observar, parte de los retos que la agenda propone en ámbito educativo se enfocan en la solución a problemas sociales actuales. Es importante

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

recalcar que el impulso novedoso de este enfoque permite a las instituciones de educación superior (IES) funcionar en un sistema abierto a la innovación que favorece la contribución de las IES en la construcción de una mejor sociedad.

Es probable que no haga falta recordar que, aunque la economía de México es la decimoquinta en el mundo y la segunda en América Latina, hay una gran cantidad de desigualdad y necesidades sociales no resueltas. El país cuenta con tres grandes sectores económicos que agrupan la producción económica del país. El sector primario que incluye a las actividades donde los recursos naturales se aprovechan tal como se obtienen de la naturaleza. El sector secundario que se caracteriza por el uso predominante de maquinaria y de procesos cada vez más automatizados para transformar las materias primas que se obtienen del sector primario. En el sector terciario de la economía se reciben los productos elaborados en el sector secundario para su venta, o está el caso de los servicios. Asimismo, el sector terciario incluye las comunicaciones y los transportes. Aunque México se encuentra entre las 16 economías más importantes del mundo, de acuerdo al Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social CONEVAL (2016) en su estudio de medición de la pobreza se identificaron 53.4 millones de personas de los 126 577 691 mexicanos que ha en el país. De acuerdo al reporte 2010-2016 las carencias sociales en la medición multidimensional de la pobreza indican que 9371,581 mexicanos se encuentran en pobreza extrema. Mientras el porcentaje restante puede presentar rezago educativo, carencias por acceso a los servicios de salud y seguridad social. En temas de alimentación 24.6 millones de mexicanos carecen de acceso a una alimentación balanceada.

Estos datos son alarmantes porque es casi la mitad de la población que en México no tiene la calidad de vida que por derecho humano le corresponde y que cada año se incrementa el número de personas con carencias sociales, es por ello que la

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

tendencia general según la consultoría experta en recursos humanos Deloitte (2018) es que las personas confían cada vez menos en el gobierno para la satisfacción de las necesidades sociales. Según esta consultora ubicada en av. Reforma, el 93% de las personas afirman no tener confianza en la administración pública. En ese sentido la percepción generalizada es que el gobierno es cada vez menos efectivo para enfrentar los desafíos y necesidades sociales, frente a esta situación: “los ciudadanos buscan que las empresas (sí, el sector privado) llenen el vacío en temas críticos como la desigualdad de ingresos, la atención médica, la diversidad, el desempleo, la seguridad para ayudar a que el mundo sea más equitativo o justo” (Deloitte, 2018, p. 08).

Esta postura pasiva, adaptativa y sumisa de los ciudadanos, se fomenta de manera natural con el modelo económico neoliberal, de tal modo que no es ajena a los estudiantes universitarios, por el contrario, desde las aulas se puede observar que la mayoría de los estudiantes que van a egresar de la carrera, aspiran pasivamente a encontrar un “buen trabajo” en una empresa transnacional. Son escasos los estudiantes que se plantean la posibilidad de emprender un negocio y generar empleos, incursionar en la vida política del país, colaborar en los problemas que afectan a su comunidad o la creación de organizaciones sin fines de lucro, dado que muchos jóvenes no están confrontando la realidad del país y no tienen conciencia de la importancia de la participación ciudadana y de lo valiosa que es su participación como profesionistas para transformar la realidad del país.

Es complicado para los jóvenes identificar otras formas de resolver los problemas o necesidades sociales como por ejemplo el desempleo o la inseguridad, dado que no existe una formación proactiva de emprendedores y agentes de cambio en las universidades públicas, una formación para que los jóvenes que generen ideas

innovadoras, participen activamente vinculándose con los distintos sectores sociales para tener éxito en sus proyectos productivos o sociales y mejorar la calidad de vida de una comunidad.

En teoría todos los actores sociales deberían participar en la solución de problemas sociales, pero en la práctica es común que los ciudadanos mexicanos culpen al gobierno de los problemas no resueltos, que las universidades no participen y no se propicie el empoderamiento ciudadano, que las empresas privadas lucren con la innovación y que las asociaciones civiles no cumplan con los compromisos adquiridos con la sociedad. En la presente investigación se toma en cuenta la importancia de la universidad para la solución de necesidades sociales como los modelos de hélice lo mencionan, partiendo del principio de que para que un estudiante universitario participe en la resolución de problemas comunitarios primero debe estar informado y capacitado para crear proyectos sociales conforme a los requisitos normativos que marca el gobierno mexicano para que pueda existir esa vinculación o participación colaborativa. Ahora bien, la universidad elegida para desarrollar la investigación, tiene como antecedentes que es de carácter técnico y tecnológico, forma parte de la secretaria de educación pública (SEP) y también es parte de las instituciones cuyos titulares integran la asamblea general de la ANUIES, lo cual cobra relevancia en el tema ya que de acuerdo a ANUIES: “es importante promover la aplicación del enfoque de la responsabilidad social en las instituciones de educación superior, para que, en el marco de su misión, sus principios y valores, se fortalezcan la calidad y la pertinencia de sus funciones, se amplíe su contribución al desarrollo regional y su participación en la construcción de una sociedad más próspera, democrática y justa, con el apoyo y la corresponsabilidad de los tres órdenes de gobierno y de la sociedad en su conjunto”. (ANUIES, 2018, p. 14)

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Sin lugar a dudas es necesario crear formación en innovación y capacitación constante para los cambios vertiginosos que se viven día a día, en este sentido el sistema de tecnológico nacional de México ha comenzado a fomentar la participación ciudadana a través de concursos de innovación social desde hace tres años sin embargo no hay equipos que participen en esta categoría debido a varias carencias.

Las preguntas de investigación son:¿Las universidades deben fomentar desde las aulas la participación ciudadana en la innovación social?**,** ¿cuál es la importancia de formar emprendedores sociales para el país?

Referentes teóricos

Respecto a los referentes teóricos que sustentan la colaboración entre la universidad-industria-gobierno existen varios modelos que dejan en claro que la solución a los problemas sociales da mejores resultados si intervienen los diferentes actores.

Como referentes teóricos para el desarrollo de la presente investigación se encuentran modelo de triple hélice Etzkowitz (2002) en donde se afirmaba que las respuestas a todas las necesidades las tenían tres actores: el gobierno, las empresas y las universidades. Posteriormente surgió el modelo de la cuádruple hélice de Campbell (2009) este modelo sentó las bases para el gobierno abierto y los laboratorios ciudadanos debido a que incorpora otro actor social muy importante que favorece la participación ciudadana en la resolución de problemas sociales. Los cuatro actores sociales que contempla el modelo son las universidades, administración pública, empresa y las personas o sociedad civil, este último actor ha permitido la creación de una gran cantidad de asociaciones de sociedad civil en

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

México, mismas que han obtenido financiamiento gubernamental para colaborar en la solución de distintos los problemas sociales y participar de manera activa, dichas organizaciones civiles también han sido creadas desde las universidades por aquellos estudiantes que tienen el conocimiento para crear este tipo de proyectos y colaborar con sus comunidades. La Cuádruple Hélice integra la Triple Hélice y agrega como cuarta hélice a la "sociedad civil". Este modelo se está comenzando a implementar en las IES en México, sin embargo, ya apareció un modelo de innovación de quíntuple hélice que agrega adicionalmente la hélice (y la perspectiva) de los entornos naturales de la sociedad, por lo que aparece el concepto de ecología y sustentabilidad como un factor determinante necesidades a tomar en cuenta en la innovación, investigación y desarrollo.

En el presente trabajo también se van a considerar referentes como la definición de innovación social y el papel que esta juega en el modelo de cuádruple hélice, en donde aparece la sociedad civil como otro actor determinante para crear soluciones a la desigualdad social. La innovación social representa diversos desafíos a las autoridades públicas, los proveedores de fondos, los diseñadores de políticas públicas y las autoridades de las políticas educativas.

De acuerdo a la comisión económica para América Latina y el Caribe CEPAL (2015) las innovaciones en el campo social a menudo surgen en condiciones adversas, pues requiere de un diagnóstico y de propuestas económicamente adecuadas en donde el mercado no ha ofrecido ninguna alternativa a la población, ni tampoco el sector público, federal, estatal o municipal, ha respondido adecuadamente a las necesidades y demandas. Antes de comenzar con la definición de innovación social, será necesario comprender que la innovación, puede ser un producto o un proceso. Por lo que esta puede ser estudiada desde dos perspectivas, los procesos organizacionales y sociales que producen

innovación y que buscan saber cómo producir más y mejores innovaciones, como la creatividad personal, la estructura organizacional, el contexto ambiental y los factores sociales. La otra perspectiva concibe que la innovación brinda como resultados nuevos productos y métodos de producción, así mismo, investiga las fuentes y consecuencias económicas de la innovación, por lo que los responsables de la formulación de políticas y financiadores deben saber cómo crear contextos que respalden la innovación y predecir cuales tendrán resultado. Para comprender el termino completo se citará que de acuerdo con la definición de la Stanford Gradúate School of Business, “La innovación es un despliegue de soluciones efectivas a problemas sociales y ambientales a menudo sistémicos en apoyo al progreso social”. (Stanford Graduate, 2018, pág. p. 04)

De acuerdo a esta definición, una innovación es verdaderamente social cuando el equilibrio se inclina a una serie de beneficios o de valor social para el público en general y comúnmente se recurre a ella cuando los mercados fallan, por lo que la innovación social se vuelve importante como forma de satisfacer necesidades. Cabe aclarar que al decir que los mercados fallan, se alude a la población en condiciones de pobreza que no pueden pagar para satisfacer sus necesidades. El concepto de innovación social se enfoca en ideas y soluciones que crean valor social, así como en los procesos a través de los cuales se generan, independientemente de donde vengan. Para que sean resueltos los problemas más complejos se requieren a los sectores sin fines de lucro, los públicos y los privados. Es importante mencionar que la postura de Stanford asegura que la mayoría de las soluciones sociales innovadoras trascienden los límites tradicionales que separan a las organizaciones sin fines de lucro, el gobierno y las empresas con fines de lucro .Para el reconocido centro de innovación social de la Universidad de Stanford, los términos emprendimiento social y empresa social tienden a centrarse en las organizaciones con fines comerciales y con fines de lucro

brindando apoyo financiero a los programas de servicios sociales tradicionales. El emprendimiento social, por ejemplo, se enfoca en las cualidades personales de la gente que crea nuevas organizaciones para los cual son necesarios valores y habilidades, como la audacia, la responsabilidad, el ingenio, la ambición, la persistencia y la irracionalidad, un perfil que puede ser interesante desarrollar en los estudiantes universitarios. Es necesaria porque ven posibilidades de innovación. Mientras que la empresa social entrega la innovación en las organizaciones, centradas en actividades comerciales. Estos dos términos tienen su origen en las actividades sin fines de lucro por lo que su dominio está limitado de esta forma. Su objetivo es crear un valor social y fuera de ambas se puede generar innovación. Las grandes organizaciones sin fines de lucro, las empresas las universidades y los gobiernos están produciendo innovaciones sociales, por ende, la innovación social trasciende sectores, niveles de análisis y métodos para descubrir los procesos, estrategias, tácticas y teorías del cambio, que producen un impacto real en los problemas sociales.

El significado de lo social es concebido desde la perspectiva comercial como un medio para obtener ganancias, crear riqueza o satisfacer los deseos de los clientes, son medios para un fin social. Para el presente proyecto es importante aclarar la diferencia entre empresarios y emprendedores sociales, pues los primeros encuentran motivación en el dinero y los emprendedores sociales están impulsados por el altruismo y desde luego el autoempleo, dado que la recientes colaboraciones entre sociedad civil y gobierno permite la creación de asociaciones financiadas por el estado para pagar salarios y otros gastos que se generen en la solución de un determinado problema social, como puede ser por ejemplo, el apoyo de un asilo para madres violentadas o una casa hogar para niños abandonados.

La complejidad de los problemas sociales demanda la interrelación del gobierno y

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

las empresas., las innovaciones socialmente valiosas como el automóvil, la computadora o los medicamentos generan beneficios para la sociedad más allá de los beneficios para los inversores, inventores y consumidores, son innovaciones que se venden con éxito en el mercado, aunque hay casos en el mundo en que no pueden beneficiarse del uso de un automóvil o transporte o comprar sus medicamentos. Entonces vale la pena aclarar que muchas innovaciones resuelven problemas o satisfacen necesidades sociales, pero únicamente las innovaciones sociales hacen la distribución del valor social y financiero orientado a la sociedad como un todo.; por lo que una innovación social puede ser un producto, proceso de producción o tecnología, pero también poder ser una política pública, una idea, una legislación o un movimiento social.

En México cada vez es mayor la tendencia del gobierno a hacer difusión pública de los datos, hacer consultas públicas, fomentar la participación ciudadana, a través de la creación de comisiones de participación comunitaria y la creación de leyes como la nueva ley de participación ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México (2019) que define diferentes tipos de democracia en la que los ciudadanos incluyendo a los universitarios pueden pronunciarse mediante ciertos mecanismos en las decisiones del poder público, así como participar de manera individual o colectiva en proyectos sociales como enchúlame la colonia, donde los ciudadanos obtiene acceso al presupuesto público para satisfacer las necesidades de su propia colonia de una manera autónoma pero a través del voto.

Como se mencionó anteriormente el emprendimiento social puede definirse de distintas maneras. Según Pareja (2011) algunos autores los definen como iniciativas que ayudan a solucionar problemas sociales y otra definición que aparece en su redacción cita que el emprendimiento es la acción social de las empresas dentro de su política de responsabilidad social. Según la asociación

latinoamericana de facultades y escuelas de contaduría y administración ALAFEC (2014) los emprendedores sociales desempeñan el papel de agentes de cambio en el sector social y sus acciones se concretan:

• La adopción de la misión de crear y mantener el valor social (no sólo valor privado),
• Participar en un proceso de innovación continua, la adaptación y el aprendizaje,

Para un emprendedor social, la misión social es lo más importante y no puede ser reducida a la creación de beneficios privados para buscar los individuales. Crear una ganancia puede ser parte del proceso, pero no es el fin en sí mismo.

Finalmente, como se menciona anteriormente, el país está experimentando una constante transformación social y las IES deben adaptarse y enfrentar los retos de la mejor forma. Pero, además participar en la solución de los grandes problemas locales, regionales, nacionales y mundiales y para ello es necesario primeramente explorar que piensan los jóvenes sobre la innovación social, si tiene habilidades para emprender proyectos sociales o si tienen la inquietud de aprender.

Método

En esta primera parte de la investigación se utilizó la metodología de tipo documental, se realizó en base a la metodología de Hernández, Fernández y Baptista (2010), para el desarrollo de una perspectiva teórica y se realizaron los siguientes pasos:

Paso 1. Revisión de la literatura existente. Se visitaron bibliotecas y se hicieron

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

consultas digitales.

Paso 2. Se clasifico el material de acuerdo a las necesidades de la investigación, el cual fue innovación social, proyectos sociales.

Paso 3. Se obtuvo la literatura pertinente al tema.

Paso 4. Se consultó y analizó la literatura obtenida en el paso anterior.

Paso 5. Se recopiló la información de interés.

Paso 6. Finalmente se hizo la construcción de los referentes teóricos para el desarrollo y posterior diseño de la encuesta y también dar respuesta a las preguntas planteadas al inicio de la investigación en el planteamiento del problema.

Así mismo se plantea la propuesta de una encuesta para comprender la manera de pensar de los jóvenes respecto a los proyectos sociales el emprendimiento.

Encuesta sobre proyectos y emprendimiento social

Semestre: _____
Materia: _____

Indicaciones: Para desarrollar esta actividad deberás dar lectura a las preguntas que aquí se te brinda y responder a cada una de manera sincera. Si es necesario puedes tachar la respuesta correcta o completar la respuesta.

1.- ¿Consideras que los problemas de tu país, tu estado o comunidad los tiene que resolver únicamente el gobierno?
a) Si b) no

2.- ¿Quiénes son responsables de resolver las necesidades sociales?

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

a) Si b) no

3.- ¿Conoces los problemas sociales que afectan a tu país?

a) Si b) no ¿Cuáles?

4.- ¿Has tenido participación en la solución de un problema que afecta a tu comunidad?

a) Si b) no

5.- En la universidad donde estudias, ¿has aprendido sobre la elaboración de proyectos para solucionar problemas sociales?

a) Si b) no

6.- Conoces algún documento o guía para desarrollar proyectos de innovación social en tu escuela?

a) Si b) no

7.- ¿Sabes que es un proyecto social?

a) Si b) no

8.- Alguna vez has desarrollado un proyecto social para:

a) Solucionar un problema social
b) Participar en un concurso escolar
c) Crear una asociación civil

9.- ¿Consideras que la participación ciudadana desde las universidades es importante para la democracia en México?

a) Si b) no c) porque

10.- ¿Te gustaría aprender a desarrollar un proyecto social?

a) Si b) no c) porque

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Resultados

Se encontró como resultado que:

La innovación social, la participación ciudadana y los emprendedores sociales, dependen en gran medida de la formación que reciban o no en las instituciones de educación superior. La ANUIES ha manifestado el compromiso de todos sus miembros de preparar emprendedores sociales, por lo que queda como recomendación explorar el interés de los estudiantes respecto a crear innovación social para lo cual se propuso un instrumento.

Conclusiones

Después del análisis de la información recopilada sobre el papel de las IES en la formación de emprendedores sociales se puede concluir que:

Existen modelos que afirman que la solución a las necesidades sociales no es únicamente responsabilidad del gobierno, sino que existen varios actores sociales como el sector privado, las universidades y la sociedad civil que deben trabajar en conjunto para mejorar la calidad de vida.

Las IES son una parte muy importante para fomentar la participación ciudadana y el desarrollo de emprendedores sociales.

Es necesario explorar la percepción de los estudiantes a cerca de la creación de proyectos y empresas sociales.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Referencias

ALAFEC, A. e. (24 de octubre de 2014). *El emprendedor social y su impacto en la comunidad, la percepción del joven invesigador.* Obtenido de http://www.alafec.unam.mx/docs/asambleas/xiv/ponencias/4.07.pdf

ANUIES, A. e. (2018). *Visión y acción 2030.* Obtenido de Propuesta de la ANUIES para renovar la educación superior en México: https://visionyaccion2030.anuies.mx/Vision_accion2030.pdf

Campbell, D. F. (05 de mayo de 2009). *Researchgate.* Obtenido de International Journal of Social Ecology and Sustainable Development: https://www.researchgate.net/publication/273268696_Triple_Helix_Quadruple_Helix_and_Quintuple_Helix_and_How_Do_Knowledge_Innovation_and_the_Environment_Relate_To_Each_Other

CEPAL, C., & Ortegon, E. (abril de 2015). *Manual de metodologia de marco logico para la planificación, el seguimiento y la evlauación de proyectos y programas.* Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5607/S057518_es.pdf

Deloitte, I. (2018). *Tendencias del capital humano en México, el uge de la empresa social*. Obtenido de https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/human-capital/HCT-2018.pdf

Gob. CDMX, G. (12 de Agosto de 2019). *Ley de participación ciudadana de la Ciudad de México .* Obtenido de Gaceta oficial de la Ciudad de México: https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetas/201cd7312de8f327c965844fbc43bd98.pdf

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación.* Distrito Federal: McGraw Hill.

Martínez , R. (Junio de 1998). *Serie Politca sociales.* Obtenido de Comisión económica para América Latina y el Caribe CEPAL: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6245/1/S9800060_es.pdf

Pareja, B. (2011). *El emprendimiento social: una introducción a los conceptos, dimensiones y teorías.* Obtenido de Servicios sociales y política social: file:///C:/Users/viole/Downloads/1.Elemprendimientosocial.Unaintroducciona losconceptosdimensionesyteorias.pdf

Stanford Graduate, S. o. (04 de mayo de 2018). *Center of Social Innovation*. Recuperado el 4 de mayo de 2018, de https://www.gbs.stanford.edu

UNAM, U. n., & Bernal Peréz , J. (10 de Octubre de 2014). *La vinculación industria-academia entre netidades públicas y el modelo de las hélices.* Obtenido de Congreso internacional de contaduría, administración e informática: http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xix/docs/2.11.pdf

Plan de gestión para una empresa social industrializadora de sal, Ejido Ignacio Ramírez, Tonalá, Chiapas.

Dr. Elfigo Mazariegos Roblero[44], Dra. Jesús Esperanza López Cortes[45], Mtra. María Angélica Zúñiga Vázquez[46], Dra. Isabel Pérez Pérez[4]

Resumen

La presente investigación se realizó en la comunidad denominada colonia Ejido Ignacio Ramírez, municipio de Tonalá, Chiapas, con la finalidad de conocer los factores que incidieron en la gestión puesta en marcha destinado a la explotación del Proyecto Integral de Sal Marina, Engorda de Mojarra Tilapia, Engorda de Camarón y detonar el interés de los productores para especializar la producción a

[44] Doctorado en Derechos Humanos Profesor de Tiempo Completo Adscrito a la Escuela de Ciencias Administrativas, Campus IX-Tonalá; de la Universidad Autónoma de Chiapas; 22 años de experiencia en la docencia, mazariegos_60@hotmail.com, teléfono celular 9661240060, teléfono de la escuela 9666633963.
[45] Doctorado en Estudios Regionales, Profesora de Tiempo Completo, Adscrita a la Escuela de Ciencias Administrativas, de la Universidad Autónoma de Chiapas, 24 años de experiencia como docente, jesus_esperanza_lc@hotmail.com, teléfono celular 9661044211, teléfono de la escuela 9666633963.
[46] Maestra en Organizaciones, Profesora de Tiempo Completo, adscrita a la escuela de Ciencias Administrativas, Campus IX-Tonalá, de la Universidad Autónoma de Chiapas, angivaz@hotmail.com teléfono celular 966 102 7062 teléfono de escuela 9666633963.
[4]Doctorado en Mercadotecnia, Profesora de Tiempo Completo, adscrita a la Escuela de Ciencias Administrativas, Campus IX-Tonalá, de la Universidad Autónoma de Chiapas, 25 años de experiencia *isabelperez1491@hotmail.com* teléfono celular 9661045759, teléfono de escuela 9666633963.

tipo industrial de la sal marina, por razón económica y fácil manejo de los recursos naturales e infraestructura ya instalada.

El método de investigación de tipo exploración de campo, de tipo rural, trasladando a profesores investigadores y alumnos participantes, diseñando en gabinete los instrumentos de medición de datos para aplicarlos a los socios de la sociedad de producción rural, realizando entrevistas a los representantes de la comunidad tales como el agente municipal, juez rural, presidente de la sociedad de producción rural de “la salinera” y al personal especializado del Honorable Ayuntamiento Municipal de Tonalá, Chiapas.

Teniendo como resultado datos reveladores, demostrando una situación de rescisión de la producción, por las épocas de lluvias, pero principalmente la falta de comercialización del producto primario siendo la sal marina de tipo rustica para consumo únicamente para ganado bovino de la región.

Palabras claves: Proyecto integral, salinera, comercialización, industria.

Introducción

El presente trabajo de investigación dará a conocer los elementos que integran un plan de gestión para procurar el éxito en la producción de sal industrial de consumo humano a través de una organización social de tipo rural, bajo la figura legal de una Sociedad de Producción Rural, integrada por personas dedicadas a las labores del campo, a la ganadería de doble propósito y avecindados de la colonia Ignacio Ramírez, municipio de Tonalá, Chiapas.

El Proyecto Integral de Producción de sal es importante porque es único en su género en la costa de Chiapas y tiene como finalidad abatir la pobreza a través de la generación de empleos directos e indirectos, dando empleo a los habitantes de

la comunidad, para que se alimente, ya que se trata de trabajar un proyecto integral tres proyectos a la vez; la producción de sal, la engorda de Mojarra Tilapia y la engorda de Camarón.

El tema a tratar es relacionado con la industrialización de la sal marina que de manera artesanal se viene explotando sin cubrir ningún requisito que establece la normatividad que regula esta actividad al convertirse la sal en un producto de consumo humano directo o de manera indirecta, dirigido al consumo animal en este caso, para el suplemento alimenticio del ganado bovino o porcino de la región.

Referentes teóricos

Las sociedades Rurales

Las Sociedades Rurales son asociaciones conformadas por sujetos de derecho social, con la finalidad de coordinar actividades productivas, de asistencia mutua y comercialización en sus núcleos agrarios. (Registro Agrario Nacional, 2018)

Fundamento legal: “Los ejidos y comunidades podrán establecer empresas para el aprovechamiento de sus recursos naturales o de cualquier índole, así como a la prestación de servicios. En ellas podrán participar ejidatarios, grupos de mujeres campesinas organizadas, hijos de ejidatarios, comuneros, avecindados y pequeños productores”, señala el Título Cuarto, Art. 108, (Ley agraria, 2018)

Teoría funcionalista

Frederick Taylor (1856-1915) fue el primero en estudiar científicamente el trabajo y en considerar el diseño de procesos. Sus aportaciones están orientadas fundamentalmente al nivel operativo, es decir, a aumentar la eficiencia y eficacia

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

en el taller. Taylor creía que la administración del trabajo debía ser enfocada como una ciencia, esto es: se debería determinar el mejor método para hacer las cosas, el cual necesariamente tendría que estandarizarse para todos los trabajadores. A grandes rasgos, los principios de la administración del trabajo son los siguientes:

- Organización científica del trabajo: Este criterio se refiere a las actividades que deben utilizar los administradores para reemplazar los métodos de trabajo ineficientes teniendo en cuenta factores como tiempos de ejecución, demoras, movimientos y herramientas necesarias.
- Selección y entrenamiento del trabajador: La idea es que el perfil del trabajador sea el adecuado para desempeñar las funciones y requerimientos específicos del puesto de trabajo. Cuando el trabajo se analiza metódicamente, la administración debe precisar los requisitos mínimos de trabajo para un desempeño eficiente del cargo, escogiendo siempre al personal más capacitado. Además, es necesario un proceso de adaptación y aprendizaje. (Hernández y Rodriguez, 2007)
- Cooperación entre directivos y operarios: Este principio parte de la base de que los intereses del trabajador y los del empleador son los mismos. Para lograr esto se propone una remuneración por eficiencia o por unidad de producto, de manera que la remuneración varíe en la misma proporción que la tasa de producción, es decir, el trabajador que produce más, gana más.

Para alcanzar tal cooperación Taylor propone varios mecanismos:

1. Remuneración por unidad de trabajo.
2. Una estructura de jefes que debido a su mayor conocimiento pueden coordinar la labor de la empresa e instruir a sus subordinados. Esto conlleva a una especialidad funcional entre la que se puede mencionar: jefe de programación, de tiempos y costes, de mantenimiento de asignación de

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

material, de instrucciones de producción de control de calidad, de desarrollo de trabajo y de relaciones de personal.

3. División del trabajo entre directivos y operarios.
4. Responsabilidad y especialización de los directivos en la planificación del trabajo: Los gerentes se responsabilizan de la planificación, del trabajo mental, y los operarios del trabajo manual, generando una división del trabajo más acentuada y eficaz. (Teoría general de la gestión de proyectos, 2018)

Teoría Estructuralista

Teoría estructuralista de Max Weber aplicada para definir las áreas funcionales de toma de decisiones en relación a la organización de los socios ya que destaca la carencia de liderazgo con conocimientos en materia de administración tanto de los recursos materiales como de los recursos financieros, sin olvida la parte legal de todo organismo social para que sea sustentable y sostenido para su desarrollo empresarial. (Hernández y Rodriguez, 2007)

Teoría Administración científica aplicable a cada área de actividades agrupando las actividades relacionadas en afinidad de acuerdo a las habilidades y conocimiento en su especialidad como puede ser las áreas de: producción, ventas, recursos humanos, recursos financieros y contables. Sin esta teoría la sociedad de producción rural no podrá lograr sus objetivos. (Taylor Winslow, 1979)

Teoría General de Gestión de Proyectos. Un proyecto es un emprendimiento temporal diseñado a producir un único producto, servicio o resultado con un principio y un final definidos (normalmente limitado en tiempo, en costos y/o entregables), que es emprendido para alcanzar objetivos únicos y que dará lugar a un cambio positivo o agregará valor.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Teoría de proyecto

El estado actual del conocimiento sobre proyectos y su base práctica es muy amplia ya que hoy en día se tienen proyectos industriales, de investigación, técnicos, informáticos o estudios de factibilidad cómo ante-proyectos y, según el caso, en sí mismo o no, pueden ser proyectos para el desarrollo de nuevos productos, la elaboración de un plan de marketing, la construcción de un edificio, el desarrollo de una nueva vacuna, un proyecto de ley, un proyecto de innovación educativa o un proyecto docente.

Está gran amplitud de áreas de aplicación de proyectos y la acción que desarrollan estos para interrelacionarse con ellas indican que un proyecto es un referente de actuar para conseguir algo y, según ese algo, el proyecto se especializa debiendo acompañarse de otro término que le aclare o defina cómo “Proyecto de Inversión”, “Proyecto de Investigación” o “Proyecto de Ley,” por lo que las diferencias conceptuales entre cada uno de ellos es lo que algunos autores denominan la pluridisciplinaridad de la gestión. (Saenz Arteaga, 2012)

Teoría de gestión de proyectos

La gestión de proyectos es necesaria en cualquier entorno. Todo proyecto hace referencia al cambio y el cambio es algo imperativo para el siglo XXI, demandado desde varias instancias diferentes al mismo tiempo. El crecimiento, el cambio y los proyectos van de la mano en un mundo en el que sólo podrán sobrevivir aquellas organizaciones que operen bajo procesos flexibles y adaptados a las necesidades de los consumidores.

En la actualidad, el entorno externo sufre cambios acelerados y continuos que

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

tienen muy diversos efectos en las organizaciones y en sus estrategias administrativas. A su vez han cambiado los parámetros con que se juzga el desempeño de los administradores. Antes era suficiente que las organizaciones maximizaran sus utilidades; el desempeño se juzgaba en base a cómo velaban por los intereses de los accionistas. Hoy en día, las organizaciones deben responsabilizarse no sólo ante los accionistas sino también ante la más extensa y diversa comunidad sobre la que ejerce influencia: aquellos grupos o individuos que se ven afectados, directa o indirectamente, por la forma en que la organización busca alcanzar sus objetivos. Es de destacar, por tanto, la importancia que ha cobrado hoy en día la imagen corporativa (y en esta línea, los indicadores públicos de Responsabilidad Social Corporativa), ya que un único proyecto puede dañarla seriamente en caso de mala gestión.

Los administradores se ven sujetos a una presión cada vez mayor para prever y responder a esta serie de fuerzas interna y externas y pensar de forma global.

El componente de acción directa del entorno está compuesto por los grupos de interés de la organización, es decir: por los grupos que tienen impacto directo en las actividades de la organización. Los grupos de interés externos incluyen a clientes, proveedores, gobierno, grupos de interés especial, medios de comunicación, sindicatos, instituciones financieras, y a la competencia. Los grupos de interés interno incluyen a los empleados y clientes internos, accionistas y al consejo de administración.

Los administradores deben sopesar los intereses de los diversos grupos de influencia para el bien de la organización como un todo. Deben distinguir entre cambios cíclicos y estructurales en la economía y ajustarse a ellos. Los avances tecnológicos en las comunicaciones y el transporte han provocado que el entorno internacional sea cada vez más importante.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

El entorno determina tanto el aumento de la incertidumbre que afronta una organización como el grado de dependencia de otros en cuanto a recursos vitales. Los administradores, en especial los de alto nivel, deben supervisar el entorno exterior y tratar de pronosticar los cambios que afectarán a la organización, anticipándose a que éstos ocurran y gestionando en consecuencia los riesgos potenciales identificados.

Método de investigación

Método de tipo exploratorio necesariamente por la naturaleza del proyecto de igual manera se aplicó el método cuantitativo descriptivo. (Hernández Sampieri, 2014).

Para lograr el objetivo de la investigación se tiene que contrastar las diversas opiniones de los integrantes de la comunidad a través de la aplicación de los instrumentos de la investigación para determinar el grado de credibilidad, confianza y factibilidad social y económica del proyecto que concederemos a los resultados obtenidos.

Para tal efecto se necesita conocer el universo del estudio y aplicar una fórmula para determinar la muestra representativa y posteriormente aplicar las encuestas a través de un instrumento de medición que nos servirá de gran ayuda en la obtención de datos.

Enunciar los principales pasos observados al desarrollar la investigación, así como los objetivos planteados y los instrumentos utilizados en la recopilación de datos. (Hernández Sampieri, 2014).

Universo de investigación y determinación de la muestra

Para lograr el objetivo de la investigación se tiene que contrastar las diversas opiniones de los integrantes de la comunidad a través de la aplicación de los

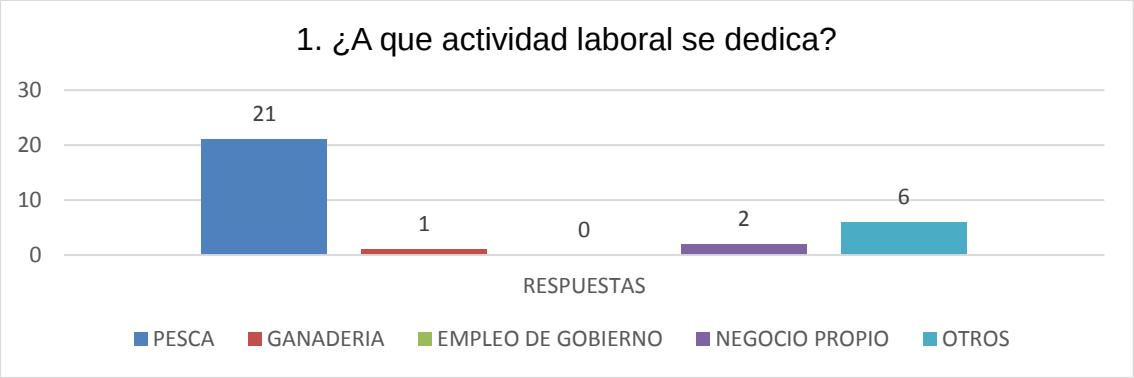
instrumentos de la investigación para determinar el grado de credibilidad, confianza y factibilidad social y económica del proyecto que concederemos a los resultados obtenidos.

Para tal efecto se necesita conocer el universo del estudio y aplicar una fórmula para determinar la muestra representativa y posteriormente aplicar las encuestas a través de un instrumento de medición que nos servirá de gran ayuda en la obtención de datos.

Instrumentos de investigación

La presente encuesta de 60 cuestionarios aplicados a los jefes de familia con la finalidad de obtener datos de información fundada y real que permitan analizar y concluir el presente estudio, está dirigida a los socios beneficiarios del Proyecto Integral de Sal Marina, Engorda de Mojarra Tilapia y Engorda de Camarón, del ejido Ignacio Ramírez, municipio de Tonalá, Chiapas.

Grafica 1

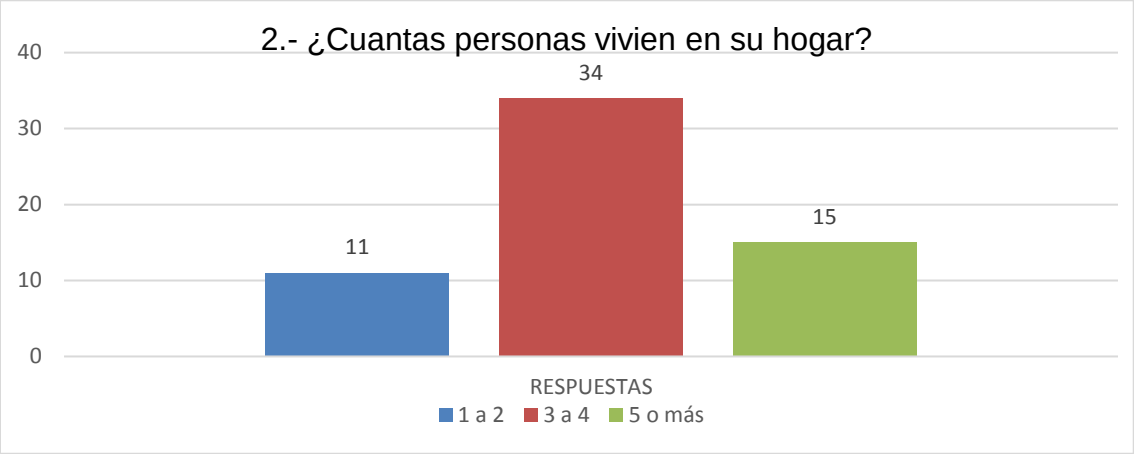


Como podemos observar en la gráfica número 1, las personas dependen principalmente de la actividad pesquera, seis de ellas realizan otras actividades (tortilleros, servicio de moto taxi, jornaleros, entre otros), dos personas cuentas con negocio propio, (tiendas de abarrotes), solo una persona se dedica a la ganadería

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

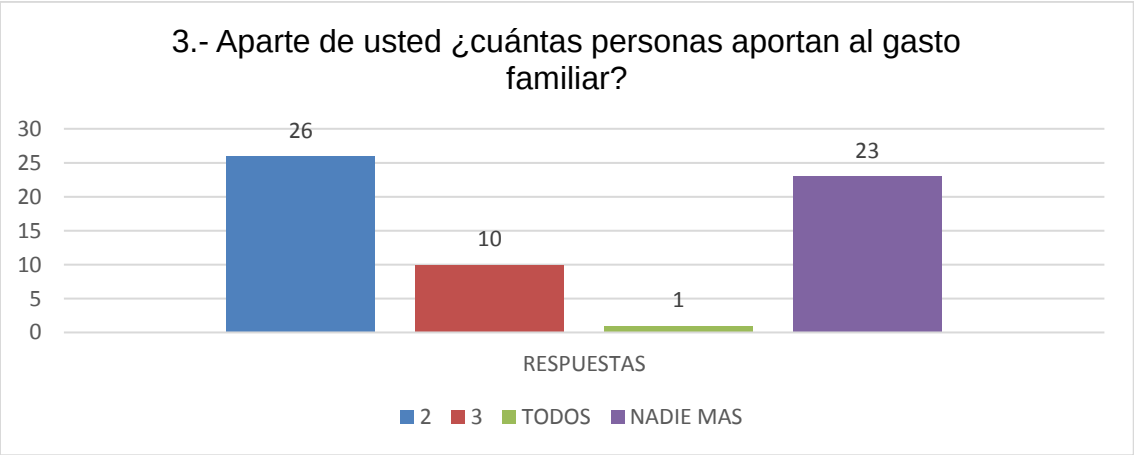
y ninguna persona es empleado de gobierno. Con estos resultados nos podemos dar cuenta que la economía en el Ejido Ignacio Ramírez, depende principalmente de la actividad pesquera, la cual representa un 85 por ciento del total de las actividades laborales.

Grafica 2



En la gráfica 2, indica que la mayoría de los hogares están formados por un número amplio de integrantes lo cual provoca que la situación económica de los jefes de familia sea limitada, ya que los ingresos son insuficientes para satisfacer las necesidades básicas de la familia.

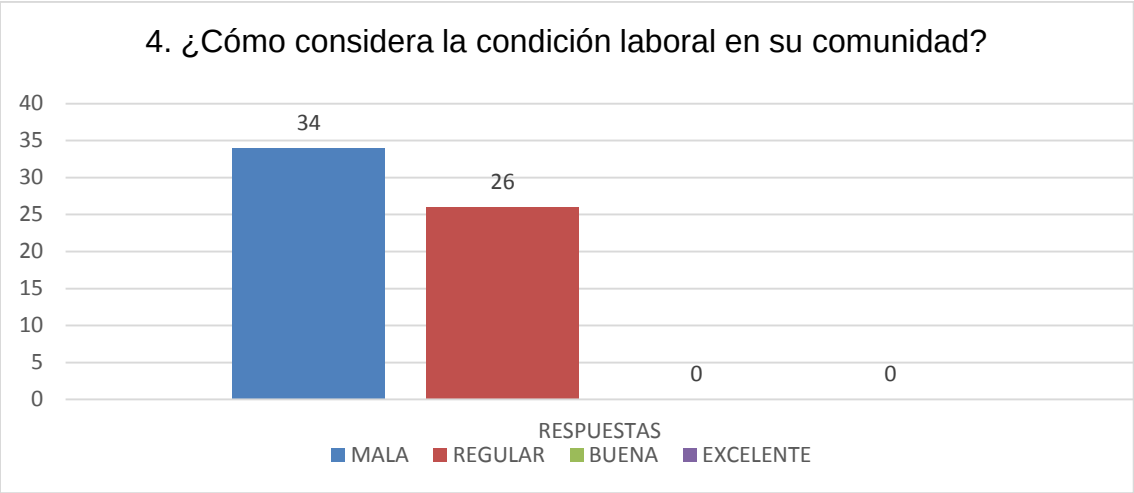
Grafica 3



CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Como se puede observar en la gráfica número 3 los resultados demuestran que la mayoría de los hogares son los padres quienes tienen la carga económica del hogar, lo cual al ser una familia numerosa complica la satisfacción de las necesidades de cada integrante de la familia.

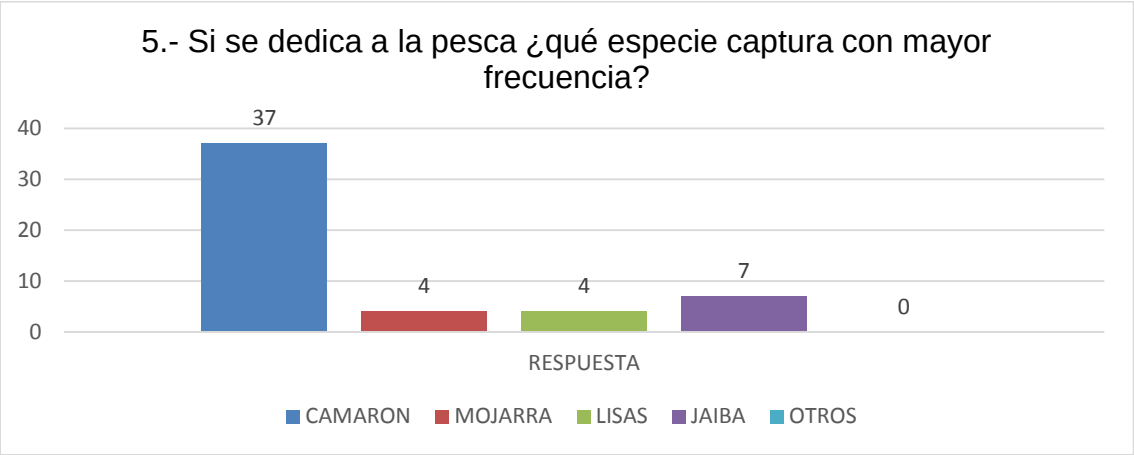
Grafica 4



Podemos observar en la presente grafica 4, confirma la situación económica de la comunidad es deplorable debido a que la principal actividad laboral es la pesca, la cual se encuentra en una situación crítica por los bajos índices de producción.

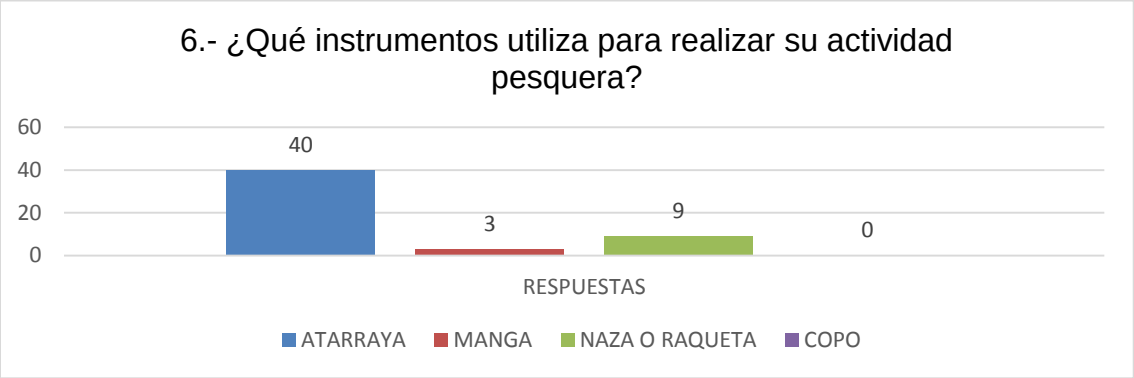
CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Grafica 5



En la gráfica 5 se indica que la especie que los pescadores capturan con mayor frecuencia es el camarón, seguido de la jaiba, la mojarra y la lisa con un menor índice de explotación, al igual que otras especies. Lo que demuestra que la mayor parte de la actividad pesquera depende de la captura del camarón.

Grafica 6

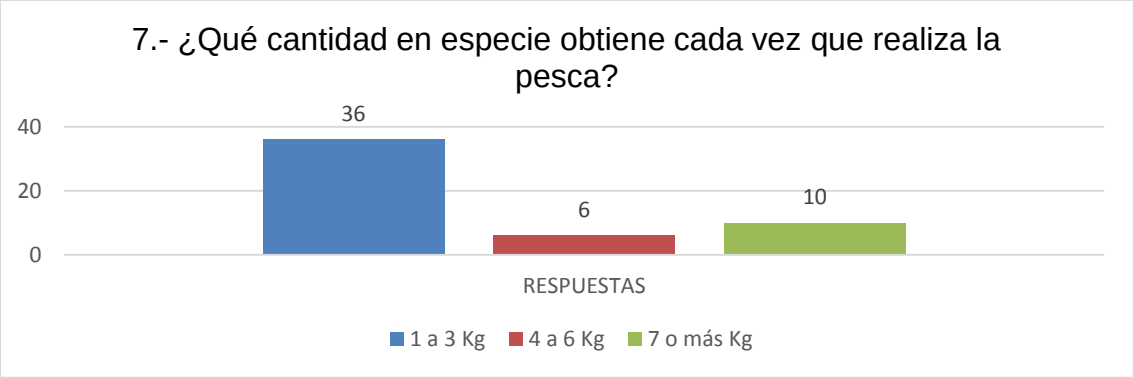


Con se puede apreciar en la gráfica 6, el instrumento que más se utiliza en la actividad pesquera es la atarraya, seguida por la nasa o raqueta, la manga y por último muestra que el copo no es utilizado por los pescadores de la comunidad,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

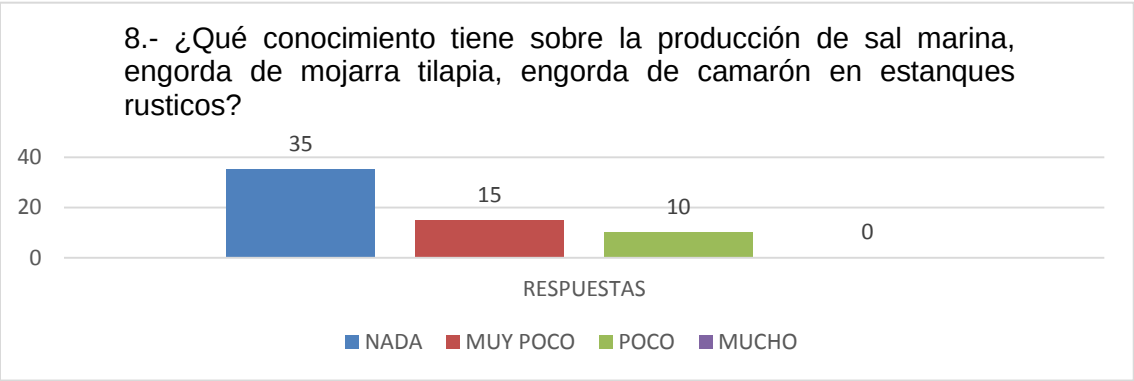
debido a que es considerado como un instrumento prohibido por la Secretaria de Pesca.

Grafica 7



Como observamos en la gráfica 7 los resultados muestran que la cantidad de especies en kilos obtenida con mayor frecuencia, cada vez que los pescadores realizan su actividad es de 1 a 3 kilogramos, seguido de 7 o más kilogramos y por último de 4 a 6 kilogramos demostrando así un bajo nivel en la captura de las especies, lo cual repercute en la remuneración económica obtenida por cada pescador, esto afecta el nivel económico de las familias.

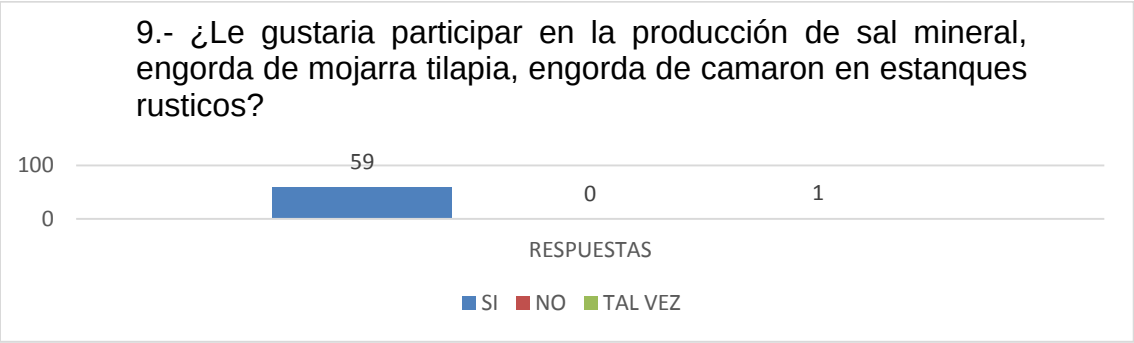
Grafica 8



CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

La grafica 8 representa el 58% del 100% la población encuestada 15 personas cuentan con muy poco conocimiento, 10 cuentan con poco conocimiento y 0 personas cuentan con algún tipo de conocimiento en la materia referida. Lo anterior demuestra que la mayoría de los pescadores de la comunidad carecen de habilidades e información acerca de la producción en proyectos integrales como el que se menciona en este estudio.

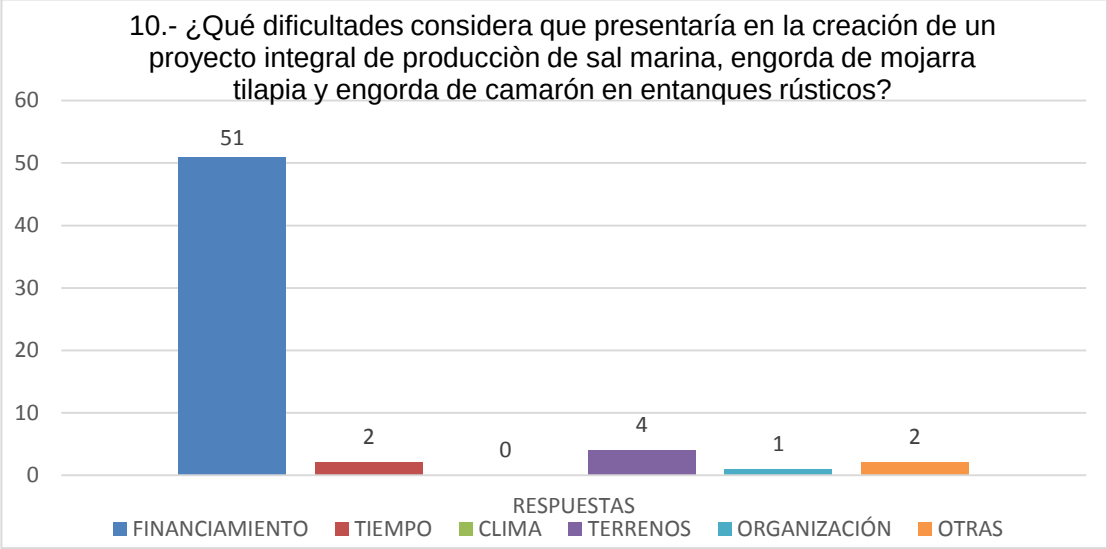
Grafica 9



La grafica 9 señala que más del 98% de la población total encuestada, si está interesada en participar en un proyecto integral.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

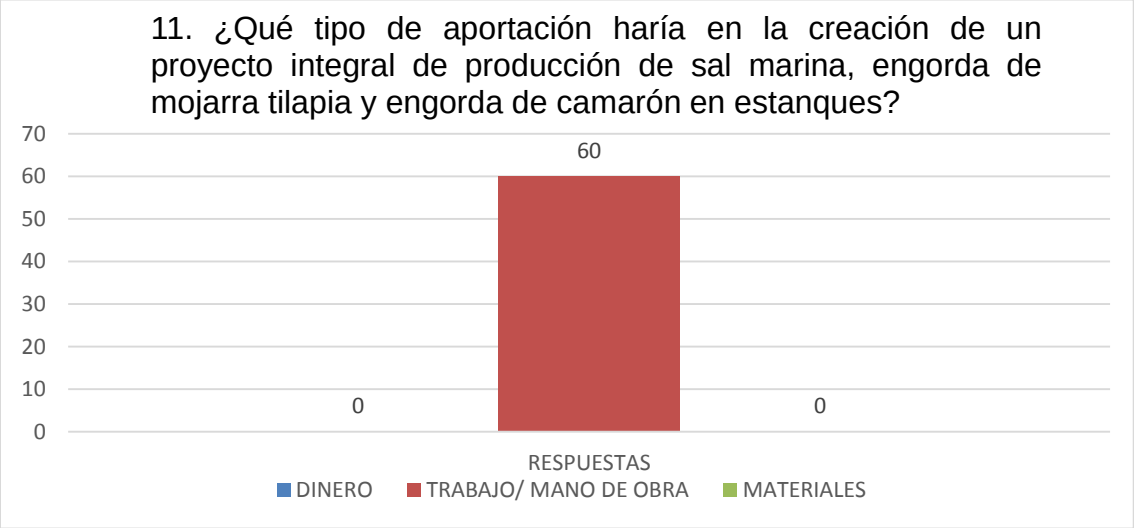
Grafica 10



Se puede observar en la gráfica 10, nadie señalo que el clima o factores ambientales podrían afectar el manejo al factor económico, demostrando que la economía de la población no es adecuada para que pudieran realizar el proyecto, considerando que ellos tendrían que aportar todo el capital. En este caso, el proyecto es financiado por la Secretaría de Pesca, lo cual, de las posibilidades para que estas personas puedan llevar construir estanques sin tener que aportar todo el capital que se necesita.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

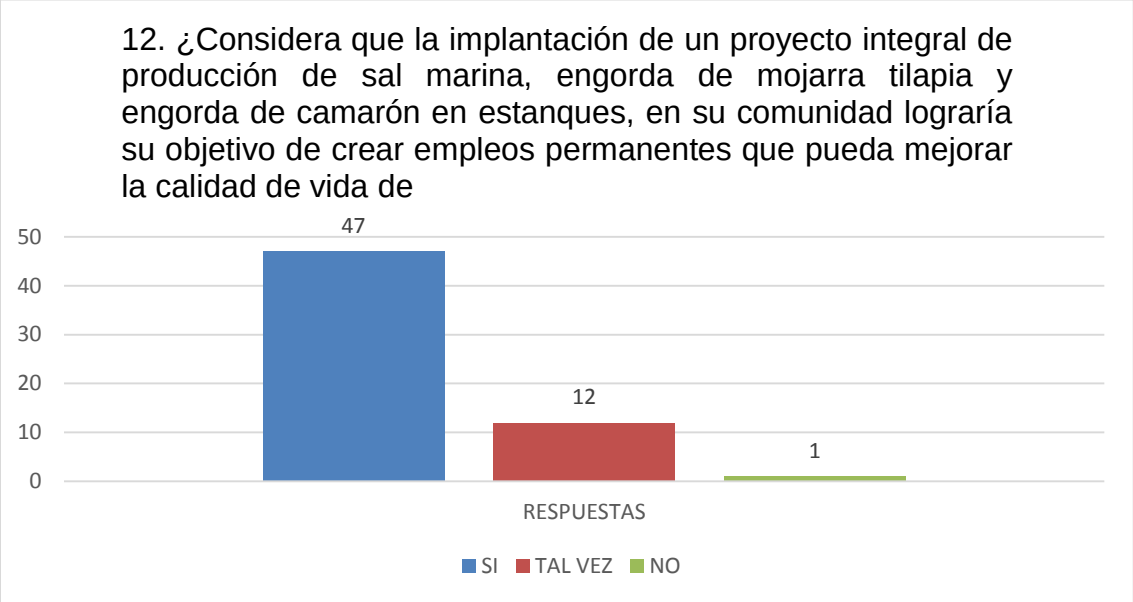
Gráfica 11



Como se observa en la gráfica 11, muestra que las personas estarían dispuestas a apoyar, si se llevará a cabo el proyecto de la producción de producción de sal mineral, engorda de mojarra tilapia, engorda de camarón en estanques rústicos, con la aportación únicamente de mano de obra, por lo cual, deja en claro que nadie está dispuesto a aportar recursos financieros ni materiales, debido a las carencias económicas que perjudica a las familias de la comunidad.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

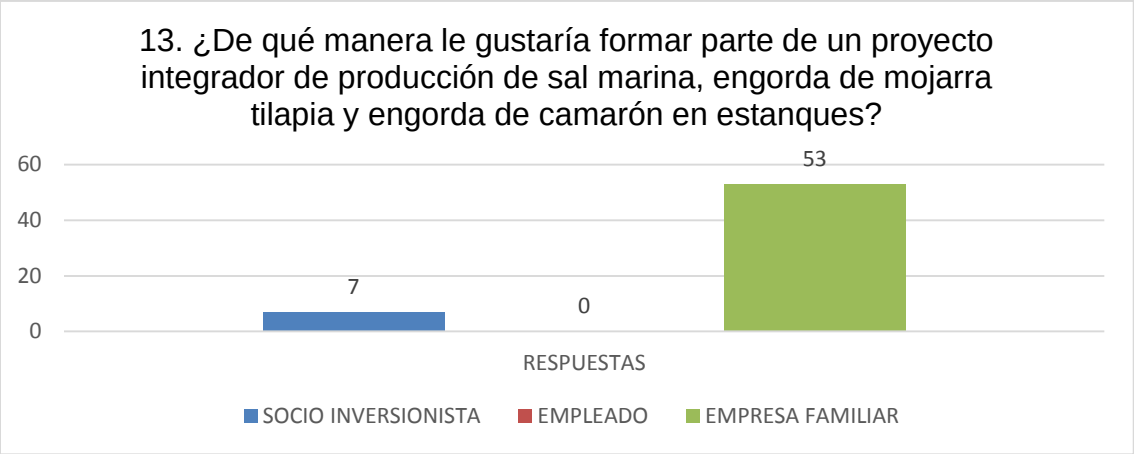
Grafica 12



Se puede observar en la gráfica número 10, más del 78% de la población consideran que la creación de producción de sal mineral, engorda de mojarra tilapia, engorda de camarón en estanques rústicos si lograría su objetivo de crear una fuente de empleo permanentes y sustentables que pueda mejorar la calidad de vida de los pobladores; el 20% señalo que probablemente el proyecto podría alcanzar su objetivo; y tan solo el 1.5% indicaron que no se podría lograr crear una fuente de empleo permanente y sustentable que mejore la calidad de vida de los pobladores. Es decir, la mayoría de la población tiene la confianza en que la creación de producción de sal mineral, engorda de mojarra tilapia, engorda de camarón en estanques rústicos si logre su objetivo, al crear fuentes de empleos seguras y confiables que fortalezcan la economía de la población.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

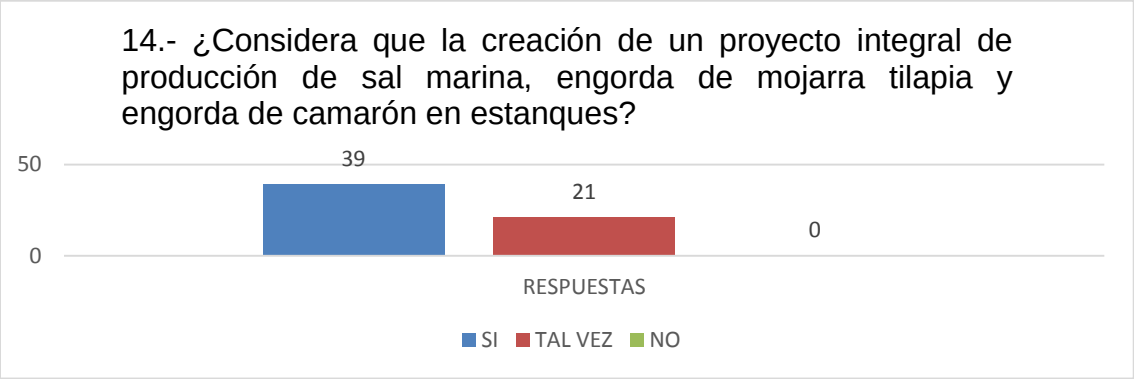
Grafica 13



La gráfica 13, indica que, al realizar el proyecto, a las personas les gustaría participar como socios inversionistas y a ninguno le gustaría participar como socios inversionistas y a ninguno le gustaría participar como empleado. Como se puede observar, a más del 88% de la población, les interesa llevar a cabo el proyecto como una empresa familiar, tan solo al 11% les gustaría participar como socio inversionista y a ninguno le gustaría participar como empleado. Demostrando una vez más, que este proyecto, puede lograr su objetivo de crear fuentes de empleos sustentables para las familias de la comunidad.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

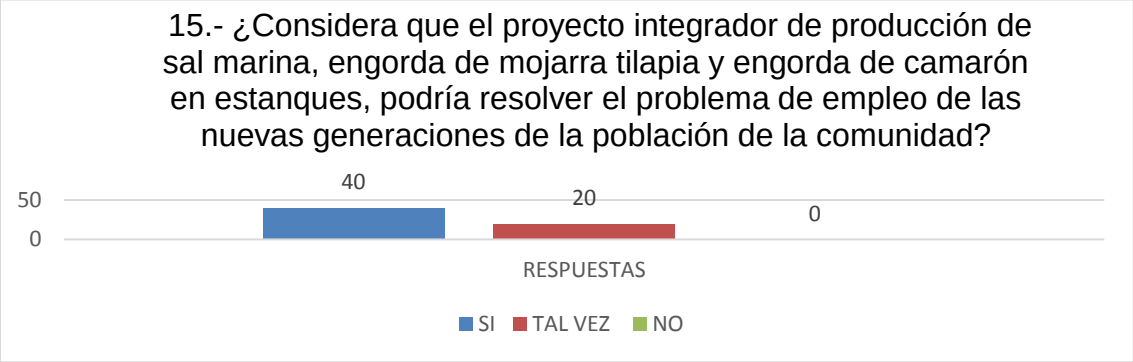
Grafica 14



Como se observa en la gráfica 14, un 65% de los encuestados consideran que la creación del proyecto integrador de producción de sal marina, engorda de mojarra tilapia y engorda de camarón en estanques si podría satisfacer las necesidades de las familias, y un 35% consideran que probablemente podrían satisfacer las necesidades de las familias y ningún encuestado consideró que no podrían satisfacer las necesidades de las familias, con la creación del proyecto integrador de producción de sal marina, engorda de mojarra tilapia y engorda de camarón en estanques. Por lo cual, confirman que al llevar a cabo el presente proyecto si se lograría alcanzar el objetivo de crear fuentes de empleos sustentables, que aseguren el presente futuro de las familias de la comunidad.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Grafica 15



La anterior gráfica 15 se observa que del 66% de la población considera que este proyecto si podría satisfacer las necesidades de las nuevas generaciones de la comunidad, y tan solo el 33% considera que probablemente si podría repercutir positivamente en las futuras generaciones. Ningún encuestado señalo que este proyecto no podría favorecer a las futuras generaciones, en la satisfacción de sus necesidades laborales y económicas. Por lo cual, nuevamente los resultados arrojados por la encuesta, confirman que el presente proyecto si tiene la capacidad de crear fuentes sustentables a través del manejo y explotación comercial del proyecto de producción de sal mineral, engorda de mojarra tilapia, engorda de camarón en estanques rústicos.

Resultados

A un año después de haber iniciado el Proyecto Integral de producción de Sal Marina, Engorda de Mojarra Marina y Engorda de Camarón se realizó las encuestas y entrevistas dirigida a los pobladores de la comunidad del Ejido Ignacio Ramírez, municipio de Tonalá, Chiapas; y nos damos cuenta de que el proyecto está en un receso de producción, por motivo de la temporada de lluvias, tan marcadas en la región que es difícil operar este tipo de actividad derivada del uso adecuado del terreno y debido a las lluvias sufre de encharcamientos e inundaciones, dificultando

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

el acceso y los trabajos relacionados a la producción de Sal Marina que es el primer proyecto que se empezó a cultivar a partir del mes de abril del presente año, con el apoyo técnico y económico del gobierno municipal de Tonalá, Chiapas. Destacar los resultados relevantes producto de la investigación realizada, incluyendo el análisis respectivo.

Conclusiones

Después visitar la comunidad donde está ubicada la salinera para aplicar los instrumentos de medición de datos para poder analizar los resultados también se procedió a platicar con los socios líderes del proyecto y escuchar a los socios que participan activamente y explorar la opinión de los pobladores de la comunidad en general del ejido Ignacio Ramírez, se puede llegar a concluir que:

a) Si existe el proyecto integral de sal marina, engorda de mojarra tilapia y engorda de camarón. Pero únicamente logra operar el proyecto de Sal Marina como una primera etapa.
b) Falta del sentido empresarial para fortalecer el cuadro directivo y vigilancia mejorando así su administración.
c) Que falta un sistema contable confiable.
d) Que fue un proyecto incluyente ya que 21 ejidatarios, 30 mujeres y los demás son avecindados de la Colonia Ignacio Ramírez; quienes integraron la Sociedad de Producción Rural.
e) La falta de un asesor técnico permanente que los guie en la organización de manera legal y funcional.
f) Falta hacer un estudio de mercado para que se canalice adecuadamente los recursos económicos y se apliquen correctamente.
g) Falta un programa de capacitación técnica y administrativa.

h) Falta una reorganización de las actividades tanto funcionales como operativas.
i) Falta de una marca del producto para que tenga identidad y pueda ser competitivo con otras marcas que ya compiten en el mercado.
j) Se debe reconsiderar el tipo de figura legal asociativa para que la empresa pueda lograr su fortalecimiento y desarrollo empresarial.

Los pobladores del lugar manifiestan que creen y tienen la confianza de que el proyecto es bueno como tal pero que los que les falta mejorar algunos aspectos sobre todo de índole organizacional, retomar el proyecto con un estudio de mercado bien hecho con costos reales de producción, mejoramiento de la imagen del producto y minimizar los costos comercialización.

Referencias

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación.* México: Mc Graw Hill.

Hernández y Rodriguez, S. (2007). *Administración, proceso, estrategia y vanguardia.* México: McGraw Hill.

Ley agraria. (2018). México: Diario Oficial de la Federación.

Registro Agrario Nacional. (12 de Octubre de 2018). *Gobierno de México*. Obtenido de ¿Qué son las Sociedades Rurales?: https://www.gob.mx/ran/articulos/que-son-las-sociedades-rurales?idiom=es#targetText=2.%2D%20Asociaci%C3%B3n%20Rural%20de%20Inter%C3%A9s,dos%20o%20m%C3%A1s%20personas%20f%C3%ADsicas.

Saenz Arteaga, A. R. (2012). *El èxito de la gestión de negocios.* Barcelona: ESADE.

Taylor Winslow, F. (1979). *Principios de la Administración Científica* (19 ed.). México: Herrero Hnos. S. A.

Teoría general de la gestión de proyectos. (2018). Obtenido de http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Gerencia%20de%20Proyectos/[PD]%20Documentos%20-%20Gestion%20de%20Proyectos.pdf

El Café Orgánico: Estudio de caso Unión de Ejidos y Comunidades San Fernando.

Dra. Consuelo Guadalupe Morales Flores[47], *Mtra. Cruz Susana Estrada Castellanos*[48], *Dra. Silvia Guadalupe Ballinas Sarmiento*[49], *Dr. Gonzalo Coporo Quintana*[50].

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo explicar, a partir de un estudio de caso, el sistema organizativo y productivo de la Unión de Ejidos y Comunidades San Fernando, S.P.R de RI, productora de café orgánico, como detonantes de la transición de una producción tradicional a una de producción más rentable, como el café orgánico en el marco de una competencia internacional, todo ello bajo un enfoque cualitativo. En ese sentido la selección y diseño del instrumento de investigación, consistió en una entrevista semiestructurada con preguntas abiertas.

[47] Dra. En Gestión para el Desarrollo, Maestra en Finanzas, Licenciada en Contaduría Pública y Licenciada en Gestión de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Universidad Autónoma de Chiapas. gmoralesf@hotmail.com. oficina: 961 125 30 05. Centro Universidad Empresa (CEUNE).

[48]Maestra en Administración, Licenciada en Contaduría Pública. Universidad Autónoma de Chiapas. susy7006@hotmail.com; oficina: 961 125 30 05. Centro Universidad Empresa (CEUNE).

[49]Dra. en Gestión para el Desarrollo, Maestra en Administración con formación en organizaciones, Licenciada en Administración de Empresas. Universidad Autónoma de Chiapas. silba26@hotmail.com, oficina: 961 125 30 05. Centro Universidad Empresa (CEUNE).

[50]Dr. En Ciencias Sociales y Humanísticas. Universidad Autónoma de Chiapas. Profesor de carrera. gonzalocporo@yahoo.com.mx.celular: 961 171 84 04. Centro de Estudios para el Desarrollo Municipal y Políticas Públicas (CEDES).

A partir de lo anterior, se obtuvo como resultado que la transición de procesos productivos tradicionales a producción orgánica, aumentan los beneficios al interior y exterior de la cooperativa, tal como, las capacitaciones, vender con mayor facilidad el producto y por lo tanto, obtener mejores precios en la venta del aromático, evitan el intermediarismo, además de recibir apoyos de parte de la SPR. Al estar certificados como productores de café orgánico, obtienen una garantía de café de calidad lo cual se ve reflejado en los precios en los que se vende el producto.

Palabras Claves

Café orgánico. Proceso organizativo. Proceso productivo.

Introducción

La producción del café orgánico en México tiene su origen hace más de 50 años, se dio con la experiencia de la finca Irlanda en el Soconusco de Chiapas, pero se consolida la producción de café orgánico derivado de la crisis cafetalera de 1989 a 1994, al ser retomada por las organizaciones cafetaleras. Esta actividad se caracteriza por contener los conocimientos de la cafeticultura tradicional, es decir, evita el uso de químicos e intensifica el uso de mano de obra que son regidas por normas y reglamentos establecidos por agencias certificadoras; los principales productores son en su mayoría grupos bien organizados, muchos de ellos de comunidades indígenas. Las cifras a nivel nacional, han permitido que nuestro país ocupe el tercer lugar de producción mundial de la variedad arábiga. Actualmente cerca de 8,000 pequeños productores de Chiapas y cerca de 20,000 en todo México se encuentran produciendo café orgánico, (Pinto, 2015).

Esta artículo se compone de tres elementos principales, en primer lugar se menciona el problema investigado, que tiene que ver con la dificultades de la cooperativa para realizar la transición de una forma de producción a otra, en

segundo lugar se presenta el apartado metodológico, en el cual se describe las técnicas de investigación utilizadas bajo el enfoque cualitativo, sobre todo el uso de entrevistas a personajes clave, finalmente se presentan los principales resultados de la investigación.

Referentes teóricos

Gareth (2013), refiere que las organizaciones existen debido a que la producción de bienes y servicios ocurre con mayor frecuencia en un escenario organizacional porque la gente que trabaja en conjunto para producir bienes y servicios logra crear más valor que las personas que trabajan separadas, por lo tanto, los motivos que explican la existencia de las organizaciones son, aumentar la especialización y ésta las personas que trabajan de manera colaborativa suelen ser más eficientes y productivas que las que trabajan de manera aislada, el hecho de organizarse permite especializarse en alguna actividad o servicio que se otorgue y la división del trabajo, la división del trabajo permite a los empleados enfocarse en un área en específico desarrollando mayor habilidad en lo que hacen.

En la actualidad se visualiza una acelerada disminución del auto-empleo, en paralelo el empleo agrícola ha permanecido relativamente constante, de hecho, el empleo agrícola se ha vuelto más organizacional a medida en que la agroindustria se ha vuelto más dominante. La mayoría de las organizaciones son pequeñas, por lo tanto, no tienen a su cargo mayor volumen de empleo. Análisis recientes coinciden en que el trabajo que es de mucha rutina, repetitivo y aburridor es muy enajenante para el individuo, lo cual no quiere decir que el trabajo en las sociedades pre-organizaciones estuviera exento de ello.

La manera en la cual los individuos reaccionan ante su trabajo es consecuencia de sus propias expectativas y de las particularidades de la organización, Morse (1974) citado en Hall (1983). Debe notarse que hay limitaciones y diferencias en las características de cada organización, para lo cual debe considerarse el tamaño de la misma, la tecnología empleada, las condiciones del mercado y los factores del medio ambiente, las organizaciones no pueden cambiar sólo para ser un lugar más agradable para el trabajo.

Es indudable que en trabajos iguales en unas organizaciones se demande más creatividad que en otras. Las personas no sólo trabajan en las organizaciones, sino que tienen estrecha relación con ellas, ya sea como compradores o clientes.

Las organizaciones y la comunidad

La mayoría de las comunidades tienen varias organizaciones dentro de ellas, existiendo más de una que domina lo cual no diluye el poder de las organizaciones dentro de la misma comunidad. El efecto que tienen las organizaciones sobre los individuos no es imperceptible, lo mismo ocurre con las comunidades o localidades en las cuales operan, (Hall, 1983).

Las organizaciones y la sociedad

Las organizaciones alteran a las sociedades de las cuales son una parte sutil, son al mismo tiempo agentes de cambio y la principal fuente de estabilidad social, Dill (1965) citado en Hall (1983: 24), anota que:

"En países como los Estados Unidos de América y Canadá, la mayoría de las naciones de Europa Occidental, Australia o Japón las empresas son las organizaciones más poderosas. Son la principal fuente de empleo e ingreso y algunas de las bases fundamentales para la determinación del estatus social. Ellas deciden, en gran medida, lo que se produciría y en qué cantidad."

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Las organizaciones son agentes de cambio y pueden ser de dos maneras: La primera involucra cambios internos con respecto a los miembros de la organización, en tanto que la segunda incluye intentos directos para proceder sobre el sistema social.

Los cambios organizacionales afectan la estructura social de dos formas: La primera modifica los patrones de pertinencia, es decir, si una organización cambió su posición con respecto a los miembros de su grupo se produce un impacto sobre su estructura social. La segunda forma es en la que los cambios internos afectan la estructura social mediante diversos patrones de trabajo, (Hall, 1983).

En la actualidad las empresas u organizaciones se encuentran en constante cambio, tanto las grandes como las pequeñas entidades no deben permanecer estáticas, lo bien que se desempeñen no está en función de administrar un cambio, sino más bien de lo bien que se manejen éstas tanto a corto como a largo plazo.

Derivado de los ambientes dinámicos a los cuales se enfrentan las organizaciones éstas requieren adaptación, hoy en día los directivos en todo el mundo coinciden en cambiar o morir debido a que casi todas las organizaciones han tenido que ajustarse a un cambio multicultural; por ejemplo, en lo relacionado con la tecnología, en el lapso de tiempo que toma a una organización adaptarse a los cambios surgen nuevos desafíos u oportunidades tecnológicas.

Cambio organizacional planeado

En diversas ocasiones los cambios en las organizaciones sólo ocurren, tratando al acto como algo accidental y otras lo toman como algo intencional orientado siempre a facilitar el logro de sus metas.

Las dos metas del cambio planeado: la primera busca mejorar la capacidad de la organización para adaptarse a los posibles cambios en su ambiente, la segunda trata de modificar el comportamiento de los empleados.

Debido a que el éxito o el fracaso de una organización se derivan de las acciones que realizan o dejan de realizar los empleados, el cambio planeado tiene que ver con el comportamiento de los individuos y grupos dentro de la misma.

Desarrollo organizacional

El desarrollo organizacional se define como la habilidad de cambiar los comportamientos colectivos, apoyándose en la sensibilización y la capacitación de la persona con miras a lograr un cambio ya planeado dentro de la organización. Sobre todo, se centra en los valores, actitudes, relaciones y clima organizacional, tiene como guía la misión de la organización, la cual valúa tanto los procesos productivos como su estructura, (Hernández, 2006).

Por otra parte Beckhard (1969) citado en Archilles (2004), refiere al desarrollo organizacional como la causa por las cuales su conceptualización difiere, se debe a que se incluyen en la definición conceptos operacionales acerca de cómo construir el desarrollo organizacional por lo tanto, se tiene que el desarrollo organizacional es el esfuerzo planeado que comprende la organización en su totalidad, administrándose desde arriba, para poder alcanzar la eficiencia de la organización, mediante la intervención de diferentes procesos organizacionales, para lo cual se utilizan conocimientos de la ciencia del comportamiento.

Para Bennis (1969) citado en Archilles (2004), el desarrollo organizacional es una estrategia educacional, donde se cambian los paradigmas, de modo que las

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

organizaciones se puedan adaptar a nuevos mercados, nuevos desafíos, además de adaptarse a las nuevas tecnologías.

Importancia y necesidad del desarrollo organizacional

La importancia que se le otorga al desarrollo organizacional se da como consecuencia de que el talento humano juega un papel decisivo en el éxito o en el fracaso de cualquier organización, de tal modo que su manejo es pieza clave en el éxito empresarial y organizacional, empieza adecuándose la estructura del organigrama, seguido de una eficiente dirección de los grupos de trabajo, desarrollando así relaciones humanas favorables previniendo conflictos o en su caso resolviéndolos rápida y oportunamente. El desarrollo organizacional debe abordar problemas tales como de comunicación, cuestiones de dirección y jefatura, conflictos entre grupos, de identificación del rumbo de la empresa, en general acciones de eficiencia organizacional. La finalidad de esta estrategia educativa es buscar transformar la cultura organizacional de forma tal que les permita adaptarse y sobrevivir en el entorno actual, (Garzón, 2005).

Proceso Productivo

El proceso productivo del café orgánico, da como resultado un producto libre de químicos y pesticidas que es cultivado bajo estricto control de calidad y en armonía con la naturaleza, el café orgánico se cultiva mediante una estrategia productiva orientada a la obtención de café de calidad y tiene también la preocupación de cuidar el medio ambiente, sin la aplicación de insumos de síntesis química, y que es regido por normas de producción y procesamiento, mismas que son vigiladas mediante un proceso de certificación que garantiza al consumidor final la adquisición de alimentos de calidad, sin residuos químicos, como son los fertilizantes y plaguicidas.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Puede además decirse que es un sistema de producción que tiene como fundamento la conservación y mejoramiento de la fertilidad del suelo, con técnicas e insumos compatibles con el medio ambiente y la conservación de la biodiversidad tanto animal como vegetal. Para combatir las plagas y enfermedades se utilizan prácticas de tecnología limpias tales como control biológico, uso de trampas, podas aplicación de productos funguicidas e insecticidas de origen orgánico. Este sistema de producción ha representado un rescate a varios elementos de la tecnología agrícola tradicional, el cual permite que con los insumos que se cuenta en la propia parcela se realicen prácticas de conservación de suelos y aguas, el cultivo se lleva a cabo sin usar insumos químicos, cuando el producto es certificado internacionalmente, puede venderse con un sobreprecio, con lo que se logra además mantener un mejor nivel de vida de la familia campesina, para llevar a cabo el proceso productivo del café orgánico se realizan las siguientes actividades,

Selección de la semilla, para este proceso debe tomarse en cuenta para la recolección de la semilla, que la planta seleccionada no sea mayor a 7 años ni menor de 3 años para que el rendimiento general de la misma sea el óptimo, a la vez, tendrá mayor resistencia a las plagas y enfermedades, es importante la calidad del fruto, es decir verificar su forma, tamaño, etc.

Construcción de semilleros y viveros, las semillas seleccionadas deben ser separadas del resto de la cosecha, se despulpan y se ponen a remojar durante 3 horas, no se deben dejar fermentar, cuando la semilla se hincha se pasa al semillero, las semillas deben ser mínimo 90 al año, cuidando que su calidad y variedad sean las adecuadas. se requiere de una estructura de madera de aproximadamente un metro cuadrado, con techo de palma, donde se coloca tierra fértil y posteriormente la semilla, cubriéndola con un saco de ixtle o bien con

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

vegetación, con el fin de mantener la humedad en la tierra y evitar así que las semillas entren en letargo.

Una vez desarrollada la plántula se trasplanta en pares en bolsas de polietileno, las cuales previamente fueron llenadas con tierra negra, pueden ser enriquecidas con composta o con hojarasca y/o estiércol; las bolsas deben ser colocadas en un vivero, el cual es bardeado por una malla de gallinero para impedir el acceso a animales domésticos, para evitar la pérdida de humedad se colocan hojas de palma como techo, o bien, se coloca a la sombra. Las actividades que se realizan en el vivero son el riego y el control de malezas.

Para la siembra, se debe preparar el terreno considerando su ubicación, sombras de los árboles, textura, nutrientes y limpieza. Para entonces las plántulas tienen aproximadamente 7 meses, debiendo estar bien desarrolladas para ser trasplantadas al terreno final donde al cabo de 3 a 4 años se tendrá la producción comercial.

Siembra de áreas nuevas, consiste en sembrar plantas de café donde actualmente no hay, en esta etapa se deben incluir las actividades de preparación del terreno, siembra de cafetos y árboles de sombra y todas las labores agronómicas correspondientes hasta alcanzar una cosecha de calidad.

Evolución y control de plagas y enfermedades, en la producción orgánica de café se deben eliminar los pesticidas e insecticidas, fertilizantes, herbicidas, fungicidas y cualquier tipo de producto sintético o químico. Deben emplearse técnicas de manejo orgánico, se deben incluir los controles biológicos de plagas y enfermedades.

Control de malezas, se refiere a cortar las plantas no deseadas en el cafetal, es importante no dejar el suelo al descubierto, es decir, expuesto al deterioro causado

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

por el clima. Como maleza se entiende la planta que no está considerada en el cultivo y que crece rápida y abundantemente y su crecimiento afecta o bien sofoca a la especie cultivada.

Cosecha y secado, para la cosecha es recomendable no dejar el grano más de 30 días entre corte y corte para no sobre madurar el fruto, se deben cosechar solo los granos rojos, una vez pesada la cosecha individual se ponen en agua para poder iniciar la selección del grano por flotación.

En lo que respecta al proceso de secado los patios deben ser lo suficientemente grandes para lograr un secado homogéneo.

Pinto (2015), menciona que se debe considerar en la planeación de un cafetal de producción orgánica las siguientes etapas además de las mencionadas en líneas arriba, en dichas etapas destaca la planificación de la parcela: Etapa en la que es necesario renovar los cafetales, por lo general existe una gran cantidad de plantas viejas, por lo que sugiere cortar las plantas mayores a 10 años y resembrar la parcela, no deben resembrarse las plántulas que nacen en él cafetal ya que pueden no tener las condiciones idóneas para en un futuro cosechar de esa planta café de calidad. Es necesario, además, construir semilleros poco antes de la cosecha, deben ser seleccionadas mínimo 200 semillas, las cuales serán trasplantadas en el cafetal a los dos años.

Elaboración de cepas, deben ser abiertas con un mes de anticipación, cuyas medidas serán los siguientes 40 cm de largo por 40 cm de ancho por 40 cm de profundidad, los cuales serán rellenados con abono orgánico 15 días antes de la siembra.

Manejo de cultivo, deben realizarse las siguientes prácticas de manejo, poda, deshije, agobio, despunte, recepa, poda sanitaria, limpia, regulación de sombra.

Manejo de sombra, es importante la sombra en los cafetales, porque actúa como regulador de la temperatura en la plantación, ayuda a evitar la entrada directa de los rayos del sol sobre el suelo, con lo cual se reduce el excesivo calentamiento permitiendo a la raíz tener una temperatura adecuada, reduce el impacto del agua y del viento con lo cual se reduce la erosión del suelo, disminuye el crecimiento de las hierbas, incorpora al área materia orgánica, contribuye en la diversificación de vida en la plantación. Los árboles maderables son una opción adecuada para esta función, se debe elegir de acuerdo al tipo de suelo y altura de las parcelas qué tipo de especies pueden ser usadas.

Abonos, existen dos tipos de abonos orgánicos, uno es el que produce la propia naturaleza y el otro es el que hace el hombre tratando de imitar el proceso natural. Ambos abonos son utilizados para mejorar la fertilidad del suelo, con lo cual se ayuda al buen desarrollo de la planta, mejorando la calidad de la misma. Entre los más conocidos Destacan los siguientes, Humus o tierra de monte, estiércol, ceniza, composta, lombricomposta, abonos verdes.

Problema

Desde el año de 1986 la Sociedad de Producción Rural ha impulsado con buenos resultados la producción del café bajo el sistema orgánico, el cual representa el rescate de diversos elementos de la tecnología agrícola tradicional que permite que con los insumos disponibles de la misma parcela y realizando prácticas de conservación de suelos y aguas, se realice el cultivo sin utilizar ningún tipo de agroquímicos. Derivado de esto, los agricultores obtienen producciones de mayor calidad, además de mantener la biodiversidad y los recursos naturales. González, Mireles y Palomares (2012), mencionan que el café orgánico es un café libre de

químicos y pesticidas que se cultiva con un estricto control de calidad y en armonía con la naturaleza. El café orgánico se cultiva mediante una estrategia productiva orientada a la obtención de café de calidad y la protección del ambiente, sin la aplicación de insumos de origen químico, y que se rige por normas y reglamentos de producción y procesamiento, mismas que son vigiladas mediante un proceso de certificación que garantiza al consumidor la adquisición de alimentos de calidad sin productos químicos, como son fertilizantes y plaguicidas.

El sector agrícola permite tanto la generación de divisas como de empleos, así como el sostén de pequeños productores y grupos indígenas, este cultivo es de importancia ecológica debido a que más del 90% de la superficie cultivada se encuentra bajo el sistema de siembra diversificada. La producción de café orgánico del país está concentrada en los estados de Chiapas, Puebla, Veracruz y Oaxaca. Como resultado de un análisis a fondo se busca explicar los procesos tanto organizativo como productivo que tiene la Unión de Ejidos y Comunidades San Fernando, SPR de RI, como entidad productora de café orgánico, tomando en cuenta los cambios a los que se ha enfrentado en su proceso de transición de café tradicional a café orgánico.

Método

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, destacando el estudio de caso el cual tuvo un alcance de tipo exploratorio, toda vez que el tema análisis de los procesos organizativo y productivo en la Unión de Ejidos y Comunidades San Fernando SPR de RI, ha sido poco explorado. Además, fue descriptivo debido a que se hace énfasis en los procesos organizativo y productivo aplicados en la SPR, la cual representa el objeto de estudio.

Asimismo, para la selección y diseño de los instrumentos de investigación, se utilizó

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

principalmente la entrevista semiestructurada, donde el entrevistador se apoya en un guion, el cual contiene preguntas abiertas y no tienen una estandarización, el objetivo de la entrevista es obtener información para que sea contrastada con lo que dicen los diversos autores teóricos.

Resultados

Las entrevistas fueron aplicadas principalmente a socios fundadores, en las oficinas de la organización de junio del 2018 a 3 de Julio de 2018. Presentando a continuación las más significativas:

Visita uno. Entrevista dirigida al Profesor Julio César Jiménez López, originario de Nuevo San Luis, municipio de Ocozocoautla, socio fundador de la SPR, al ser entrevistado comenta que para 1985, encabezados por el Licenciado Luis Herrera Solís, se reúnen unas 40 personas procedentes del municipio de San Fernando, animados ante la idea de que al unir su producción podrían vender más fácil; reunieron el producto y, de manera sorpresiva, alcanzaron a vender a un precio que significaba hasta 5 veces su valor anterior. Al notar que era más rentable trabajar como grupo, deciden continuar con esta modalidad, y destacó lo siguiente:

"En un principio hubo un poco de resistencia por parte de los compañeros, para que se trabajara de manera diferente en los cafetales, se requería de un manejo más completo del mismo, como hacerles limpia, deshije [51] , poner abonos orgánicos, nutrir el suelo para que las plantas pudieran producir aún más. Después cuando se obtuvieron mayores ganancias derivado de una mayor producción y mejor calidad, los mismos productores se interesaron en realizar las tareas para obtener una producción más redituable para ellos, además se percataron de que

[51] El deshije es una práctica que se realiza en la fase pre-productiva y consiste en eliminar con tijeras de podar los brotes jóvenes mal posicionados, pequeños o débiles. Trujillo (2013).

debían trabajar en forma colaborativa. En sus orígenes la organización comienza solo con productores del municipio de San Fernando, perteneciente a la región Centro del estado de Chiapas, dentro de las localidades que empezaron formando parte de ello, se encuentran Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo, 16 de septiembre, Benito Juárez, Progreso y Copalá. Es hasta 2005 cuando comienzan a unirse otros municipios a esta organización."

En este sentido, los cambios en las organizaciones en las cuales se realicen modificaciones de posición de los miembros impactan en su estructura social, o bien los cambios internos afectan la estructura social mediante diversos patrones de trabajo, (Hall, 1983).

De esta manera, se puede apreciar cómo en los niveles más altos de la estructura de una empresa se encuentran los niveles directivos, en los niveles centrales se concentran los jefes de área o supervisores y en el último nivel se encuentra el personal operativo o de apoyo. En la actualidad el empleo agrícola se ha vuelto más organizacional en la medida en que la agroindustria se ha volcado con mayor dominio, en su mayoría las organizaciones son pequeñas, (Estrada, 2015).

Con lo anterior, se apoya la proposición de que el proceso organizativo está determinado por la identificación puntual de las jerarquías, la asignación objetiva de funciones y determinación de las obligaciones de los miembros de la organización.

Visita dos. En esta otra entrevista intervino el C. Roberto Morales Pérez, miembro del comité de control interno, quien menciona que,

"…aproximadamente, a los 5 o 6 años de surgir como figura legal la organización se establece un reglamento interno y se comienza con el proceso de

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

certificación, ello ocurre en respuesta a solicitud de los compradores internacionales, certificándose ante CERTIMEX y con una certificadora Europea, (de Holanda). En lo que al proceso productivo respecta, podría decirse que éste siempre ha sido orgánico, ya que desde sus inicios no se le trato con ningún producto agroquímico, pero se fueron implementando nuevas técnicas de manera paulatina. Originalmente, la organización estaba conformada por 5 regiones; Centro, Frailesca, Sierra, Altos y Frontera, abarcando 44 comunidades, pertenecientes a 8 municipios. Actualmente, existe un aproximado de 1,240 socios, entre ellos 240 mujeres y 1,000 hombres. Para poder sumarse a las filas de esta agrupación y mantenerse dentro de la misma, se tienen que cumplir los requisitos y puntos establecidos dentro de su reglamento interno."

Lo antes mencionado apoya lo que dice la proposición en relación a los cambios que implica la transición de café tradicional a café orgánico.

Por lo tanto y de acuerdo con Barrera y Parra (2012), Chiapas ocupa el primer lugar en producción de café orgánico, la variedad con mayor producción tanto en el Estado como a nivel Nacional es la Arábiga, la cual es cultivada en pendientes inclinadas, bajo sombras de árboles y se sustituye el uso de agroquímicos por elementos orgánicos, lo cual lo vuelve un cultivo ambientalmente verde por excelencia.

Así, el Profr. Jiménez refiere que se pueden encontrar las siguientes variedades dentro de su producción; Café Costa Rica, Charchimore, Heisa, Mondonovo, Caturra Amarillo, Borbón, Arábiga y Obatá, siendo el penúltimo de la lista el que se ha tenido desde un principio, conocido como "la crema del café" y, finalizando la misma con una variedad traída desde Colombia durante la renovación de los cafetales, mismo que es más resistente a la roya (enfermedad del café que

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

extermina la planta y es de fácil contagio entre matas, corriendo el riesgo de acabar con cafetales enteros de no ser tratada con la rigurosidad característica).

Dentro de la organización, se destacan por calidad localidades como Sierra Morena, La Cumbre, Villacorzo, Laguna del Cobre, Montecristo de Guerrero y Nuevo San Luis, obteniendo este último el galardón internacional de la taza de excelencia del año 2017. Hasta ahora, la exportación ha ampliado su mercado a aproximadamente 14 países, entre ellos Estados Unidos, Holanda, Japón, Italia y Suiza. Actualmente cuenta con certificaciones, entre las cuales destacan, Certimex, Naturlan, JAS, BioSuisse, Sello de pequeños productores, Max Heavelaar, Transfair, Dakks y Usda Organic, de Comercio Justo, mismos que rigen a la agricultura orgánica además de preservar el medio ambiente.

Con esto, una vez más, la proposición es apoyada cuando se menciona que se cumple de manera irrestricta con las etapas del proceso de producción.

Visita tres. En otra de las visitas a la organización, se entrevista a delegados municipales el 22 de junio del 2018 en las oficinas de la SPR, una de ellas fue dirigida a el C Joel Bulmaro Santizo Díaz delegado municipal, originario de Amatenango de la Frontera, quien manifestó que *"…hace 4 años iniciaron la renovación de sus cafetales, y aún continúa, por ello la producción de unas a otras localidades difiere y en algunas no existe la producción óptima debido a la edad de las plantas. Dentro de las ventajas que presenta el grupo, es que, al estar certificado, es posible mantener buenos precios para los productores. Dentro de las normas, se especifica que a los socios no se les puede comprar más de la cosecha estimada porque se tiene que respetar el recurso destinado para cada uno de ellos, por otra parte comenta que, la diferencia que existe entre la producción de café tradicional vs café orgánico consiste en que el café tradicional, crece como*

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

monte en las parcelas, tiene sombra de los árboles de sus alrededores, pero no se les da ningún manejo a las plantas durante el año, ni se les aplica fertilizantes, ni insecticidas; por el contrario, en la producción orgánica se debe limpiar alrededor de la planta, poner insecticidas y abonos orgánicos, estos últimos hechos principalmente con materiales de la región, deben tener arboles de sombra los cuales pueden ser de entre 5 y 10 especies diferentes, entre ellos árboles maderables o frutales." Igualmente, la proposición se apoya en el mismo punto anterior, de cumplir de manera irrestricta con las etapas del proceso de producción. De tal forma que, debe considerarse la planeación de un cafetal, etapa en la cual debe tomarse en cuenta la renovación de cafetales; por lo general las plantas mayores de 10 años se consideran viejas, por lo que se sugiere cambiarlas por plantas nuevas, (Pinto, 2015).

Se realizó otra entrevista en la misma fecha y lugar al C. Arlen Jairo Juárez López delegado municipal, originario de Ángel Albino Corzo, refiere que al realizar todas las actividades de manejo de las plantas con la nueva forma de producción, es decir, al realizar el proceso de producción en forma orgánica, los productores obtuvieron mayores cantidades de café al cosechar, además de que éste es de mejor calidad, lo que genera más utilidades al momento de venderlo, pues el aromático así cobra un mayor valor ante los compradores tanto nacionales como internacionales, entonces *"…la cantidad de quintales que se cosecha por hectárea es mayor si se utilizan productos químicos, al producir de manera orgánica, la producción es menor, sin embargo se igualan los precios dado que el café orgánico tiene un mayor valor en la bolsa de New York, y si además es de buena calidad les pagan un premio que varía del 10% al 30% del precio del café por quintal, dependiendo de la calidad del mismo."*

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Lo anterior, una vez más apoya la proposición de realizar diversas actividades, con la finalidad de obtener un producto orgánico de máxima calidad. Es decir, para la planeación de un cafetal se deben considerar diversas actividades, mismas que deben ser realizadas de manera absoluta, para que la producción de un cafetal sea orgánica, (Pinto, 2015).

Visita cuatro. El 3 de Julio del mismo año en la cabecera municipal de Ocuilapa, Municipio de Ocozocoautla, Chiapas; se entrevistó al C. Gustavo Pérez Jiménez, miembro fundador de la SPR, oriundo de Ocuilapa de Juárez, Municipio de Ocozocoautla, Chiapas; quien nos dijo *"…que hacia el año 2000 hubo una baja considerable en el precio del café, al grado de no ser suficiente para costear el corte del grano, por ello se fueron abandonando ciertos cafetales. Ante ello, algunos productores apoyados por gobernadores de estados cafetaleros- entre ellos Guerrero, Veracruz, Puebla, Oaxaca, Chiapas, Nayarit, Jalisco, Estado de México, Michoacán y San Luis Potosí, se reúnen para hacer un planteamiento al entonces presidente, Vicente Fox, argumentando que era necesario destinar recurso a la producción de café porque estaba siendo vendido a un costo muy bajo. Aunque en un principio no se mostraba respuesta positiva de parte del presidente de la república, al arribar a la ciudad de San Cristóbal de las Casas, se presentan ante él personas indígenas y comprende entonces las condiciones bajo las que vivía la población que había hecho la petición anterior, gracias a ello se logra que dieran una cifra establecida como apoyo, extra al costo de cada quintal."*

Luego comentó que entre el 2010 y 2014 se presenta la roya [52] que, aunque siempre había existido, en ese periodo fue más crítico; que a nivel nacional se producía aproximadamente 4,000,000 de quintales y, ante esta plaga para el 2016 apenas se

[52] La roya del cafeto ocasionada por el hongo Hemileia vastratix es una de las enfermedades más comunes y distribuidas a nivel mundial. Este hongo ataca a las hojas de los cafetos de todas las variedades

pasaban los 2,000,000 de quintales. Irónicamente, el hecho de que la roya haya atacado los cafetales tuvo una secuela positiva, pues hizo visualizar qué hacer y se decidió entre renovar cafetales o dar por terminada su producción; aproximadamente un 30% se dieron por vencidos y optaron por la segunda opción, el otro 70% sigue con el proceso de recuperación de la producción, en busca de un salto cuantitativo, estimando recuperar la cifra de producción para el año 2018.

De nueva cuenta, se observa como la proposición es apoyada al mencionar que se cumple de manera irrestricta con las etapas del proceso de producción. Por lo tanto, al elaborar la planeación de un cafetal debe considerarse la renovación de cafetales. En general los productores coinciden al referir que por lo general cada 6 meses reciben la visita de supervisores, mismos que representan a las instancias certificadoras, para corroborar que se estén aplicando los procedimientos establecidos para que la producción cumpla con las normas estipuladas, ya que, de no ser así, en el siguiente ejercicio pierden dicha certificación. La anterior medida es aplicada sobre todo sobre los nuevos integrantes de la organización, a los que ya tienen tiempo haciendo éstas prácticas y han cumplido en cada revisión, las visitas hechas por los supervisores a las parcelas las realizan una vez al año. Para llevar a cabo las visitas se toma una muestra de las parcelas totales, no se visitan todas cada año, las visitas van siendo de manera aleatoria, a menos de que en una de las visitas se tengan observaciones a solventar, en ese caso, sí son visitadas nuevamente los cafetales para corroborar que se llevaron a cabo las indicaciones sugeridas por la autoridad competente.

Cabe hacer mención que, el total de los productores conocen al personal que integra los diferentes niveles directivos de la SPR, por lo tanto, saben quién los dirige y representa ante las instancias correspondientes. En el nivel más alto de una empresa u organización se encuentran los niveles directivos, los cuales se encargan

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

de legislar políticas, crear normas y procedimientos que debe seguir la organización, también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de una organización o empresa.

Los niveles centrales o ejecutivos son los responsables del manejo de la organización, representan a los jefes de las diferentes áreas o supervisores se encarga de manejar planes, programas, métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, también velará el cumplimiento de las leyes y reglamentos obligatorios y necesarios para el buen funcionamiento de la organización, se encargan también de coordinar las actividades que se realizan en el nivel operativo, en éste nivel se encuentran entre otros a los gerentes y jefes de área.

Finalmente un nivel que está representado por el personal operativo o de apoyo, este personal forma parte fundamental en la producción o realización de tareas primarias, no tienen autoridad ni pueden delegar responsabilidades, su función es realizar de manera eficaz las actividades que se realizan dentro de la organización, son tareas rutinarias, programadas previamente por el nivel medio, que a la vez permiten especializarse en la actividad que se desempeña, precisamente por tratarse de tareas que se realizan de manera repetitiva, (Estrada, 2015)

Conclusiones

*****El análisis tanto del proceso organizativo como del proceso productivo de una Sociedad de Producción Rural, productora de café orgánico, ha sido el **objetivo central** de esta investigación.

*****Los principales beneficios que obtuvieron los productores al formar parte de la SPR, son capacitaciones, ventas con mayor facilidad, mejores precios, evitar el

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

intermediarismo, recibir apoyos de parte de la SPR (semillas o plantas para la renovación de sus cafetales, despulpadoras, patios de secado), entre otros.

*****Producir un café de calidad que les permite posicionarse, tanto en mercados nacionales como internacionales, al contar con la certificación como productores de café orgánico, les otorga una garantía de café de calidad, lo cual se ve reflejado en los precios en los que se vende el producto, además de mantenerse dentro de los gustos y preferencias, aún de los paladares más exigentes.

*****Derivado de los resultados de la investigación, se sugiere buscar más mercados donde se oferte el 100% de la producción del total de los socios para no tener que vender ni un solo kilo con los intermediarios, ya que éstos castigan altamente el precio del grano al momento de su compra.

*****En cuanto a la parte técnica, se sugiere proporcionar más capacitación a los productores, sobre todo los de nuevo ingreso, ya que la gran mayoría conoce qué actividades deben realizarse, pero en algunos casos requieren asesoría para aprender a realizar las labores de la manera establecida por la instancia certificadora.

Referencias

Archilles de Faria Mello, F. (2004). Desarrollo Organizacional. Enfoque Integral Editores. México.

Barrera, Juan & Parra M. (2012). El café en Chiapas y la Investigación en Ecosur. Consultado en agosto 2017. “Cafeticultura mexicana: crisis recientes y tendencias actuales”, en Pérez Akaki, P. y González, A., Del sabor a café y

sus nuevas invenciones. Escenarios cafetaleros de México y América Latina, FES Acatlán, UNAM, México.

Estrada Flores, Leydi Diana (2015). Tesis. Análisis del desarrollo de la ingeniería en gestión empresarial. Aguas Calientes, México.

Garzón Castillón, M. (2005). El desarrollo organizacional y el cambio planeado. Universidad del Rosario. Colombia.

Hall, Richard H. (1983). Organizaciones estructura y proceso*. Prentie/Hall international*. Nueva Zelanda.

Hernández y Rodríguez, Sergio (2006). Introducción a la administración. Teoría general administrativa: origen, evolución y vanguardia. Mcgraw-Hill Interamericana/Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.

Hernández R., Fernández C. y Baptista L. (2014). Metodología de la Investigación, *Mc Graw Hill*, D. F., México.

Pinto Morison, C. (2015). Desarrollo y funcionamiento de organizaciones productoras de café orgánico “Unión de Ejidos y comunidades San Fernando, SPR de RI”. Chiapas, México.

Trujillo Arriaga, F. (2013). Manual técnico para el manejo preventivo de la roya del cafeto. México, D. F.

La competitividad desde las competencias para la toma de decisiones en las organizaciones

Cp. Luz Mery Ortiz Sánchez[53]

Resumen

El presente artículo propone identificar las competencias que permiten la competitividad de los futuros administradores para la toma de decisiones en las organizaciones, a través de la revisión de literatura. El proceso inicia con la selección de referentes que abordan el concepto de competencias, con el fin de discriminarlas de acuerdo con la concepción entre competencias para el trabajo o para la vida; de acuerdo con su finalidad; el tipo de competencia, instrumental, intelectual o personal. Posteriormente, se revisa el concepto de toma de decisiones, se identifican las características y dimensiones para establecer su interacción. Con lo anterior se encuentra que la competitividad es el resultado del proceso de formación y la forma como en él se potencien tanto las competencias genéricas y específicas para la toma de decisiones, individualmente y/o en grupo, como aporte

[53] Contadora Pública, especialista en docencia investigativa universitaria. Actualmente adelanta estudios de la Maestría en Administración (MBA). Docente de tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económica y Contables de la Universidad Católica Luis Amigó. Correo electrónico: luz.ortizsa@amigo.edu.co, teléfono de contacto - celular: (574) 3015968253.

al logro de los objetivos de las organizaciones, eso les hace ser profesionales competitivos en el mercado laboral.

Palabras claves: competencias, toma de decisiones y competitividad

Introducción

La globalización, la cuarta revolución industrial y la inteligencia artificial, direccionan las nuevas dinámicas de las organizaciones en torno a desarrollar procesos de innovación y adaptación al cambio, de tal forma que les permita ser competitivas en un mercado altamente exigente. El factor determinante para afrontar ese reto está en los profesionales que toman decisiones en las organizaciones, lo que implica que las demandas de formación para el siglo XXI evalúen las competencias que se requieren potenciar en proceso de formación de los futuros profesionales, en este caso particular para los administradores, de tal forma que sean competitivos.

La revisión teórica aborda de manera individual las catergorias de competencias, toma de decisiones y competitividad. Posteriormente se establece la relación entre esas categorías y su influencia en la competitividad que demanda el mercado laboral que afrontarán los futuros profesionales de administración.

Hacer un recorrido por las competencias, implica reconocer la multiplicidad de definiciones, enfoques y tradiciones, lo que impide lograr concenso tanto en su concepción teórica y filosófica como en la forma de ponerla en práctica y más aún, su medición.

Es desde el análisis del discurso, como elemento implicito preliminar de la teoria fundametada, que este acercamiento y desarrollo inicial se propone como objetivo,

la identificación de las competencias que permiten la competitividad de los futuros administradores para la toma de decisiones en las organizaciones. Revisión de litarutura conducente a conclusiones sobre la actualidad de las intenciones que giran alrededor de los procesos formativos y la carga instutucional que hoy por hoy precede a la aplicación de este debatido concepto.

Referentes teóricos

Para iniciar, Bicocca cita a (Aristimuño, 2008; Mora, 2011) para definir la competencia como:

> capacidades, habilidades, destrezas, estrategias, entre otras. Se sostiene que las competencias hacen referencia tanto a la posibilidad de evaluar un comportamiento predictivo como a las características de la personalidad, devenidas en comportamientos, que generan un desempeño exitoso en un puesto de trabajo (2017, p. 273)

Esta definición gira alrededor de una concepción instrumental y utilitarista, orientada al éxito, dada la necesidad del logro de unos resultados previamente establecidos. Se resalta en esa definición la existencia de caraterísticas personales. En ese mismo sentido, Rychen y Salganik, (2006, p. 274) (citado por el mismo Bicocca) define competencia como “la habilidad para satisfacer con éxito exigencias complejas en un contexto determinado, mediante la movilización de prerrequisitos psicosociales que incluyen aspectos cognitivos y no cognitivo” (2017, p. 274). Continúa Alles (2009) (citado por Bicocca) indicando que las competencias “hacen referencia a las características de la personalidad, devenidas en comportamientos, que generan un desempeño exitoso en un puesto de trabajo”

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

(2006, p. 274). Una vez deja ver las debilidades de esos planteamientos instrumetalistas, Bicocca indica que:

> para aplicar una determinada habilidad, requiere ser capaz de leer, interpretar y comprender la gramática de la situación-problema que deberá enfrentar; es decir, requiere adquirir ciertas disposiciones cognitivas no operativas, como la reflexión, la comprensión, la captación de significados, entre otras, que le permitan descifrar lo complejo de una situación determinada para saber actuar frente a ella. Se trata de disposiciones no instrumentales y que son propias de otras dimensiones de la razón humana.(2017, p.275)

En su planteamiento se consideran aspectos que superan el instrumentalismo, requiriendo habilidades intelectuales, cuando hace referencia a la consideración de la dimensión de la razón humana.

De otra parte, es posible encontrar que Davies, Fidler, &Gorbis, (2011) (citado por Cobo, 2013), para referirse a las habildiades que requieren los trabajadores en el año 2020, definidas por Institute for the Future (IFTF) del University of Phoenix Research Institute (UPRI) relacionan las siguientes: captación del sentido; inteligencia social; pensamiento innovador y adaptativo; la competencia intercultural; pensamiento computacional; conocimientos sobre los nuevos medios; transdisciplinariedad; gestión de la carga cognitiva; colaboración virtual. Si bien estas habilidades como las llama Cobo se consideran aspectos instrumentales que se requieren para el mundo laboral, también se contemplan aspectos intelectuales como transdiciplinariedad y gestión de la carga cognitiva.

Además, de las habilidades instrumentales e intelectuales, las habilidades personales son requeridas, lo indica Dede (2010), (citado por Cobo, 2013) son requeridas pensamiento crítico; búsqueda, síntesis y difusión de información;

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

habilidad para la creatividad e innovación;destreza para la colaboración;capacidad de aprender contextualmente; dirección propia; capacidad de comunicación.

Cambiando de perspectiva, se encuentra dos concepciones de las competencias que merecen ser revisadas, la de Lluch Molins, L., & Portillo Vidiella, M. C. (2018) quienes desarrollan su investigación en competencias de aprender a aprender y Garcia, B., Milan, L & Diaz, M. (2017) de competencias para la vida presentada. La competencia de aprender a aprender "tiene un indudable interés porque pone en marcha un proceso de metacogitivo: observación del aprendizaje, para conseguir el aprendizaje significativo sobre el aprendizaje significativo" Lluch Molins, L., & Portillo Vidiella, M. C. (2018, p.63), como se observa esta concepción tiene objetivos por encima del mero instrumentalismo, al hacer referencia a que deben llevar procesos de metacogitivo, con trascendencia para la vida, no solo para el trabajo.

Se concibe especialmente como un proceso en construcción permanente, en donde son importantes las relaciones sociales. Este tipo de competencias se desarrollan bajo tres dimensiones según Boekaerts, (1999) y Bolívar, (2009b) (citados por cita Lluch Molins, L., & Portillo Vidiella, M. C. a).

> La dimensión cognitiva: planificación, organización, auto-instrucción, autocontrol y autoevaluación durante el proceso de aprendizaje. La dimensión metacognitiva: comprender y controlar los propios procesos cognitivos y monitorizar el aprendizaje, mediante la conciencia de dichos procesos. La dimensión motivacional, afectiva y emocional: atribución de sentido al aprendizaje, que afecta al uso y desarrollo de los componentes cognitivos y metacognitivos. (2018. p.65).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Ahora, Mangrulkar, L., Whitman, C.V., Posner, M., 2001; UNESCO, 2004 (citados por Garcia, B., Milan, L & Diaz, M. 2017) definen las competencias para la vida como el “un conjunto de capacidades, conocimientos, destrezas, habilidades, aptitudes, valores y actitudes necesarias para el desarrollo humano” (p.1197). Esta definición no dista de otras en cuanto a la categoría, pero si profundamente en torno al alcance que tiene en el ser humano, lo ratifica cuando parte de que:

> la educación para la vida radica en la necesidad de valorar la vida, de identificar y desarrollar de forma integral todas las potencialidades de cada persona para ponerlas al servicio de la sociedad, tanto en cuestiones laborales y profesionales, pero principalmente como ciudadanos considerando el bien común desde la propia identidad, la autonomía, la libertad, la pluralidad y la diversidad. (p. 1166)

Se encuentra en este planteamiento una clara visión de unas competencias con carácter holístico, que abarcan los espacios y los roles en el que las personas se se relacionan día a día. Se resalta de esta concepción, el considerar que las potencialidades se ponen al servicios de la sociedad, no limitándose a la satisfacción de las necesidades de las organizaciones. En ese sentido, las competencias para la vida, tienen un contexto mas amplio y deben darse de la mano con las competencias de las diferentes áreas del conocimiento. Estos planteamientos se dan en el contexto europeo, pero indiscutiblemente se convierten en un referente para el contexto latinoamericano.

La propuesta concreta de Garcia, B., Milan, L & Diaz, M. (2017) gira en torno a las competencias para la vida, las clasifican en las categorías de autodeterminación y

cuidado de sí; se expresa y se comunica; piensa crítica y reflexivamente; aprende de forma autónoma; trabaja en forma colaborativa y participa con responsabilidad en la sociedad. En su propuesta desarrolla para cada una de ellas, una serie de aprendizajes básicos para la vida de manera detallada a partir de diferente autores(p.1169-1173).

De otra parte, Sternberg y Subotnik (2006) (citados por Scott, C.L. 2015) proponen que la educación gire en torno a desarrollar las capacidades de los estudiantes, lo que han denominado las 3R.

> razonamiento (pensamiento analítico y crítico y capacidades de resolución de problemas); resiliencia (competencias para la vida, como la flexibilidad, la adaptabilidad y la autonomía) y responsabilidad (sabiduría o la aplicación de la inteligencia, la creatividad y el conocimiento en pro de un bien común). (p.3).

Esta propuesta de educación se aleja de una categorización alrededor de la finalidad de las competencias, es decir, las que se plantearon en párrafos anteriores, en relación con los escenarios en donde se pondrán a prueba esas competencias, se centra entonces en agrupar acciones de aprendizaje.

Para la misma época, Warner (2006) (citado por Scott, C.L.) propone el currículo basado en las “nuevas 3R”, Estas catégorias, no detallan aprendizajes específicos, como si lo hacen las 3R iniciales, más bien, se pueden leer a la luz del conocer, hacer y ser, como lo plantean otras referentes. Rigor, relevancia y respeto.

> Con rigor, se hace referencia a las aptitudes y capacidades que los estudiantes adquieren como resultado de su aprendizaje. Con la relevancia, se apunta a su comprensión de cómo su aprendizaje

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

> está conectado con los desafíos del mundo real actual y con su trabajo futuro. Con el respeto, se hace referencia a la promoción de relaciones respetuosas entre docentes y estudiantes que fomenten las aptitudes académicas y sociales. (2015, p.3)

De manera mas concreta y centrados en la necesidad de apoyar la adopción de decisiones, Levy y Murnane (2004) (citado por Scott, C.L. 2015. p.3) consideran las competencias de pensamiento especializado, el uso de meta-conocimiento y conocimientos detallados. Este aporte es importante en la medida que es posible relacionar las competencias con la toma de decisiones.

Desde una visión mas profesionalizante, a partir el Proyecto de Evaluación y Enseñanza de las Competencias del siglo XXI (ATC21S), se esbosa cuatro categorias internacionales: maneras de pensar, maneras de trabajar, herramientas para trabajar y competencias para vivir en el mundo, así lo proponen Griffin, McGaw y Care, (2012) (citado por Scott, C.L., 2015. p.4).

En ese mismo sentido, la Cooperación Económica de Asía y el Pacífico (APEC), hace referencia a las competencias como “los conocimientos, capacidades y actitudes necesarias para ser competitivos en la fuerza laboral requeridas para el siglo XXI, en esa línea determinaron cuatro competencias globales: aprendizaje a lo largo de toda la vida, resolución de problemas, autogestión y trabajo en equipo” APEC, (2008) (citado por Scott, C.L. p.3).

Según un estudio realizado en Estados Unidos, Barry, (2012), (citado por Scott, C.L. p.4) indica las diez competencias requieridas que los estudiantes necesitan laboralmente en el siglo XXI, pensamiento crítico, comunicación, liderazgo, colaboración, adaptabilidad, productividad, rendición de cuentas, innovación,

ciudadanía mundia, emprendimiento, capacidad de acceder a la información, analizarla y sintetizarla.

En los tres planteamientos expuestos se evidencia una orientación marcada por la definición de competencias para el trabajo. No se relaciona, por lo menos de manera explicita, el requerimientos de competencias del ser.

Tabla 1. Definiciones de competencias

AUTOR	DEFINICIÓN	FINALIDAD	CONCEPCIÓN
Aristimuño, (2008) y Mora, (2011)	Capacidades, habilidades, destrezas, estrategias, entre otras.	Desempeño exitoso en el trabajo	Para el trabajo
Rychen y Salganik, (2006)	Habilidad	Satisfacer con éxito exigencias complejas en un contexto	Para el trabajo
Alles (2009)	Características de la personalidad	Desempeño exitoso en un puesto de trabajo	Para el trabajo
Mangrulkar, L., Whitman, C.V., Posner, M., (2001); UNESCO, (2004)	Conjunto de capacidades, conocimientos, destrezas, habilidades, aptitudes, valores y actitudes	El desarrollo humano	Para la vida
Griffin, McGaw y Care, (2012)	Conocimientos, capacidades y actitudes	Ser competitivos en la fuerza laboral requeridas para el siglo XXI	Para el trabajo

Fuente: Construcción propia a los autores referenciados en la tabla

Con lo anterior, desde las competencias génericas, si bien algunos autores reconocen la necesidad de potenciar compertencias para la vida y para aprender a aprender, tambien es claro que muchos otros, especialmente los organismos internacionales que tienen ingerencia en la economía y la productividad de las naciones, hacen especial énfasis en las competencias para el trabajo, lo cual se ha convertido en un referente orientador para las instituciones educativas, por no

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

llamarle imposición. Lo que hace que mas temprano que tarde, estas hayan tenido que revisar sus curriculos para adaptase a esos requierimientos.

Una vez identificadas las competencias genéricas, se hace una revisión de las competencias específicas para el ejercicio profesional de los administradores, eje central del trabajo de la investigación. Para iniciar se retoma a Montenegro et al., (2016) quienes hacen una análisis de las competencias desde la educación, como resultado de su investigación, los profesores y directivos acdémicos, al referirse a las competencias que deben tenerse en cuenta en el proceso de formación en los programas de administración, llama la atención que se categoriza la toma de decisiones como una competencia y no como una actividad propia que requiere de unas competencias. Además se le asigna un 60% de importancia, lo cual se considera un alto porcentaje (este resultado será tenido en cuenta cuando se desarrolle el tema de la toma de decisiones); el otro 40% de competencias se distribuyen en un 20% a la capacidad de análisis; y el porcentaje restante corresponden a competencias en habilidades de lectura, redacción, ortografía e interpretación de textos, datos financieros y matemáticos; dentro de las competencias de lectura y escritura se destaca que estas contribuyen directamente a un manejo adecuado de las competencias comunicativas. (Montenegro et al., 2016, p.214)

También desde desde la educación, pero a partir de la perspectiva de académicos y empleadores, se presenta las cinco principales competencias genéricas y específicas que deben ser desarrolladas para la disciplina administrativa, en el caso particular para Colombia. Como competencias genéricas están: compromiso ético; compromiso con la calidad; la capacidad de tomar decisiones; la capacidad para identificar, formular y resolver problemas. En cuanto a las competencias específicas, se encuentran: desarrollar la planificación táctica, operativa y

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

estratégica; utilizar el liderazgo para el logro de la meta de la organización; gestionar y desarrollar el talento humano en la organización; detectar oportunidades para emprender nuevos negocios o desarrollar nuevos productos y tomar decisiones sobre inversiones, financiación y gestión de los recursos financieros de la organización. Castrillón, (J., & Cabeza, L., & Lombana, J., 2015).

Desde este planteamiendo, se resalta la última competencia específica, en torno a la toma de decisiones, al prespecto se deja claro que en términos de esta investigación, la toma de decisiones no se asume como una compentencia ni específica, ni mucho menos genérica. En cambio, se desarrolla como un proceso metacognitivo, que se construye a partir de la relación de factores: del (los) individuo (s) que decide(n); “las situaciones que las propician, en la mayoría de los casos, determinados problemas, oportunidades, y riesgos organizacionales” (Rodríguez, 2014. p.20) y el contexto.

Método

El desarrollo del trabajo parte de la revisión de literatura para la reconstrucción del estado conceptual de las competencias, la toma de decisiones y la competitividad, para el análisis de contenido. Posteriormente se sistematiza dicha informcación en tablas que en las que se identifican las deficiones, finalidades, concepciones, características, tipos y dimensiones. La conclusión que se plantea esta sustentada en la teoría fundamentada que “se derivada de datos recopilados de manera sistemática y analizados por medio de un proceso de investigación. En este método, la recolección de datos, el análisis y la teoría que surgirá de ellos guardan estrecha relación entre sí” (Strauss, A. L., Corbin, J., & Zimmerman, E., 2002. p.21)

Con lo anterior, se presenta una síntesis de las comperencias, a partir de los

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

planteamientos de los autores que se referencian y se caracterizan según el tipo: instrumental, intelectual o personal; según la concepción o finalidad: para el trabajo y/o para la vida; caterigoría de la competencia: genérica o específica y el autor.

Tabla 2. Clasificación de las competencias

COMPETENCIA	TIPO	CONCEPCIÓN	CATEGORÍA	AUTOR
° Captación del sentido ° Inteligencia social ° Pensamiento innovador y adaptativo ° Competencia intercultural ° Pensamiento computacional ° Conocimientos sobre los nuevos medios ° Transdisciplinariedad ° Gestión de la carga cognitiva ° Colaboración virtual	Instrumental Intelectual	Para el trabajo	Genérica	Davies, Fidler, &Gorbis, (2011) (citado por Cobo, 2013) Institute for the Future (IFTF) del University of Phoenix Research Institute (UPRI)
° Pensamiento crítico búsqueda, síntesis y difusión de información ° Habilidad para la creatividad e innovación ° Destreza para la colaboración ° Capacidad de aprender contextualmente ° Dirección propia ° Capacidad de comunicación	Instrumental Intelectual Personal	Para el trabajo	Genéricas	Dede (2010), (citado por Cobo, 2013)
° La dimensión cognitiva: planificación, organización, auto-instrucción, autocontrol y autoevaluación durante el proceso de aprendizaje; ° La dimensión metacognitiva: comprender y controlar los propios procesos cognitivos y monitorizar el aprendizaje, mediante la conciencia de dichos procesos; ° La dimensión motivacional, afectiva y emocional: atribución de sentido al aprendizaje, que afecta al uso y desarrollo de los componentes cognitivos y metacognitivos	Intelectual Personal	Para el trabajo Para la vida	Genéricas	Boekaerts, (1999) y Bolívar, (2009b) (citados por cita Lluch Molins, L., & Portillo Vidiella, M. C. a) (2018)
° Autodeterminación y cuidado de sí; ° Se expresa y se comunica ° Piensa crítica y reflexivamente; ° Aprende de forma autónoma; ° Trabaja en forma colaborativa ° Participa con responsabilidad en la sociedad	Personal	Para la vida	Genéricas	Garcia, B., Milan, L & Diaz, M. (2017)
Las 3R	Intelectual Personal	Para la vida	Genéricas	Sternberg y Subotnik (2006) (citados por

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

° Razonamiento (pensamiento analítico y crítico y capacidades de resolución de problemas); ° Resiliencia (competencias para la vida, como la flexibilidad, la adaptabilidad y la autonomía) ° Responsabilidad (sabiduría o la aplicación de la inteligencia, la creatividad y el conocimiento en pro de un bien común)				Scott, C.L. 2015)
Nuevas 3R ° Con rigor: se hace referencia a las aptitudes y capacidades que los estudiantes adquieren como resultado de su aprendizaje. ° Relevancia: comprensión de cómo su aprendizaje está conectado con los desafíos del mundo real actual y con su trabajo futuro. ° Respeto: promoción de relaciones respetuosas entre docentes y estudiantes que fomenten las aptitudes académicas y sociales.	Instrumental Intelectual Personal	Para el trabajo Para la vida	Genéricas	Warner (2006) (citado por Scott, C.L., 2015)
° Pensamiento crítico ° Comunicación ° Liderazgo ° Colaboración ° Adaptabilidad ° Productividad ° Rendición de cuentas ° Innovación ° Ciudadanía mundial ° Emprendimiento ° Capacidad de acceder a la información, analizarla y sintetizarla	Instrumental Intelectual	Para el trabajo	Genéricas	Barry, (2012), (citado por Scott, C.L., 2015. p.4)
° Pensamiento especializado ° Uso de meta-conocimiento ° Conocimientos detallados	Instrumental Intelectual	Para el trabajo	Específicas para la toma de decisiones	Levy y Murnane (2004) (citado por Scott, C.L., 2015)
° Maneras de pensar ° Maneras de trabajar ° Herramientas para trabajar ° Competencias para vivir en el mundo	Instrumental	Para el trabajo	Específicas	Griffin, McGaw y Care, (2012) (citado por Scott, C.L. p.4) a partir el Proyecto de Evaluación y Enseñanza de las Competencias del siglo XXI (ATC21S)

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

° Capacidad de análisis ° Competencias en habilidades de lectura, redacción, ortografía e interpretación de textos, datos financieros y matemáticos	Instrumental	Para el trabajo	Específicas	Montenegro et al., 2016, p.214
° Compromiso ético ° Compromiso con la calidad ° Capacidad de tomar decisiones ° Capacidad para identificar, formular y resolver problemas	Instrumental Personal	Para el trabajo	Genéricas	Castrillón, J., & Cabeza, L., & Lombana, J. (2015).
° Desarrollar la planificación táctica, operativa y estratégica ° Utilizar el liderazgo para el logro de la meta de la organización ° Gestionar y desarrollar el talento humano en la organización ° Detectar oportunidades para emprender nuevos negocios o desarrollar nuevos productos ° Tomar decisiones sobre inversiones, financiación y gestión de los recursos financieros de la organización	Instrumental	Para el trabajo	Específicas	Castrillón, J., & Cabeza, L., & Lombana, J. (2015).

Fuente: Construcción propia a partir los autores referenciados en la tabla

En ese sentido, se deja ver que la toma de decisiones giran en torno al proceso administrativo, en el cual se da la planeación, organización, dirección y control como aspectos fundamentales para el logro de sus objetivos. Para su éxito, de manera recurrente se toman decisiones -individuales o grupales-, es por ello, que se ha convertido en un aspecto de vital importancia, por cuanto es objeto de estudio desde la teoría organizacional, la teoría de la toma de decisiones y la teoría del análisis de las decisiones, las dos últimas abordadas por Meacham (2004), (como cita Rodríguez, 2010).

De esa manera, abordar la toma de decisiones, requiere como lo plantea Rodriguez, Y. (2014) conceptualizarla como

> un proceso informacional que se desarrolla por individuos o grupos para solucionar problemas y aprovechar oportunidades

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

> organizacionales. En el mismo se analizan, mediante la consecución de determinadas etapas, un conjunto de alternativas de solución/decisión para identificar la mejor de ellas, de forma que el decisor pueda desplazarse de una posición actual, en que se encuentra, a la posición que se quiere estar (ideal), en consecuencia con las metas, objetivos y razón de ser de la organización. (p.18)

Esta defición recogen concepciones de diferentes autores que en su mayoría coinciden en que es un proceso, (Nutt(Olson , 2010)(; Huber, 1980), Schein (Martínez y Almaguer, 2001), Fichman (2003) y por tanto, deben considerar una secuencia de acciones; otros la definien como acciones, funciones o etapas (Díaz, 2004), (Bataglia, 2006), (Hung, Huang y Gosling, 2011), (citados por Rodriguez, Y. (2014, p.17-18). En la mayoría de los casos esas categorias giran alrededor de la elección, selección o escogencia, sobre alternativas, problemas u oportunidades. Algunas de esas deficiones, se plantean de manera general, y otras especificamente en el contexto organizacional.

En esos planteamientos, se deja claro que la toma de decisiones son realizadas tanto por individuos como por grupos, ese aspecto se resalta en la medida que toma reelevancia el que al revisar las competencias, se encotró que especialmente los empleadores hacen énfasis a la necesidad de potenciar la comperencia de trabajo en equipo.

Como referente importante de la toma de decisiones, es necesario tener en cuenta la existencia de modelos de decisión, identificar los elementos y factores de las decisiones, la información necesaria para la toma de deciones; así como los compomentes, en cuanto a la evaluación de las situaciones a resolver, la condiciones particulares de los sujetos que toman las decisiones, y como aspecto

protagónico los aspectos contextuales que determinan la elección adecuada. Además, conocer las dimensiones que conforman la toma de decisiones estratégicas (que aplican también para los demás niveles de decisión operativas, tácticas), procesal, de comportamiento y organizacional, aspectos que profundiza Rodirguez Y. (2014) Para el objeto de este escrito, se abordan principalmente esas demensiones, por cuanto se considera que desde ahí se determinan las competencias que se requieren para la competitividad de los futuros profesionales de administración. En la siguiente tabla se sinterizan las dimensiones que deben ser tenidas en cuenta al momento de tomar decisiones en las organizaciones.

Tabla 3. Dimensiones de la toma de decisiones

CARACTERÍSTICAS	**DIMENSIONES**		
	Procesual	**De Comportamiento**	**Organizacional**
Preguntas orientadoras	Cómo se hace	Quién lo hace	Con qué condiciones
Escencia	El proceso	El individuo	La organización
Descripción	Se centra en las etapas que hay que seguir para llegar a tomar una decisión, prioritariamente de la forma en que se desarrolla el proceso	° Reconoce y enfatiza las preferencias y principales características de los individuos al usar información para la toma de decisiones. ° Estados emocionales. ° Modelo mental, hábitos, preferencias. ° Patrones socio-culturales.	Profundiza sobre las condiciones y capacidades organizacionales necesarias para desarrollar un adecuado proceso de decisión
Interacción	Esta concepción y diseño, valora, entre otros aspectos de interés, los flujos de información, las fuentes informacionales, el enfoque procesual informativo, los elementos cognitivos y de comportamiento que caracterizan e influyen en los decisores, y los aspectos y factores organizacionales que garantizan mayores capacidades y fortalezas institucionales para la toma de decisiones estratégicas.		

Fuente: Construcción propia a partir de Rodriguez (2014)

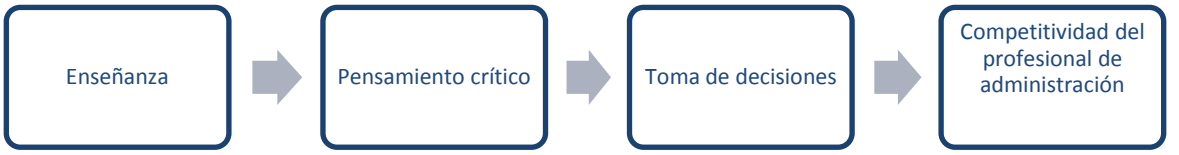
CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

En relación a quién toma las decisiones, afirma Rodriguez (2014) que “es sumamente difícil que los individuos cuenten con todas las capacidades cognitivas necesarias para a frontar los problemas u oportunidades complejas” (p.24), finalmente es sobre los cuales que se toman decisiones. Se reconoce entonces, las limitaciones que tienen los individuos, Simon (1976) y Choo (1998) , (citado por Rodríguez, 2014) listan las habilidades mentales, hábitos y reflejos; la extensión del conocimiento y la formación que posee; y los valores o conceptos de propósito que pueden discrepar de los objetivos de la organización. Centrados en el sujeto, Moody (1983), citado por (citado por Rodríguez, 2014), presenta como un factor determinante en la toma de decisiones, “lo competente que sea la persona”, en este caso entendido más desde las competencias que desdes la competitividad.

Resultados

Concretando ideas, abordar las comperencias implica reconocer que se presentan problemas en la enseñanza, porque existen problemas en el desarrollo del pensamiento crítico, este influye la falta de asumir posturas para la toma de decisiones. De esa manera, no basta con que en el proceso formación se oriente solo a lograr un pensamiento crítico en los estudiantes, sino que a partir de él, logre trasceder hacia el uso y aplicación de esa competencia, es decir que se tendrá que tener en cuenta el para qué ese pensamiento crítico, a través de la toma de decisiones en el contexto organizacional. Ahí radica el problema fundamental de los administradores del siglo XXI, asunto que debe ser tenido en cuenta para que sea competitivo.

Figura 1. La competitividad desde la enseñanza



Fuente: Construcción propia

Bajo el anterior esquema, se concibe que la competitividad se da como resultado de un proceso de enseñanza, en el cual se potencian las competencias genéticas y específicas para resolver situaciones problemáticas, oportunidades o riesgos organizacionales, de tal manera que éstas logrén sus objetivos. En esa misma dinámica se plantea que la competitividad es la materialización de competencia que se tienen para la toma de decisiones.

Referencias

Bicocca-Gino, R. M. (2017). Análisis crítico-filosófico de las potencialidades educativas de la enseñanza basada en competencias. Educación y Educadores, 20(2), 267-281. DOI: 10.5294/edu.2017.20.2.6

Castrillón, J., & Cabeza, L., & Lombana, J. (2015). Competencias más importantes para la disciplina administrativa en Colombia. Contaduría y Administración, 60 (4), 776-795.

Cobo, (2013). ¿De qué hablamos cuando nos referimos a «competencias para la innovación»?. Revista de Sociología de la Educación-RASE, ISSN-e 2605-1923, Vol. 6, Nº. 2. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5144567

Garcia, B., Milan, L & Diaz, M. (2017). Aprendizajes para la vida que generan competitividad. En A. Vizcaíno, A. (Presidencia), Título del XI Congreso de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.

Lombana, J., Cabeza, L., Castrillon, J., & Zapata, A. (2014). Formación en competencias gerenciales: Una mirada desde los fundamentos filosóficos de

la administración. Estudios Gerenciales, 30(132), 301+. Retrieved from http://link.galegroup.com/apps/doc/A376851075/GPS?u=tdea&sid=GPS&xid=12a1e4e5

Luch Molins, L., & Portillo Vidiella, M. C. (2018). La competencia de aprender a aprender en el marco de la educación superior. Revista Iberoamericana De Educación, 78(2), 59-76. Recuperado a partir de https://rieoei.org/RIE/article/view/3183

Montenegro-Velandia, W., Cano-Arroyave, A., Toro-Jaramillo, I., Arango-Benjumea, J., Montoya-Agudelo, C., Vahos-Correa, J., Pérez-Villa, P., & Coronado-Ríos, B. (2016). Estrategias y metodologías didácticas, una mirada desde su aplicación en los programas de Administración.*Educación y Educadores, 19*(2), 205-220. Recuperado de http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/6151

Rodríguez, Y., 2014. Modelo de uso de información para la toma de decisiones estratégicas en organizaciones de información cubana (tesis doctoral). Recuperado de https://hera.ugr.es/tesisugr/23997461.pdf.

Scott, C. L. (2015). El futuro del aprendizaje 2 ¿Qué tipo de aprendizaje se necesita en el siglo XXI? *Investigación y prospectiva en educación - documentos de trabajo.*, 1-19. Obtenido de http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002429/242996s.pdf

Strauss, A. L., Corbin, J., & Zimmerman, E. (2002). Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada.

Toro, J, et al (2013), Educación y didáctica en el contexto del saber administrativo de los programas de administración. Revista Xihmai VIII (15), 7-34. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4164234

Impacto de los medios de difusión como método estratégico para el posicionamiento de mercado. Caso de estudio: Abastecedora del Hogar, S.A. de C.V. Tapachula, Chiapas.

Dra. María Teresa Salazar Chang[54] Dra. Lucía Juanita Rodríguez López[55], Dr. José Yee De los Santos[56], Mtro. Cándido Chan Pech[57]

Resumen

Se estudian los medios de difusión de mayor incidencia como método estratégico para el posicionamiento de mercado en la Abastecedora del Hogar, S.A. de C.V. en

[54] Profesora de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Chiapas, Doctorado en Administración, Adscrita a la Facultad de Ciencias de la Administración, Campus IV, experiencia laboral: funciones administrativas y directivas en empresas privadas y pública: SENASICA desempeñando diferentes puestos administrativos y de confianza, actualmente en la docencia, correo electrónico de contacto: maytesacha@hotmail.com, celular de contacto: 962 137 7472, teléfono de la institución: 962 625 0696.

[55] Profesora de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Chiapas, Doctorado en Educación, adscrita en la Escuela de Humanidades, Campus IV, experiencia laboral: despacho Contable, actualmente en la docencia, correo electrónico de contacto: lucyjrl@hotmail.com, celular de contacto: 9621096444), teléfono de la institución: 962 628 2287 ext. 105.

[56] Profesor de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Chiapas, maestro en dirección ejecutiva de negocios, adscrito a la Facultad de Ciencias de la Administración Campus IV, experiencia laboral: docencia, correo electrónico de contacto: jyee55@hotmail.com, teléfono de contacto: 962 143 1866, teléfono de la institución: 962 625 0696.

[57] Profesor de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Chiapas, Doctorado en pedagogía crítica y educación popular, adscrito en la Escuela de Humanidades, Campus IV, experiencia laboral; docencia, correo electrónico de contacto: c.chan@live.com.mx, teléfono de contacto 962 152 8330, teléfono de la institución: 962 628 2287 ext. 105.

Tapachula, Chiapas. Se pretende resolver la pregunta: ¿De qué manera impactan los medios publicitarios en el posicionamiento de mercado y el incremento en las ventas de la empresa Abastecedora del Hogar, S.A. de C.V.?, considerando como objetivo: diagnosticar e identificar el impacto de los medios publicitarios como método estratégico en el posicionamiento de mercado y el incremento en las ventas de Abastecedora del Hogar, S.A. de C.V. Se analizaron cinco teorías motivacionales para medir: comportamiento del consumidor, aprendizaje conductual, normas de cultura por la necesidad de pertenencia, diversas jerarquías de necesidades humanas y la de utilización de sentimientos y emociones como motivadores de compra . La investigación se enmarca en el modelo cualitativo y se utiliza el cuestionario como instrumento para explorar los medios de difusión como método estratégico.

Palabras claves: Difusión, estrategias, posicionamiento de mercado.

Introducción

En la actualidad, la publicidad ha cobrado mayor importancia gracias a los medios de comunicación. Hoy en día, la publicidad se escucha y se ve en todas partes, al ir de un lugar a otro se puede observar vallas publicitarias en los autobuses o escuchar en la radio propagandas, al leer una revista o periódico se distingue los anuncios publicitarios, como también al navegar por internet se puede examinar variedad de banners y propagandas. La publicidad del mismo modo que los medios de comunicación ejerce una enorme influencia en el hombre para adquirir un producto y se deja manipular por los medios publicitarios y posee una fuerza de persuasión, modeladora de actitudes y comportamientos. Actualmente, la publicidad se vale de muchos medios para vender un producto y para manipular la mente humana según sus deseos y necesidades. Las varias teorías existentes sobre el

comportamiento del consumidor tratan de hacerlo ver con mayor claridad; lo realmente importante es encontrar la incidencia como método estratégico de los medios publicitarios por los que una organización puede posicionarse en el mercado e incrementar sus ventas. La presente investigación tiene su origen en la necesidad de diagnosticar e identificar el impacto de los medios publicitarios como método estratégico en el posicionamiento de mercado para el incremento de las ventas en la empresa Abastecedora del Hogar, S.A. de C.V. Se realiza el análisis de las teorías clásicas del comportamiento del consumidor y se presenta un método propio de análisis de las principales teorías que coadyuva a la elaboración y diseño del cuestionario de evaluación para identificar los medios publicitarios que impactan para el posicionamiento en el mercado, un análisis de cada uno de los bloques que comprende el instrumento de medición, los resultados encontrados serán de utilidad para establecer los factores con mayor incidencia en las posibles estrategias de publicidad que no utiliza la empresa y así también las orientadas a la mejora como método estratégico que contribuya al incremento de las ventas.

Referentes teóricos

Los medios publicitarios o de comunicación deben ser considerados en las empresas como una meta prioritaria en el programa total de comunicación. Una campaña publicitaria puede realizarse a través de diversos medios, los cuales deben ser seleccionados considerando las características del producto o servicio a promocionar, así como el objetivo de la campaña y los recursos con que cuenta la organización. (Münch, 2005, p. 75). La empresa debe utilizar los diferentes tipos de difusión para poder hacer llegar determinado mensaje de un producto o servicio. La decisión acerca del medio a utilizar dependerá en gran medida del presupuesto con que cuente la organización. Los medios publicitarios se dividen en dos grupos principalmente, los medios masivos y los medios complementarios. Los primeros

afectan un gran número de personas y por lo tanto tienen un costo muy elevado. Por su parte, los medios complementarios afectan un menor número de personas y su costo es muy bajo en comparación con los medios masivos. (Hernández García, 2012, p.116). A continuación se describen las ventajas de cada uno de ellos (Hernández García, 2012, págs. 28-32):

Televisión. Es un medio de entretenimiento muy popular entre la sociedad mexicana. Sus ventajas son: llega a todos los estratos sociales; se pueden seleccionar determinadas aéreas geográficas para su implementación; los productos se aprecian bien debido a que son de buena calidad las presentaciones por este medio y se ven a todo color; su audiencia es muy amplia; se pueden introducir líderes de opinión en los mensajes de los productos, que así llaman la atención de los clientes potenciales y; se puede escoger determinado horario dependiendo del producto que se está anunciando. Este medio también tiene desventajas como son: el mensaje no es permanente, solo es presentado de manera breve y por determinado tiempo; el costo de la implementación de este medio es relativamente costoso; existe desconfianza del público que observa estos mensajes, ya que en este medio se pueden utilizar efectos que hacen que sea más atractivo el mensaje pero que a su vez hacen que se genere desconfianza; es limitada la disponibilidad de tiempo en la que se transmiten los mensajes; la audiencia en algunas ocasiones ignora los mensajes transmitidos por este medio y; no se puede calcular con seguridad el tamaño de la audiencia.

Cine. Es un medio que permite llegar a audiencias de mayor tamaño, presenta ventajas como: audiencia cautiva; clasificación del público que se quiere que vea el mensaje; mayor nitidez ya que los anuncios se ven mejor por el gran tamaño de las pantallas donde se transmite este tipo de mensajes; a diferencia de la televisión son menos los anuncios que se transmiten por este medio y existe mayor probabilidad

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

de captación de la publicidad anunciada; los productos anunciados por este medio ganan más prestigio. Sin embargo, son poco selectivos en cuanto a la edad, sexo, y nivel socioeconómico del público meta y tienen un costo demasiado alto.

Radio. La radio permanece fuerte en el escenario publicitario, logrando llegar a un gran número de la población, puesto que casi todas las personas cuentan con radio tanto en sus hogares como en sus automóviles por ello, sus principales ventajas son: es más económica que los medios anteriores; el mensaje puede cambiarse con rapidez; se puede elegir la duración del mensaje; se puede seleccionar el lugar geográfico donde se va a publicar el mensaje. Desventajas: solo se transmiten sonidos; puede existir ruido que interfiera en la atención del oyente y el mensaje es breve y transitorio.

Periódico. El periódico llega a un gran porcentaje de gente dentro del mercado local a costos relativamente bajos y suelen ser considerados por sus lectores como una fuente fidedigna de información, brindando confianza en los anuncios publicados. Ventajas: su publicación se realiza con frecuencia; la empresa que publique su anuncio por este medio puede tener mayor extensión; existe mayor atención, debido a que la mayoría de la gente que compra el periódico lo lee más a detalle; es accesible a los pequeños comerciantes que desean anunciarse a través de este medio; en los últimos años ha crecido la utilización de este medio; el lector puede leer varias veces un anuncio a diferencia de los anteriores medios, ya que lo tiene impreso y lo puede releer si no lo comprende. Desventajas: no es selectivo, hablando de los grupos socioeconómicos, ya que va dirigido al público en general; la calidad de impresión no es muy buena, ya que en su mayoría es impreso en escala de grises y es poco estético; cuando existen muchos anuncios, el lector puede pasarlos sin ser leídos.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Revistas. La revista es considerada básicamente un medio nacional gracias al cual se puede llegar a grupos específicos con intereses particulares. Sus principales ventajas son: alta selectividad del público meta; mayor prestigio; buena calidad de impresión; los anuncios son atractivos debido a su colorido; poseen selectividad geográfica para su distribución; un ejemplar puede ser leído por varias personas sin necesidad de adquirirlo. Desventajas: tiempo prolongado de dominio y su costo global es elevado.

Correo directo. Cualquier anuncio que se envíe por correo a los clientes potenciales es conocido como correo directo, algunos ejemplos son los volantes, tarjetas postales, folletos, entre otros (Ornelas, 2008). Sus ventajas son: puede ser utilizado por anunciantes de todo tipo, sin importar el tamaño o giro de la empresa a publicitar y los anunciantes pueden seleccionar a las personas a las que les hará llegar la publicidad y las áreas geográficas de interés. Su principal desventaja es que se considera relativamente caro.

Publicidad exterior. “Las carteleras que se atienden a los patrones de tamaño, diseño y método de construcción que se estableció, se clasifica como publicidad exterior” (Ornelas, 2008, pág. 26). Ventajas: puede ser de bajo costo; son más flexibles para establecer el área geográfica donde va a ser colocada esta publicidad, ya que el anunciante la elige; es muy útil para fijar la imagen de una marca en la mente del consumidor; puede ser vista las 24 horas del día; el mensaje puede colocarse cerca del punto de venta. Desventajas: su eficacia es nula, debido a que con el paso del tiempo puede ser desapercibido; no selecciona al público meta; no adecuado por su brevedad para algunos anunciantes; se le critica por arruinar el paisaje y por constituir un peligro para el tránsito.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Publicidad interior. Este medio publicitario consiste en artículos visuales y/o auditivos, colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen brevemente. Los autores indican que este tipo de publicidad es la que se coloca en estadios deportivos, plazas de toros, al interior de los camiones, trolebuses y tranvías urbanos, al interior del metro (vagones o andenes) y en la parte inferior de pantallas cinematográficas (marquesinas luminosas). (Fischer, 2011). Ventajas: bajo costo; audiencia cautiva; selectividad geográfica. Desventajas: no da seguridad de resultados rápidos; no llega a profesionales ni a empresarios; son muy numerosos.

Redes sociales. Wiertz y De Ruyter (citado en Casaló, Flavián y Guinalíu, 2012), definen a las redes sociales como incorporaciones online de consumidores que de manera colectiva producen y consumen contenidos de carácter comercial, lo cual representa motivación para participar en la red social de las empresas. Ventajas: permiten analizar, monitorear e interactuar con el consumidor, es un medio que suma las cualidades de un estudio de mercadotecnia masivo, una estrategia de ventas, una campaña publicitaria y el trato directo al cliente, gran alcance de consumidores potenciales a costos relativamente bajos. Desventajas: no toda la población está inmersa en la tecnología, puede generar desconfianza. (Gálvez López, 2011, p. 64 y 68)

***E-commerce**:* **Internet**. La internet, “es una autopista de libre información, en donde existe la más grande conexión de millones de computadoras a nivel mundial en la cual, las empresas tienen sus direcciones abiertas con la finalidad de proporcionar información y servicios a sus clientes” (Ornelas, 2008, p. 39).

Con relación a este medio de comunicación (Münch 2005, p. 73), comentan que “los banners, correos electrónicos y las páginas de internet son un medio accesible y

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

pueden dirigirse a nivel nacional e internacional". Sin duda, uno de los factores clave para conseguir oportunidades de negocio es identificar claramente las necesidades y preferencias del mercado, y para lograrlo es indispensable entender cómo actúa el consumidor al momento de la decisión de compra. De acuerdo con (Schiffman, 2010, p. 63), el comportamiento del consumidor se define como un comportamiento humano a través del cual las personas, racional o irracionalmente, seleccionan, compran, usan y disponen de productos, ideas o servicios para satisfacer sus necesidades; es decir, se refiere a aquellos actos, procesos y relaciones sociales sostenidas por individuos, grupos y organizaciones para la adquisición, uso y goce consecuente de productos, servicios y otros recursos. También se define como "el comportamiento que los consumidores muestran al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar los productos y servicios que, consideran, satisfarán sus necesidades." (Schiffman, 2010, pág. 68). Sin embargo, dicho comportamiento se ve influenciado por diversos factores, algunos referentes a la calidad, precio y cantidad de los productos, y otros, se relacionan con las emociones, creencias y costumbres del propio consumidor. Se analizaron los tipos de comportamiento del mercado durante el proceso de las decisiones de compra, así como las funciones que pueden surgir antes y durante el mismo. Y como cualquier proceso, el de decisión de compra se conforma por varios pasos que se mencionan a continuación (Mercado, 2004, p. 89):

Reconocimiento de la necesidad: el proceso de decisión de compra surge cuando los individuos identifican una carencia o deseo que requieren satisfacer. De acuerdo con Abraham Maslow, las necesidades que todo ser humano tiene pueden ser: fisiológicas, de seguridad, de pertenencia, de estima y de autorrealización, las cuales buscarán ser satisfechas a lo largo de la vida del individuo.

Búsqueda de información: una vez identificada la necesidad, se procede a la recopilación de información sobre las diferentes alternativas de productos disponibles en el mercado que contribuirán a satisfacer o cubrir la necesidad planteada. Por lo regular, las personas obtienen esa información a través de fuentes personales como la familia, amistades, vecinos, conocidos; a través de fuentes comerciales como la publicidad, los vendedores, distribuidores, exhibiciones de productos; de fuentes públicas como medios masivos, organizaciones de clasificación de consumidores; y, finalmente, a través de fuentes experimentales, es decir, por medio del manejo, análisis y/o empleo del producto.

Evaluación de alternativas: con información relevante de cada alternativa de producto, se procede a la comparación de los mismos para identificar la mejor opción del satisfactor.

Decisión de compra: se presenta cuando el consumidor identificó la mejor opción de producto o servicio y procede a adquirirlo.

Evaluación: también conocida como etapa de *retroalimentación,* se refiere a la consecuencia de la compra y el uso del producto que se decidió adquirir, así como los sentimientos de satisfacción o insatisfacción por dicha decisión.

Cuando existe insatisfacción, se crea lo que se conoce como *disonancia cognoscitiva***,** que consiste en la duda posterior a la compra debido a que se piensa que alguna de las alternativas de productos que no fueron elegidos, podría haber satisfecho de mejor manera la necesidad inicial. Es por esto que se han establecido diversas teorías con la intención de explicar y argumentar los principales motivadores de compra, algunas de las cuales se describen brevemente en los siguientes párrafos:

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Teoría sobre el comportamiento del consumidor: Existen varias escuelas de pensamientos que describen el proceso de decisión de compra del consumidor de diferentes maneras. Estas teorías o modelos de consumidores se refieren a la concepción o perspectiva general de cómo y por qué los individuos se comportan como lo hacen al comprar o consumir un producto o servicio. Por lo anterior, se examinan los modelos como base de los siguientes cuatro puntos de vista: económico, pasivo, cognitivo y emocional. (Schiffman, 2010, p. 96).

Teoría económica de Alfred Marshall (1924): Esta teoría fue establecida por el economista Alfred Mashall y surgió cuando él observó que las personas rara vez deben entregar por un bien el precio que realmente estarían dispuestas a pagar por éste, produciéndose una diferencia a su favor, un excedente del consumidor. De acuerdo con este autor, las decisiones de compra son el resultado de cálculos económicos, racionales y conscientes por lo que el consumidor toma decisiones razonadas, es decir, está consciente de las alternativas de productos disponibles con base en el aspecto económico, clasifica correctamente cada alternativa en términos de sus beneficios y desventajas, y se decide por la mejor opción. (Kotler, 2010, p. 154).

Teoría del aprendizaje de Iván Pavlov (1936): En total oposición a la teoría económica se encuentra la teoría de Ivan Pavlov. Esta teoría se denomina del aprendizaje o conductual, puesto que Pavlov considera que el comportamiento del consumidor tiene un efecto de estímulo reacción, al argumentar que el consumidor es estimulado por la publicidad y su reacción se traduce en una compra del producto publicitado. (Kotler, 2010, p.162). Desde esta perspectiva el mercado se encuentra sumiso ante los intereses y los esfuerzos promocionales de los mercadólogos; los consumidores son considerados compradores impulsivos e irracionales ante las

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

exhortaciones de los esfuerzos de mercadotecnia que las empresas dirigen hacia ellos.

Teoría psicológica social de Thortein Veblen (1929): Este modelo considera a las personas como seres sociales adaptados a las normas de su cultura, y que sus deseos y conducta están forjados por la necesidad de pertenencia. Los factores que determinan dicha pertenencia o aceptación social son:

 Cultura. Influencias duraderas recibidas del medio. El hombre tiende a asimilar esos hábitos y a creer en su legitimidad, hasta que aparecen otros elementos de la misma cultura o se conocen miembros de otras culturas.
 Grupos de referencia. Grupos a los que el hombre se une porque se identifica con ellos; generalmente son aquellos con los que conviene y establece un contacto frecuente.
 Familia. El seno familiar tiene una influencia fundamental y duradera en la formación de las actitudes. Es en donde el individuo adquiere una actitud hacia la religión, la política, la economía y las relaciones humanas. (Kotler, 2010, p. 167).

Teoría de necesidades de Abraham Maslow (1950): Es la más conocida como la teoría de **jerarquía de necesidades** de Abraham Maslow. Él presenta la hipótesis de que dentro de todo ser humano existe una jerarquía de las siguientes cinco necesidades:

- *Fisiológicas:* incluye el hambre, la sed, el abrigo, el sexo y otras necesidades corporales
- *De seguridad:* incluye la seguridad y protección de daños físicos y emocionales.
- *Sociales:* incluye afectos, la sensación de pertenencia, aceptación y amistad.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

- *De Ego:* incluye factores internos de estima, como el respeto a uno mismo, la autonomía y los logros; y factores externos como el status, el reconocimiento y la atención.
- *De* autorrealización: el impulso de ser lo que se es capaz de ser; incluye el crecimiento, alcanzar el potencial de uno y la autosatisfacción.

A medida que se satisface cada una de estas necesidades en lo sustancial, el siguiente nivel de necesidades se vuelve dominante. Desde el punto de vista de la motivación, la teoría indica que, aunque ninguna necesidad se satisface siempre, una necesidad que ha quedado en gran parte satisfecha ya no motiva. De manera que si uno desea motivar a alguien, de acuerdo con Maslow, (1950), necesita comprender en qué nivel de la jerarquía está en la actualidad, y enfocarse a la satisfacción de las necesidades en ese nivel o el siguiente superior.

Teoría psicoanalítica de Sigmund Freud (1939): Esta teoría afirma que en la mayoría de los casos, las personas utilizan sus sentimientos y emociones como motivadores de compra, lo que implica que sus decisiones se vean influidas por su estado de ánimo y no por la información real sobre las características y beneficios del producto. (Kotler, 2010, p. 172).

Además de las teorías anteriores, existe un modelo tridimensional que interrelaciona tres variables bajo las cuales se supedita el comportamiento de los consumidores. Dichas variables son: puedo, quiero y debo o necesito. (Jaramillo Godoy, 2011, pág. 61).

Puedo: "Es la capacidad del consumidor de adquirir un producto o servicio". Esta variable o factor es determinado principalmente por la capacidad financiera de los individuos para adquirir el producto o por la estacionalidad del año.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Quiero: "Expresa el deseo inherente de cada individuo de tener algo". Este deseo puede ser considerado incluso irracional para otros individuos, pues obedece a circunstancias de preferencias y gustos personales.

Debo o necesito: "Es la chispa que da origen a la intención de comprar". Se refiere a la necesidad de obtener algún producto o servicio con la intención de cubrir una insuficiencia primordial para el consumidor.

Estas variables representan la relación entre el deseo que en ocasiones inducen los anuncios publicitarios (Teoría del aprendizaje), la racionalidad que se aplica para analizar cuál de las opciones de compra equivale a la mejor decisión para el consumidor (Teoría económica), la influencia de satisfacer necesidades fisiológicas (Teoría de jerarquía), las influenciadas por aspectos inconscientes del individuo (Teoría psicoanalítica) y por los grupos con los que se relaciona (Teoría social).

Algunos estudios relacionados. Con la intención de conocer los hallazgos que han tenido otros investigadores al estudiar la importancia de la mercadotecnia en las empresas, se elaboró un resumen de algunos estudios relacionados con la temática abordada en la presente investigación. En el estudio realizado por Rosa María Sánchez Sánchez (2010), el interés de la autora fue conocer la importancia de la mercadotecnia en las pequeñas y medianas empresas mexicanas para incrementar su competitividad, con el propósito de establecer bases que permitieran a este tipo de empresas desarrollar estrategias de mercadotecnia que contribuyan a su supervivencia en el mercado. Por lo anterior, la investigación muestra un panorama general de la importancia que representan actualmente las micro, pequeñas y medianas empresas para el desarrollo económico y la generación de empleos en nuestro país, así como sus deficiencias en cuanto a calidad en la producción y capacitación empresarial y del capital humano. Es un estudio interesante que puede

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

servir de guía para todo aquél emprendedor o microempresario que desee incrementar la competitividad de su negocio al describir las características de una correcta aplicación de la mezcla de mercadotecnia.

Otro estudio relacionado con estrategias de mercadotecnia utilizadas en las Pyme, es el llevado a cabo por Daniela Cervantes Roon (2010), con el propósito de dar a conocer la importancia de la mercadotecnia en el crecimiento de la pequeña y mediana empresa mexicana. Gracias a la realización de este estudio, se puede corroborar la importancia que tiene para las empresas conocer las necesidades y deseos de los consumidores, ya que influye en el posicionamiento que la organización pueda alcanzar en el mercado. Actualmente existe un gran nivel de competencia para prácticamente cualquier producto, por lo que la correcta implementación de herramientas de mercadotecnia (como la investigación de mercados) puede contribuir a que una empresa no sólo sobreviva en el mercado, sino que sobresalga en el mismo. Con el interés de conocer la importancia del uso de la mercadotecnia en las PyME, Carlos Alberto Félix Castelán realizó un estudio denominado “Propuesta para optimizar y valorar la mercadotecnia en las PyME (2009). Dentro de la información proporcionada destaca que las PyME representan una parte fundamental en los procesos de recuperación y reordenación de la economía nacional. Sin embargo, poseen poca especialización en la administración, falta de acceso al capital y posición poco dominante en el mercado debido a la exclusión de la mercadotecnia y al desconocimiento de la competencia y de la conducta de sus posibles consumidores. Es indispensable que las empresas conozcan la manera en que actúa su mercado meta, así como el concepto del producto o servicio que ofrecen, hacia quien va dirigido para su uso, y a quién se debe convencer para adquirirlo, procurando con lo anterior, tener la preferencia de los clientes y con ello, incrementar los beneficios económicos para la entidad. Existen diversas estrategias de mercadotecnia que las empresas pueden utilizar

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

para dar a conocer sus productos o servicios. La decisión acerca del tipo de estrategia a seguir, dependerá de las necesidades de la empresa, es decir, de lo que esperan obtener a través de publicitar sus productos (incrementar ventas, acaparar mayor número de consumidores, introducir nuevos productos, etc.) y de los recursos financieros que tengan destinado para estas acciones. Adicionalmente, los esfuerzos de mercadotecnia que lleven a cabo las organizaciones deben basarse en el comportamiento de sus consumidores, así como en el papel o función que tomen dentro del proceso de decisión de compra.

Metodología **"SMART".** Al momento de elaborar un plan de acción, sea en una organización, negocio o de manera personal, muchas veces nos topamos con la dificultad de establecernos metas u objetivos específicos, o en ocasiones son demasiados ambiciosos o ambiguos y por consecuencia nunca se llegan a concretar. (Duncan, 2008). La metodología SMART es muy útil para establecer metas tanto personales como profesionales según los expertos y su definición es el acrónico de las palabras en inglés: Specific, Measurable, Achievable, Realistic y Timely. A continuación se explica cada uno de ellos:

S de (specific) específico: Aquí entre más detallado, mejor. Este es el inicio de todo, así que se debe de poner un gran empeño y cuidar los detalles. Lo importante es resolver cuestiones como "qué, cuándo, cómo, dónde, con qué, quién". Entre más información se logre aportar, más fácil será conseguir la meta ya que definir el camino para llegar hasta ella será mucho más sencillo. Este punto dejará ver si se cuenta con los recursos suficientes o se necesita algo extra para llegar a la meta general.

M de (measurable) medible: Para que un objetivo sea claramente un objetivo, debe tener la forma cuantitativa de medir qué efectivamente se ha logrado. Para ello es

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

necesario involucrar algunos números en su definición. Por ejemplo, **porcentajes o cantidades exactas.**

No se vale sólo decir “incrementar el número de clientes”, lo mejor es que se haga un análisis de los clientes que se tiene, de lo que se necesita conseguir así como el total a lograr en un plazo de tiempo determinado, el cual también es importante definir claramente.

A de (attainable) alcanzable: Se refiere a que en determinado momento puedan lograrse. Es decir, hay que considerar todo lo que va a requerir llegar a la meta establecida: tiempo, esfuerzo, gastos, personal, materiales, etcétera. Cuando se establece los objetivos se debe de estar consciente de todo lo que implicará llegar al lugar que se desea. Esto quiere decir que debe ser ambicioso pero que realmente pueda ser cumplido.

R de (realistic) realista: Ligado al punto anterior, se debe tener claridad sobre lo que sí puede lograr el equipo de trabajo. Además de ser alcanzable, tiene que poderse cumplir con los recursos tanto económicos, como humanos con los que la empresa cuenta actualmente. **Analiza la situación actual del negocio.** Recomienda tener una visión clara de lo que se tiene en el momento de establecer los objetivos y, de requerir algo en específico, atender esa solicitud solo si impide llegar a una meta concreta. Hacer un análisis y ser realista ayuda también a evitar posteriores emociones negativas que no ayuden a persistir. Recuerda que los objetivos no alcanzados no se debe echarlos por la borda, es necesario hacer una nueva estrategia y siempre mantener el compromiso.

T de (time-boud) tiempo: Quizá este es uno de los factores más importantes que determinan si se cumple o no un objetivo. Si no le pone un tiempo de comienzo y

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

uno de finalización, lo más probable es que nunca se logre. Agendar y ponerle tiempo al objetivo ayudará a saber si lo que se está haciendo es lo óptimo para llegar a la meta en el tiempo o quizá sería mejor si le da un poco más de velocidad. En caso de que se esté un poco fuera de tiempo y no se esté alcanzando las metas en el lapso que se definió, no hay que preocuparse, también se debe aprender a ser flexible. Sólo no abusar de esta flexibilidad ya que existe una línea delgada con romper el compromiso. No ponerle fecha de caducidad al objetivo planteado, hará que persista la desorganización y quizá nunca se logre la meta establecida en el momento preciso.

Problema

Al ser esta empresa, una de las más antiguas de la localidad, aun cuenta con sistemas de informáticos ya obsoletas a comparación de los que la competencia está usando, lo que deja un área de oportunidad para que se actualice este punto, pueda aunado y en coherencia, con la intención de dar a conocer esta empresa a zonas geográficas más amplias y lograr más aceptación de más consumidores, como resultado de esta problemática, es que la falta de influencia de los medios de publicidad genera un bajo incremento en las ventas y posicionamiento en el mercado. Una de las problemáticas más importantes que actualmente afronta la empresa Abastecedora del Hogar, S.A. de C.V., es el que no utiliza medios de comunicación masivos para darse a conocer ante el mercado local y regional, aunado a esto, se enfrenta también cada día a una mayor competencia en el mismo ramo, puesto que la inversión extranjera en esta localidad es cada día más visible. Tomando en cuenta como pregunta central de la investigación: ¿De qué manera impactan los medios publicitarios en el posicionamiento de mercado y el incremento en las ventas de la empresa Abastecedora del Hogar, S.A de C.V.?

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Método

Durante el proceso de este proyecto se realizaron dos tipos de investigación, tal es el caso de la investigación documental y la investigación de campo, esto con el fin de complementarse entre sí y obtener resultados prácticos sustentados en la teoría anteriormente redactada. En primera instancia, según Cortés (2003) la investigación documental se define como "La revisión de la literatura que consiste en detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales de utilidad para los propósitos de la investigación; es decir, para extraer y recopilar información."

Según Sierra (2009) la investigación de campo "Es aquella que se realiza en el lugar de los hechos donde acontece el fenómeno y se apoya en el método de campo que consta de los siguientes pasos: Plan o diseño de la investigación, selección de muestra, recolección y análisis de datos, codificación y edición de la información, presentación de resultados y que utiliza las técnicas de observación y encuesta." A través de su definición podemos comprender o, al menos vislumbrar, el efecto que esta tiene sobre el proyecto, siendo utilizada una de sus técnicas más importantes; el cuestionario. Se eligieron tres formatos de instrumentos, el primero formado por 10 preguntas cerradas dirigidas al personal que labora en la empresa relacionadas con el objetivo de estudio, el segundo, sustenta 10 preguntas dirigidas a los clientes potenciales y ocasionales, con una información general de los encuestados y una pregunta abierta para comentarios, el último) está dirigido al Gerente para un análisis FODA de la empresa. En el presente estudio se aborda la metodología cualitativa, ya que se pretende describir únicamente todos los fenómenos que se encuentren en relación al tema de investigación, basada en un análisis subjetivo e individual. De acuerdo a Pacheco (2006) el abordaje cualitativo implica comprensión, descripción e interpretación de conductas, experiencias,

opiniones y actitudes en un nivel subjetivo. De acuerdo a los objetivos que se plantean, se lleva a cabo una investigación de tipo exploratoria y descriptiva, ya que se trata de un estudio de análisis de los medios publicitarios que no ha sido abordado ni estudiado en esta población de estudio y por lo tanto las condiciones existentes no son aún determinantes, además de describir los componentes principales de la los factores que influyen para el posicionamiento de mercado. El objetivo general de este trabajo es el de: Diagnosticar e identificar el impacto de los medios de difusión como método estratégico para el posicionamiento de mercado y el incremento en las ventas.

Resultados

Con la revisión de la literatura revisada en la presente investigación y de acuerdo a los resultados obtenidos, se observó que la empresa Abastecedora del Hogar, S.A de C.V., para que pueda crecer y posicionarse en el mercado e incrementar sus ventas, es necesario intensificar los medios de difusión con estrategias que puedan estar enfocadas en los objetivos de la empresa y que puedan ser medibles, pero no perdiendo el enfoque que en la misma debe de imperar un clima laboral de la organización, esto influye poderosamente en la motivación y comportamiento de los trabajadores y clientes, el trabajo en equipo, mantener un ambiente positivo y de mejoramiento personal tiene mayores probabilidades de generar motivación y compromiso por parte de todos los que ahí laboran y los resultados del incremento de la productividad, posicionamiento de mercado y el incremento de las ventas, se verá reflejado en nuevos logros personales y organizacionales.

Conclusiones

Al inicio de este proyecto se planteó como principal interrogante el investigar e identificar: **¿De qué manera impactan los medios publicitarios en el posicionamiento de mercado y el incremento en las ventas de la empresa Abastecedora del Hogar, S.A de C.V.**; al analizar las teorías de contenido y de proceso, se concluye que cada uno de ellas explica el comportamiento de la empresa relacionado con los medios de difusión desde una perspectiva distinta, cada una tiene puntos fuertes y limitaciones que hay que considerar, por tal motivo y al no haber un fundamento único para evaluar los factores que impactan los medios publicitarios en la actividad empresarial del objeto de estudio, se valoró la aportación de cada una de ellas apegado al tipo de población de estudio, para preparar el instrumento de evaluación adecuado los participantes. Se analizaron cinco teorías adecuadas al tema y a los objetivos que se persiguen y se extrajo las características con mayor prevalencia que representaran a la población de estudio, identificándose factores que nos permiten explicar los fundamentos que pueden aportar al mejoramiento para el posicionamiento de mercado en el objeto de estudio. La investigación se llevó a cabo con la totalidad del personal que labora en Abastecedora del Hogar, SA de CV., directivos y a los clientes con una población de estudio de 53 trabajadores en general y 150 clientes.

Referencias

Casaló, Flavían, G. (2012). *Redes sociales*. España: Editorial Booket.

Cortés R. (2003). *Investigación documental*. México: Editorial Trillas.

Duncan Kevin. (2008). *El libro de SMART THINKING*. España: Editorial Lic.

Fisher, Laura. (2011). *Mercadotecnia*. México: Mc.GrawHill.

Gálvez, López C. (2011). *Redes sociales*. México: Editorial Pearson.

Godoy Emiliano. (2011). *Cómo hacer una tesis*. México: Editorial Valletta.

Hernández G. (2012). *Comportamiento del consumidor*. México: Editorial Trillas.

Hernández Sampieri R. (2018). *Metodología de la investigación*. *Las rutas cualitativa, cuantitativa y mixta*. México: Editorial McGrawHill.

Kotler, Philip (2010). *Los 80 conceptos esenciales de marketing: de la A a la Z*. trad. Dionisio Cámara y Sergio Bilbao. Madrid: Pearson Prentice Hall.

Mercado Hernández S. (2004). Publicidad estratégica. México: Editorial Pac. SA de CV.

Münch, G. L. (2005). *Nuevos fundamentos de mercadotecnia hacia el liderazgo del mercado.* México: Trillas.

Ornelas, V. A. (2008). *La importancia de la Publicidad en la Micro y Pequeña empresa.* Coatzacoalcos, Veracruz: Universidad Veracruzana.

Pacheco Espejel. A. (2006). *Metodología crítica de la investigación. Lógica, procedimiento y técnicas.* México: Editorial Cecsa.

Sampieri Hernández Roberto. (2017). *Metodología de la investigación*. México: Editorial McGrawHill.

Schiffman, L. G. (2010). *Comportamiento del consumidor* (10a. ed.). México: Pearson.

Sierra R. (2009). Metodología de la investigación. México: Editorial McGrawHill.

Webgrafía

http://consultialmarketingonline.com/estrategias-de-marketing/

http://merkdotecnia.blogspot.mx/2008/09/mercadotecnia-y-publicidad.html

http://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/

http://www.emprendia.net/servicios/comunicacion-posicionamiento/

http://www.emprendepyme.net/elementos-esenciales-de-una-campana-de-prensa.html

https://www.mediasource.mx/blog/que-son-los-objetivos-smart

https://www.franquiciasinmobiliarias.mx/que-metodo-smart-como-utilizarlo-lograr-tus-metas

https:// www.redalyc.org

Diagnóstico organizacional de las casas asistenciales en el sistema DIF Tuxtla Gutiérrez, Chiapas: Caso de estudio "casa del abuelo.

Dr. Marco Antonio Romero Gutiérrez[58] *, Dra. Magali Mafud Toledo*[59]*, Dra. Karina Milene García Leal*[60] *, Dra. Joselyne Guadalupe Pérez Hernández* [61]

Resumen

Se realiza un diagnóstico del funcionamiento de la Casa del abuelo de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, mediante un análisis de la estructura organizacional, identificando sus fortalezas y debilidades con las que cuenta que son determinantes e n el servicio que prestan a las personas adultas mayores que asisten, prestando mayor énfasis en:

[58] Profesor – investigador de tiempo completo. Docente de las licenciaturas en Administración y Contaduría, Doctor. En Administración. Perfil PRODEP. Representante del Cuerpo Académico Gestión y Administración de las Organizaciones. Miembro del Sistema Estatal de Investigadores. Miembro de número de la REMINEO y RELINCA. Correo electrónico: makgtz1@hotmail.com.

[59] Profesora – investigadora de tiempo completo. Docente de las licenciaturas en Administración y Contaduría, Dra. En Administración. Perfil PRODEP. Integrante del Cuerpo Académico Gestión y Administración de las Organizaciones. Miembro de número de la REMINEO y RELINCA. Correo electrónico: mafud11@hotmail.com

[60] Profesora – investigadora de tiempo completo. Docente de las licenciaturas en Administración, Contaduría y Gestión Turística, Doctora en Administración. Perfil PRODEP. Integrante del Cuerpo Académico Gestión y Administración de las Organizaciones. Miembro de número de la REMINEO y RELINCA. Correo electrónico: karinamil@hotmail.com

[61] Profesora- investigadora de tiempo completo. Docente de la licenciatura en Gestión Turística, Doctora en Gestión para el Desarrollo. Perfil PRODED. Integrante del Cuerpo Académico Gestión y Administración de las Organizaciones en la Facultad de Contaduría y Administración Campus I, de la Universidad Autónoma de Chiapas, yosegph@hotmail.com.

- ✓ Identificar la estructura organizar con la que cuenta la Casa del Abuelo.
- ✓ Conocer el perfil que debe tener el personal que asiste a personas adultas mayores.
- ✓ Describir la percepción que tienen los usuarios identificando las fortalezas y debilidades que tiene la Casa del Abuelo
- ✓ Conocer la normatividad con la que cuenta, y determinar si se ejecuta.

Palabras claves: Organización, Sistema, Asistencia social.

Introducción

La revisión exhaustiva de las Casas Asistenciales que opera el Sistema para el Desarrollo Integral del Municipio de Tuxtla Gutiérrez, tiene la finalidad de conocer cómo se encuentran estructuradas y si el funcionamiento con el que cuentan es el adecuado para brindar la atención que necesitan a las personas que acuden a esta organización.

Uno de los retos que enfrenta el Gobierno constantemente es abatir la pobreza, mediante la creación de políticas públicas que puedan mejorar sus condiciones de vida de este segmento de la población, la vulnerabilidad de la población adulta, se refiere al carácter de las estructuras e instituciones socioeconómicas y su impacto en distintas dimensiones de la vida social.

Entre los grupos vulnerables se incluye a las personas de 60 años y más que por sus condiciones no cuentan con ingresos, o perciben ingresos insuficientes para garantizar las condiciones de una vida digna, ya que si bien existen algunas investigaciones respecto a los adultos mayores la mayoría hace referencia en el aspecto psicológico y social, pero sin dilucidar en los aspectos organizacionales.

Referente Teórico:

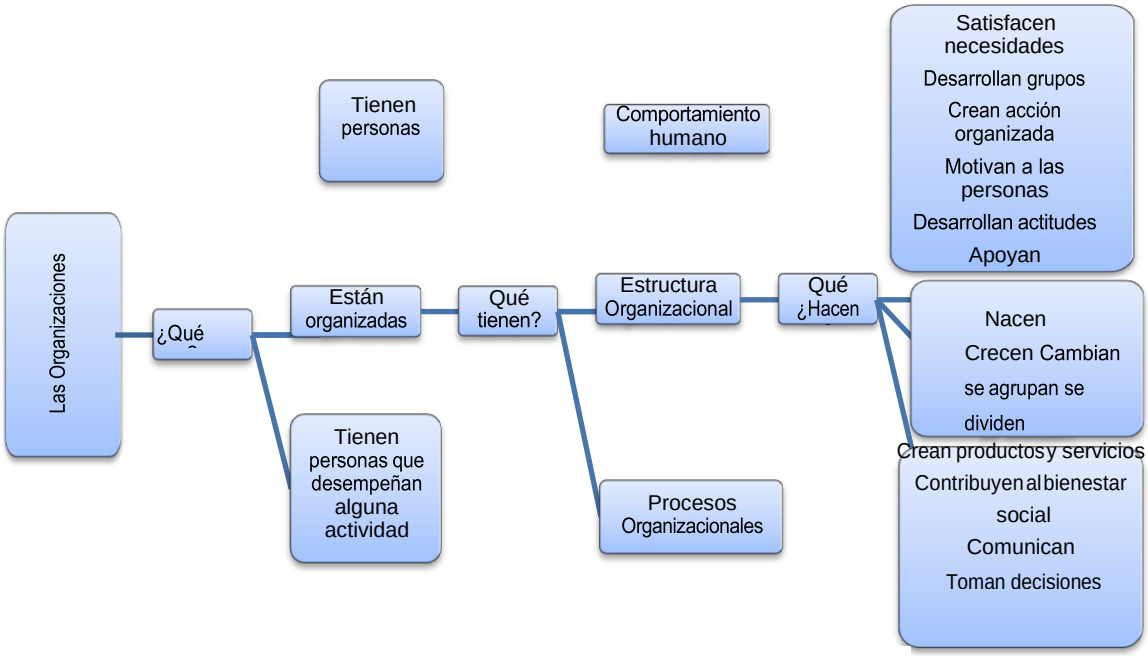
En primer lugar nos enfocaremos en la comprensión de la terminología de las organizaciones, desde el punto de vista textual encontramos que es todo acción o efecto de organizar u organizarse, como parte del proceso administrativo, es la etapa en la que se define la estructura organizacional, la forma de delegar facultades, el enfoque para manejar los recursos humanos, la cultura y el cambio organizacional; como unidad productiva, una organización es una entidad social orientada hacia la consecución de metas. (Fincowsky, 2009).

Sin embargo, desde el punto de vista de éste autor define a la organización: “Una organización es un conjunto de personas que actúan juntas y dividen las actividades en forma adecuada para alcanzar un propósito común”. (Chiavenato, 2009, pág. 24) La organización de empresas refiere a lo que una entidad pueda: reunir recursos para alcanzar resultados, generar bienes y servicios de calidad, Utilizar eficazmente la tecnología de la información y de manufactura, desarrollar capacidad para aprender de la experiencia, constituir un lugar que desarrolle el sentido de pertenencia y respeto y por último crear valor para sus grupos de interés. (Fincowsky, 2009)

Bajo este contexto, es importante conocer que herramientas deben tener las organizaciones para su funcionamiento.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Figura 1.- De qué están hechas las organizaciones



Fuente: Elaboración de autores basado por (Chiavenato, 2009)

La organización no es una unidad inmodificable, sino un organismo social vivo sujeto a cambios. (Chiavenato, 2001, pág. 44)

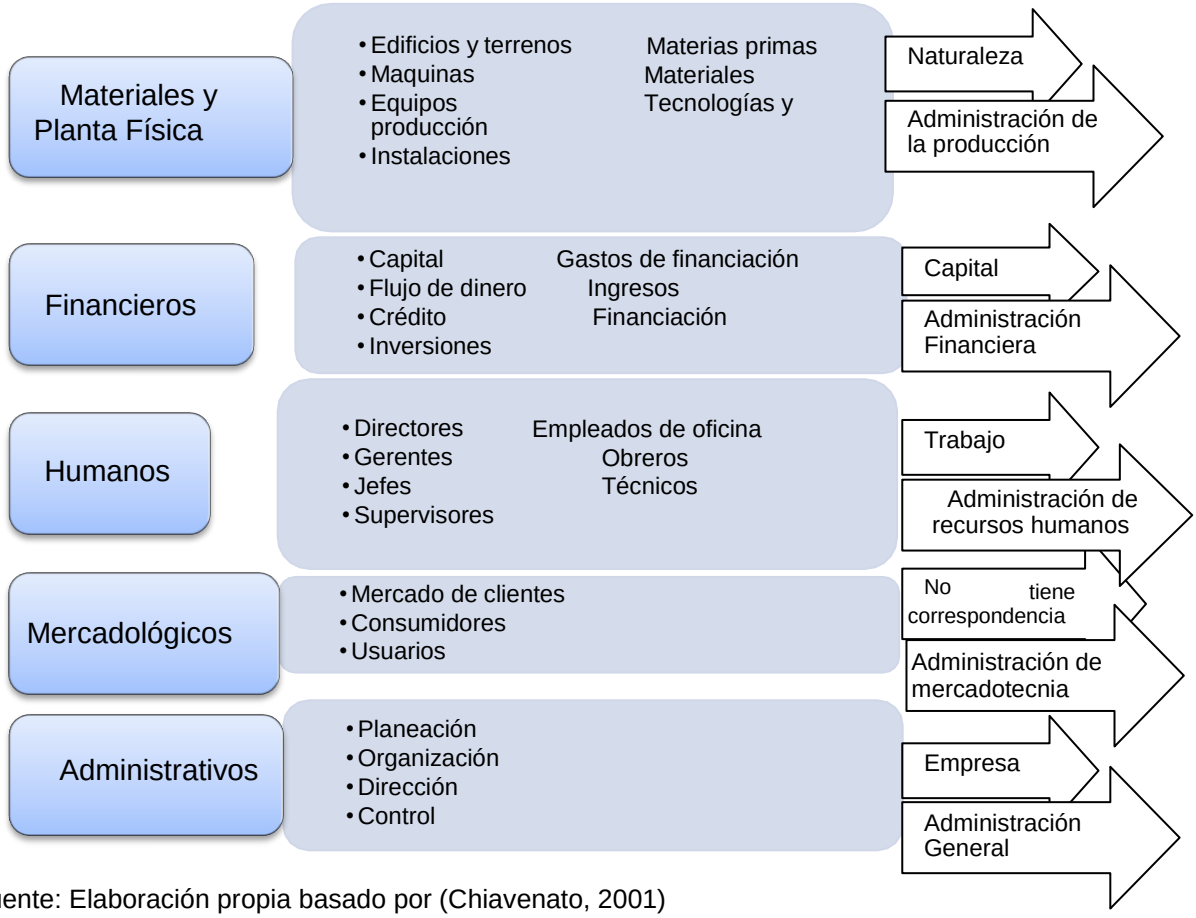
Existen organizaciones lucrativas y no lucrativas, las empresas privadas son un claro ejemplo de las organizaciones lucrativas.

Las empresas se definen como “Todo propósito humano que busca reunir e integrar recursos humanos y no humanos (recursos financieros, físicos, tecnológicos, mercadológicos, etc.) para alcanzar los objetivos de auto sostenimiento y de lucro mediante la producción y comercialización de bienes o servicios”. (Chiavenato, 2001, pág. 45)

El término de auto sostenimiento es tratar de lograr la continuidad y permanencia de la empresa.

En la figura 2 podemos observar la clasificación de los recursos de las organizaciones:

Figura 2.- Clasificación de los Recursos Empresariales



Fuente: Elaboración propia basado por (Chiavenato, 2001)

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Normalmente, cada conjunto de recursos empresariales semejante se administra dentro de un esquema de división del trabajo y especialización de actividades, al cual se denomina diferenciación. A cada área de recursos corresponde una especialidad de la administración.

Existen diversos tipos de organizaciones, cabe señalar que los tres básicos de estructura organizacional (Chiavenato, 2001) son: lineal, funcional y línea staff.

La organización lineal o estructura lineal en éste tipo de organización, se remota sus orígenes en la organización eclesiástica de los tiempos medievales, entre el superior y los subordinados existen líneas directas y únicas de autoridad.

Figura 3.- La Organización Línea

Fuente: Elaboración de autores basado por (Chiavenato, 2001)

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Así también en las organizaciones funcionales aplica en el principio de la especialización de las funciones, Taylor sostenía que la especialización del obrero debería estar acompañada por la especialización de los supervisores y la gerencia mediante la estructura funcional; es decir en medida que las empresas crecen y su ambiente se vuelve más competitivo aumenta la necesidad de tener órganos especializados capaces de asesorar innovaciones rápida.

Mediante la estructura funcional; es decir en medida que las empresas crecen y su ambiente se vuelve más competitivo aumenta la necesidad de tener órganos especializados capaces de asesorar innovaciones rápidas.

Problema

En este sentido, El *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018* y el Decreto emitido por el Presidente de la República, al establecer como política pública del Gobierno Federal la estrategia de inclusión y bienestar social denominada Sistema Nacional para la Cruzada contra el Hambre, han fortalecido sustancialmente la finalidad y objetivos de los programas sociales; lo anterior derivado de un proceso participativo de amplio alcance que conjunta esfuerzos y recursos de la Federación, los Estados y los Municipios, así como de los sectores público, social y privado y de Organismos e Instituciones Internacionales, para el cumplimiento de un objetivo común consistente en disminuir los niveles del hambre a partir de una alimentación y nutrición adecuada de las personas en pobreza multidimensional, y su integración a la fuerza productiva nacional. (Gutiérrez, 2014, pág. 6).

Respecto a esto último, los programas que actualmente integra la SEDESOL (Secretaría de Desarrollo Social, 2014, pág. 3) son los siguientes: Programa

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

"Seguro de vida para Jefas de Familia" (pág. 9), Programa de Desarrollo Humano Oportunidades (pág. 13), Programa de Apoyo Alimentario (PAL) (pág. 17), Programa Pensión para Adultos Mayores (pág. 19), Programa Estancias Infantiles para Apoyar a Madres Trabajadoras (pág. 21), Programa de Abasto Rural a cargo de DICONSA S.A de C.V. (pág. 26), Programa de Abasto Social de Leche a cargo de DICONSA S.A de C.V (pág. 28), Instituto Nacional de Personas Adultas (INAPAM) (pág. 32), Programa de Empleo Temporal (pág. 33), Programa de apoyo a las instancias de mujeres en las entidades federativas para implementar y ejecutar programas de prevención a la violencia contra las mujeres (PAIMEF) (pág. 35), Programa de Atención a Jornaleros Agrícolas (pág. 37), Programa 3x1 para migrantes (pág. 40), Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) (pág. 44), Programa para el desarrollo de Zonas Prioritarias (pág. 47), Programa de Opciones Productivas (pág. 49), Programa de Coinversión Social (pág. 53), Instituto Nacional de la Juventud (INJUVE) (pág. 57), Consejo Nacional para el desarrollo y la inclusión de las personas con discapacidad (CONADIS) (pág. 63) .

Bajo este contexto, La Secretaria de Desarrollo Social (SEDESOL) elaboró el Diagnóstico de Pensión para Adultos Mayores menciona:

La situación de las personas adultas mayores tiene una importancia económica y social que se relaciona con la dependencia derivada del proceso de envejecimiento de los individuos. Con base en las proyecciones demográficas, se anticipa que el número y proporción de adultos mayores en nuestro país crecerá en mayor proporción con respecto a otros grupos de población más joven, lo cual representa un reto para las políticas de desarrollo social y económico, así como para los programas de reducción de la pobreza. (Secretaría de Desarrollo Social, 2013, pág. 8).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Por lado, Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2000), se estima que en 2020 se vivirán, en promedio, 78 años, y 81, en 2050; “es decir, para entonces más de la cuarta parte de la población en México será vieja”, afirmó Rosaura Avalos Pérez, académica de la Escuela Nacional de Trabajo Social (ENTS) de la UNAM. (Universidad Autónoma de México, 2014, párr. 2)

Las proyecciones de vida son mayores para las mujeres: en 2030 podrán vivir, en promedio, 80 años o más; en tanto que ellos, sólo 76.6. (párr. 3)

Actualmente, nueve por ciento de la población total en México es adulta mayor (60 años o más); de ésta, 9.7 por ciento son hombres y 12.6 mujeres (en el Distrito Federal, el porcentaje es de 11 por ciento, aproximadamente). (párr. 4)

Método

En esta investigación se utilizará el exploratorio, ya que es un tema que no ha sido estudiado ni examinado, debido a que las investigaciones que existen se concentran en el aspecto psicológico más no en el organizacional. Cuenta con alcance descriptivo ya que se especifican propiedades y características importantes del fenómeno a estudiar.

(Sampieri, 2000) menciona los tipos de alcances que puede tener una investigación cuantitativa: exploratorios, descriptivos, correlacional y explicativos, la diferencia radica que cada uno de ellas se concentran en un enfoque distinto de la investigación.

En esta investigación se utilizará el exploratorio, descriptivo ya qué es un tema que no ha sido estudiado ni examinado, ya que las investigaciones que existen se concentran en el aspecto psicológico más no en el organizacional. Cuenta con

alcance descriptivo ya que se especifican propiedades y características importantes del fenómeno a estudiar. Del fenómeno en estudio se desarrollaron las siguientes preguntas de Investigación.

¿La Casa del Abuelo cuenta con una estructura organizacional adecuada para el tipo de población que atiende?

¿El perfil con el que cuenta el personal que asiste a personas adultas mayores, es de acuerdo a las actividades que realiza?

¿El personal cuenta con capacitación para el desempeño de sus actividades?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades con las que cuenta ésta Casa Asistencial?

¿Cuál es la percepción de los usuarios al servicio que se les ofrece?

¿Las normas establecidas, se ejecutan?

El objetivo general es “Conocer el funcionamiento de la Casa del abuelo de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, mediante un análisis de la estructura organizacional, identificando sus fortalezas y debilidades con las que cuenta que son determinantes en el servicio que prestan a las personas adultas mayores que asisten.”

El proceso de la investigación conlleva a la obtención de la información, ya que de eso depende la confiablidad y validez del estudio realizado, la información recopilada sirve para responder a las preguntas de investigación que fueron planteadas, por lo que los datos deben ser suficientes y confiables para lo cual hay que definir correctamente los instrumentos adecuados para la recolección de información.

Antes de definir la muestra conceptualizaremos el universo como el conjunto de

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

elementos de referencia que serán observados respecto al comportamiento de las variables, la muestra es el subconjunto de elementos que debe ser representativos del universo. Para poder determinar el tamaño de la muestra se debe conocer la unidad de análisis que depende del planteamiento y alcances del estudio de investigación es decir se especifican las características del que y quiénes son los sujetos o elementos a analizar.

Para la selección de la muestra se eligió el muestreo por conveniencia de acuerdo con John W. Creswell (2008) es un procedimiento de muestreo cuantitativo en el que el investigador selecciona a los participantes, ya que están dispuestos o disponibles para ser estudiados. Por lo anterior, para la aplicación de las encuestas se seleccionó por nivel económico a los adultos mayores permanentes a 11 de 31 del universo; así mismo se seleccionó a todo el personal que forma parte de la estructura organizacional que corresponde a 10.

Una vez aplicado los instrumentos se procede a graficar e interpretar los resultados arrojados.

Para la presente investigación se utilizará como instrumento de investigación la encuesta que será dirigida a las personas que operan en la Casa del Abuelo y los adultos mayores que reciben el servicio en ésta Casa Asistencial, debido a que se pretende realizar preguntas cerradas para conocer el comportamiento que tienen los trabajadores en cuanto a su ambiente laboral, así como los factores que influyen en el desempeño de sus actividades diarias. Se pretende conocer cuál es la percepción de los usuarios, las condiciones físicas del lugar, así como las actividades que les proporcionan.

En este apartado se presentan los modelos de las encuestas que serán utilizados

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

en la presente investigación con el propósito de corroborar la validez de las preguntas de investigación planteadas.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN C-1

División de Investigación y Coordinación de Posgrado

ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como propósito conocer la opinión de los trabajadores de la Casa del Abuelo en relación al organismo público en el que labora.

Dicha información servirá como apoyo para la realización de una investigación cuya finalidad será de tipo académica, por lo que será confidencial y anónima, es por ello que se le solicita contestar de la manera más espontanea.

El tiempo estimado de duración es de 10 minutos. De antemano, muchas gracias.

Puesto que desempeña:_____**Edad**: _____

Antigüedad en el puesto:_____ **Nivel Académico:** _____

Situación Laboral: _____

Sección I. Actitudes Laborales

Marque con una X, la respuesta que corresponda. Los rangos de respuesta van del 1 al 3, siendo el 1 "En desacuerdo" y 3 "de acuerdo".

En general,	En desacuerdo	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	De acuerdo
1.- Voy a trabajar porque es un medio para realizar mis proyectos	1	2	3
2.- Trabajo, por placer de adquirir conocimiento	1	2	3
3.- Trabajo porque me sentiría mal si no lo hiciera	1	2	3
4.- Trabajo porque me da gusto superarme	1	2	3
5.- Trabajo, porque deseo obtener prestigio	1	2	3

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Sección II.- Aspectos relacionados con su ambiente laboral

¿Cómo se siente respecto a los siguientes aspectos en su ambiente?

	En desacuerdo	Ni en desacuerdo, ni de acuerdo	De acuerdo
1.- Condiciones físicas del trabajo	1	2	3
2.- Reconocimiento que obtiene del trabajo bien hecho	1	2	3
3.- Su salario	1	2	3
4.- Relación entre Dirección y trabajadores de la Institución	1	2	3
5.- El modo en que la Institución es administrada	1	2	3

Sección III.- Aspectos relacionados con las actividades que realiza

	En desacuerdo	Ni en desacuerdo, ni desacuerdo	De acuerdo
1.- Cuento con capacitación relacionado con las funciones que desempeño	1	2	3
2.- Conozco la normatividad con la que opera la Casa Asistencial	1	2	3
3.-Las actividades que desempeño, es de acuerdo a mi nivel académico.	1	2	3

Resultados

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los trabajadores de la Casa del Abuelo son los siguientes:

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

DATOS GENERALES

No. De encuesta	Puesto	Antigüedad (en años)	Escolaridad	Género	Edad (en años)	Situación laboral
1	Administradora	10	Licenciatura	F	42	Base
2	Secretaria	24	Secretaria Ejec.	F	44	Base
3	Chofer	12	N/R	M	34	Base
4	Afanador	7	Preparatoria	M	25	Base
5	Encarga de Unidad de Rehabilitación	9	Enfermería General	F	40	Base
6	Terapeuta Físico	8	N/R	H	35	Base
7	Trabajadora Social	18	Licenciatura	F	39	Base
8	Terapista	17	Técnica en Enfermería	F	39	Base
9	Médico General	6	Licenciatura	F	44	Base
10	Odontóloga	N/R	Estudiante	F	24	Serv. Social

Nomenclatura:
N/R: No respondió

Se observa que la estructura organizacional es diferente en la operatividad ya que no tienen cocinera, psicóloga, terapeutas; esto se debe a que el mismo personal realiza las actividades en los puestos vacantes, la administradora realiza las actividades de psicología impartiendo clases de motivación personal y orientando en el aspecto emocional a los usuarios, sin contar con perfil para poder diagnosticar algún padecimiento que se pudiera presentar en las sesiones. El área de odontología es atendida por un estudiante que realiza prácticas de servicio social, por lo que es otra área que se encuentra vacante.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Se encontró a un chofer que no está contemplado en la estructura organizacional que se encarga en el traslado de los adultos mayores visitantes, en el área de rehabilitación sólo cuenta con 1 enfermera y 1 terapeuta.

Por lo anterior, no sé cumple con la estructura organizacional establecida lo que ocasiona que no tenga definidas las actividades a realizar, también se observa qué todo el personal es de base y con una antigüedad mayor a 10 años que conlleva a qué estén acostumbrados a realizar múltiples actividades cotidianamente, así mismo predomina el género femenino.

Con relación con las diferentes secciones se obtuvo lo siguiente:

SECCIÓN I. ACTITUDES LABORALES

	Respuesta	1	2	3	N/C	Total
Pregunta No.	En general:					Encuestas
1	Voy a trabajar porque es un medio para realizar mis proyectos			9	1	10.00
2	Trabajo, por placer de adquirir conocimiento		1	6	3	10.00
3	Trabajo porque me sentiría mal si no lo hiciera	3	4	2	1	10.00
4	Trabajo porque me da gusto superarme			9	1	10.00
5	Trabajo, porque deseo obtener prestigio	1	3	4	2	10.00

SECCIÓN II.- ASPECTOS RELACIONADOS CON SU AMBIENTE LABORAL

	Respuesta	1	2	3	N/C	Total
Pregunta No.						Encuestas
1	Condiciones físicas del trabajo	6	1	3		10.00
2	Reconocimiento que obtiene del trabajo bien hecho	4	3	3		10.00
3	Su salario	4	3	2	1	10.00
4	Relación entre Dirección y trabajadores de la Institución	3	2	5		10.00

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

5	El modo en que la Institución es administrada	6	1	2	1	10.00

SECCIÓN III.- ASPECTOS RELACIONADOS CON LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA

	Respuesta	1	2	3	N/C	**Total**
Pregunta No.						**Encuestas**
1	Cuento con capacitación relacionado con las funciones que desempeño	2	4	4		10.00
2	Conozco la normatividad con la que opera la Casa Asistencial		2	8		10.00
3	Las actividades que desempeño, es de acuerdo a mi nivel académico		2	8		10.00
Nomenclatura						
N/C: No contestó						

De acuerdo a los datos arrojados en la sección I, el personal está conforme con el trabajo con el que cuentan ya que consideran qué es un medio para desarrollarse, esto debido a que el personal tiene muchos años de antigüedad y el buscar otro medio para desarrollarse no les resulta idóneo.

En la sección II, en su ambiente laboral los trabajadores no están conformes con las condiciones físicas del lugar sin embargo consideran que las relaciones entre los trabajadores y los jefes inmediatos son las adecuadas, aunque la forma en que la administran no es la correcta, esto se da por qué les gustaría tener un mejor salario, ser reconocidos por el trabajo bien hecho.

En la sección III, relacionado con las actividades que realizan se sienten conformes ya que manifiestan conocer la normatividad que maneja la Casa Asistencial, aunque no entienden que deben realizar las funciones en relación al puesto que ocupan ya que la mayoría del personal tiene diversas actividades que cubren los

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

puestos vacantes con los que debería contar la estructura organizacional. La Capacitación que reciben no es de acuerdo a las actividades que realizan ya que únicamente reciben pláticas motivacionales.

Por lo anterior, los trabajadores se encuentran en estancamiento, ya que consideran que el desempeño de sus actividades son las adecuadas, aunque no sea para lo que fueron contratados ya que tienen muchos años realizando la misma rutina que se ha vuelto en algo normal y no tienen una visión para mejorar como profesionistas o superarse académicamente; este factor se debe a que no existe el ascenso ya que los puestos altos se encuentran ocupados por gente que ya tienen determinados.

Resultados de la encuesta aplicado a los usuarios de la Casa del Abuelo.

No. De encuesta	Nivel económico	Escolaridad	Género	Edad (en años)	Situación laboral
1	1	Analfabeta	F	77	Ninguna
2	1	Analfabeta	F	75	Ninguna
3	5	Analfabeta	F	87	Ninguna
4	5	Preparatoria	F	74	Ninguna
5	5	Preparatoria	F	80	Ninguna
6	5	Primaria	F	68	Ninguna
7	5	Primaria	M	70	Ninguna

8	5	Analfabeta	F	74	Ninguna
9	5	Primaria	M	82	Ninguna
10	5	Primaria	M	86	Ninguna
11	10	Preparatoria	F	77	Ninguna

Datos Generales

Los resultados arrojan que existe mayor población en nivel medio con un promedio de ingreso familiar mensual de $5,000.00, esto debido a que las personas que acuden al centro son de escasos recursos con un bajo nivel académico donde predomina el género femenino que fueron amas de casa y ahora que han llegado a una edad adulta buscan alguna actividad para sentirse activas.

A continuación, analizaremos los datos arrojados de las encuestas realizadas en las diferentes secciones.

SECCIÓN I. ACTITUDES						
	Respuesta	1	2	3	N/C	Total
Pregunta No.	En general:					Encuestas
1	Asisto porque es un medio desarrollarme	1	2	8		11.00
2	Asisto, por placer de adquirir conocimiento	2	5	4		11.00
3	Asisto porque me sentiría mal si no lo hiciera		5	6		11.00
4	Asisto porque me da gusto superarme		5	6		11.00
5	Asisto, porque deseo obtener prestigio		6	5		11.00

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

SECCIÓN II.- ASPECTOS RELACIONADOS CON SU AMBIENTE						
	Respuesta	1	2	3	N/C	Total
Pregunta No.						Encuestas
1	Condiciones físicas del lugar		1	10		11.00
2	Atención del personal			11		11.00
3	Aportación de Cuota de Recuperación			11		11.00
4	Relación de los Directores y los trabajadores			11		11.00
5	El modo en que la Institución es administrada			11		11.00
6	Conozco el Reglamento de Casa del Abuelo			11		11.00
SECCIÓN III.- ASPECTOS RELACIONADOS CON LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA						
	Respuesta	1	2	3	N/C	Total
Pregunta No.						Encuestas
1	El personal cuenta con conocimiento en las actividades que realizo			11		11.00
2	Ha mejorado en mi desarrollo en el tiempo que llevo asistiendo			11		11.00
3	Las actividades son acordes a mis necesidades			11		11.00
Nomenclatura						
N/C : No contestó						

Lo expuesto con anterioridad nos muestra que los usuarios se encuentran conformes asistiendo a ésta Casa Asistencial, consideran adecuada la atención que reciben ya que cubre sus necesidades esenciales, el contar con un espacio donde pasar el día es un factor importante ya que al llegar a una edad avanzada el sentirse activos determina su desarrollo.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Sin embargo, contando con un mayor nivel académico pueden analizar su entorno y distinguir las condiciones en las que opera la Casa Asistencial, se observa que entre mayor es el nivel académico mayor es la capacidad de análisis ya que una encuesta arroja que no está muy conforme con las condiciones físicas del lugar puesto que pueden mejorar, este factor determina que si existiera personal especial para cada puesto como se plantea en la estructura organizacional el aspecto mejoraría.

Así mismo, el capacitar al personal de acuerdo a su nivel académico es determinante ya que mejora el desempeño laboral y beneficia a los usuarios en un cambio de cultura en los que se encuentran arraigados, al mismo tiempo sirve como motivación para que el personal tenga oportunidades de ascenso y poder ocupar algún puesto de alto nivel ya que cumplirá con las características para su función.

Conclusiones

Con base en los resultados obtenidos se determina las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con las que cuenta este organismo público para poder generar estrategias que lleven a los resultados óptimos de la organización pública.

Sistematización de la Información:

Fortalezas.

- Presencia desde el año 1998.
- Prestigio como Casa Asistencial en las colonias vulnerables.
- Instalaciones amplias y remodeladas.
- Equipo humano con nivel académico profesional.

Oportunidades.

- Presencia de Sistemas Educativos en la entidad.

- Presencia de DIF Chiapas para temas relativos a capacitación de personal.
- Presencia de empresas públicas y privadas que se dedican a labores sociales.

Debilidades.

- Falta del manual de organización.
- Falta de un plan actividades a corto y largo plazo.
- Presencia reducida solo en una colonia de Tuxtla Gutiérrez.
- Falta de un proyecto de difusión del servicio.
- Falta de aprovechamiento de la capacidad instalada.
- Poca capacitación del personal.

Amenazas.

- Saturación de diversas Casas Asistenciales y grupos de la tercera edad por el INAPAM.
- Nuevas tecnologías que requieran de infraestructura de la cual carecemos.
- Mercado con bajo poder adquisitivo que no pueda acceder a nuestros precios.
- Elevado costo de nuevas tecnologías que nos impidan acceder a ellas
- Obsolescencia de los equipos actuales sin un programa de modernización tecnológica.
- Alto costo de mantenimiento de los equipos con los que se cuentan.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

	Fuerzas - F	Debilidades - D
	1. Presencia desde el año 1998. 2. Prestigio como Casa Asistencial en las colonias vulnerables. 3. Instalaciones amplias y remodeladas. 4. Equipo humano con nivel académico profesional.	1. Falta del manual de organización. 2. Falta de un plan actividades a corto y largo plazo. 3. Presencia reducida solo en una colonia de Tuxtla Gutiérrez. 4. Falta de un proyecto de difusión del servicio. 5. Falta de aprovechamiento de las capacidades instaladas. 6. Poca capacitación del personal
Oportunidades – O	**Estrategias - FO**	**Estrategias - DO**
1. **Presencia de Sistemas Educativos en la entidad** 2. **Presencia de DIF Chiapas para temas relativos a capacitación de personal.** 3. **Presencia de empresas públicas y privadas que se dedican a labores sociales.**	1. **Desarrollar proyectos con los Sistemas Educativos a través de convenios que beneficien a los usuarios y personal. (F1, 01).** 2. **Desarrollar alianzas con el DIF Chiapas para temas de capacitación y trabajar en conjunto para el beneficio de la comunidad. (F2,02)** 3. **Realizar proyectos con empresas públicas y privadas para mejorar las instalaciones, equipamiento, y capacitación. (F3,03)**	1. Realizar un manual de organización a través del apoyo del DIF Chiapas para un mejor control. (D1,O2) 2. Realizar un plan de actividades en coordinación con Sistemas Educativos especializados en el manejo de adultos mayores. (D2,O1) 3. Realizar proyectos de inversión a través de instituciones gubernamentales que gestionen recursos a labores sociales. (D2,O3) 4. Dar a conocer el servicio por medio de un programa de difusión a través del DIF Chiapas. (D5,D4,02) 5. Programar capacitaciones periódicas al personal a través del DIF Chiapas. (D6,02)
Amenazas – A	**Estrategias - FA**	**Estrategias - DA**
1. Saturación de diversas Casas Asistenciales y grupos de la tercera edad por el INAPAM. 2. Nuevas tecnologías que requieran de infraestructura de la cual carecemos. 3. Mercado con bajo poder adquisitivo que no pueda acceder a nuestros precios. 4. Elevado costo de nuevas tecnologías que nos impidan acceder a ellas 5. Obsolescencia de los equipos actuales sin un programa de modernización tecnológica. 6. Alto costo de mantenimiento de los equipos con los que se cuentan.	1. Realizar un proyecto de equipamiento para realizar actividades ocupacionales en la Casa Asistencial. (F3,A1, A2, A4, A5) 2. Desarrollar la restructuración de las cuotas de recuperación de acuerdo al poder adquisitivo de la comunidad. (F2,A3) 3. Dar a conocer al personal un programa de estímulos laborales a los que cuenten con experiencia en mantenimiento del equipo de uso diario. (F4,A6)	1. Desarrollar un análisis de puestos que permitan conocer los perfiles profesionales de los trabajadores. (D1,A6) 2. Desarrollar proyectos de inversión a través de organismos públicos. (D5, A4,A5) 3. Realizar convenios con instituciones públicas y privadas para impartir diferentes cursos relacionados con capacitación al personal. (D6, A1)

El esquema FODA planteado refleja las estrategias con las que puede tomar la Casa Asistencial para mejorar en su estructura organizacional y mejorar su presencia en el mercado; sin embargo, existen factores que influyen para aplicación de las estrategias desarrolladas anteriormente una de ellas es la falta de compromiso que existe entre los trabajadores hacia la institución y viceversa debido a que predomina la resistencia al cambio y al reconocimiento del trabajo bien realizado. Esto determina una baja cultura organizacional ya que no existen valores y normas que se ejecuten, sólo se encuentran contempladas para satisfacer las necesidades de la población debido a que es un organismo social, olvidando el talento humano que refuerza el compromiso para trabajar en mejorar las condiciones de la sociedad.

Se encuentra limitado el poder desarrollar estrategias para mejorar una estructura organizacional en la administración pública a diferencia de la administración

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

privada; sin embargo, el análisis y detección de los problemas que se presenten tienen resolución de la misma forma que en la administración privada.

Por lo que la organización debe:
Contar con un manual de organización para poder establecer los puestos y perfiles que contaran los trabajadores; así como determinar de manera clara y comprensible los valores institucionales, darlos a conocer con todos los miembros de la organización en un documento oficial para que forme parte del Sistema.

Realizar reuniones mensuales entre trabajadores y directivos para mejorar la cultura organizacional, en estas reuniones deberá haber intercambio de información sobre asuntos relacionados, a cómo ven a la organización, situaciones negativas que se han presentado y han generado conflictos.

Realizar reuniones mensuales con los usuarios del servicio, trabajadores y directivos para conocer la percepción que tienen sobre la atención que se les brinda y la aportación económica que realizan.

Capacitar al personal en áreas de protección civil ya que se atiende a una población vulnerable y deben tener preparación para actuar en cualquier caso de emergencia que beneficia a la institución en evitar gastos extraordinarios por negligencia. Como última recomendación se requiere el seguimiento en la ejecución de las propuestas y estrategias planteadas, así como una sólida retroalimentación.

Referencias

Bothlander, Snell, & Sherman. (2001). Administración de Recursos Humanos (Decima segunda ed.). Thompson.

Calderón, A. R., Rodríguez Vargas, M., & Pérez Cruz, J. A. (2010). Un Análisis de la Política Social en México, a través de los programas implementados por la Secretaría de Desarrollo Social y su relación con la descentralización de funciones: Una mirada desde lo local. Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana, 35. http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/153_110814.pdf#page=1&zoom=auto,-73,543

Castro, A. C. (Revista Especial 2001). Génesis y Evolución de la Administración Pública en México. Instituto de Administración Pública de Michoacán A.C., 37.

Chiavenato, I. (1995). Introducción a la Teoría General de la Administración (Cuarta ed.). Colombia: Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2001). Administración (Tercera ed.). (L. S. Arévalo, Ed., & G. A. Villamizar, Trad.) Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2007). Administración de recursos humanos (Octava ed.). (P. M. Sacristán, & M. d. Hano Roa, Trads.) México, D.F.: Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2009). Comportamiento Organizacional (Segunda ed.). (P. M. Sacristán, Trad.) México D.F.: Mc Graw Hill.

Chiavenato, I. (2009). Gestión del Talento Humano (Segunda ed.). (P. M. Sacristán, Trad.) México, D.F.: Mc Graw Hill.

Dessler, G. (1996). Administración de Personal. Estado de México.

Fincowsky, E. B. (2009). Organización de Empresas (Tercera Edición ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.

Gutiérrez, M. E. (Enero de 2014). Secretaría de Desarrollo Social. Obtenido de https: sedesol.gob.mx.guías Guía Programas Sociales 2014.pdf

H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez 2012-2015. (Octubre de 2012). Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015. Obtenido de http://sistemas.tuxtla.gob.mx/caip/taip/ArchivosFracciones/158.pdf

H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. (30 de Septiembre de 2014). H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez 2012-2015. (M. I. Moreno, Ed.) Recuperado el 01 de Enero de 2015, de Organigrama del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez: http://sistemas.tuxtla.gob.mx/caip/taip/ArchivosFracciones/292.pdf

H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. (30 de Septiembre de 2014). H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez 2012-2015. (C. C. Bustamante, Editor) Recuperado el 01 de Enero de 2015, de Estructura Orgánica del Sistema DIF Tuxtla Gutiérrez:

http://sistemas.tuxtla.gob.mx/caip/taip/ArchivosFracciones/234.pdf

H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas 2012-2015. (31 de Diciembre de 2014). Tablero de Información Pública Obligatoria. Recuperado el 28 de enero de 2015, de Frac IV, B Manuales de Organización Sistema DIF Tuxtla Gutiérrez:

http://sistemas.tuxtla.gob.mx/caip/taip/ArchivosFracciones/342.pdf

H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. (23 de Enero de 2013). H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas 2012-2015. Recuperado el 02 de Enero de 2015, de Reglamento de la Administración Pública Municipal: http://tuxtla.gob.mx/normatividad/rapm.pdf

H. Congreso del Estado de Chiapas. (12 de Septiembre de 2014). Secretaría de Servicios Parlamentarios. Recuperado el 01 de Enero de 2015, de Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Chiapas: http://www.congresochiapas.gob.mx/index.php/Legislacion-Vigente/ley-org- nica-de-la-administraci-n-p-blica-del-estado-de-chiapas.html

Hellriegel, D., & Slocum, J. J. (2009). Comportamiento Organizacional (12a ed.). (P. M. Sacristán, & M. E. Treviño Rosales, Trads.) México, D.F.: Cengage Learning.

Hernández, J. J. (20 de Junio de 2014). Chiapas en Contacto. Obtenido de http://www.chiapasencontacto.com/casa-del-abuelo-celebra-16-anos-de-servir-a-los-adultos-mayores/

Instituto Nacional de Administración Pública A.C. (1997). La Administración Local en México (Vol. I). (M. d. Ferreyra, Y. de los Reyes, J. Chanes Nieto, N. Fernández Vertti, A. Uribe Vildoso, & C. Borja de Perea, Edits.) México D.F.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). Administración (Octava ed.). Estado de México: Pearson Educación.

Rodríguez, S. H. (2006). Introducción a la Administración (Cuarta ed.). México, D.F.: Mc Graw Hill.

Rubio, E. E. (2002). Administración de Recursos Materiales en el Sector Público. México, D.F.: Instituto Nacional de Administración Pública A.C.

Sampieri, R. H. (2000). Metodología de la Investigación. México, D.F.: McGraw Hill.

Secretaría de Desarrollo Social. (2013). Diagnóstico de Pensión para Adultos Mayores. Recuperado el 03 de Octubre de 2014, de www.sedesol.gob.mx/work/.../diagnostico/Diagnostico_PAM_2013.pdf

Secretaría de Desarrollo Social. (2014). Guía de Programas Sociales 2014. Recuperado el 03 de octubre de 2014, de http://www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/images/guias/Guia_de_P rogramas_Sociales_2014.pdf

Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Tuxtla Gutiérrez 2012-2015. (2014). Reglamento de Casa Taller de Artes y Oficios para niños trabajadores . Tuxtla Gutiérrez: Junta de Gobierno del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia.

Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Tuxtla Gutiérrez 2012-2015. (2014). Reglamento Interno de Casa del Abuelo. Tuxtla Gutiérrez: Junta de Gobierno del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia.

Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas 2012-2015. (2014). Reglamento Interno de Casa Guía. Tuxtla Gutiérrez: Junta de Gobierno del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia.

Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas 2012-2015. (s.f.). Centro de Desarrollo Comunitario CEDECO. Recuperado el 28 de enero de 2015, de http://www.dif.tuxtla.gob.mx/cedeco

Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. (30 de septiembre de 2014). Desarrollo Integral de la Familia de Tuxtla Gutiérrez 2012-2015. (A. L. González, Editor) Recuperado el 01 de Enero de 2015, de Normatividad Vigente: http://www.dif.tuxtla.gob.mx/normatividad-dif

Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. (s.f.). Desarrollo Integral de la Familia de Tuxtla Gutiérrez 2012-2015. Recuperado el 01 de enero de 2015, de Misión, Visión, Objetivo: http://www.dif.tuxtla.gob.mx/mision-vision

Torrez, J. M. (febrero de 2013). La Modernización de la Administración Pública de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México 2008-2010. Recuperado el 23 de diciembre de 2014, de http://www.eumed.net/rev/cccss/23/administracion-publica-tuxtla-gutierrez-mexico.html 95

Universidad Autónoma de México. (2014). Escuela Nacional de Estudios Superiores. Recuperado el 07 de diciembre de 2014, de http://enes.unam.mx/?lang=es_MX&cat=sociedad&pl=para-el-2050-mas-de- la-cuarta-parte-de-la-poblacion-en-mexico-sera-vieja

Vidaña, A. Z. (2010). La Comunicación Gubernamental en los Ayuntamientos de Veracruz Periodo 2008-2010 (Tesis de doctorado, Escuela Libre de Ciencias Políticas y Administración Pública del Oriente). Recuperado el 23 de

diciembre de 2014, de EUMED Enciclopedia Virtual: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/azv/indice.htm

Viesca, J. F. (1979). Administración Pública Federal. México, D.F.: Porrua, S.A. Villafuerte y Eudave, M. Á., & Reynoso Soto, S. R. (2003). Manual Básico para la Administración Pública Municipal (4 ed.). (E. R. Gress, Ed.) México, Toluca: Instituto de Administración Pública del Estado de México, A.C.

Werther, W. B., & Keith, D. (2008). Administración de Recursos Humanos (Sexta ed.). (J. M. Gómez, Trad.) México, D.F.: Mc Graw Hill.

Las personas con discapacidad y su inclusión laboral a través de INCLUDIS

Ing. Paulyna Guadalupe Hernández Méndez[62], *Dra. Alicia Alma Alejos Gallardo*[63], *MGA. Alicia Casique Guerrero*[64], *Dr. Daniel Hernández Soto*[65]

Resumen

Este trabajo muestra la información recolectada respecto al Programa de Inclusión Laboral de la Agencia Regional del Instituto Municipal de Celaya para la Inclusión y Atención de Personas con Discapacidad (INCLUDIS), del estado de Guanajuato, y forma parte de una investigación más amplia, cuyo propósito ha sido determinar la percepción de los trabajadores y las empresas involucradas en el Programa. Se

[62] Paulyna Guadalupe Hernández Méndez es Ingeniera en Gestión Empresarial egresada del Instituto Tecnológico de Villahermosa, y actualmente es estudiante del posgrado en Gestión Administrativa en el Tecnológico Nacional de México en Celaya, Guanajuato. 11paulyna@gmail.com

[63] Alicia Alma Alejos Gallerdo es Doctora en Administración y docente en el posgrado en Gestión Administrativa del Tecnológico Nacional de México en Celaya en las áreas referentes a: Estudio de las implicaciones de las TICS en las MIPYMES y Estudio de la Gestión de las MiPyMes en el Estado de Guanajuato. alma.alejos@itcelaya.edu.mx

[64] Alicia Casique Guerrero, es Maestra en Gestión Administrativa y docente en el posgrado Gestión Administrativa del Tecnológico Nacional de México en Celaya en las áreas referentes a: Estudio de las implicaciones de las TICS en las MIPYMES y Estudio de la Gestión de las MiPyMes en el Estado de Guanajuato. alicia.casique@itcelaya.edu.mx

[65] Daniel Hernández Soto, es Doctor en Ciencias en Economía y docente en el posgrado en Gestión Administrativa del Tecnológico Nacional de México en Celaya en las áreas referentes a: Estudio de las implicaciones de las TICS en las MIPYMES y Estudio de la Gestión de las MiPyMes en el Estado de Guanajuato. daniel.hernandez@itcelaya.edu.mx

indagará sobre las características de su proceso, y posteriormente, a través de encuestas aplicadas a los trabajadores y entrevistas a los representantes de las organizaciones que han sido partícipes del mismo durante 2019, se identificarán las experiencias y las opiniones de ambas partes. Las encuestas y la guía de entrevistas han sido validadas por expertos, posteriormente por el método Coeficiente de Validez de Contenido (CVC) de Hernández-Nieto (2002), y serán aplicadas en el verano de 2020. Los resultados servirán para considerar propuestas de mejora para la Agencia Laboral, la empresa receptora y el Programa de Inclusión Laboral.

Palabras claves: Discapacidades, empleo, grupos vulnerables, trabajo.

Introducción

En México, existen más de 5 millones de personas con algún tipo de discapacidad (INEGI, 2010). Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2017), las Personas con Discapacidad en el mundo representa aproximadamente el 15% de la población total. El 6.3% de la población total de Mexicanos posee algún tipo de discapacidad, mientras que en el estado de Guanajuato, de un total de 5 millones 961 mil personas, al menos el 5.4% posee alguna de estas características (INEGI 2018). En el caso del municipio de Celaya, hay 468 mil 469 habitantes, de los cuales 18 mil 451 pertenecen a este grupo antes mencionado (INEGI, 2010).

En México, únicamente están desempeñando un empleo el 37.4% de las personas con discapacidad (Solís, 2017), y en la ciudad de Celaya, Guanajuato, las personas con discapacidad representan el 3.7% de la población económico dependiente (Municipio de Celaya, 2018).

Esta segregación repercute directamente en las personas de este grupo de la sociedad y en su derecho de ser autónomos, de ejercer un oficio o profesión, de tener un hogar y una familia propia, y de hacer realidad sus aspiraciones y anhelos. Todo esto no solo los angustia a ellos, sino también a sus familiares y a toda la sociedad. Esta situación es preocupante pero es real y los esfuerzos por corregirla y alcanzar una verdadera igualdad de oportunidades de trabajo para las Personas con Discapacidad son casi imperceptibles.

El valor de este trabajo reside en la necesidad de comprender los requerimientos de las personas que sufren alguna discapacidad, por medio de sus opiniones, además, de poder emplearse como pauta para que otras entidades que se encarguen de conectar laboralmente a personas pertenecientes a este grupo, o a las organizaciones interesadas en la administración de la diversidad, puedan incrementar el conocimiento que poseen sobre estos temas.

Referentes teóricos

Una Persona con Discapacidad es quien por causas adquiridas o congénitas posee deficiencias ya sean: físicas, intelectuales, sensoriales y/o mentales, de manera temporal o permanente, y que su inclusión plena resulta impedida al afrontar las limitaciones impuestas por su entorno, esto, según la definición de la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad (2011).

Los autores Millas y Calderón (2005), hacen mención de algunos de los aspectos en los que se perciben directamente los beneficios de brindar oportunidades laborales a las Personas con Discapacidad. En relación a las ventajas para la vida personal y familiar de las personas de este grupo, puede afirmarse que para ellas,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

llevar a cabo actividades compensadas monetariamente en contextos de justicia y equidad, hace posible que trasciendan y que mejoren su relación consigo mismas y con las demás personas que las rodean.

Los beneficios de la inclusión laboral no se limitan tan solo a los trabajadores que se involucran directamente, sino que influyen de forma auténtica a otros elementos, como la entidad donde ejercen su empleo, por ejemplo, se afirma que la administración de la diversidad brinda a la organización una ventaja competitiva en relación a la competencia, sus clientes y la sociedad en general, al permitir un acercamiento verdadero a las necesidades de los diferentes grupos vulnerables que existen en la población y al mostrarse empáticos y responsables con su entorno. Siguiendo con este sentir, a las organizaciones les es posible tener acceso a recursos humanos que se muestran constantes en su labor, que suelen ser puntuales, leales y más productivos, en contraste a la opinión que afirma que las Personas con Discapacidad resultan poco productivas.

En México, el Gobierno Federal (2019) ha establecido un programa de apoyo social nombrado “Pensión para el Bienestar de Personas con Discapacidad”, el cual corresponde a un pago de $2,500 MXN que es ofrecido cada dos meses a los ciudadanos con discapacidad. Esta cantidad es asignada de manera individual, sin embargo, se limita a la asignación del recurso y no a la incentivación del empleo. Sin embargo, existen algunas entidades y servicios encargados de enlazar laboralmente a organizaciones inclusivas con Personas con Discapacidad, además de llevar a cabo otras actividades como evaluación de aptitudes para el trabajo y capacitación. Entre los más relevantes se reconoce al Servicio Nacional de Empleo (SNE) cuya estrategia “Abriendo Espacios”, vincula a organizaciones con interés de incluir en sus plantillas de trabajadores a Personas con Discapacidad, a los posibles prospectos. Este programa de la SNE posee elementos tales como la

intermediación del trabajo para personas en situación de vulnerabilidad referente a sus capacidades físicas y/o mentales, por medio de bolsas de empleo, asignación de perfiles laborales a través del análisis de los candidatos y orientación vocacional a por medio de instrumentos especiales.

Uno de los servicios actualmente que representa el mayor apoyo en la Inclusión Laboral de Personas con Discapacidad son las Agencias Laborales, las cuales en un principio eran gestionadas por el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), pero a partir de 2012 en el estado de Guanajuato es el Instituto Guanajuatense para Personas con Discapacidad (INGUDIS) el que se ha hecho cargo de esta labor. INGUDIS dirige a: la Agencia Laboral Regional Silao, la Agencia Laboral Regional San José Iturbide; la de Santa Catarina, Xichú y Atarjea, la Agencia Laboral Regional Celaya, la Regional Salamanca, la Agencia Laboral de Uriangato, la Agencia Laboral Regional León y la Regional Irapuato. Estas dependencias tienen el objetivo de aumentar la cobertura de atención en capacitación y empleo (DIF, 2016). Algunas de sus funciones principales se fijan en la valoración de los prospectos a través de sus características físicas, psicológicas y profesionales, el desarrollo de perfiles laborales de los individuos que han sido evaluados y el apoyo y asesoramiento en temas de inclusión para las empresas (INGUDIS, 2019).

El sistema de evaluación utilizado durante los procesos de integración laboral para personas con discapacidad de las agencias laborales, son las pruebas VALPAR, una herramienta ofrecida por los Centros de Evaluación de Habilidades Laborales de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS).

La Agencia Regional Laboral de Celaya tiene a su cargo once municipios del estado de Guanajuato (Celaya, Comonfort, Acámbaro, Jerécuaro, Salvatierra, Apaseo el

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Alto, Apaseo el Grande, Tarimoro, Tarandacuo, Cortázar y Coroneo). Esta agencia forma parte de la oficina municipal del Instituto Municipal para la Inclusión y Atención de Personas con Discapacidad (INCLUDIS). Los servicios ofrecidos por la agencia son: la evaluación de habilidades y aptitudes para el trabajo y la integración de laboral de personas con discapacidad.

1	Difundir el tema de inclusión en los sectores públicos.	2	Definir metas, objetivos, acciones y estrategias para la inclusión de Personas con Discapacidad.
3	Promover el estudio y la defensa de los derechos de las Personas con Discapacidad.	4	Ofrecer capacitación para servidores públicos en relación a la inclusión.
5	Asegurar el apoyo de intérpretes para las Personas con Discapacidad cuando necesiten comparecer ante las autoridades judiciales de Guanajuato.	6	Impulsar la accesibilidad para las Personas con Discapacidad.

Cuadro 1: Atribuciones del INCLUDIS. (INGUDIS, 2019)

Problema

Por lo que corresponde a Jáuregui (2017), opina que, la visión que la humanidad ha tenido acerca de las Personas con Discapacidad se ha venido desarrollado a través del tiempo, de tal manera que en tiempos anteriores este grupo se consideraba como de seres inferiores, que padecían alguna enfermedad o como “defectuosos”. No fue sino hasta que se luchó por sus derechos y por la equidad de oportunidades lo que fue logrando el reconocimiento que se vive hoy en día en México y el resto del mundo, y que el más claro referente que se posee a nivel internacional como sustento fue la aprobación de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad en la Asamblea General de la ONU en diciembre del año 2006.

La inclusión laboral se refiere *a los procesos que hacen posible que un grupo de la población tenga acceso a un trabajo con circunstancias laborales convenientes,* sin segregar a ninguna persona (Gutiérrez, 2017). Tiene, a su vez la intención de brindar soluciones a complicaciones sociales tales como la marginación, la discriminación social, la exclusión en el mercado laboral, el desempleo, y la falta de equidad (Millán, Arredondo y Vázquez, 2018).

Lograr la inclusión para los individuos con algún tipo de discapacidad significa proporcionarles las oportunidades de trabajo justas y equitativas. Esto, con el propósito brindarles el acceso laboral, las compensaciones monetarias justas y el reconocimiento que haga posible mejorar su calidad de vida y erradicar la pobreza y marginación social y económica que los caracteriza (Gray, Basualto y Sisto, 2017). Las personas con discapacidad afrontan diferentes escenarios discriminatorios cuando tratan de formar parte del mercado laboral, tanto para obtener un puesto, como para adaptase a las condiciones físicas del trabajo y nivelar su vida personal y sus necesidades con sus actividades laborales (Cendrero Uceda, 2017).

La opinión de que las personas con las características antes mencionadas no son capaces de llevar a cabo las actividades relacionadas con el trabajo, o que no pueden ser productivas, es una creencia común en muchas sociedades (CONAPRED, 2012). Esta situación fomenta los estereotipos nocivos y perjudiciales dentro de los mercados laborales. Es importante evidenciar las experiencias laborales de las personas con discapacidad y relacionarlas con la actitud y las opiniones que poseen sus empleadores (Ramírez et al., 2015).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Método

La presente investigación es de tipo descriptiva, pues se restringe a narrar los elementos que implica, al referir en primera instancia los datos recolectados respecto al Programa de Inclusión del INCLUDIS. Su enfoque es mixto entre cuantitativo, pues involucra a las Personas con Discapacidad que desempeñan los puestos de trabajo al realizarles una encuesta con medición de escala tipo Likert, cuyos resultados han de ser analizados de manera estadística; y cualitativo, ya que al recolectar la información se hace uso de las entrevistas personales con los representantes de la organización receptora. De igual manera, se emplea un diseño no experimental, donde la información no es manipulada. Este trabajo se basa en dos variables de investigación: La dependiente, que se refiere a experiencia de los usuarios, quienes asumen el papel de sujetos de investigación, y la percepción de los usuarios respecto al programa, que representa la variable independiente.

Las entrevistas a aplicarse corresponden a los empresarios implicados, mientras las encuestas son para los trabajadores con discapacidad que formaron parte del proceso de inclusión laboral de la Agencia del INCLUDIS durante el año 2019. Se trata de un total de 15 trabajadores y dos empresas diferentes, quienes representan el 100% de la población. El instrumento diseñado con el propósito de obtener información referente a la experiencia que vivieron los trabajadores durante el programa, es un cuestionario que consta de 13 preguntas cuyas respuestas se delimitan en una escala de Likert. Esta herramienta fue validada por expertos para su posterior medición de fiabilidad por medio del coeficiente Alfa de Cronbach. Para el caso de la guía de entrevista, esta brinda una referencia para poder realizar un diálogo de forma directa con un integrante de la empresa relacionado con la contratación los trabajadores.

Recomendaciones

Es importante que las organizaciones estén al tanto de lo que está pasando en su entorno, como lo son los servicios que ofrecen los programas de intermediación laboral y/o los enlaces laborales (como las agencias laborales) y que representan un apoyo en el proceso de inclusión de personas con discapacidad en los centros de trabajo. Además, deben reconocer las ventajas que esta opción puede representar para las personas, la organización y la sociedad.

Ofrecer capacitaciones en temas de inclusión y responsabilidad social para el desarrollo de habilidades de los colaboradores, incluyendo a las personas de este grupo. Estar al tanto de los estímulos fiscales ofrecidos por el Gobierno de México en relación a la contratación de Personas con Discapacidad, y la adaptación de los procesos internos de la empresa, en especial aquellos que involucran a su capital humano. Todas estas son inversiones de tiempo, recursos y esfuerzo que pueden realizarse dentro de las organizaciones para comenzar a implementar la inclusión de Personas con Discapacidad.

Se deben implementar estrategias y programas relacionados con la inclusión de Personas con Discapacidad en la organización, estableciendo objetivos y compromisos a fin de incursionar en la administración de la diversidad de la organización. Las empresas de intermediación y/o enlaces laborales, así como las entidades sociales que contraten personas con discapacidad necesitan llevar a cabo ajustes razonables en sus instalaciones para permitir el acceso digno de las personas con estas características, así como emplear recursos tecnológicos para facilitar el desarrollo de las actividades en las que sean implicadas.

Conclusiones

Al reflexionar finalmente, se puede afirmar que el problema de discriminación que sufren las personas con discapacidad es preocupante. Este fenómeno desconcierta la vida de las personas con discapacidad en la mayoría de los aspectos, en especial en el ámbito laboral. Las consecuencias de estos acontecimientos discriminatorios se ven reflejadas en el desempleo, la marginación y pobreza que viven la mayoría de los individuos que sufren alguna discapacidad en México. Un derecho imprescindible que poseen todas las mujeres y los hombres en México es el derecho al trabajo y la Inclusión Laboral debe ser un hecho que debe ser asegurado por las organizaciones y las instituciones sociales de nuestro país.

La cultura de la diversidad se consigue en gran medida, a través de la inclusión de las Personas con Discapacidad en el ámbito laboral, es por eso por lo que las organizaciones públicas y privadas deben tomar la responsabilidad de promover una cultura donde se origine la justicia y la igualdad de oportunidades para todos los colaboradores. Los enlaces laborales para Personas con Discapacidad, como la Agencia Laboral del INCLUDIS, tienen la necesidad de evaluar las opiniones de sus usuarios y solicitarles retroalimentación para encontrar áreas de oportunidad de mejora para sus programas y servicios y así aumentar cada día el alcance de sus objetivos de inclusión.

Apéndice

Cuestionario sobre las experiencias de los trabajadores

Experiencia de los trabajadores respecto al programa de Inclusión Laboral del INCLUDIS
Información requerida del trabajador

Edad: Género: Diagnóstico de discapacidad:

Instrucciones: A continuación, se presentan una serie de afirmaciones a las que le asignará el grado en el que considere que son ciertas para usted. No existen respuestas correctas o incorrectas. Por favor, responda a todas las preguntas, marcándose con una X.

1	Considero que los medios de comunicación y tiempos de respuesta del INCLUDIS desde el momento de ponernos en contacto fueron adecuados.	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
2	El personal del INCLUDIS se mantuvo en contacto conmigo para resolver mis dudas durante mi inserción laboral.	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
3	El personal de la Agencia Regional de Pruebas VALPAR me explicó la importancia de contar con esta información.	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
4	La Agencia Laboral del INCLUDIS le ha dado seguimiento a mi inserción laboral.	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
5	He sido discriminado laboralmente por ser una Persona con Discapacidad.	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
6	La organización me brindó la capacitación necesaria para desempeñar mi puesto.	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
7	El puesto de trabajo que me fue asignado está acorde a mis habilidades y conocimientos.	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
8	Considero aceptable la dificultad de las tareas que se me asignan en mi trabajo.	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
9	He recibido un trato respetuoso por parte de mis compañeros de trabajo.	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
10	La accesibilidad en mi lugar de trabajo es adecuada respecto a mis necesidades (ajustes razonables, elevadores, rampas, señalamientos).	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
11	La experiencia laboral que he obtenido después de la inserción ha impactado mi vida personal de manera positiva.	Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
12	¿En qué otros aspectos la Agencia Laboral del INCLUDIS puede apoyarme?	Pregunta abierta			
13	¿En qué otros aspectos la empresa puede apoyarme?	Pregunta abierta			

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Guía de entrevista sobre la experiencia de la organización

1	¿A través de qué medio se logró el contacto con la Agencia Laboral del INCLUDIS?
2	¿Qué motivó a la empresa a contratar Personas con Discapacidad?
3	¿El personal del INCLUDIS se mostró a disposición de atender dudas y brindar la información necesaria durante el proceso de inclusión laboral?
4	¿Se consideran satisfechos respecto al desempeño de los trabajadores dentro del puesto de trabajo? ¿Por qué?
5	¿Cómo ha sido la responsabilidad y puntualidad de los trabajadores?
6	¿Los trabajadores poseen los conocimientos y las aptitudes necesarias para desempeñar sus actividades?
7	¿Cómo perciben la actitud de los trabajadores?
8	Fue necesario realizar adaptaciones físicas en la empresa para mejorar la accesibilidad de los trabajadores con discapacidad.
9	¿Se realizaron campañas de sensibilización o de concientización del tema de inclusión laboral de Personas con Discapacidad para el resto de los trabajadores?
10	¿Cuál es la probabilidad de que contraten más Personas con Discapacidad a través de la Agencia Laboral del INCLUDIS?
11	¿Cuáles son los valores que se le han agregado a la organización a partir de la inclusión de Personas con Discapacidad?
12	¿En qué otros aspectos la Agencia Laboral del INCLUIDIS los puede apoyar?

Referencias

Cendrero Uceda, L. A. (2017). La discapacidad como factor de discriminación en el ámbito laboral. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.

CONAPRED. (2012). Reporte sobre la Discriminación en México 2012. México. Obtenido de: https://www.conapred.org.mx/userfiles/files/Reporte_2012_IntroGral.pdf

Desarrollo Integral de la Familia. (3 de octubre de 2016). Agencias de Integración laboral para personas con discapacidad. Obtenido de https://www.gob.mx/difnacional/acciones-y-programas/agencias-de-integracion-laboral-para-personas-con-discapacidad

Gray, N., Basualto, C. y Sisto, V. (2017). Política pública sobre capacitación y empleo en Chile: Inclusión/exclusión de una fuerza laboral que envejece. Chile.

Hernández-Nieto, R.A. (2002). Contributions to Statical Analysis. Universidad de Los Andes. Mérida, Venezuela.

Instituto Guanajuatense para Personas con Discapacidad. (2018). Inclusión laboral. Obtenido de: https://ingudis.guanajuato.gob.mx/inclusion-laboral

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010). Censo de Población y Vivienda, Cuestionario ampliado. Población con discapacidad. Estados Unidos Mexicanos.

Jáuregui, L. C. (2017). La inclusión laboral de las personas con discapacidad. Un estudio comparativo entre España y México. Guadalajara, Jalisco: ITESO.

Ley General para la Inclusión de Personas con Discapacidad. (2011) Estados Unidos Mexicanos: Diario Oficial de la Federación.

Municipio de Celaya. (2018). Plan Municipal de Desarrollo 2018-2040. Celaya, Guanajuato.

Organización de las Naciones Unidas - ONU (2006) Convención Internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad. Nueva York.

Organización Mundial de la Salud. (2017). 10 datos sobre la discapacidad. Obtenido de: https://www.who.int/features/factfiles/disability/es/

Ramírez, A., González, L., Hernández I. (2016). Experiencias laborales de personas

con discapacidad relacionadas con la actitud de empleadores y compañeros de trabajo. Ayacucho, 2015. UNSCH, Perú.

Solís, P. (2017). Discriminación estructural y desigualdad social. CONAPRED, 108.

El emprendimiento y su estado del arte

Dra. Dora del Carmen Aguilar Domínguez[66], *Dr. Juan Carlos Román Fuentes*[67]

Resumen

Esta aportación refiere los resultados de investigación con diseño documental que plantea como propósito indagar sobre el estado del arte del fenómeno relacionado con el emprendimiento, conocido también como emprendedurismo; para su desarrollo se observaron los pasos relacionados con el planteamiento del problema en el que se expresa cómo surge la inquietud de conocer sobre el emprendimiento y su estado del arte; posteriormente se planteó como objetivo el identificar la evolución del fenómeno del emprendimiento, en seguida se plantearon las técnicas a utilizar para la búsqueda, localización y colecta de literatura existente sobre el tema delimitado, realizando esta búsqueda tanto en forma física en bibliotecas como en medios digitales, lo que permitió extraer la información necesaria para conformar el cuerpo teórico que aquí se presenta, previo análisis y revisión de todo lo recopilado. Dentro de los resultados obtenidos se infiere que el fenómeno analizado, actualmente se estudia desde diversas perspectivas, destacando la que realizan los jóvenes interesados en el emprendimiento y la perspectiva educativa,

[66]Docente de Medio Tiempo de la Facultad de Contaduría y Administración Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas, Doctora en Gestión para el desarrollo por la UNACH. 21 años de experiencia laboral en el sector educativo. Datos de contacto: correo electrónico aguiladomi@gmail.com, teléfono celular 9611808916.

[67] Docente de Tiempo Completo de la Facultad de Contaduría y Administración Campus I de la Universidad Autónoma de Chiapas. Doctor en administración. Experiencia en el sector público de 15 años y en el sector educativo de 23 años. Datos de contacto: correo electrónico juancrf@gmail.com, teléfono celular 9611280432.

situación que ocurre en varios países latinoamericanos, de tal forma que la importancia que reviste en el campo profesional está fuera de toda discusión, de manera especial como alternativa para los jóvenes profesionistas que sistemáticamente se incorporan al mundo laboral y empresarial.

Palabras clave: emprendedores, emprendimiento, emprendedurismo.

Introducción

El emprendedurismo o emprendimiento es un fenómeno caracterizado por ser relevante para quienes están interesados en conocerlo, describirlo y abordarlo en diversas investigaciones, es por esto que en esta ponencia se presentan los resultados de una investigación al respecto de dicho fenómeno. El emprendimiento es un tema que ha sido objeto de interés en forma recurrente y por ende de estudio de varias personas u organizaciones, desde instancias gubernamentales, organizaciones privadas, empresas y hasta el nivel académico (profesores investigadores). Sin duda este fenómeno ha tenido impactos importantes en la economía del país y del mundo entero, a nivel social y hasta en la cultura y calidad de vida de la sociedad.

El emprendimiento ha sido el motor que ha impulsado el crecimiento de los sectores empresariales y de los avances tecnológicos en general, cuya evolución ha sido posible gracias a quienes emprenden estas acciones. Es así que el problema de esta investigación se centra principalmente en entender cómo se desarrolla en la actualidad el estudio y desarrollo del fenómeno relacionado con el emprendimiento, esta pregunta crucial deriva en al menos otra que complementa el proceso inquisitivo respecto a cómo se ha dado la evolución del fenómeno en periodos recientes, a partir de las cuales permiten reflexionar respecto a la importancia de la actividad de emprender y su impacto en diferentes ámbitos de la sociedad.

Para el desarrollo de la aportación, el documento se ha dividido en los siguientes apartados: referentes teóricos, en el cual se plasman algunos antecedentes conceptuales del emprendimiento, seguido del enunciado que plantea el problema de investigación abordado, posteriormente se describen los pasos desarrollados para realizar la investigación, en la parte final se presenta apartado de resultados relevantes y las conclusiones derivadas del trabajo.

Referentes teóricos

El emprendedurismo es un fenómeno que concierne a la actividad propiamente dicha y ejercida por los emprendedores. El fenómeno del emprendimiento ha sido estudiado como una cuestión de actitud, y desde la naturaleza de las características o perfil de la persona que emprende, por lo que es oportuno mencionar cómo se define a un emprendedor.

En sintonía con el enfoque del emprendimiento como una actitud Giner, Gil y Martí (2013) mencionan que:

> Un emprendedor es aquella persona que ante la vida muestra una actitud de liderazgo y de acción. Un emprendedor se pone en marcha y lidera su camino. Un emprendedor no deja que le escriban el guión de su vida, se muestra como protagonista de la misma. (p. 13)

En este mismo sentido Alcaraz (2015) menciona que un emprendedor es la "persona con confianza en sí misma y ciertas características que le permiten ver oportunidades y generar conceptos de negocio a partir de la creación, la innovación o el mejor empleo de recursos" (p. 7).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Algunas definiciones enmarcan el hecho de que una persona que emprende es aquella cuya actitud implica la búsqueda de mejore oportunidades para su desarrollo personal y económico, de hecho este último factor es muchas veces el impulso del emprendimiento, la gente busca una mejor fuente de ingresos o la búsqueda de más fuentes de ingreso que las que tiene actualmente, que le permitan elevar su calidad de vida. Un factor interviniente en este fenómeno adicionalmente es la falta de empleo, los índices de desempleo indican la situación actual, lo cual obliga a la gente a buscar la forma de sobrevivir dignamente.

Por otro lado también se puede observar el fenómeno del emprendimiento desde un enfoque social, en este contexto Hilarión (2014) establece que:

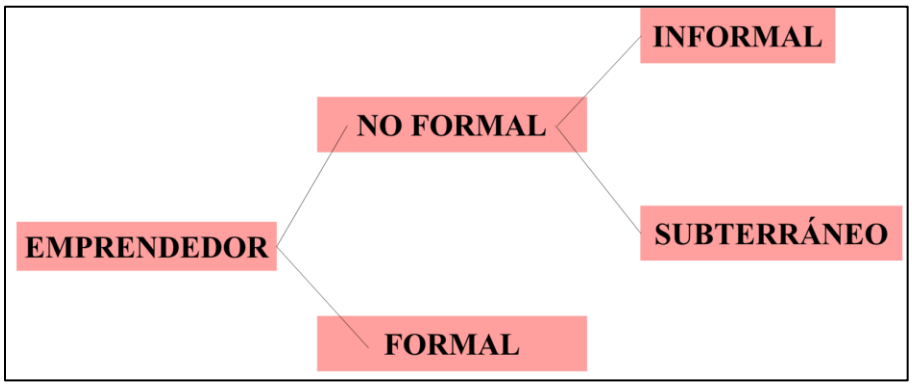
> como seres sociales que somos, pertenecemos a una familia, comunidad, ciudad, país, religión; también pertenecemos al maravilloso planeta tierra. Por esto, en nuestro proceso de emprendimiento también es importante tener conciencia del proyecto colectivo al que pertenecemos como sociedad. Es importante construir entre todos una visión de desarrollo colectivo, que nos ayude a inspirar proyectos de emprendimiento para el desarrollo en armonía, abundancia, sostenibilidad y respeto entre todas las personas, comunidades y seres vivos en general. (p. 3)

Ciertamente como parte de una comunidad, dado que vivimos en sociedad, el ser humano experimenta carencias y/o necesidades que le activan su capacidad creadora y creativa y los impulsa a generar sus propios satisfactores y los de la sociedad a la cual pertenece en muchas ocasiones. Una necesidad individual puede ser manifestada de manera colectiva, esto es, que una misma necesidad puede estar visible en un gran número de personas, esto impulsa a un emprendedor a emprender ideas que se convierten en negocios exitosos.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Otro autor consultado para obtener mayores datos relacionados con el mundo del emprendimiento es Ibarra (2013), quien menciona que un emprendedor puede ser formal y no formal y de este último caso, se derivan dos categorías: el informal y el subterráneo (Figura 1), lo que permite suponer que este enfoque está orientado a la actividad de negocios, lo que permite visualizar el fenómeno del emprendimiento desde un aspecto cuantitativo, mismo que se puede observar a través de datos estadísticos, facilitando así analizar el impacto de la actividad emprendedora en la economía nacional y/o internacionalmente.

Figura 1. Tipos de emprendedores



Fuente: Tomado de Ibarra (2013, p. 49)

Planteamiento del problema

El emprendimiento es un tema que ha sido objeto de interés y por ende de estudio de varias personas u organizaciones, desde instancias gubernamentales, organizaciones privadas, empresas y hasta el ámbito académico (profesores investigadores). Sin duda este fenómeno ha tenido impactos importantes en la economía del país y del mundo entero, a nivel social y hasta en la cultura y calidad de vida de la sociedad. El emprendimiento ha sido el motor que ha impulsado el crecimiento de los sectores empresariales y de los avances tecnológicos en general, gracias a quienes emprenden estos avances han sido posibles.

Cuando se habla del emprendedor, encontramos diversas categorías desde aquel emprendedor formal como también aquel que no es formal, es decir, hay muchos emprendedores que desafortunadamente no formalizan dicha actividad y permanecen en la informalidad o bien en actividades que se convierten en subterráneas, lo cual implica también caer en la ilegalidad y en la falta de licitud de dichas actividades por la necesidad de tener una fuente de ingresos segura.

Por otro lado, hay emprendedores que deciden formalizar sus actividades con la creación de empresas legalmente constituidas y siendo actividades lícitas según marca la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los cuales contribuyen adecuadamente a la economía del país.

Según algunos datos estadísticos citados por Ibarra (2013), el tamaño de la economía no formal en 17 países de la OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económico) del periodo que va de 1960 a 1978 aumentó sustancialmente, incluso en algunos países ha sido más del doble del porcentaje de 1978 con relación al porcentaje del año de 1960, datos expresados como porcentaje del PNB (Producto Nacional Bruto). Este fenómeno también se ve reflejado en América Latina al representar el espíritu de emprendimiento, incursión y desarrollo de emprendedores en el mundo empresarial.

En México la economía no formal (entendida como la economía subterránea solamente en este caso para estos datos) como porcentaje del PIB (Producto interno Bruto) presentó un aumento sustancial del periodo comprendido de 1970 a 1985, además que este sector pasó de un 26 a un 37% del valor de la producción nacional (Centro de Estudios Económicos del Sector Privado, citado por Ibarra, 2013).

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Cifras hay muchas, algunas ya añejas y posiblemente haya otras más recientes en las que se reflejan y/o se espera reflejen los cambios en la estructura de la economía tanto a nivel mundial como a nivel nacional. Es por ello, que independientemente de las categorías de emprendedores mencionadas y de estas cifras dadas, este trabajo pretende hacer un recuento de lo más relevante a cerca de este fenómeno, esto es, el estado del arte, qué ocurre con este fenómeno hoy en día, incluyendo el papel que juegan los emprendedores en la economía y en la competitividad de una región o nación y los estudios e investigaciones más recientes que se logren encontrar disponibles, de tal manera que permita construir una visión actual de lo que hoy en día sucede, datos relevantes y hechos que destaquen los cambios en la práctica de emprender. Es por esto que es sustancial conocer y tener datos estadísticos que reflejen las tendencias del desarrollo de este fenómeno ya sea a nivel mundial y a nivel nacional, en específico en México. Se trata de una investigación con diseño documental con base en fuentes físicas y virtuales (en internet), utilizando fuentes primarias y secundarias, dando como resultado información importante que sirva de base para futuras investigaciones en el ramo.

Dado lo anterior la interrogante central es ¿Cómo se está dando el fenómeno del emprendimiento en este momento?, esta pregunta crucial deriva en otra complementaria ¿Cómo se ha dado la evolución del fenómeno en periodos recientes?, estas y más preguntas surgen al reflexionar acerca de cómo la actividad de emprender impacta en diferentes ámbitos de una sociedad.

Método

Como toda investigación, el método o métodos utilizados son importantes, es por ello que se partió inicialmente del planteamiento del problema como aquello que

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

inquieta y da pie a generar la decisión de investigar, indagar, escudriñar sobre algo que se desconoce, por lo que surge la inquietud de conocer más acerca del fenómeno del emprendimiento y su estado del arte.

El objetivo general es conocer cómo se da la evolución del fenómeno relacionado con el emprendimiento en la actualidad. Implicando para el logro de este objetivo la búsqueda y localización de literatura respecto a estudios realizados sobre el tema, utilizando para ello la búsqueda física en lugares especiales (biblioteca), y en medios electrónicos, una vez realizada la búsqueda en forma paralela se definió la utilidad de lo encontrado, se extrajo la información necesaria para conformar finalmente el cuerpo teórico y parte también de los hallazgos que se presentan en este documento, previo análisis de la información que permitieron la construcción de las conclusiones generales.

Resultados

Como parte importante del proceso en la búsqueda de las investigaciones recientes sobre el tema del emprendimiento se localizaron varias de ellas, misma que a continuación se describen brevemente en orden cronológico:

Senderos (2018) menciona diez datos curiosos sobre el emprendimiento que encontró al respecto, los cuales son:

1. El 33% de los emprendedores en México tienen entre 25 y 34 años.
2. 1 de cada 3 mexicanos que quieren emprender, no lo hacen por miedo al fracaso.
3. 3 de cada 10 emprendedores, arrancaron su negocio por necesidad. El resto por buscar un mejor estilo de vida y un crecimiento.
4. El 66% vende menos de $500,000.00 pesos al año y el 80% vende menos de $1 millón al año.

5. 89% arrancaron con dinero propio o de familia vs el 3% que recibieron inversión formal.
6. El 54% de los que hoy arrancan un negocio son solteros.
7. 66% de los emprendedores son hombres vs el 34% mujeres.
8. 75% de las empresas cierran antes de terminar el segundo año.
9. 14% de las empresas nuevas obtiene ingresos fuera del mercado nacional.
10. 52% de los negocios son operados desde casa/sin oficina.

Otro estudio publicado en el mismo año corresponde al de Pineda (2018) quien comenta datos interesantes sobre el emprendimiento:

> El surgimiento de empresas, el anuncio de nuevas inversiones y la organización de eventos son noticias constantes en el ecosistema emprendedor mexicano. A pesar de ello, México cayó cuatro lugares en el Índice Global de Emprendimiento 2018, al ubicarse en la posición 75 desde la 71 que ocupó hace un año, al registrar bajas evaluaciones en los rubros de soporte cultural, percepción de oportunidades de negocio y habilidades emprendedoras.
>
> El índice, publicado en noviembre de 2017 por el Instituto Global de Emprendimiento y Desarrollo (GEDI, por sus siglas en inglés) con sede en Washington, mide la calidad y la dinámica de los ecosistemas de 137 países a través de 14 componentes: *networking*, capital humano e innovación de productos, entre otros. Estados Unidos, Suiza y Canadá ocupan las primeras tres posiciones del *ranking*, mientras que Chile destaca en el conjunto de países de América Latina y el Caribe. (Párr. 1-2)

Al respecto, García, Mendoza, Gutiérrez y Santos (2017), presentan los resultados de su investigación sobre el emprendimiento social realizado en una institución de educación superior tecnológica ubicada en el estado de Hidalgo en México y

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

mencionan en su resumen que:

> El objetivo de la investigación fue evaluar el Perfil de Emprendimiento Social en los estudiantes del área empresarial (Licenciatura en Administración e Ingeniería en Gestión Empresarial) en una institución de educación superior tecnológica, mediante el cuestionario de Emprendimiento Social, para identificar las diferencias entre los dos programas educativos. El instrumento, se aplicó a una muestra de 171 estudiantes de Administración y a 151 de Gestión Empresarial. Los resultados indican que la percepción media respecto a este tipo de emprendimiento, es superior en la Licenciatura en Administración. Por otro lado, en cuanto a los aspectos que integran el Perfil de Emprendimiento Social, en los encuestados de Administración se ubicaron en el siguiente orden: sociales, personales e innovadores, mientras que en los alumnos de Gestión Empresarial, primero los personales, seguido de los sociales y por último, los innovadores; asimismo, es importante precisar que esas diferencias en las medias solamente resultaron significativas en los aspectos innovadores y en el Perfil de Emprendimiento Social. (p. 1)

Otro estudio analizado corresponde al realizado por Canales, Román y Ovando (2017) titulado “Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica”, en el que en su resumen menciona que el objetivo de este artículo consiste en:

> Analizar las características sociodemográficas de la población joven emprendedora en México, con la finalidad de identificar el perfil de los jóvenes emprendedores, así como indagar si en efecto, la actividad emprendedora configura un mecanismo de inserción exitoso al mercado laboral o, en su caso, se trata de una forma de sobrevivencia ante la carencia

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

> de oportunidades de empleo. Para ello, se propone incorporar los elementos dados por un conjunto de vertientes teóricas y empíricas, así como la construcción de un esquema analítico a partir de los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del primer trimestre 2016, y el método de Análisis de Correspondencias Múltiples. Los resultados muestran que, en cierta medida, se refuta la situación ideal del emprendimiento enunciada bajo los preceptos teóricos, ya que en el caso de los jóvenes mexicanos se deduce que la actividad emprendedora emerge como una forma de sobrevivencia más que una manera de explotar el entorno para los negocios, la motivación personal y las capacidades físicas e intelectuales. (s/p)

Por su parte Messina, Hochsztain, Garzozi y Lucas (2017) publicaron los resultados de una investigación realizada en Uruguay que como dice el nombre de su artículo "¿Cómo anticipar el éxito/fracaso del emprendedurismo universitario?" Es un estudio basado en reglas de asociación supervisadas y árboles de decisión.

Dicho trabajo hace referencia a La Facultad de Ciencias Económicas y de Administración de la Universidad de la República, de Uruguay, en la que se desarrolla el Programa llamado "CCE Emprende" que se encarga de capacitar a emprendedores y que desde el inicio del programa, en 2007, se han hecho evaluaciones sobre el grado de satisfacción de los emprendedores y se ha realizado un seguimiento de los emprendedores para conocer el estado de su emprendimiento, a partir de eso en éste artículo se identifican las principales variables o factores asociados al éxito de un emprendimiento y cómo se vinculan para anticipar el futuro del emprendimiento.

Parte de su metodología indica que:

> Los datos analizados provienen de una encuesta realizada a todos los

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

> participantes de los cursos del Programa de Emprendedores CCE Emprende. Los emprendedores considerados participaron en CCE Emprende entre los años 2007 y 2010, y se incluyeron solo los 94 que culminaron el plan de negocios, de los cuales 63 respondieron la encuesta. La encuesta abarca los siguientes aspectos: características sociodemográficas del emprendedor (edad, sexo, nivel de estudios, situación laboral); motivos para iniciar el emprendimiento, diferentes tipos de apoyo: (familiar, económico, moral); motivos para asistir al programa CCE Emprende; si se cuenta con financiamiento para el proyecto; y dos indicadores de éxito (si el proyecto logró constituirse, si el proyecto genera ingresos). (p. 51-52)

Como parte de los hallazgos encontrados destaca que los dos elementos más relevantes para anticipar el éxito de un emprendimiento son: contar con financiamiento y que la situación laboral previa del emprendedor sea de trabajador independiente.

A su vez, Monroy, Couchonnal, García y Ferreira (2017) investigaron sobre el emprendedurismo juvenil en la ciudad de Asunción y en el departamento Central en Paraguay; se enfocaron en su caracterización, las políticas públicas al respecto, oportunidades y perspectivas. Como elementos en su metodología este estudio contempló la recolección de datos empíricos en un grupo de personas jóvenes emprendedores con una muestra de 35 personas que integró a 22mujeres, esto es el 62% y13hombres que representó el 38%, en edades de 15 a 29 años, buscando en la indagación las características que definen al emprendedurismo juvenil como forma de combate al desempleo y la informalidad. De la muestra de 35 emprendedores, 24 personas participaron en grupos focales; la información fue recolectada durante los meses de abril a junio del año 2017.

Esta investigación arrojó varias conclusiones destacando las siguientes:

De los 35 emprendedores entrevistados para este estudio, la gran mayoría realiza emprendimientos de tipo gastronómico (75%), el resto de emprendimientos se da en el ámbito de los emprendimientos sociales (10%), la tecnología (5%), la industria del entretenimiento (5%) y otros (5%).

Para el 70% de los entrevistados (26 personas), éste es su primer emprendimiento.

Del total de entrevistados, el 40% indicó que seleccionaron el rubro en el que desenvuelven su emprendimiento en función a sus áreas de interés. Un 20% indicó que encontró una oportunidad de hacer negocios; un 15% dijo que había sido previamente capacitado y manejaba los instrumentos y/o herramientas que requería el rubro; y un 5% indicó que era un emprendimiento familiar y un 20% no respondió.

Del total de entrevistados 60% indicó haber formalizado ya su emprendimiento (21%), a través de la obtención del Registro Único del Contribuyente, 20% está en proceso y 20% aún no lo ha realizado.

Los emprendedores que participan en este estudio solicitaron mayor presencia del Estado en materia de protección y vigorización del emprendedurismo.

Tanto las autoridades gubernamentales como los directivos de instituciones privadas que fueron entrevistados para este trabajo indicaron que el apoyo y fomento de la cultura del emprendimiento surge como una respuesta a los problemas de empleo. Indicaron que se ha ido desarrollando una cierta institucionalidad (normas, estructuras, disponibilidad de recursos financieros y humanos) para la implementación en estas líneas de trabajo, pero que aún se requiere profundizar aún más en el trabajo. Pero al tiempo indicaron que sin demeritar los trabajos, hasta el momento realizados, no sea logrado

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

solidificar el ecosistema emprendedor, ecosistema enteramente necesario para el florecimiento del emprendedurismo y sostenibilidad en el tiempo.

Ecuador también ha sido un país ocupado en estudiar el fenómeno del emprendimiento, tal como lo muestra una publicación realizada por Eliott Eduardo Jaime Carriel en el 2017, de la Universidad ECOTEC en cuyo trabajo se realiza la compilación de siete autores quienes en cinco capítulos desarrollan temáticas investigadas por ellos que versan sobre el emprendimiento, mismos que a continuación se mencionan con la finalidad de dar un panorama de las temáticas que desarrollaron:

En el capítulo uno se habla sobre los factores que promueven el emprendimiento en hombres y mujeres en el Ecuador, se pretende explicar las similitudes o diferencias que motivan a los ecuatorianos a diferencia de las ecuatorianas a emprender, para esto analizaron cuatro casos de éxito de cada género, con una muestra seleccionada a conveniencia.

El capítulo dos de esta compilación habla de la mujer en los emprendimientos, y hacen un análisis estadístico; se describe el emprendimiento femenino en el Ecuador, analizan la actividad emprendedora, la participación de la mujer en el mercado laboral en el Ecuador, ingresos laborales, y la motivación de emprendimiento entre otras variables.

El capítulo tres hace referencia al cooperativismo como herramienta del emprendimiento; así también se define el cooperativismo y el vínculo de éste con el emprendimiento social como generador de riqueza y reductor de los índices de pobrezas en aquellos actores más vulnerables de la sociedad ecuatoriana.

El capítulo cuatro aborda el financiamiento de los emprendimientos ecuatorianos; analiza las fuentes de financiamiento de los emprendedores ecuatorianos, comparando en algunos casos con los resultados de la región tomados del reporte global sobre finanzas emprendedoras; además presenta un mapeo de los mecanismos de financiamiento de emprendedores existentes en el país.

Finalmente el capítulo cinco aborda la paradoja de los emprendimientos productivos inclusivos, presenta los resultados de una investigación realizada en los de los Cantones de la provincia del Cañar. En este sentido, se corrobora la situación actual de los negocios de las personas con discapacidad que recibieron apoyo e incentivos.

En la publicación de Cárdenas, Guzmán, Sánchez y Vanegas (2014) se observa el interés por responder a una pregunta que da nombre a su documento publicado: ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? y además de determinar cuáles son los principales impactos de la formación en este campo, esta investigación fue desarrollada en Medellín Colombia.

Estos autores mencionan que ha ido en aumento el número de instituciones que están destinadas al fomento de la cultura emprendedora acentuado en las últimas décadas y que en otros estudios de esta naturaleza han mostrado la existencia de una relación entre el fomento al emprendimiento y el crecimiento económico, pero que no se conocen los impactos que esto pudiera tener desde el punto de vista de los impactos políticos, culturales y sociales de esta actividad; por lo que estos autores establecieron como objetivo de su investigación examinar si ese fomento impacta sobre el capital económico, humano y social, la solidaridad y la felicidad de las personas.

Para desarrollar la investigación utilizaron como técnica la encuesta a través de un cuestionario aplicado a una muestra de 322 personas, con un error muestral del 5% y un nivel de confianza de 95%, la muestra se integró de 165 mujeres (51.4%) y 156 hombres (48.5%). Fue una muestra de individuos que se formaron en el Parque del Emprendimiento de Medellín (Colombia). En conclusión general sus resultados evidenciaron que el fomento del emprendimiento permitió crear ciudadanos políticamente activos, además aumentó su capital humano, pero impactó levemente en su capital económico y social, por otro lado se encontró que no creó sujetos más solidarios ni más felices pues el impacto es muy bajo. Es interesante observar estos resultados pues demuestran que hay muchos impactos positivos pero a su vez también hubo muy bajo impacto positivo en otras áreas que para algunas personas son importantes. Asimismo los autores concluyeron que:

> En sociedades latinoamericanas como la colombiana, donde se ha dado mucha relevancia a la formación en emprendimiento desde las instituciones estatales y educativas, un cambio en la conceptualización del emprendimiento más dirigida a la creación de beneficios sociales, y no solo creación de negocios, ayudaría a crear sociedades más solidarias, comprometidas, con más confianza en los demás y posiblemente más satisfechas y felices. A la larga, sociedades más cohesionadas y felices, producen más, crecen más y viven mejor. La formación de emprendedores debería reconfigurarse empezando por el mismo concepto de emprendedor para dejar de lado la vieja figura del líder empresarial solitario y mostrar al equipo de trabajo que suele ser el que realmente crea e inicia empresas. (p. 187)

Restrepo, Vélez y Mejía (2012) publicaron una investigación que versó sobre la importancia de que las universidades impulsen el emprendimiento empresarial

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

integrando programas académicos orientado a ese objetivo, a partir de esta idea generaron un estudio con estudiantes de un programa de estudios de Ciencias Pecuarias de la Universidad de Antioquía en Colombia, para conocer la opinión en torno al tema y con el objetivo de evaluar su percepción sobre emprendimiento empresarial y determinar si existía el deseo de conformar en un futuro su propia microempresa. Una conclusión dada por los autores es que no se encontraron diferencias estadísticas (P>0.05) entre estratos y género, respecto a la visión de ser emprendedor empresarial, además se acentúa el hecho de que los estudiantes creen que la actual profesión que cursan les permitirá a futuro potencializar la creación de su propia empresa.

En este mismo estudio se aprecia que el 60.4% de los hombres interrogados les daría temor de ser empresarios, mientras que el 39.6% de las mujeres tendrían temor a emprender. Se observa un mayor porcentaje de hombres que les gustaría ejercer su profesión de manera independiente, esto es el 53.5%, en relación a las mujeres el 46.5% les gustaría ejercer su profesión; reflejándose también en el 59.3% de los hombres que considera que la profesión que en la actualidad cursan le permitirá ser empresarios en el futuro, en el caso de las mujeres el 40.7% opinan igual.

Por otro lado se encontró que de acuerdo con la percepción de los estudiantes sujetos de estudio, sobre las cinco principales características que debe tener una persona para ser empresario, se encontraron como aspectos de mayor arraigo: el liderazgo, la creatividad, la visión, la innovación y la responsabilidad.
Además en este estudio se concluye que:

> El programa de Ciencias Pecuarias de la Universidad de Antioquia debe efectuar una transformación de punta en sus programas académicos, de tal manera que permita incorporar los nuevos requerimientos que demanda la

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

> sociedad, y tener dentro de sus objetivos, formar empresarios en el sector agropecuario (Restrepo, Vélez y Mejía, 2012, p.251)

Herrera (2012) realizó un estudio en el que el objetivo fue hacer una caracterización de los emprendedores del Fondo Emprender Sincelejo en Colombia, para ello encuestaron a diecisiete participantes emprendedores que tuvieran un plan de negocio financiado por el Fondo Emprender Sincelejo, a quienes les preguntaron acerca de las características que ellos consideraban que debían estar presentes en un emprendedor, las conclusiones del estudio refieren a estas características del emprendedor:

> Los emprendedores identificaron algunas características que deben estar presentes en aquellos que están interesados en crear su propia empresa. Estas son: el conocimiento del negocio y la formación académica, la innovación en el producto, y la motivación; las mencionadas priman sobre otras cualidades como: la perseverancia, los riesgos, las oportunidades, la edad, la experiencia y el liderazgo. (p. 197)

En este mismo estudio en los resultados se refleja que “el espíritu emprendedor está en los jóvenes de 25 a 34 años, los cuales se encuentran en una etapa altamente productiva, atraídos por los riesgos y oportunidades” (p. 199). En cuestión de género son más los hombres emprendedores que las mujeres pero solamente con una diferencia de 6% entre ambos. Otra variable analizada en este estudio fue el ingreso de los emprendedores.

Conclusiones

A lo largo de la investigación se observó la basta información sobre el emprendimiento no solo en México sino en otros países como Ecuador, Uruguay, Paraguay, Colombia, y muchos otros países cuyas investigaciones no fueron

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

mencionadas como España, esto refleja la importancia que han cobrado los emprendedores en el ámbito económico y educativo y sobretodo en las políticas públicas de estas naciones.

Las investigaciones que se mencionan en este documento se enfocan al emprendimiento como objeto de su estudio pero analizándolo desde diversos matices, algunos en el ámbito de lo económico con cifras estadísticas, otros desde lo educativo, estableciendo los impactos de la formación de emprendedores, hasta la caracterización de factores involucrados en los perfiles de los emprendedores.
Otro aspecto relevante son las herramientas metodológicas que han sido utilizadas en estos estudios, muy valiosas que brindan validez y confiabilidad en dichos resultados.

Se observa que hay varias investigaciones recientes y que este trabajo queda limitado a solo unas cuantas de la totalidad de las analizadas, por lo que se considera que este trabajo puede aún ser enriquecido en un futuro, con la finalidad de ofrecer un panorama aún más completo del estado del arte del fenómeno en cuestión. Se requiere de mayor tiempo y espacio para lograr este cometido.
Así mismo se tiene la intención de incorporar un mayor análisis a cifras estadísticas que ayuden a entender este fenómeno con datos generados por instancias de carácter público encargada para ello por ejemplo sobre los indicadores de empleo/desempleo, población económicamente activa, actividad empresarial formal e informal, economía informal, entre otros.

Referencias

Alcaraz, R. R. (2015). *El emprendedor de éxito.*5ª. Ed. D.F.: McGraw-Hill.

Canales, G. R. A., Román, S. Y. G., Ovando, A. W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: diálogos*

en la Sociedad del Conocimiento. 5(12). Universidad Nacional Autónoma de México. DOI: 10.21933/J.EDSC.2017.12.211

Cárdenas, J., Guzmán, A., Sánchez, C., y Vanegas, J. D. (2015). ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo. *Universidad & Empresa, 17*(28), 173-190. DOI: dx.doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.28.2015.08

García, H. Y., Mendoza, M. J., Gutiérrez, F. G. y Santos, D. L. E. (2017). Emprendimiento social en estudiantes del área empresarial de una institución de educación superior tecnológica en el estado de Hidalgo. Recuperado de http://www.uam.mx/altec2017/pdfs/ALTEC_2017_paper_194.pdf

Giner, De la F. F., Gil, E. Ma. De los A., Martí, P. J. (2013). *Curso ESIC de emprendimiento y gestión empresarial. Emprender con ideas innovadoras.* Tomo 1. Madrid: ESIC.

Herrera, G. C. E. (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *Económicas CUC. 33*(1), 191-204. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5085553.pdf

Hilarión, M. J. E. (2014). *Emprendimiento e innovación. Diseña y planea tu negocio.* D.F.: Cengage Learning.

Ibarra, V. D. (2013). *Los primeros pasos al mundo empresarial. Una guía para emprendedores.* D.F.: LIMUSA.

Jaime, C. E. E. (Comp.).(2017). El emprendimiento en Ecuador: Visión y perspectivas. Samborondón- Ecuador: Universidad ECOTEC. Recuperado de https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/emprendimiento-ecuador.pdf

Messina, M., Hochsztain, E., Garzozi, R. y Lucas, R. (2017). ¿Cómo anticipar el éxito/fracaso del emprendedurismo universitario? estudio basado en reglas

de asociación supervisadas y árboles de decisión. *Yura: Relaciones internacionales* (Revista electrónica) 10 (Abril-Junio 2017) 42 – 59.

Monroy, P. J. G., Couchonnal, M. García, L. y Ferreira, H. (2017). Emprendedurismo Juvenil en Asunción y Central. Caracterización, políticas públicas, oportunidades y perspectivas. Recuperado de https://sinafocal.gov.py/application/files/8915/1182/1309/Emprendedurismo.pdf

Pineda, A. (2018). México cae cuatro lugares en el Índice Global de Emprendimiento. *Expansión*. Recuperado de https://expansion.mx/emprendedores/2018/01/09/mexico-cae-cuatro-lugares-en-el-indice-global-de-emprendimiento

Restrepo, B. L. F., Vélez, H. C. A., Mejía, R. D. (2012). Percepción sobre emprendimiento empresarial por parte de estudiantes del programa de Ciencias Pecuarias de la Universidad de Antioquia. Revista Virtual *Universidad Católica del Norte*.35 (Febrero-Mayo, 2012).234-253 Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/1942/194224362013.pdf

Senderos, M. (Junio, 26, 2018). Diez datos curiosos del emprendimiento en México que debes saber. Recuperado el 10 de agosto de 2019 de https://www.entrepreneur.com/article/292067

Comparar la competitividad en las MiPyMES del subsector agroindustrial de la Zona Ríos

Dr. Raziel Esau Coop Abreu [68], Dr. David Ernesto Montuy Santiago [69], Aura Lixi Zetina Que [70], Alma Cristina Espinoza de la Cruz [71].

Resumen

México, como algunos otros países del mundo, es un país que tiene como eje vertebral económico a la Micro, Pequeña y Mediana empresas. (MiPyMes). En ellas convergen muchos mexicanos que son pequeños propietarios, empresarios que arriesgando muchas veces todo lo que tienen se lanzan a la gran aventura de buscar mejores condiciones de vida para ellos y los suyos. Para conocer la situación actual y los sectores a los que se dedican y con ello estimar las posibilidades de competencia para los empresarios en etapa temprana. El desarrollo de las llamadas Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPyMes) en nuestro país es considerable y es una de las áreas de la economía en la cual nuestra política económica interna invierte mayores recursos, en la actualidad es común escuchar sobre de ellas en

[68] Doctor en Administración, profesor con perfil deseable e investigador de tiempo completo, del Instituto Tecnologico Superior de los Rios, integrante del cuerpo academicco ciencias socio economico administrativas. Raziel_esau19@outlook.com Tel. Cel. 9341157501.

[69] Doctor en Administración, investigador de tiempo completo, del Instituto Tecnologico Superior de los Rios, integrante del cuerpo academicco ciencias socio economico administrativas. davidems76@hotmail.com Tel. Cel. 9931609842, Instituto Tecnológico Superior de los Ríos.

[3] Estudiante de séptimo semestre de la Licenciatura en Administración, aurizetina@gmail.com , Teléfono celular 9341340750, Instituto Tecnológico Superior de los Ríos.

[4] Estudiante de séptimo semestre de la Licenciatura en Administración, almaespinoza21122@gmail.com Teléfono celular 9341156905, Instituto Tecnológico Superior de los Ríos.

todos los medios de comunicación. La competitividad es un aspecto que adquiere cada vez mayor relevancia, debido a que es la capacidad de obtener éxito respecto a otras organizaciones con ganancias por encima de la media del mercado. Por eso que en otros estados se compara la competitividad y el desarrollo en las organizaciones ante sus clientes. Es por ello que en otros estados se compara la competitividad y el desarrollo en las organizaciones ante sus clientes.

Palabras clave: Competitividad, Mipymes,

Introducción

Estas empresas, independientemente de la naturaleza de su actividad principal, presentan las características históricas que identifican a todas las culturas del mundo desde tiempos remotos, prácticamente desde que el hombre se vuelve sedentario, hace aproximadamente 10,000 años. Desde entonces, el mundo ha observado, con algunas variantes, los grandes contrastes que aún observamos en la constitución de las economías sociales; antes existían los grandes empresarios (nobles y terratenientes), los pequeños agricultores, productores y artesanos, así como aquellos que se dedicaban a tareas productivas prácticamente de subsistencia, lo mismo que una masa amorfa, a veces difícil de identificar, que se dedicaban a prestar servicios de distinta naturalezas.

El desarrollo de investigaciones académicas permite encontrar las causas, efectos y soluciones a las problemáticas que existen en la educación, sector empresarial y gobierno, a su vez son de ayuda para el crecimiento de la localidad, región y país a través de la vinculación Gobierno - Empresa. Dirección de Fomento Económico y Turismo como parte del Ayuntamiento de Emiliano Zapata, asume el compromiso y

responsabilidad junto con su Director y Presidente Municipal de llevar a cabo el desarrollo de proyectos de investigación, que permita crear y compartir conocimientos logrando la competitividad de la institución. El modo de difundir y divulgar a la comunidad empresarial, cultural y social el quehacer en la investigación es a través de las publicaciones periódicas y no periódicas, así como participaciones en eventos culturales.

Instituciones y organismos empresariales han entendido el valor de introducir microempresas al sector como estrategia para impulsar el desarrollo económico de las diferentes entidades. Sin embargo, en la ejecución de sus propósitos se enfrentan a la problemática que genera el desconocimiento de las características que definen sus debilidades y potencialidades, pero sobre todo las necesidades de la microempresa en sus diferentes sectores.

La desventaja de los reportes de la información administrativa que pueden resultar lentos debido a que el tiempo entre el periodo de referencia y cuando los datos están disponibles para fines estadísticos puede ser larga; no permite tomar decisiones con certidumbre en información a las autoridades gubernamentales, sobretodo ayuntamientos que su periodo es de tres años. En Emiliano Zapata se manifiesta la necesidad de conocer el número de Micro, pequeñas y medianas empresas por sector económico, para determinar el sector que impacta a la economía municipal. La presente investigación servirá para analizar la problemática e identificar las necesidades de la Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMes) en el municipio de Emiliano Zapata, Tabasco; proveer una base de datos que permita desarrollar una propuesta de mejora a tomar decisiones al contar con un inventario actualizado de las MiPyMes de los sectores comercial, servicio e industrial de dicho municipio y detectar las necesidades de los empresarios, y al conocer las

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

características se podrán aplicar estrategias que permitan a la empresa familiar lograr la continuidad, desarrollo, vigencia y permanencia en el mercado.

En México a finales de la década de los 70´ y 80´ las MiPyMes fueron ganando lugar en los mercados de productos y servicios, además de generar empleos, muchas de estas han venido a satisfacer las necesidades de las familias mexicanas pudiendo sostenerse sin necesidad de realizar algún trabajo de extrema complejidad, las MiPyMes aportan gran cantidad de los ingresos al país y contribuyen al desarrollo dinámico del sistema empresarial mexicano.
Arthur Anderson en 1999, en su libro Diccionario de Economía y Negocios, las define como “Una Unidad Económica de Producción y Decisiones que, mediante la Organización y Coordinación de una serie de Factores (Capital y Trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado”. Conformadas por MiPyMes. En 1994 el país se integró a la Organización de Cooperación y desarrollo Económico.

En 1998 el tema escuchado era el FOBAPROA (Fondo Bancario de Protección al Ahorro), se acusaba a los banqueros de actuar ilícitamente y estos hechos afectaron sin duda alguna a los empresarios de las MiPyMes en todo el país, a propietarios, productores agrícolas y a familias de todas las clases sociales.

Sin embargo, debido a la situación generada por la crisis económica, de las MiPyMes se le dio relevancia debido al potencial en la creación de empleo, la capacidad que tienen para adaptarse a los cambios, y por último a la contribución en la estabilidad socioeconómica de México. En la actualidad las micro, pequeñas y medianas empresas conforman el 98.8% de las empresas, de este monto el 90% son micro empresas. Las MiPyMes proporcionan el 81% de empleo a la población

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

económicamente activa y el 52% del Producto Interno Bruto PIB del país, detalla la banca empresarial Banamex. En México se clasifica a la empresa de acuerdo con el número de empleados y las ventas netas que obtienen dentro de este rango Las empresas son una fuente de ingresos para trabajadores, proveedores, gobierno y empresarios, promueven el desarrollo económico de la sociedad, contribuyen al sostenimiento de servicios públicos, representan un medio para la realización o satisfacción personal, y fomentan la capacitación y el desarrollo de habilidades, así como la inversión y la formación de capital. (Bonilla, 2004)

A finales de la década de los 70´ y 80´ las MiPyMes fueron ganando lugar en los mercados de productos y servicios, además de generar empleos, muchas de estas han venido a satisfacer las necesidades de las familias mexicanas pudiendo sostenerse sin necesidad de realizar algún trabajo de extrema complejidad, las MiPyMes aportan gran cantidad de los ingresos al país y contribuyen al desarrollo dinámico del sistema empresarial mexicano. (Callejas, 2003)

Esta organización es de importancia para el desarrollo de la economía, está compuesta por 34 estados, está encargada de coordinar sus políticas económicas y sociales, los encargados se reúnen con el fin de intercambiar información y concertar políticas para maximizar su crecimiento económico, desafortunadamente el país se enfrentó a una devaluación de su moneda en el año de 1995. En esta etapa México paso por una serie de eventos que no han favorecido a la economía; la caída de las importaciones, el incremento en los precios, las tasas de interés estaban inestables, el incremento de la deuda pública si nos remontamos a 1976, año en que el poder adquisitivo del salario y la participación del trabajo sobre los ingresos tuvieron una caída significante, y bajo el respaldo de una encuesta en este mismo año se menciona que los ingresos dentro del seno familiar eran de suma

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

importancia para México 65% de la población alcanzaba un ingreso de hasta un salario mínimo y 30.4% tenía ingresos de entre uno y dos salarios.

Sin embargo, debido a la situación generada por la crisis económica, de las MiPyMes se le dio una relevancia correspondiente al potencial en la creación de empleo, y la capacidad que tienen para adaptarse a los cambios, y por último a la contribución en la estabilidad socioeconómica de México. En la actualidad las micro, pequeñas y medianas empresas conforman el 98.8% de las empresas, de este monto el 90% son micro empresas. Las MiPyMes proporcionan el 81% de empleo a la población económicamente activa y el 52% del Producto Interno Bruto PIB del país, detalla la banca empresarial Banamex. En México se clasifica a la empresa de acuerdo con el número de empleados y las ventas netas que obtienen dentro de este rango (Gigch, 2004).

Se desarrolla un estudio Identificando el perfil del empresario de las MiPyMes en el municipio de Emiliano Zapata, Tabasco, deduciendo sus características con las que el empresario cuenta, la relación que tiene con su empresa, estudiando el sector, industrial, comercial y de servicio en la investigación, con la finalidad de obtener resultados, en cuanto a la preparación del empresario y el crecimiento de las empresas, su competencia, utilidad, etc. Sin embargo, debido a la situación generada por la crisis económica, de las Mi Pymes se le dio relevancia debido al potencial en la creación de empleo, la capacidad que tienen para adaptarse a los cambios, y por último a la contribución en la estabilidad socioeconómica de México.

Tabla 1.Clasificación de las Mipymes

Giro	Número de empleados	Ventas netas
Micros	1-15	Hasta $9,000 mil
Pequeñas	16-100	Hasta $9 millones
Medianas	101-250	Hasta $20 millones
Grandes	A partir de 251	Mayores de 20 millones

Fuente: INEGI, 2015.

Tabla 2: Matriz de la competitividad

Matriz del perfil de competitividad									
Panetela	**Panadería La Panetela Balancán**			**Panetelas Montecristo Emiliano Zapata.**			**Panetela Sierra Tenosique**		
	Valor	Clasificación	Porcentaje	Valor	Clasificación	Porcentaje	Valor	Clasificación	Porcentaje
Calidad del producto	0.2	3	0.7	0.2	4	0.8	0.2	3	0.7
Sabor	0.2	2	0.5	0.2	3	0.6	0.2	3	0.5
Precio	0.1	2	0.2	0.1	2	0.2	0.1	2	0.2
Presentación del producto	0.1	3	0.3	0.1	3	0.3	0.1	3	0.3

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Satisfacción del cliente	0.2	3	0.5	0.2	3	0.6	0.2	2	0.5
Experiencia	0.2	3	0.6	0.2	3	0.6	0.2	2	0.6
Total	1	16	2.8	1	18	3.1	1	15	2.8

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Matriz de la competitividad

Matriz del perfil de competitividad									
Quesos	**Quesería San Luis Balancán.**			**Quesos Usumacinta Emiliano Zapata.**			**Quesos San Antonio Tenosique**		
	Valor	Clasificación	Porcentaje	Valor	Clasificación	Porcentaje	Valor	Clasificación	Porcentaje
Calidad del producto	0.2	4	0.8	0.2	3	0.7	0.2	3	0.7
Sabor	0.1	3	0.3	0.1	3	0.2	0.1	3	0.2
Precio	0.2	2	0.4	0.2	2	0.3	0.2	2	0.3
Presentación del producto	0.2	3	0.6	0.2	3	0.6	0.2	2	0.6
Satisfacción del cliente	0.1	2	0.2	0.1	2	0.2	0.1	2	0.2

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Experiencia	0.2	3	0.6	0.2	3	0.5	0.2	2	0.5
Total	1	17	2.9	1	16	2.5	1	14	2.5

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Matriz de la competitividad

Matriz del perfil de competitividad									
Tostadas	**Tostadas de Pozol El Uspi Balancán**			**Las Gardenias Emiliano Zapata**			**La Rivereña Tenosique**		
	Valor	Clasificación	Porcentaje	Valor	Clasificación	Porcentaje	Valor	Clasificación	Porcentaje
Calidad del producto	0.2	3	0.6	0.2	3	0.5	0.2	2	0.5
Sabor	0.1	4	0.4	0.1	3	0.4	0.1	3	0.3
Precio	0.2	3	0.6	0.2	2	0.5	0.2	2	0.6
Presentación del producto	0.2	2	0.4	0.2	2	0.3	0.2	2	0.3
Satisfacción del cliente	0.1	3	0.3	0.1	2	0.3	0.1	2	0.3
Experiencia	0.2	4	0.8	0.2	3	0.6	0.2	3	0.7
Total	1	19	3.1	1	15	2.6	1	14	2.7

Fuente: Elaboración propia

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Se desarrolla un estudio Identificando el perfil del empresario de las MiPyMes en el municipio de Emiliano Zapata, Tabasco, deduciendo sus características con las que el empresario cuenta, la relación que tiene con su empresa, estudiando el sector, industrial, comercial y de servicio en la investigación, con la finalidad de obtener resultados, en cuanto a la preparación del empresario y el crecimiento de las empresas, su competencia, utilidad, etc. La presente investigación servirá para analizar la problemática e identificar las necesidades de la Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMes) en el municipio de Emiliano Zapata, Tabasco; proveer una base de datos que permita desarrollar una propuesta de mejora a tomar decisiones al contar con un inventario actualizado de las MiPyMes de los sectores comercial, servicio e industrial de dicho municipio y detectar las necesidades de los empresarios, y al conocer las características se podrán aplicar estrategias que permitan a la empresa familiar lograr la continuidad, desarrollo, vigencia y permanencia en el mercado.

Las Mypes son empresas compuestas por un número reducido de trabajadores y con un moderado volumen de facturación, las Pymes gracias a su gran potencial de generación de empleos representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza. Otras de las ventajas de las Pymes es que realiza productos individualizados en contraposición con las grandes empresas que se enfocan más en productos estandarizados.

A pesar de las limitaciones, el papel de las Mypes en la economía del país ha sido un factor que ha generado incrementos en la producción. Es importante darse cuenta que hoy, Como antes, las micro, pequeñas y medianas empresas se complementan, en mayor o menor medida, con las actividades productivas de las

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

grandes y macro empresas, estableciendo relaciones directas e indirectas, en medio, por lo general, de precarios equilibrios entre ellas. Sin embargo, hoy las PYMES presentan la tendencia a realizar actividades autónomas que tienen una relación forzosa con los núcleos sociales de su entorno, sufriendo la influencia de las empresas mayores, que por lo general tienden a someterlas, minimizando sus posibilidades de desarrollo.

Referentes teóricos

Una empresa familiar es como una espada de dos filos, corta en ambos sentidos, con ventajas y desventajas únicas. Muchas de sus ventajas surgen del compromiso excepcional con la empresa por parte de los empleados miembros de la familia, porque su desempeño tiene un efecto profundo sobre ésta, tanto en un sentido financiero como en otros. Por el lado negativo, las MiPyMes pueden enfrentar severas complicaciones, entre las que se incluyen conflictos de negocios que se entrecruzan para crear problemas en la vida personal del empresario y viceversa. (Müch Galindo, 2015)

Aunque algunas grandes corporaciones adolecen de mala administración, las empresas pequeñas parecen más vulnerables a esta debilidad. Muchas MiPyMes son empresas marginales o sin rentabilidad, que luchan por sobrevivir día con día. En el mejor de los casos rinden apenas lo suficiente para que sobreviva el dueño. Funcionan pero sería una exageración decir que son administradas. Sin embargo, la buena nueva es que una mala administración no es universal ni inevitable.

Los alimentos artesanales simbolizan la historia y la cultura de las sociedades, son también una estrategia de desarrollo para productores rurales de países en economías emergentes y desarrolladas y es un saber-hacer que debe rescatarse y

preservarse (Cervantes-Escoto et al., 2006; Costa et al., 2012; Domínguez-López et al., 2011). Sin embargo, a pesar de su importancia cultural, antropológica y, en algunos casos, económica, este tipo de alimentos, por su naturaleza y tecnología, la cual está fuertemente vinculada con el medio ambiente y la tradición rural mediante el uso de técnicas sencillas y rudimentarias (Sefa-Dedeh, 1993), carecen de características de calidad estandarizadas, lo que debilita su venta en el mercado frente a los alimentos industrializados.

El queso artesanal, entonces, se puede definir como aquel que se produce, sobre todo, a mano en pequeños lotes utilizando la mecanización mínima, pudiendo incluir todo tipo de leche y diversos aromas (et al., 2014). Tal es el caso del queso de Poro producido en los municipios de Balancán y Tenosique, Tabasco, el cual es un queso tradicional elaborado con leche obtenida de rebaños de cruza cebú-pardo suizo criados por pequeños productores y diseñado hace aproximadamente cien años con el fin de darle una vida de anaquel lo suficientemente larga para permitir su comercialización en la ciudad de Villahermosa. Es así como surgió el queso de Poro, que es elaborado tradicionalmente con leche cruda, inoculado con suero del mismo queso de la producción del día anterior y sometido a sucesivos procesos de prensado, salado y oreado. Tradicionalmente, el producto terminado se recubre con parafina y con papel celofán Amarillo. Pan de dulce elaborado con Claras de huevo batidas con azúcar, a las que se les añade harina de trigo y yemas. Es un pan muy suave y esponjoso que se considera fino y muy delicioso. Se prepara en Tabasco y en la península de Yucatán, con las correspondientes variantes en cada estado.

En Tabasco son famosas las panetelas del municipio de Emiliano Zapata, un pan artesanal que producen únicamente una o dos familias que se encargan de distribuirlas en toda la región. La masa lleva ralladuras de cáscara de naranja y en

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

ocasiones vainilla; lo elaboran con forma de tambor de unos 8 cm de diámetro y 3 cm de alto; siempre es amarillo, pues la masa lleva mucho huevo. Se acostumbra comer durante el desayuno o la cena, acompañado con café con leche o un vaso de leche fría.

Tostadas que se elaboran con la masa del pozol blanco, es decir, maíz cocido en nixtamal y martajado. La tortilla cruda se fríe en manteca de cerdo; queda dorada y crujiente, y tiene fama de ser muy sabrosa. Son típicas del estado de Tabasco, donde se pueden comer solas como antojo o para acompañar cualquier otro alimento. Es habitual untarles frijoles negros refritos con queso doble crema, cebolla picada+ y salsa de jitomate.

Problema

Se identificaran las problemáticas de dichos empresarios para proponer estrategias de mejora que les ayude a detonar su mercado competitivo facilitándoles el uso de nueva información. La herramienta de investigación será con una encuesta para identificar con precisión las carencias que estos viven, dicha información será cualitativa y con un enfoque descriptivo para interpretar la investigación.

Los dueños de las MiPyMes no buscan relacionarse con otros empresarios de su misma dimensión, ni cumplen con las características requerida que estas requieren para sobresalir, la falta de innovación es otra de las penurias que tienen reflejo en el municipio, los emprendedores carecen de preparación y actualización de información, impiden el crecimiento, los dueños de las MiPyMes han caído en una zona de confort, lo que les impide establecer nuevas estrategias y objetivos. (Ramirez, 2003)

La mayoría de los empresarios en el municipio de Emiliano Zapata inician su negocio con recurso propios, aunque tienen alternativas como los bancos, pero esto no es fácil, porque les cobra intereses muy altos a sus capacidades de pago, siendo esto para los pequeños empresarios nada factible, lo que lo pone en desventaja y podría tener una tendencia al fracaso lo que conlleva a un poco o nulo desarrollo económico porque no cumplen con la solides, el conocimiento y preparación para enfrentar las exigencias del mercado y la competitividad de la región; siendo el miedo a salir de su zona de confort unos de los impedimentos a su crecimiento. Lo que afecta directamente a las MiPyMes en el municipio de Balancán, se plantea en la preparación de los empresarios, la inversión económica a los pequeños negocios.

La presente investigación servirá para analizar la problemática e identificar las necesidades de la Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMes) en la industria alimenticia del subsector agroindustrial de la Región Ríos; proveer una base de datos que permita desarrollar una propuesta de mejora a tomar decisiones al contar con un inventario actualizado de las MiPyMes del subsector agroindustrial de la Región Ríos detectar las necesidades de los empresarios, y al conocer las características se podrán aplicar estrategias que permitan a la empresa familiar lograr la continuidad, desarrollo, vigencia y permanencia en el mercado.

Método

La presente investigación se realizó en el área geográfica de la cuidad de Emiliano Zapata, del Estado de Tabasco, las micros, pequeñas y medianas empresas del

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

sector industrial de las localidades más representativas, que son: de la cabecera Municipal, Emiliano Zapata, y Tenosique.

Emiliano Zapata:

Es un municipio del estado mexicano de Tabasco, localizado en la región del río Usumacinta y en la subregión de los Ríos. Es conocido como "El balcón del Usumacinta" debido al bello paisaje que se puede apreciar del mismo.

Su cabecera municipal es la ciudad de Emiliano Zapata y cuenta con una división constituida, además, por 14 ejidos, 11 rancherías, 2 poblados, 27 fincas o ranchos y 1 villa. Su extensión es de 510 km², los cuales corresponden al 1.78 % del total del estado; esto coloca al municipio en el decimoquinto lugar en extensión territorial. Colinda al Norte con el estado de Campeche, al Sur con el estado de Chiapas, al Este con los municipios de Balancán y Tenosique y al Oeste con el municipio de Jonuta y el estado de Chiapas. (REVIEW, 2012)

El enfoque de la investigación es cuantitativo debido a que se trabajó con datos estadísticos obtenidos de encuestas y su respectivo análisis de las variables; de acuerdo a su alcance es descriptivo al considerar el fenómeno estudiado y sus componentes con la finalidad de describir las características de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMes) en el municipio de Emiliano Zapata, Tabasco; para así proveer una base de datos y contar con un inventario actualizado de las MiPyMes de los sectores comercial, servicio e industrial de dicho municipio y detectar las necesidades de los empresarios; considerando la planeación estratégica, competitividad, estructura organizacional y factor humano, así como grado de innovación tecnológica en sus procesos y aspectos contables y financieros.

El diseño de la investigación es de tipo no experimental, transversal ya que se realizó el estudio en un tiempo establecido que comprende del mes de agosto del 2018 a enero 2019, con la colaboración de las MiPyMes del municipio de Emiliano Zapata en el Estado de Tabasco.

El desarrollo económico de los países depende de diversos factores, como un marco jurídico estable, los acuerdos comerciales y de cooperación económica que firme con otros países, la facilidad para emprender negocios, así como de un entorno empresarial sólido, competitivo e innovador que facilite y fortalezca la actividad económica. Por lo anterior, en los países en vías de desarrollo como México, es importante crear un ecosistema robusto, que se caracterice por incorporar a todo tipo de empresa a las cadenas de valor, a la vez que estas sean capaces de satisfacer la demanda de sus clientes y competir a nivel internacional. Sin embargo, aún estamos muy lejos de esta situación. Si bien existentes diferentes programas que apoyan a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyME), así como a la actividad emprendedora, los efectos de estos no permean a toda la comunidad empresarial de forma equitativa. De acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la esperanza de vida promedio de una empresa recién creada en México es de 7.8 años, por lo que es poco probable que llegue a consolidarse en el mercado nacional. Si bien la esperanza de vida depende de diversos factores (marca, calidad de los productos y servicios, cuestiones administrativas, ventas y planeación), debemos reconocer que las MiPyME y los emprendedores se enfrentan a un mercado adverso, pues desde el inicio de sus operaciones deben competir con grandes empresas que cuentan con una mayor solides financiera, así como una compleja estructura tecnológica.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos, se identifica que los empresarios de las MiPyMes encuestadas requieren algún tipo de capacitación desde como iniciar un negocio, hasta como identificar oportunidades de negocio, hacer evaluaciones de sus empresas para identificar la viabilidad de mercado, descubrir financiamientos adecuados a sus necesidades para el crecimiento de sus empresas. También es recomendable buscar asesoramiento profesional para mejorar la productividad y competitividad, ya que es importante para la supervivencia de las empresas y el crecimiento de la economía del Municipio.

El bajo nivel de cultura financiera que afecta a las MiPyMes es una de las causas por las que existe rezago, pero se puede buscar accesos a capital con apoyos a las MiPyMes, con alternativas como fondos de capital emprendedor o acceso a fuentes formales de financiamiento con adecuadas condiciones financieras de crédito. Tanto desde el punto de vista de Marketing como desde el de Producción, otro aspecto fundamental del producto en la empresa es su ciclo de vida. Existen unas etapas anteriores al lanzamiento del producto, que, según los casos, pueden estar relacionadas con la investigación, el diseño o el proceso de producción propiamente dicho. Lo que se busca es que todos y cada uno de los operarios trabajen de la misma manera, para un mismo proceso de producción.

Esta metodología a seguir con los trabajos estandarizados, al mismo tiempo sirve de base para encontrar nuevas mejoras. Cada mejora se incorpora a la metodología, por lo que se va mejorando continuamente y así sucesivamente. Mejorar la estandarización de trabajos es un proceso que nunca termina, por lo que es una referencia para el kaizen.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

La estandarización puede enfocarse en todas las características del producto o enfocarse en un aspecto de este o del mercadeo. Esta opción tiene su principal beneficio en la reducción de costos. En efecto, intentar producir una amplia diversidad de bienes o uno con muchas variantes, puede significar un aumento de costos en la medida en que algunos procedimientos para llegar a este fin serán más costosos sin que por ello sean más beneficiosos que otros: en el caso de estandarizar se elige el que ofrezca la mejor relación costo beneficio. En este sentido, el proceso se desarrolla por etapas sucesivas que constan de una serie de operaciones interrelacionadas que deben desembocar en la consecución de un producto final cuyo valor, como resultado, se ha incrementado y está apto para su venta y consumo. Actividades que van desde la extracción de las materias primas hasta la puesta en venta del producto, puede decirse que forman parte del proceso de producción.

El enfoque de la investigación es cuantitativo debido a que se trabajó con datos estadísticos obtenidos de encuestas y su respectivo análisis de las variables; de acuerdo a su alcance es descriptivo al considerar el fenómeno estudiado y sus componentes con la finalidad de describir las características de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMES) en la industria alimenticia del subsector agroindustrial de la Zona Ríos; para así proveer una base de datos y contar con un inventario actualizado de las MiPyMES del subsector agroindustrial y detectar las necesidades de los empresarios.

Conclusiones

Ofertas de sus productos. Y la mayoría de las MyPes a participados en el Festival del Queso de Poro con un 25%, y en la Feria Tabasco con el 16%. (Libre, 2009) De

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

la información recabada, se analizaron las características de 22 MiPyMes, de la Cabecera Municipal del municipio de Tenosique; 52% fueron de Queso de Poro, 22% de Queso Ahumado y 11% entre las Tostadas de Pozol y las Mantequillas y un 4% las Panetelas.

El 58% de los empresarios pertenecen a una asociación artesanal de productos o comerciantes, a nivel local, regional y estatal. Entre las más destacadas están con un 34% Asociación de Queso de Poro Genuinos de Balancan y el 33% pertenecen a la CANACINTRA. Los empresarios de MiPyMes compran su material de elaboración de sus productos con los ganaderos y utilizan su propios recursos con 28%, ya que la mayoría de los encuestados son productores de Quesos de Poro y Quesos Ahumados, así como el 17% los trae de la ciudad de Villahermosa, ya que lo compran por mayoreo y les sale más económico lo cual el 61% contestó.

Los productores aseguran con el 100% que cuentan con sus etiquetas, lo cual el 29% cuenta con Empaque y Número Telefónico, lo que considera que es muy importante para sus productos ya que con datos precisos la sociedad busca sus productos, confirmando por el 90% de sus productores. (Sampieri H. , 1998)

Para la publicidad y la venta de sus productos el 53% de los empresarios usa Facebook, ya que es una manera fácil y económicamente de emplear. El 49% utiliza los medios publicitarios semanalmente, para promocionar o para poner. De la información recabada, se analizaron las características de 22 MiPyME, de los distintos municipios de la Zona Ríos; 52% fueron de Queso de Poro, 22% de Queso Ahumado y 11% entre las Tostadas de Pozol y las Mante quillas y un 4% las Panetelas.

El 58% de los empresarios pertenecen a una asociación artesanal de productos o comerciantes, a nivel local, regional y estatal. Entre las más destacadas están con un 34% Asociación de Queso de Poro Genuinos de Balancán y el 33% pertenecen a la CANACINTRA. Los empresarios de MiPyMeS compran su material para la elaboración de sus productos con los ganaderos y utilizan su propios recursos con 28%, ya que la mayoría de los encuestados son productores de Quesos de Poro y Quesos Ahumados, así como el 17% los trae de la ciudad de Villahermosa, ya que lo compran por mayoreo y les sale más económico lo cual el 61% contestó.

69% de las MiPyMeS aseguran que su producción semanal es demás del 50 kg en lo que respecta al queso del Poro, el 73% asciende a de 1 a 30 piezas en lo que son las Tostadas de Pozol, el 100% de los productores de Panetelas aseguran que asciende a más de 80 piezas a la semana, y las MIPyMES de Mantequilla que al producir más de 50 kg, a la semana tiene su ganancia, lo cual es un 100%.

Los productores aseguran con el 100% que cuentan con sus etiquetas, lo cual el 29% cuenta con Empaque y Número Telefónico, lo que considera que es muy importante para sus productos ya que con datos precisos la sociedad busca sus productos,

Confirmando por el 90% de sus productos Para la publicidad y la venta de sus productos el 53% de los empresarios usa Facebook, ya que es una manera fácil y económicamente de emplear. El 49% utiliza los medios publicitarios semanalmente, para promocionar o para poner res. Ofertas de sus productos. Y la mayorías de las

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

MyPeS a participados en el Festival del Queso de Poro con un 25%, y en la Feria Tabasco con el 16%.

Referencias

Bonilla, G. (2004). Estadística ll. México: UCA editores.

Callejas, M. (2003). Organización y Métodos. UFG editores.

Galindo, M. (1999). Fundamento de administración. México: Trillas.

Gigch, V. (2004). Teoría general de sistemas. México: Trillas.

Müch Galindo, L. (2015). Administración. Proceso administrativo, Clave del éxito empresarial (Tercera Edición ed.). Pearson Educación.

Ramírez, S. (2003). Administración l y ll. UCA editores.

REVIEW, H. B. (26 de NOVIEMBRE de 2012). SEMINARIUM. Obtenido de http://www.seminarium.com/la-importancia-de-la-mision-vision-de-una-empresa/

Sampieri, H. (1998). Metodología de la Investigación. México: McGraw-Hill.

Sampieri, R. H. (2006). Metodología de la investigación. McGraw-Hiil Innteramericana.

Stoner, J. A. (2003). Administración . México: Prentice Hall.

La gestión del conocimiento en la empresa y la contribución de los patrones de aprendizaje en la configuración de una gestión humanizada.

Maestrante Yeny Maribel Echeverri Usuga[72], Maestrante Juan Carlos Mesa[73], Maestrante Juan Diego Betancur[74].

Resumen

El presente artículo busca determinar el efecto de algunas estrategias sobre el

[72]Administrador de Empresas de la Universidad Luis amigó, Especialista en Gerencia Financiera de la Universidad Autónoma Latinoamericana, actualmente aspirante a obtener título de MBA en administración de la Universidad Católica Luis Amigó, líder de talento humano, con 12 años de experiencia laboral ejerciendo cargos directivos en la organización, yenyecheverri2@gmail.com, celular: 310 448 97 34, teléfono fijo: 444 75 59 ext 1-124 Corporación Latina.

[73] Profesional en Nutrición y Dietética de la Universidad de Antioquia sede Medellín, Especialista en Gerencia de Proyectos de la Universidad Minuto de Dios, en la actualidad es aspirante al título de Maestría MBA en Administración de la Universidad Católica Luis Amigo. se ha desempañado en cargos de coordinación y gerencia de proyectos de programas sociales en el sector público y privado, en entidades del orden nacional y territorial como lo son: Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, Gobernación de Antioquia, y Alcaldía de Medellín, asesor de programas de seguridad alimentaria y nutricional, y de primera infancia de la Alcaldía de Abejorral Antioquia, por ultimo ha sido asesor de práctica profesional, en el pregrado de Nutrición y Dietética de la Universidad de Antioquia, juanc021@gmail.com, celular 300 486 50 88, teléfono fijo: 2926474.

[74] Psicólogo, egresado de la Universidad de San Buenaventura, Doctor en Psicología con orientación en neurociencia cognitiva aplicada de la Universidad Maoimónides de Argentina. Investigador Asociado de acuerdo a la clasificación del sistema nacional, tecnología e innovación de Colombia (COLCIENCIAS 2017)
Se ha desempeñado como docente de pregrado y posgrado en diferentes universidades nacionales e internacionales, en las áreas de investigación, psicología forense, jurídica, y de perfiles criminales y mentes asesinas.
Pertenece al grupo de Investigación: Neurociencias Básicas y aplicadas (NBA) Categoria A, de Colciencias, y aquí mismo en este grupo es el jefe de la línea de investigación Neurociencias aplicadas a las organizaciones, la cual viene teniendo desarrollos importantes a nivel científico en torno al conocimiento de las ciencias administrativas, juan.betancurri@amigo.edu.co, celular: 300 205 99 30

aprendizaje individual y la gestión del conocimiento en relación con un contexto organizacional humanizante, que favorece el aprendizaje continuo de los colaboradores. El desarrollo teórico recoge conceptos como gestión del conocimiento, aprendizaje individual y organizacional, mecanismos y patrones de aprendizaje y salario emocional. El estudio se basó en la estrategia de investigación cuantitativa con enfoque empírico-analítico de tipo correlacional con aplicación de instrumentos ILP60 y SE QU BET aplicado a colaboradores de una empresa colombiana con carácter social. Los resultados del estudio no se incluyen aún dado que la investigación ha sido ejecutada parcialmente.

Palabras claves: Patrones, Aprendizaje, Conocimiento, Humanización, salario emocional.

Introducción

El trabajo de investigación que se desarrolló durante la Maestría en Administración, tuvo como propósito retomar dos constructos ampliamente abordados por dos disciplinas científicas, una de ellas la Psicología, otra la Administración de Empresas. En este caso en particular, el enfoque y las luces para conducir la actividad científica puntual se da desde las lógicas de las ciencias administrativas, asumiendo algunos conceptos de la psicología, como la motivación, la satisfacción y el aprendizaje.

Uno de los constructos analizados fue el de patrones de aprendizaje organizacional, acudiendo a la postura de (Vermunt, 2005), para definir los elementos y características fluctuantes del aprendizaje; retomando aspectos contextuales, personales, culturales y repertorio de creencias, en este proceso.

Del mismo modo, se asume el aprendizaje y los patrones como un proceso no lineal, que es caracterizado por las múltiples variaciones por las que puede pasar un individuo, su desequilibrio en términos cognitivos y adaptativos para avanzar hacia aprendizajes situados en las experiencias de contexto.

Del mismo modo, está el otro constructo que forma parte del proceso de investigación, y este obedece al Salario Emocional (Betancur y Quintero, 2108) definido para estos fines como una estrategia de carácter organizacional que se dirige estrictamente a la planeación, desarrollo y potenciación de empresas humanas y saludables.

- Ambos constructos integraron el modelo hipotético deductivo sobre el cual está representado el trabajo de investigación en términos metodológicos, de ahí que se realizó la aplicación de dos instrumentos (1) SQBET, el (2) el ILP60. El primero tiene que con el sentir y de la opinión que tienen los colaboradores sobre la cultura organizacional y los estilos de liderazgo ejercidos al interior de la empresa, cómo ésta logra integrar estrategias tendientes a la humanización. El segundo relaciona aspectos sobre cómo las personas perciben y enfrentan aspectos propios como la motivación, la colaboración y transferencia de conocimiento, intereses personales acerca de la formación y la transformación de prácticas al servicio de la organización y otros aspectos adicionales propios de desempeño como la interpretación, análisis y resolución de problemas, entre otros.

De ambos se obtendrán datos importantes que reflejen la realidad situada de la empresa, donde los colaboradores que respondieron las preguntas cumplen sus actividades laborales, también se puede conocer como los patrones de aprendizaje individuales y organizacionales, aportan a la construcción de nuevas formas de

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

conocer, operar y accionar en la empresa.

Los datos de la investigación son contundentes y se traducen en una gran oportunidad para las ciencias de la administración y la psicología, en aras de continuar nutriendo y valorando los conocimientos científicos referidos a las condiciones humanas en los contextos laborales, las necesidades de los colaboradores, la forma en como aprenden y la manera en como la empresa asume todo el cumulo de aprendizajes para revertir esto en una gestión del conocimiento y al mismo tiempo humanizante.

Con el instrumento de salario emocional, no se busca revelar las condiciones sobre las cuales la gestión del talento humano de esta organización plantea sus políticas estratégicas de remuneración, por el contrario, estos datos permitieran notar cómo se encuentran o no se encuentran las condiciones dignas, saludables y humanas en la empresa. Es una georreferencia de las condiciones humanas sobre las cuales la empresa cimente sus valores con relación a los colaboradores; con estos datos se relacionarán los patrones de aprendizaje organizacional, para determinar cómo las condiciones humanas, dignas, motivantes y reconocedoras del esfuerzo y trabajo del otro, nutren los desarrollos y los aprendizajes que se logran acopiar para que la estrategia organizacional y productiva cada vez avance más.

Esta investigación pretende argumentar que cuando una persona aprende y desarrolla sus potencialidades y capacidades, se siente vinculada positivamente con su organización, porque ésta valora su potencial, sus capacidades y permite que las desarrolle al interior de la empresa en un ambiente flexible, en dónde sus necesidades personales no están en contravía de los objetivos organizacionales.

Referentes teóricos

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

La propuesta teórica en este apartado pretende una aproximación a los conceptos y nociones en lo concerniente a la gestión del conocimiento (GC) y sus modelos, el aprendizaje individual y organizacional, los mecanismos y patrones de aprendizaje (Paz), de tal forma que configure un referente para la comprensión de la temática estudiada y el salario emocional.

El concepto de aprendizaje organizacional, se considera relativamente reciente, sin embargo; sus inicios son históricos y se remontan hasta el desarrollo de la administración científica a finales de los años 1895-1900, por Frederick Winslow Taylor, una de sus principales preocupaciones y por tanto aportes a la administración, estaba relacionado con el desperdicio de tiempo y el desconocimiento de las actividades y tareas que cada persona cumplía en el desarrollo de un proceso, generando pérdidas e ineficiencias significativa y costosas a las empresas de la época.

La falta de uniformidad en los procesos era uno de sus principales retos, por lo tanto para dar alcance al principal problema identificado, partió de la observación de los tiempos y movimientos de los colaboradores con mayores capacidades para estandarizar las tareas, logrando resultados muy importantes para la época, además de desarrollar un método de trabajo con una mirada científica, es decir; la improvisación y la mera intuición de las personas que conformaban una organización definitivamente no eran suficientes, no sólo para los niveles operativos, sino para los administrativos y gerenciales.

Posteriormente, aparecen nuevos autores y pensadores que continuaron en la línea del conocimiento y por tanto hoy lo conocemos como aprendizaje

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

organizacional, Henry Fayol aportó al desarrollo de la administración el flujo de instrucciones y de información en forma descendente para la entrega de la orden o la orientación, respetando los niveles jerárquicos, además contempló que los niveles inferiores debían regresar la "información" de la misma manera a los niveles superiores, estos elementos se convierten en materia prima, para la generación y transferencia de conocimiento. Max Weber con la escuela estructuralista o de la burocracia, que centra sus postulados en el seguimiento de las normas, reglas y procedimientos, sumandos al concepto de racionalidad, establecidos por la organización de manera intencional, las conclusiones derivadas de experimentos como el de Hawthrone de la Western Electric Company en EEUU por el psicólogo Elton Mayo, los cuales mostraron la importancia de ofrecer a los colaboradores condiciones adecuadas de trabajo y su incidencia directa en los indicadores de productividad y rendimiento óptimo, son consideradas hoy como inicios o antecedentes del aprendizaje organizacional no sólo por sus resultado, sino porque dieron paso a la generación de nuevas teorías como la X y Y, "posteriormente Abraham Maslow (1943), introdujo su teoría sobre las necesidades jerárquicas. Sus trabajos desafiaron muchas presunciones sobre el personal en un entorno laboral. Las teorías de motivación humana que desarrollaron, proporcionaron a la dirección nuevas percepciones sobre cómo utilizar el potencial humano y dirigir al personal con más destreza". Pérez & Coutín (2005)

El aprendizaje organizacional, se establece en el escenario académico y organizacional en los años de 1950 "en adelante se comienza a prestar atención a las curvas de aprendizaje a nivel organizacional (Ahumada 2001), es decir, se toma conciencia de que el tiempo invertido y la cantidad de errores cometidos decrece a medida que se adquiere habilidad y experiencia en el trabajo que se desempeña o en el producto que se fabrica. Algo similar ocurre con las investigaciones sobre desempeño y memoria realizadas en el aprendizaje a nivel individual (Ahumada,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

2001), sin embargo, no será hasta la década del 60, posiblemente con la aparición de los libros de March y Simon (1958), de Cyert y March (1963) y Cangelosi y Dill (1965), cuando el aprendizaje organizacional comienza a ser tratado como concepto independiente por la literatura especializada" Ramírez, Guillermo (2008)

Gestión del conocimiento

El avance vertiginoso de la tecnología en la denominada era digital se convirtió en un verdadero reto para las empresas cuyo conocimiento configura uno de sus capitales más valiosos. El conocimiento es la información que posee el individuo en su cabeza relacionada con hechos, procedimientos, conceptos, interpretaciones, ideas, observaciones y juicios (Alavi & Leidner, 2001), por tanto, son las personas la mayor riqueza organizacional.

El conocimiento, de acuerdo con la propuesta de Jong & Ferguson (1996), está integrado por diferentes tipos. El situacional que se refiere al conocimiento acerca de las situaciones tal como se presentan en un campo particular. El conceptual que es el conocimiento estático sobre hechos, conceptos y principios que se aplican en determinados campos. El procedimental que contiene acciones y manipulaciones que se dan dentro de un campo. Por último, los autores mencionan el nivel estratégico que ayuda a organizar los procesos de resolución de problemas. mediante el direccionamiento hacia estadios o etapas a las que debería ir dirigido para alcanzar soluciones.

Otra propuesta de tipos de conocimiento la dan (Nonaka & Takeuchi, 1995) cuando se refieren al conocimiento tácito y al explícito. El primero es subjetivo y se relaciona con la creación de modelos por parte del ser humano, mediante la manipulación de

analogías en la mente. El segundo es aquel que se puede transmitir utilizando un lenguaje formal y sistemático.

El convulsionado mercado económico mundial, una vez dejada atrás la denominada era industrial, ha obligado a las organizaciones a estar a la vanguardia en la llamada sociedad del conocimiento y la información. Esta sociedad está integrada por grupos de personas que "gestionan, co-crean, socializan y aplican los saberes en la identificación, interpretación, argumentación y resolución de los problemas del contexto, con sentido crítico, trabajo colaborativo, ética, gestión del cambio y uso de las TIC" (Tobón, Guzmán, Silvano, & Cardona, 2015). Drucker (1993) anticipaba que el principal grupo de la sociedad emergente sería el de los trabajadores del conocimiento quienes saben cómo destinar el conocimiento para el uso productivo.

La GC es, según Drucker (1999), la coordinación y explotación de los recursos de conocimiento de la organización, con el fin de crear beneficios y ventajas competitivas. Duhon (1998) la define como una disciplina que promueve un enfoque integrado para identificar, capturar, evaluar, recuperar y compartir todos los activos de información de una empresa. Estos activos pueden incluir bases de datos, documentos, políticas, procedimientos, y conocimientos y experiencia previamente no capturada por los trabajadores.

La gestión del conocimiento implica procesos distintos pero interdependientes de creación, almacenamiento y recuperación de conocimientos, transferencia de conocimientos y aplicación de conocimientos (Alavi & Leidner, 2001), por parte de las personas en y para la organización. De acuerdo con Martínez (2006):

La consideración del conocimiento como un recurso estratégico esencial y la habilidad de la empresa para crearlo y aplicarlo como capacidad fundamental de la

organización, supone un importante avance en la evolución de la Dirección Estratégica. Podría decirse que el conocimiento reemplaza, hoy en día, al capital como recurso crítico (…) (p. 4).

Modelos de Gestión del Conocimiento

Diferentes autores proponen diferentes modelos. En este apartado solo se mencionarán, a manera de ilustración, mas no se profundizará en cada uno de ellos. Los autores Rubtcova & Pavenkov (2018) hicieron una recopilación hasta de diez modelos, los cuales se sintetizan en la tabla 1.

Tabla 1

Modelos de Gestión del conocimiento

N	Autores	Modelo	Componentes
1	Nonaka, I	SECI	Socialización, externalizacion, combinación, internalización
2	Hedlund, H	N-Forms	2 tipos de conocimiento: implícito y explícito
3	Earl, M	Earl	3 tipos de conocimiento: aceptado, factible y potencial
4	Karayanis, E	NOK	Network of Organizational Knowledge: metacognición, meta-aprendizaje y meta-conocimiento
5	Weig's, C	Weig's	4 focos: fundación de conocimiento, investigación constante, medición de conocimiento y manejo de conocimiento
6	Edvisson, L	Capital intelectual	4 componentes: Capital humano, capital estructural, activos empresariales, propiedad intelectual
7	Snowden, D	Ecología del conocimiento	4 elementos: conocimiento explícito e implícito, activos de conocimientos, fe y certeza e incertidumbre de las decisiones
8	Inkpena, E y Dinura, A	Empírico	Explicación y transferencia de conocimientos entre compañeros mediante alianzas estratégicas
9	Buren, V	Intelectual capital	2 componentes: reserva de capital intelectual y desempeño financiero y del negocio
10	Despre y Shauvel	Taxonomía de la GC	4 aspectos: tiempo, tipo, nivel y contexto

Fuente: construcción propia a partir de la propuesta de (Rubtcova & Pavenkov, 2018)

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Aprendizaje individual

La definición de aprendizaje individual de Marsick y Watkings (2009) es aquella en la cual los individuos o grupos adquieren, interpretan, reorganizan, cambian o asimilan una cantidad de información, habilidades y sentimientos. También es fundamental para la forma en que las personas construyen el sentido de su vida personal y de la vida compartida en la organización (Atatsi, Stoffers, & Kil, 2019). De acuerdo con Conde & Castañeda (2014) citando a Bandura (1986); Henning (2004) y Schunk (1997), “El aprendizaje individual implica la construcción personal de conocimiento, en tanto el sujeto participa en actividades, observa modelos, hace asociaciones, recibe feedback e interactúa con otros” (p. 47).

Los procesos de aprendizaje individual se pueden dar en dos vías: 1) modo de percepción preferida (de lo concreto a lo abstracto) o modo de procesamiento preferido (de la experimentación activa hacia la observación reflexiva) (Pashler, Mcdaniel, Rohrer, & Bjork, 2009).

Una propuesta de Song & Chermack (2008) muestra otros modos de aprendizaje individual:

- Modo de aprendizaje adaptativo: los individuos tienen interacciones activas con cualquier tipo de entorno organizacional. Las organizaciones necesitan proporcionar oportunidades y entornos positivos para apoyar la promoción de los individuos hacia procesos de aprendizajes adaptativos constantes.
- Modo de aprendizaje generativo: se propone para generar nuevas habilidades, conocimiento y métodos aplicables. Puede ser más efectivo mediante alianzas con interacción social entre organizaciones y lleva a un continuo cambio organizacional.
- Modo de aprendizaje transformativo: las prácticas de pensamiento crítico y reflexivo podrían ser los componentes más significativos de esta propuesta.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Es el modo de aprendizaje más práctico para las aplicaciones del conocimiento organizacional.

Patrones de aprendizaje

El aprendizaje y la construcción de conocimiento individual de los trabajadores en la organización está probablemente condicionado por un estilo o patrón de aprendizaje adquirido previamente durante su proceso formativo, tanto en la educación básica como en la profesional. Un patrón de aprendizaje se conceptualiza como un conjunto coherente de actividades de aprendizaje que las personas suelen emplear, sus creencias sobre el aprendizaje y su motivación para el aprendizaje, un conjunto que es característico de ellos en un determinado período de tiempo (Vermunt & Donche, 2017). Una definición más orientada a la organización la dan Govaerts & Baert (2011) cuando establecen que es una configuración más o menos sostenible y cristalizada de las oportunidades de aprendizaje para los empleados que realizan el mismo tipo de trabajo en una organización y que pertenecen a la misma comunidad de prácticas.

Para Vermunt (1998) los estilos de aprendizaje consisten en cuatro elementos: las actividades de procesamiento cognitivo que los estudiantes emplean, las actividades de regulación metacognitiva que utilizan para dirigir sus procesos de aprendizaje, sus modelos mentales de aprendizaje y enseñanza, y sus orientaciones de aprendizaje.

En la revisión o estado del arte construido por Martínez-Fernández (2019), el autor concluye de manera precisa que los patrones de aprendizaje es un modelo de “qué, por qué y cómo aprender” (p. 17).

Es importante comprender cómo se dan los modelos de aprendizaje en las personas en el nivel individual, ya que cada persona aprende siguiendo patrones particulares adquiridos previamente, de modo que se puedan extrapolar los hallazgos hacia el diseño de estrategias y metodologías más eficaces para la gestión del conocimiento dentro de la organización.

Aprendizaje organizacional

Crossan, Lane, & White (1999) manifiestan que, hasta la fecha de publicación de su artículo, no se había llegado a un consenso para definir el concepto de aprendizaje organizacional (AO) ya que este había sido utilizado por diversos autores para referirse a diferentes áreas. No obstante, dicen que el AO puede concebirse como un proceso dinámico por el cual se puede lograr la renovación estratégica de una empresa. Permite ir hacia adelante (feed forward) asimilando un nuevo aprendizaje y venir hacia atrás (feed back) usando lo que se ha aprendido.

El Aprendizaje Organizacional es para Castañeda & Fernández (2000) el estudio de los procesos de aprendizaje de y dentro de una organización. Son procesos basados en el aprendizaje individual. Los autores Araiza, De la Garza, Hernández, & Alarcón (2016) citan a Senge (1993) advirtiendo que este “asume que las organizaciones son inteligentes y aprenden y expanden su capacidad para generar futuro” (p. 83). “Desde una perspectiva histórica del concepto, lo característico del aprendizaje organizacional es la generación o captura de conocimiento, mientras que lo característico de la gestión del conocimiento es la administración del conocimiento organizacional existente” (Castañeda, 2015, p. 63). Este mismo autor manifiesta que para que se dé el aprendizaje organizacional, debe darse primero el aprendizaje individual.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Castañeda & Fernández (2000) recopilan en su artículo “From individual to organizational learning” cinco modelos, incluyendo una propuesta propia. Estos modelos pueden ser observados de manera resumida en la tabla 2.

Tabla 2.

Modelos de aprendizaje organizacional.

Modelo	Descripción
Crossan, Lane y White (1999)	Integra tres niveles de aprendizaje (individual, grupal y organizacional). También dos rutas de aprendizaje: del individuo hacia la organización y de la organización hacia el individuo.
Zietsma, Winn, Branzei y Vertinsky (2002)	Dos procesos: Asistencia (individual) buscar información del ambiente. Experimentación (individual y grupal) para interpretación cognitiva.
Cognición social	Cómo la gente interpreta y crea un entorno social. El aprendizaje organizacional es un proceso social.
Teoría de Bandura	Reciprocidad triádica entre los factores personales y la interacción con el ambiente y el comportamiento. Las personas son productoras y producto de un entorno social.
Castañeda y Pérez (2005)	Incorporan tres nuevos procesos: retención, producción y motivación.

Fuente: construcción propia a partir de la propuesta de (Castañeda & Fernández, 2000).

Mecanismos de aprendizaje organizacional

Los mecanismos de aprendizaje organizacional son procesos y estructuras organizacionales que pueden crear o mejorar las oportunidades de aprendizaje y ayudar a los miembros de la organización a reunir y aplicar los recursos relacionados con el conocimiento de manera efectiva (Caporarello, Manzoni, & Trabelsi, 2020). Una organización puede, según Popper y Lipshitz (1998), establecer mecanismos para ayudar a sus miembros a reunir y aplicar eficazmente

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

los recursos relacionados con el conocimiento (Cirella, Canterino, Guerci, & Shani, 2016).

Docherty & Shani (2008) proponen tres mecanismos de aprendizaje organizacional los cuales se nombran y se describen en la tabla 3.

Tabla 3.

Mecanismos de aprendizaje organizacional.

Mecanismos	Definición
Aprendizaje cognitivo	Los mecanismos culturales o cognitivos son los portadores del lenguaje, los conceptos, los símbolos, las teorías, los marcos de referencia y los valores para establecer el pensamiento, el razonamiento y la comprensión que son coherentes con la estrategia de la organización.
Aprendizaje estructural	Los mecanismos estructurales son infraestructuras organizativas, físicas, técnicas y de sistemas de trabajo que facilitan la investigación en la gestión colaborativa y fomentan el aprendizaje basado en la práctica.
Procedimentales	Se refieren a reglas, rutinas, métodos y herramientas que pueden institucionalizarse en la organización para promover y apoyar la investigación y el aprendizaje colaborativo en materia de gestión. Incluyen evaluaciones y métodos y herramientas de medición.

Fuente: construcción a partir de la propuesta de (Docherty & Shani, 2008)

Salario Emocional

El salario emocional, considerado como una estrategias efectiva para lograr el engagement en los colaboradores, basa su aplicación, en ofrecer beneficios sociales, emocionales, familiares y de formación, a los colaboradores, más allá del ingreso económico percibido por estos por el desarrollo de sus funciones al interior de las empresas y del cumplimiento de los requisitos legales por parte de la

empresa, este salario mezcla la innovación social de las organizaciones, como estrategia de motivación personal con planes de beneficios, los cuales acercan, hasta donde sea posible, el equilibrio racional de la vida personal y laboral, es decir relación trabajo-familia.

Otra definición del concepto está relacionada con "todas aquellas razones no monetarias por las que la gente trabaja contenta, lo cual es un elemento clave para que las personas se sientan a gusto, comprometidas y bien alineadas con sus trabajos" (Temple, 2007)

Problema

En la actualidad el aprendizaje organizacional se considera un proceso fundamental para diferenciar el éxito y la permanencia de las organizaciones en el contexto, es decir que si la sola experiencia o la información que se tenga, no se convierten en patrones y estándares que otros puedan seguir, los aprendizajes seguramente no podrán volverse en un dominio de la organización sino de las personas, lo que representa un riesgo alto para la empresa, dado que no estaría formando un cumulo de experiencias que le permita situar los asuntos bajo las lógicas y aspectos que hacen parte de las acciones contundentes de la misma, el conocimiento es altamente valorado por los individuos y por las organizaciones. El mundo empresarial, como funciona en la era moderna de la tecnología, recibe y gestiona un alto volumen de información que se convierte en una carga difícil de procesar y manejar por las personas en la organización.

Esto ha hecho que se vuelva indispensable optimizar al máximo el manejo y la interpretación de la información, al tiempo que se ha debido instruir mejor a los colaboradores para que la información sea apropiada individualmente, socialmente y pueda ser convertida en conocimiento que se transfiera efectivamente al interior

de la empresa para un mejor aprovechamiento.

La dinámica actual de las organizaciones obliga a preguntarse si ¿puede una organización favorecer procesos de gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional, a pesar de poseer una estructura rígida cuyos cargos representen el ejercicio de funciones monótonas y repetitivas?

El objetivo principal es determinar el efecto que algunas estrategias tienen sobre la manera como se aprende en las organizaciones y su impacto en el aprendizaje continuo de los colaboradores y los resultados que obtiene la empresa a partir de la apropiación del conocimiento y el aprendizaje colectivo.

Este trabajo es pertinente porque permite aportar elementos de valor que resulten en una potenciación de las capacidades para el aprendizaje de los colaboradores, mediante ajustes a la arquitectura organizacional en cuanto a la gestión del conocimiento y los procesos de aprendizaje que se deriven de este campo, de modo que los individuos puedan obtener los mejores resultados en la apropiación del conocimiento y que este se vea reflejado en el desempeño y los resultados de la organización. Así mismo, permite proponer acciones vinculantes entre el individuo y la organización, en lo referente a compensación emocional y profesional.

Betancur y Quintero (2018), plantean la estrategia del salario emocional, como una herramienta segura para la fidelización de los colaboradores, la estabilidad emocional de los mismos, los planes que generan satisfacción y motivación; en la búsqueda de organizaciones competitivas, humanas y sensibles, frente a las dinámicas personales, situacionales e individuales de los colaboradores. Según los

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

autores “El salario emocional, considerado ese salario intangible, se convierte en la manera coherente de complementar la motivación del colaborador, al definir una política que permita identificar a los empleados que por su desempeño y resultados recibirán reconocimientos por su contribución a la construcción de una empresa que valore su rol dentro de la organización.” esto como se mencionó anteriormente, convierte al salario emocional en una herramienta eficaz para hacer de los colaboradores “una fuerza viva” del crecimiento de las organizaciones, y el elemento central de la humanización en el contexto de las organizaciones. Un colaborador motivado desde lo económico, y sobre todo desde lo emocional, puede alcanzar con mayor facilidad los resultados esperados, además, genera engagament lo que logra reflejarse en los resultados de su trabajo y en el nivel de compromiso que sienten hacia la organización donde laboran, esto se traduce en mayor rendimiento laboral, mayor satisfacción personal y hábitos y rutinas de vida que mejoran la salud física y mental. Los dos conceptos conjugados (engaGEment y salario emocional) se convierten en los conceptos vinculantes del trabajo de investigación, a partir del salario emocional, como estrategia de remuneración se lograron determinar los niveles de humanización de la empresa y con ello, como los patrones de aprendizaje organizacional, se pueden ver favorecidos por un ambiente o contexto saludable, o por el contrario como se aprende de manera aversiva la lógica de la compañía

Método

El estudio se realizó desde el enfoque empírico analítico, con un tipo de estudio correlacional - exploratorio, un diseño no experimental y de acuerdo con el tiempo transversal. El diseño muestral fue no probabilístico de tipo muestreo por cuotas, en donde se definió que los colaboradores que diligenciarían los instrumentos fueran los profesionales con perfiles y funciones de liderazgo de los diferentes

proyectos de tipo social que ejecuta la Compañía, la muestra se aplicó a 200 colaboradores, los profesionales que dieron respuesta a los instrumentos son: licenciados en educación de diferentes áreas, psicólogos, trabajadores sociales, nutricionistas y enfermeras principalmente.

Se aplicaron dos instrumentos:

- **ILP60**, este instrumento indaga acerca de 90 aspectos en total, 30 de ellos sobre cómo las personas perciben y enfrentan aspectos propios de la dinámica organizacional como la motivación, la colaboración y transferencia de conocimiento, intereses personales acerca de la formación y la transformación de prácticas al servicio de la organización, los deseos de superación personal. Los 60 restantes preguntan sobre el desempeño en el puesto de trabajo, abordando asuntos como la verificación y seguimiento de manuales, aplicación de conceptos recibidos en formaciones al puesto de trabajo, la interpretación, análisis y resolución de problemas, entre otros.

- **SE QU BET**, este instrumento indaga acerca del sentir y de la opinión que tienen los colaboradores sobre la cultura organizacional y los estilos de liderazgo ejercidos al interior de la empresa, cómo ésta logra integrar estrategias tendientes a la humanización, a partir de una estructura flexible que permita implementar acciones y políticas de reconocimiento, integración de la vida laboral y familiar de los colaboradores, compensaciones justas, condiciones de trabajo adecuadas, crecimiento personal y profesional.

Los análisis estadísticos aún están en construcción, se están aplicando las correlaciones para presentar los resultados, conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Resultados

La investigación se encuentra en ejecución, aunque ya se haya hecho el primer paso de recolección de la información a los 200 colaboradores como se menciona en la metodología, aún no se concluye con el ejercicio de correlación y el análisis de los datos arrojados de acuerdo con la percepción de estos colaboradores.

Conclusiones

Las conclusiones del estudio se presentarán después de obtener los resultados del mismo y realizar los respectivos análisis, que retomen los desarrollos teóricos que recoge conceptos como la gestión del conocimiento, aprendizaje individual y organizacional, mecanismos y patrones de aprendizaje y salario emocional, a la luz de la percepción, del sentir y del modo de entender por parte de los colaboradores de la organización objeto de estudio, estos conceptos además de trazar su correlación con las estrategias humanizantes implementadas o no por la compañía, los resultados, permitirán reflexionar al nivel directivo y estratégico de dicha organización sobre el abanico de posibilidades que favorecen a la instituciones cuando sus colaboradores están motivados, felices y se desarrollan personal y profesionalmente de una manera armónica sin afectar los objetivos organizacionales, por el contrario se convierten en fortalezas de la institución.

Referencias

Alavi, M., & Leidner, D. (2001). Review: knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, *25*(1), 107–136. Recuperado de https://moodle.ufsc.br/pluginfile.php/950622/mod_resource/content/1/MISQ

2001 Vol 25 No. 1 page 107 Alavi Leidner.pdf

Araiza, Z., De la Garza, E., Hernández, N., & Alarcón, V. (2016). Análisis del desarrollo del aprendizaje en sus tres niveles: individual, grupal y organizacional y su relación con la ventaja competitiva percibida de la empresa. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, *9*(6), 81–91.

Atatsi, E. A., Stoffers, J., & Kil, A. (2019). Factors affecting employee performance: a systematic literature review. *Journal of Advances in Management Research*, *16*(3), 329–351. https://doi.org/10.1108/JAMR-06-2018-0052

Caporarello, L., Manzoni, B., & Trabelsi, L. (2020). (Digital) Learning Models and Organizational Learning Mechanisms: Should Organizations Adopt a Single Learning Model or Multiple Ones? En *Exploring Digital Ecosystems* (Vol. 33, pp. 179–191). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-23665-6

Castañeda, D. (2015). Condiciones para el aprendizaje organizacional. *Estudios Gerenciales*, *31*(134), 62–67. https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.09.003

Castañeda, D., & Fernández, M. (2000). From individual to organizational learning. *Learning in Action*, *5*(4), 3–17. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/252380753_From_Individual_Learning_to_Organizational_Learning

Cirella, S., Canterino, F., Guerci, M., & Shani, A. B. R. (2016). Organizational learning mechanisms and creative climate: Insights from an italian fashion design company. *Creativity and Innovation Management*, *25*(2), 211–222. https://doi.org/10.1111/caim.12161

Conde, Y., & Castañeda, D. (2014). Indicadores de aprendizaje organizacional en grupos de investigación universitaria Organizational learning indicators in university research groups. *Diversitas: Perspectivas en psicologia*, *10*(1), 45–56. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67935714003

Crossan, M., Lane, H., & White, R. (1999). An organizational learning framework:

from intuition to institution. *Academy of Management Review*, *24*(3), 522–537. Recuperado de https://www.jstor.org/stable/259140

Docherty, P., & Shani, A. . (Rami). (2008). Learning mechanisms as means and ends in collaborative management research. En *Handbook of Collaborative Management Research* (pp. 163–182). Los Angeles: SAGE Publications Ltd.

Drucker, P. (1993). *Post-Capitalist Society* (First). London: Routledge.

Drucker, P. (1999). *Management challenges for the 21st Century*. Oxford: Taylor & Francis.

Duhon, B. (1998). It´s all in our heads, *21*(8), 8–14.

Govaerts, N., & Baert, H. (2011). Learning patterns in organizations: towards a typology of workplace- learning configurations Natalie. *Human Resource Development International*, *14*(5), 545–559. https://doi.org/10.1080/13678868.2011.620783

Jong, T., & Ferguson, M. (1996). Types and Qualities of Knowledge. *Educational Psychologist*, *31*(2), 105–113. https://doi.org/10.1207/s15326985ep3102

Martínez-Fernández, J. R. (2019). El modelo patrones de aprendizaje: estado actual, reflexiones y perspectivas desde el territorio de Iberoamérica. *Revista Colombiana de Educación*, *1*(77), 1–18. https://doi.org/10.17227/rce.num77-9953

Martínez, N. (2006). Gestión del Conocimiento: aprendizaje individual versus aprendizaje organizativo. *Intangible Capital*, *2*(3), 308–326. Recuperado de http://2011.redalyc.org/articulo.oa?id=54920302

Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). Teoría de la creación del conocimiento organizacional. *La organización creadora de conocimiento*, 61–103. https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2

Pashler, H., Mcdaniel, M., Rohrer, D., & Bjork, R. (2009). Concepts and Evidence. *Psychological Science*, *9*(3), 105–119. https://doi.org/10.1111/j.1539-6053.2009.01038.x

Rubtcova, M. V, & Pavenkov, O. V. (2018). Knowledge management models in organizations. En *IASTEM*. Pune. Recuperado de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3254150

Song, J. H., & Chermack, T. J. (2008). A theoretical approach to the organizational knowledge formation process: Integrating the concepts of individual learning and learning organization culture. *Human Resource Development Review*, *7*(4), 424–442. https://doi.org/10.1177/1534484308324983

Tobón, S., Guzmán, C., Silvano, J., & Cardona, S. (2015). Sociedad del conocimiento: Estudio documental desde una perspectiva humanista y compleja. *Paradigma*, *36*(2), 7–36. Recuperado de http://ve.scielo.org/pdf/pdg/v36n2/art02.pdf

Vermunt, J. D. (1998). The regulation of constructive learning processes. *British Journal of Educational Psychology*, *68*(2), 149–171. https://doi.org/10.1111/j.2044-8279.1998.tb01281.x

Vermunt, J. D., & Donche, V. (2017). A Learning Patterns Perspective on Student Learning in Higher Education: State of the Art and Moving Forward. *Educational Psychology Review*, *29*(2), 269–299. https://doi.org/10.1007/s10648-017-9414-6

Análisis de estrategias empresariales e innovación en empresas del sector agrícola

L.C. Citlali Cristabel, Miranda, Ruelas[75], Loreto María Bravo Zanoguera[76].

Resumen

Este proyecto analiza las diversas estrategias empresariales y de innovación que pueden ser aplicadas en el sector agrícola, con la finalidad de mejorar su desempeño e incrementar su competitividad. El método aplicado será de tipo descriptivo, no experimental, correlacional, con diseño transeccional y enfoque mixto.

El objetivo es identificar las estrategias empresariales y de innovación que impacten positivamente en la competitividad del sector agrícola. Realizar diagnóstico de la gestión empresarial e innovación de las empresas agrícolas. Analizar las estrategias empresariales y de innovación que fomenten la competitividad. Finalmente se busca

[75]Contadora egresada de la UABC becada de intercambio por 6 meses a la Universidad de Guadalajara, actualmente estudio la Especialidad en Dirección Financiera, con experiencia laboral en auditoria y dirección general, mentora, con nuevos proyectos propios a emprender, becada por la institución Conacyt, también ex-representante de Talentos Baja California en el arte Teatral. Cristabel.miranda@uabc.edu.mx, Celular: 6861813432. Universidad Autónoma de Baja California.

[76] loreto@uabc.edu.mx , Celular: 6861094916. Directora de Trabajo Terminal en la Especialidad de Dirección en Finanzas. Universidad Autónoma de Baja California.

elaborar un manual de estrategias empresariales y de innovación para empresas del sector agrícola.

El alcance del estudio fue mínimo debido a la pandemia derivada del Covid-19 del presente año, se lograron dos entrevistas a personas cercanas al sector una amplia recopilación de información relevante para la realización del manual.

Los resultados más relevantes al alcance tecnológico se brindaron como una guía para la exploración económica y créditos beneficiosos para los agricultores de Baja California, México.

Se usó un listado para enumerar los puntos a seguir para la obtención de créditos, y una guía para la obtención de ayuda a distancia que se está brindando actualmente al sector agrícola.

Palabras claves

Agricultura, innovación, factoraje, financiamiento, manual, sector.

Introducción

Con este estudio se obtendrán las bases para implementar estrategias ya probadas en otras empresas del sector agrícola y así compartir un elaborado manual con la intención de promover el desarrollo de tecnologías e implementar cambios que ayuden ampliamente a este sector. Este manual será para un desarrollo general y por lo tanto un impulso metodológico que pretende ayudar; dando herramientas teórico-prácticas que se desconocen, para que con ellas utilicen de una mejor manera los presupuestos gubernamentales que se les brindan o cualquier recurso económico que obtengan.

Una vez obtenidos los resultados de investigación se pretende identificar las herramientas de gestión empresarial e innovación que tengan impacto positivo en

las variables que inciden en la competitividad de las empresas del sector agrícola, para establecer las estrategias acordes a este sector que mejore su desempeño y fortalezca su permanencia en el mercado.

Con los resultados de esta investigación se conocerá si las empresas del sector agrícola realizan estrategias empresariales y de innovación, además se analizarán las estrategias empresariales y de innovación identificando cuales impactan positivamente en su competitividad. Esto permitirá diseñar un manual que facilite la implementación de estrategias en empresas agrícolas.

El manual se les hará llegar a las empresas agrícolas a través de los organismos que las agrupan, y se establecerán talleres de información y capacitación para el establecimiento de estrategias empresariales y de innovación, que fomente la innovación, mejore el desempeño de las empresas sector agrícola e incremente su competitividad.

Referentes teóricos

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2007), las empresas que realizan actividades primarias se dedican principalmente a explotar los recursos naturales que se tienen al alcance, las cuales pueden ser agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal y minería. La agricultura es la producción de diversos cultivos y especies vegetales, Marín (2011), estos alimentos de origen vegetal no sufren transformación al ser comercializados, ejemplos de estos productos son frutas, verduras hortalizas, entre otros.

El sector agrícola es vital para la economía y desarrollo de México, su importancia se centra en la producción de alimentos para el mercado interno, la participación en

el producto interno bruto (PIB), y el potencial exportador que tiene este sector. Sin embargo, la agricultura es vulnerable ante los fenómenos naturales que afectan al país, la caída de los precios internacionales de algunos productos, y al proteccionismo de otros países a este sector.

Así como a nivel nacional la agricultura es importante para la economía del país, también lo es para el estado de Baja California de acuerdo con cifras del servicio de información agropecuaria y pesquera (INFOSIAP, 2017), Baja California obtiene mejores ingresos que otros estados en proporción a la superficie sembrada y la producción agrícola obtenida, la producción agrícola en el Valle de Mexicali conforma el 74 % de la recolecta de los diversos cultivos colocándolo como el municipio con mayor número de hectáreas cosechadas.

Es fundamental que se realicen estudios del sector agrícola, que permitan conocer la situación de las empresas de este sector, determinar sus características y evaluar su capacidad administrativa, de gestión e innovación, para identificar los factores que afectan su desarrollo y tener los elementos para generar propuestas que sirvan para mejorar la competitividad.

Problema

A nivel nacional el sector primario integrado entre otras actividades por la agricultura, es fundamental para la economía y desarrollo de México, sin embargo, el sector agrícola tiene problemas como caída de precios internacionales, falta de financiamiento, falta de precios de garantía, procesos de comercialización para acceder a mercados internacionales, calidad del producto, entre otros.

Algunos de los problemas detectados del sector agrícola mexicano en general son: que no existe una sana competitividad con facilidades para la exportación de los

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

productos, precio en el mercado muy bajo o insuficiente, desconfianza de los proveedores de insumos agrícolas que genera como consecuencia la falta de créditos financieros. De acuerdo con el periódico El Economista, García (2019) los problemas más recientes que se han detectado antes de la pandemia son: Unos de los temas centrales de las negociaciones se han enfocado a productos como la soya, por ejemplo, lo que ha generado a lo largo de este año fuertes volatilidades en precios de granos como el maíz, trigo y la propia soya; sin embargo, la volatilidad no se ha ceñido exclusivamente a los granos, productos como el algodón se han visto seriamente afectados en sus cotizaciones derivado de esta guerra comercial.

Adicionalmente, persiste la incertidumbre sobre la ratificación del tratado comercial trilateral entre México, Estados Unidos y Canadá, donde el sector agropecuario es un importante componente de dicho acuerdo, lo que nos podría ubicar en año electoral en Estados Unidos complicando aún más la situación.

Por lo pronto, ya arrancó el ciclo otoño-invierno en nuestro país y algunas organizaciones de Sinaloa, Mexicali y Sonora ya están tomando sus coberturas con financiamiento, buscando asegurar un precio piso antes de que los precios puedan bajar más. (párr. 4,6-11)

De acuerdo con el INEGI (2018) “se disponen de datos como sistemas de irrigación, calidad del agua de riego, tecnología utilizada, entre otros datos de las unidades de producción agrícolas, financiamientos” de los cuales se pudo obtener la siguiente información relacionada con el financiamiento del sector agrícola.

Todos los datos se obtuvieron de octubre de 2016 a septiembre de 2017. Porcentaje de unidades de producción sin solicitud de crédito para las actividades agropecuarias según causas por las que no se solicitó (tabla 1)

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Tabla 1 Causas que motivan no solicitar crédito.

Causas por las que no se solicitó el crédito	Porcentaje
Unidades de producción	**100.00**
Con solicitud de crédito o préstamo	10.88
Que no solicitaron crédito o préstamo	89.12
Causas por las que no se solicitó crédito	
Desinterés en solicitarlo	42.25
Altas tasas de interés	44.20
Desconfianza en los bancos	21.47
Gran cantidad de requisitos	33.71
Evitar endeudarse	59.07
Falta de sucursal o quedar muy alejada	11.62
Otra razón	2.49

Fuente: INEGI 2018

Como se expone en las encuestas el sector agrícola muestra un gran desinterés en solicitar créditos, también creen que las tasas de interés son muy altas y como principal causa desean evitar endeudarse, lo cual se infiere como desconocimiento financiero ya que la solicitud de créditos no implica endeudamiento permanente, siempre hay plazos, clausulas o apoyos que indicaran el riesgo a correr y podrán evitar un problema en el futuro.

También revelaron que quienes obtuvieron su crédito lo utilizaron principalmente en compra de materia prima y el pago de sueldos y salarios, pero muy poca o nula fue la inversión en innovación.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Se presenta como el mayor deudor al sector agrícola y como principal acreedor las cajas de ahorro o cooperativas de ahorro y préstamo, y las empresas físicas o morales que compraran la producción, con esto se busca definir cuáles han sido las estrategias empresariales y de innovación que ha utilizado el sector para mantenerse constante ante los cambios.

Los administradores y directivos de empresas del sector agrícola desconocen las estrategias y herramientas empresariales, así como de innovación, que permitan el crecimiento de las mismas y mejoren su competitividad en el mercado nacional e internacional. Ante esta situación surge la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las estrategias empresariales y de innovación que fomenten el crecimiento y mejoren la competitividad del sector agrícola?

Método

Se implementara una investigación a distancia con el personal que labora en el sector agrícola dado que a la fecha de la investigación la población mundial se encuentra en una crisis de salud, a nivel mundial nos encontramos en contingencia por el resultado de una pandemia provocada por el Virus Covid-19 la cual ha restringido en la zona sur de California, Estados Unidos y en México la producción y trabajos no esenciales, es decir que por el momento el trabajo de esta investigación no es esencial y por lo tanto se nos ha próvido salir.

La contingencia ha llamado la atención de directivos de diferentes organizaciones como SADER (Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural) donde su responsable

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Juan Manuel Martínez ofreció una entrevista al canal local Canal 66 mencionando que en este momento se reservaran algunos apoyos para pequeñas y medianas empresas que se incorporaran a nuevos programas regulados por Seguridad Alimentaria Mexicana (SEGALMEX) para regular el precio de su trigo y maíz de los cuales se encuentran a bajo costo pero se espera que esto mejore.

Población sujetos de estudio

Todas aquellas empresas que permitan acceder a entrevistas con base en sus experiencias de cambio, innovación y modernización del sector agroindustrial y agrícola en la zona norte de México y sur de Estados Unidos, específicamente, Baja California y California.

INEGI. Encuesta Nacional Agropecuaria 2017

Entrevista a la arrendataria: Sra. Lourdes Ruelas

Entrevista al vendedor de insumos agrícolas: Sr. José Luis Muñoz Salazar

El procedimiento utilizado en el desarrollo de esta investigación se describe a continuación:

a. Se realizó una búsqueda bibliográfica, digital y de experiencia para destacar puntos importantes de desarrollo empresarial en el sector agropecuario.

b. Consulta de encuestas, noticias y programas de desarrollo gubernamental.

c. Se desarrolló un cuestionario de acuerdo a la información obtenida.

d. Se dio prioridad a desarrollar una guía de comparación de préstamos agrónomos para su exploración.

e. Análisis de los resultados.

f. Definición de las mejores estrategias.

g. Desarrollo de la estrategia.

Resultados

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Para la aplicación de los resultados tomaremos como referencia la Teoría del equilibrio de John Nash que revolucionó las ciencias económicas. Describe que no había por qué perder en una negociación. La cual busca la ganancia de todos los participantes, por medio de un punto de equilibrio en la que ninguna de las partes obtiene un beneficio si se dirige a una misma dirección siendo así una competición desleal. Sin embargo, esta teoría no es desarrollada para una ganancia extraordinaria, sino para un equilibrio en el cual todos puedan competir y sustentarse. Para explicarlo véase lo siguiente (tabla 2):

Tabla 2 de ejemplificación de la Teoría del equilibrio de John Nash.

	Agricultor con conocimiento financiero.	**Agricultor con desconocimiento financiero.**
Conocimiento del Manual Agrícola compartido.	Máximo beneficio común.	Ambos agricultores obtendrán beneficio pero aun más el que cuenta con conocimientos previos.
Conocimiento del Manual Agrícola no compartido.	Solo el agricultor con conocimiento es beneficiado.	Máximo perjuicio compartido.

Fuente: Elaboración propia.

Es por ello que la elaboración de este manual dará un equilibrio de oportunidades para todos los Agricultores que lo necesiten.

Se planeó una entrevista al señor Simón Reyes agricultor encargado de arrendar la parcela perteneciente a Lourdes Ruelas que corresponden a 17 hectáreas en el ejido Jalisco, pero su esposa Norma comenta el lamentable fallecimiento del

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

agricultor por lo que su hijo quien se quedó a cargo posteriormente se comunicara para contestar las preguntas del estudio. Por lo que entrevistamos a la Sra. Lourdes Ruelas enfermera de profesión quien funge como arrendador dueña de 21 hectáreas de parcela, tres de las cuales están fuera del territorio de cosecha ya que se encuentra entre ellas dividiéndolas un canal de riego, para poder sembrar los agricultores necesitan el permiso de riego a nombre de la misma persona; si ambos documentos: el contrato de renta y el permiso de riego, se encuentran en buenas condiciones los arrendatarios se dirigen al Distrito De Riego Rio Colorado. S. De R.L del cual le corresponde a este ejido el Modulo de Riego No. 4 para concluir el contrato de arrendamiento.

Comenta que en los últimos años ha visto un incremento de renta anual ya que de 2008 a 2014 recibía lo correspondiente a 20,000 pesos, a 2016 un total de 30,000 pesos anuales, los años posteriores comenzó a recibir 40,000 pesos, y esta última temporada de cosecha recibió un total de 60,000 pesos, al momento desconoce que pueda suceder con su renta, pero menciona que así mismo como ella respeto el acuerdo hecho con anterioridad con la dueña madre de la entrevistada al momento de su fallecimiento, espera que así mismo se respeten las condiciones y acuerdos antes descritos con el Sr. Simón Reyes.

Entrevistas:

Nombre:_____ José Luis Muñoz Salazar_____ Profesión: _Propietario _

Empresa: _Bactygreen México SA de CV_ (Ventas de insumos agrícolas) _

Con 11 años de fundada la empresa en Guadalajara, Jalisco se trasladó a la ciudad de Mexicali, Baja California para promover y cerrar contratos de compra-venta como Proveedor de insumos agrícolas (fertilizantes, insecticidas, fungicidas e insumos de nutrición para el campo)

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

1. ¿Han tenido cambios financieros en los últimos 5 años?

Ningún cambio relevante salvo la actualización de acuerdo a la Secretaria de Administración Tributaria (SAT).

Pero en el año 2015 utilizo un préstamo bancario para la compra de insumos y pagar deudas de proveedores por créditos otorgados a clientes lo liquidados, el préstamo lo obtuvo de la institución bancaria BBVA Bancomer a una Tasa fija. La cual de acuerdo a sus propias palabras no le pareció la mejor opción ya que el interés era alto.

2. ¿Han innovado en los últimos 5 años?

Siempre se busca innovar en tecnología, mejores proveedores y buscar insumos de mayor calidad. Se han modernizado para el uso de aplicaciones sociales para la comunicación efectiva entre ellos y sus clientes, así como sus trabajadores por medio de la APP WhatsApp apk.

Actualizamos los sistemas de facturación de acuerdo a los requerimientos del SAT, su contabilidad se lleva acabo fuera de la empresa por medio de un despacho con el que lleva 8 años trabajando.

3. ¿Dejaron de implementar algún proceso?

Si, en 2015 tuvieron un problema grave con algunos clientes por el otorgamiento de créditos. Ahora para ellos son cautelosos en dar créditos a clientes sobre todo que comprueben una sustentabilidad.

4. ¿El cambio climático ha afectado en las temporadas de producción o ventas?

No.

5. ¿Han adquirido créditos para innovar?

No.

6. ¿Si se innovó, en que área fue?

7. ¿Durante la pandemia del 2020 han sufrido pérdidas?

No hemos sufrido perdida alguna pero nuestros clientes tuvieron problemas bajaron los consumos cosechas, otras que se perdieron por falta de precio y consumidores.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

8. ¿Durante la pandemia del 2020 han innovado?

Tenían planes de venta en Baja California y se atrasaron por la pandemia pero se mantuvo una comunicación constate con los clientes lo cual se considero como un aumento en el uso de la APP WhatsApp apk.

Conclusiones

Se realizó una búsqueda de las organizaciones capacitadas para el apoyo y desarrollo de la agricultura en México, encontrando así las capacitadas para su financiamiento de parte pública gubernamental y privada.

De la categoría pública encontramos a Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero (FND) órgano descentralizado de la Administración Pública Federal, regulado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público la cual impulsa el desarrollo del medio rural a través de financiamiento es decir créditos para su apoyo.

Mientras que de la categoría privada encontramos que BanBajío ha desarrollado financiamientos especializados en la atención del sector agroalimentario, que le permiten atender desde productores pequeños hasta grandes empresas, a través de los siguientes esquemas de atención: Apoyan las necesidades de financiamiento de pequeños productores agropecuarios a través de una extensa red de Agentes Parafinancieros, quienes se encargan de dispersar créditos en condiciones favorables a sus acreditados. Apoyan a pequeñas y medianas empresas (Pymes) del sector agropecuario y rural con necesidades de financiamiento de $ 500,000 a $20’000,000 a través de nuestros Ejecutivos Pyme ubicados en nuestra red de sucursales que cubren 28 estados de la República Mexicana.

Cuentan con las siguientes 4 formas de financiamiento:

1. Préstamos de Avío: Préstamo de capital de trabajo, para el establecimiento, mantenimiento de cosecha, compra de insumos y gastos de producción de las diversas actividades agroindustriales.
2. Préstamos Refaccionarios: Para proyectos productivos de largo plazo, como la construcción y equipamiento de instalaciones, compra de maquinaria y/o equipo.
3. Préstamos Prendarios: otorgar liquidez a través del financiamiento de inventarios almacenados en bodegas habilitadas por Almacenes Generales de Depósito, mediante la entrega en garantía colateral de certificados de depósito de granos o ganado.
4. Factoraje y Arrendamiento Financiero: a través de nuestra filial Financiera Bajío SOFOM ER ofrece una línea de Factoraje a Clientes y Factoraje a Proveedores, también Arrendamiento Financiero y Arrendamiento Puro, que permite realizar proyectos de inversión.

Para las necesidades a distancia de manera electrónica se facilita el llenado de formatos y nos muestran un contacto de correo electrónico; agronegocios@bb.com.mx los formatos a llenar los puedes encontrar en la liga; https://www.bb.com.mx/webcenter/portal/BanBajio/empresas/e-agronegocios?_afrLoop=3628954174465374&_afrWindowMode=0&Adf-Window-Id=w17kejvz9k&_afrFS=16&_afrMT=screen&_afrMFW=1366&_afrMFH=657&_afrMFDW=1366&_afrMFDH=768&_afrMFC=8&_afrMFCI=0&_afrMFM=0&_afrMFR=96&_afrMFG=0&_afrMFS=0&_afrMFO=0 y son los siguientes:

Formatos para la solicitud de crédito: Solicitud de crédito, Integración de grupos económicos, Autorización consulta de Buró de Crédito, Relación Patrimonial Aval y Cuestionario de crédito.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

En el periódico El Economista (2019) se encuentra un correo para brindarles apoyo y orientación a los agrónomos que necesiten de ellos, el siguiente es el correo al que se pueden dirigir en caso de requerirlo aga@gamaa.com.mx .

Como recomendación se pone en contexto tras la contingencia que se refugie al sector agrícola en los apoyos económicos que se están fomentando, este sector es esencial para subsistir, y si en este momento no se cuenta con los recursos el Gobierno de México está actuando contra la contingencia de tal manera que menciona en su Blog (2020) lo siguiente:

La Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, a través de la Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca (Conapesca), anunció la entrega del incentivo del Componente de Apoyo para el Bienestar de Pescadores y Acuicultores (Bienpesca), recursos de apoyo para la contingencia por COVID-19. Por instrucciones del presidente de México, la Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca (Conapesca).

Si bien el estudio se enfoca en el sector agrícola, se reconoce que tras la contingencia existen apoyos para estos sectores tan predominantes y esenciales, es por eso que se recomienda buscarlos directamente en las dependencias y también buscar convocatorias o noticias en los Blog oficiales que están a la mano en cualquier dispositivo digital con conexión a internet.

Tras hacerse una ardua investigación de posibles soluciones ante la contingencia se encontró un blog que describe otra forma de que prevalezca la agricultura a través de una técnica japonesa como Nation.com.mx (2020) menciona:

La próxima revolución de la agricultura, no requiere de terrenos ni trabajadores. En 1960 el mundo se enfrentaba al desabasto alimentario, las técnicas tradicionales de agricultura habían quedado obsoletas para alimentar a los 3,000 millones de

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

habitantes. Llega la ‘’Revolución verde” de Norman Borlaug, un ingeniero agrónomo estadounidense considerado el padre de la agricultura moderna.

Japón es uno de los países más poblados. Supera ampliamente los 127 millones de habitantes mientras que su superficie es de 377,000 kilómetros cuadrados.
Yuichi Mori y su agricultura con menos tierra y menos mano de obra, ha hecho que una de las más grandes desventajas del mundo en general se vuelva una oportunidad de innovar. Japón, está llevando a cabo una serie de proyectos para resolver esos problemas: falta de espacio y recursos disponibles.

Como indica BBC: película de polímero transparente hecha a base de un hidrogel permeable que ayuda a almacenar líquidos y nutrientes.

Las plantas crecen en la parte superior de la película y las raíces se desarrollan a un lado, permite el crecimiento en cualquier entorno, la técnica consume 90% menos agua que la manera tradicional y no utiliza pesticidas puesto que el polímero bloquea los virus y bacterias. El uso de sensores, drones, robots e inteligencia artificial facilita el cultivo y recolección. (Véase imagen 1)
Imagen 1: Yuichi Mori

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Fuente: Nation.com.mx (2020)

Referencias

Banco Bajio, (2018), Empresas. Recuperado de https://www.bb.com.mx/webcenter/portal/BanBajio/empresas

Banco Mundial (2018). Agricultura, valor agregado (% del PIB). Recuperado de https://datos.bancomundial.org/indicador/NV.AGR.TOTL.ZS

Blog del Gobierno de México, (2020), Adelantará Gobierno de México incentivos del Componente de Apoyo para el Bienestar de Pescadores y Acuicultores (Bienpesca) párr. 1-4. Recuperado de https://www.gob.mx/agricultura/bajacalifornia/articulos/adelantara-gobierno-de-mexico-incentivos-del-componente-de-apoyo-para-el-bienestar-de-pescadores-y-acuicultores-bienpesca-239883?idiom=es

Blog Nation Share The Good News, (2020), Esta técnica japonesa de agricultura permite cultivar sin necesidad de terrenos. párr. 4,6-11. Recuperado de https://nation.com.mx/ciencia-y-tecnologia/tecnica-japonesa-agricultura-permite-cultivar-sin-terreno/?fbclid=IwAR1zTTtrFAEECCMXFtQON0IX4aNWeL9SunHF098ctW_xHEzFSqwiR3Wc3ww

Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado (COPLADE), (2015), Programa Estatal de Desarrollo Agropecuario 2015-2019, pág. 67. Recuperado de http://www.copladebc.gob.mx/programas/sectoriales/Programa%20Estatal%20de%20Desarrollo%20Agropecuario%202015-2019.pdf

Foli xavi mir, tutorial teoría de juegos, equilibrio de Nash en juego secuencial parte 2, (2015), video didáctico. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=7ptsdW-LxJk

García, A., El Economista, (2019), Los retos del campo para el próximo año 2020. Recuperado de https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Los-retos-del-campo-para-el-proximo-ano-2020-20191124-0041.html

García, J., El imparcial, (2019), BC ocupa segundo lugar en cultivo de fresa a nivel nacional párr. 2-5. Recuperado de https://www.elimparcial.com/tijuana/ensenada/BC-ocupa-segundo-lugar-en-cultivo-de-fresa-a-nivel-nacional-20191218-0022.html

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2007) Clasificación para Empresas Económicas. Recuperado de http://www3.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/21/download/438

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016) Estadística PIB-Entidad Federativa, anual: Recuperado de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/pibe/default.aspx

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2017, Recuperado de https://www.inegi.org.mx/temas/agricultura/default.html#Tabulados

Marin, G. (Coords). (2011) Economía 1, Colombia.

Méndez, E. (2018). Excelsior. A pesar de clima adverso, Valle de Mexicali es ejemplo de eficiencia agrícola. Recuperado de https://www.excelsior.com.mx/nacional/a-pesar-de-clima-adverso-valle-de-mexicali-es-ejemplo-de-eficiencia-agricola/1240458

Roldán, P., Equilibrio de Nash, Economipedia, (2016). Recuperado de https://economipedia.com/definiciones/equilibrio-de-nash.html

Servicio de Información Agropecuaria y Pesquera (2017). Servicio de Información Agropecuaria. Anuario estadístico de la producción agrícola. Recuperado de http://infosiap.siap.gob.mx/aagricola_siap/icultivo/index.jsp

Diagnóstico De La Empresa Familiar A Través Del Modelo De Los Tres Círculos

Dra. *Mariana Monserrat Valenzuela Montoya*[77];*Dra. Gloria Muñoz del Real*[78]; *Dra. Alma Delia Inda*[79]; *Mtro. Santiago Pérez Alcalá*[80].

Resumen

Una figura empresarial dominante en la estructura económica de nuestro país es la empresa familiar, la cual presenta en su funcionamiento características particulares que no se presentan en otros tipos de empresas. Las empresas familiares conforman un ambiente propicio para adquirir hábitos, valores, actitudes y conocimientos, así como para desarrollar el espíritu emprendedor en el mundo de los negocios, ya que buscan propiciar un producto o servicio, generar un rendimiento económico, lograr el desarrollo integral de sus miembros y lograr su

[77] Profesor Investigador de Tiempo completo, Doctorado en Ciencias Administrativas, adscrita a la Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria, experiencia laboral en su área con más de 15 años de experiencia, monserrat@uabc.edu.mx, Tel. (658) 5164957 ext. 120, (686)9466871 (celular), Universidad Autónoma de Baja California.

[78] Profesor Investigador de Tiempo completo, Doctorado en Ciencias Administrativas, adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas, experiencia laboral en su área con más de 20 años de experiencia, gloria.munoz@uabc.edu.mx, Tel. (686) 5823324, (686)1199350 (celular), Universidad Autónoma de Baja California.

[79] Profesor Investigador de Tiempo completo, Doctorado en Ciencias Administrativas, adscrita a la Facultad de Ciencias Administrativas, experiencia laboral en su área con más de 10 años de experiencia, alma.inda@uabc.edu.mx, Tel. (686) 5823334, (686)2161589 (celular), Universidad Autónoma de Baja California.

[80] Profesor Investigador de Tiempo completo, Maestría en Contaduría, adscrito a la Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria, experiencia laboral en su área con más de 20 años de experiencia, santiago_perez@uabc.edu.mx, Tel. (658) 5164957 ext. 121, (686)9454613 (celular), Universidad Autónoma de Baja California.

permanencia. En el presente trabajo se habla sobre las empresas familiares, sus características y el Modelo de los Tres Círculos el cual menciona que una empresa para que se considere familiar, debe existir relación entre la empresa, la familia y la propiedad. Se trata de un proyecto de investigación en proceso en el que se busca diagnosticar a las empresas familiares del Valle de Mexicali a través del Modelo de los Tres Círculos, se aplicará un cuestionario como herramienta para obtener la información necesaria para diagnosticar el desarrollo de las empresas y encontrar los puntos en los cuales deben de trabajar para lograr la profesionalización.

Palabras claves: Diagnóstico, empresa familiar, modelo de los tres círculos.

Introducción

Las empresas familiares inician con la consecución de una idea y con pocos recursos, ya que se mueven en un ambiente de incertidumbre, con una visión fuerte de lograr sus ideales, superando la mayoría de los obstáculos por el trabajo de sus fundadores y el aprovechamiento de los recursos con los que disponen, éstas se basan en actividades profesionales, sobre experiencias subjetivas, las cuales tienen en su identidad como empresa, las mismas características que cualquier otra empresa; la diferencia es su conexión con una familia o grupo familiar que posee una influencia directa en la dirección y control de la misma.

Las empresas familiares tienen la posibilidad de sumar potencialidades, porque la familia proporciona a la empresa una entidad, una pertenencia, una fidelidad, un camino para seguir influyendo en la transformación de las estructuras sociales, ya que aporta una activa visión del mundo exterior con dificultades, crisis, competencia, pero también con trabajo, logros y éxitos.

Las empresas familiares se encuentran entre las que más contribuyen a la riqueza, empleo y creación de ofertas de trabajo en la mayoría de los países del mundo. Constituyen un campo nuevo, surgen como aplicaciones de expresiones y se basan en actividades profesionales, sobre experiencias subjetivas, las cuales tienen en su identidad como empresa, las mismas características que cualquier otra empresa; la diferencia es su conexión con una familia o grupo familiar que posee una influencia directa en la dirección y control de la misma.

El presente trabajo se trata de una investigación en proceso, en la cual se habla sobre las empresas familiares, sus características y el Modelo de los Tres Círculos como herramienta de diagnóstico, con el objetivo de diagnosticar a las empresas familiares del Valle de Mexicali de acuerdo al Modelo de los Tres Círculos que maneja Belausteguigoitia (2005), así como diagnosticar a la empresa familiar en cada subsistema que maneja (propiedad, familia y empresa) y encontrar los puntos en los cuales deben de trabajar para mejorar la profesionalización de éstas.

Referentes teóricos

Definición de Empresa Familiar

En el mundo de los negocios es muy común escuchar de las empresas familiares, de hecho, se considera que esta es una de las principales fuentes de creación de empresas. De acuerdo a Molina, Botero y Montoya (2016) no existe un concepto unificado de empresa familiar y son innumerables las definiciones dadas por los distintos autores dentro de la teoría especializada. La utilización de criterio de demarcación difusa hace que los diferentes estudios de las empresas familiares en la economía sean difícilmente comparables, dado que los resultados varían de manera notable según la definición de empresa en un mismo estudio hace que sus resultados difieran bastante unos de otros.

Según Belausteguigoitia (2012, p. 33) define una empresa familiar como “una organización controlada y operada por los miembros de una familia”, es una empresa con alma ya que el corazón de las familias esta en ellas. Poza (2011) afirma que “Las empresas familiares constituyen toda la gama de empresas en las cuales un emprendedor o director general de la siguiente generación y uno o más miembros de la familia influyen de manera significativa en la compañía”.

Aunque no existen datos exactos que proporcionen información precisa de la proporción que guardan las empresas familiares con las que no lo son, debido a que los censos no clasifican a las empresas como familiares y no familiares algunos autores mencionan que, a nivel mundial, de 65 a 80 por ciento de las empresas son manejadas o pertenecen a una familia (Family Business Review III. 1990). De ahí, la importancia en ocuparse de este tema.

Las empresas familiares, son las unidades empresariales más numerosas y comunes en todo el mundo, por ello actualmente se les ha dado reconocimiento e importancia por considerarse como el motor de la actividad económica de cualquier país. Según el Institute for Family Enterprise de Canadá menos del 20% de las empresas familiares trascienden exitosamente a la segunda generación y menos del 5% llegan a la tercera (Karofsky, 2005).

En México tampoco existen datos confiables al respecto, pero la cifra parece ser conservadora para el país, razón por la que se considera que si las empresas familiares encontraran la fórmula para ser exitosas podrían ser un factor muy importante de crecimiento económico y social (Bolaños, 2004).

Lozano, Romero & Hirsh (2017) hace referencia a que la subsistencia de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) es una de las tareas más difíciles para un empresario de acuerdo a varias definiciones de autores, por lo que surge la necesidad de adecuar sus estrategias, sus recursos humanos, organizacionales,

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

financieros y tecnológicos, sus productos y principalmente su actitud ante el entorno complejo y dinámico en el que operan actualmente.

Características de las empresas familiares

Las empresas familiares difieren en una serie de aspectos importantes con respecto a las empresas institucionales. Estas tienen que ser capaces de evaluar las dinámicas que rigen las conductas de su fundador, la familia y la organización en su conjunto. Necesitan desarrollar habilidades especiales que les permitan identificar y resolver los problemas que plantean estas dinámicas y adoptar estrategias ingeniosas para fomentar el crecimiento de la empresa, transferir el poder y el control de esta.

Una empresa familiar según Poza (2005) citado en Briseño (2006), se puede distinguir de las demás por lo siguiente:

1. La presencia de la familia.
2. El sueño del propietario de mantener el negocio en la familia (objetivo de continuidad).
3. La coincidencia de familia, dirección y propiedad.
4. La ventaja competitiva derivada de la interacción de la familia, la dirección y la propiedad, sobre todo cuando la unidad familiar es sólida.

El Modelo de los Tres Círculos

Como se ha mencionado en el apartado anterior, la empresa familiar posee características especiales, la cual ha sido objeto de intensos estudios durante las últimas décadas, buscando determinar esquemas que expliquen su composición, estructuras y comportamientos, lo que ha hecho que se desarrollen modelos desde

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

el punto de vista administrativo que den respuesta a lo anteriormente mencionado. **Uno de los más completos es el Modelo de los Tres Círculos, introducido en el campo de la investigación por los autores Davis y Tagiuri en 1982,** que explica la forma en que se sobreponen los sistemas de la Familia, la Empresa y la Propiedad, así como el lugar que ocupan cada uno de los miembros que pertenece a alguno de los siete sub-conjuntos que se forman en las áreas de sus intersecciones.

El Modelo de los Tres Círculos constituye una herramienta de análisis de gran utilidad para abordar la problemática de las relaciones familiares y empresariales mediante el estudio de actores y roles, lográndose a través de la misma identificar diferentes grupos de interés coexistentes en la empresa familiar, aspecto generador de múltiples conflictos organizacionales, sin embargo, es considerado de gran utilidad en el diagnóstico del escenario de la empresa familiar (García, 2005).

Para que una empresa se considere familiar, debe existir relación entre la empresa, la familia y la propiedad. El modelo de los Tres Círculos de Tagiuri y Davis (1982), representa la unión que existe entre estos tres subsistemas.

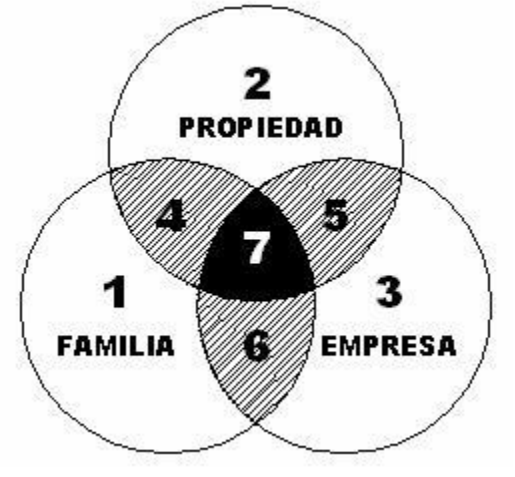


Figura 1. Modelo de tres círculos desarrollado por Renato

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Tagiuri y John A. Davis. Se encuentra en “Bivalent Attributes of the Family Firm”, ensayo de 1982, Harvard Business School, Cambrige MA. Reimpreso en 1996, Family Business Review, vol IX num.2 pp.199-208.

El desarrollo del modelo de los tres círculos permite analizar mejor la problemática de las relaciones familiares y empresariales, ya que los individuos que participan directa o indirectamente en un negocio familiar tienen intereses y puntos de vista que difieren de acuerdo con sus situaciones particulares. Por ejemplo, un miembro de la familia que trabaje en la empresa, pero que no tenga participación en la propiedad (sector 6) podría favorecer oportunidades de empleo y avance más generosas para los miembros de la familia que aquél que es, digamos, un miembro de la familia que tiene parte de la propiedad, pero que trabaje en algún otro lado (sector 4) o un empleado que no tiene intereses familiares ni en la propiedad.

El ámbito de la propiedad persigue el mantenimiento de la armonía accionaria, la gestión del patrimonio familiar con el fin de mantenerlo y aumentarlo, y el mantenimiento y mejora de la rentabilidad y la posición competitiva. Entre sus actividades críticas destacan la definición del plan estratégico de la empresa, el diseño y gestión eficaz de los órganos de gobierno accionarial y la elección de los miembros del consejo de administración, la gestión de los conflictos entre accionistas, y la selección del sucesor. El órgano de gobierno suele ser el consejo de administración.

El ámbito de la familia persigue el mantenimiento de la armonía familiar y el desarrollo personal de sus miembros. Entre sus actividades críticas destacan la definición de la misión familiar y del protocolo familiar, el diseño y gestión eficaz de los órganos de gobierno familiar, y la gestión de los conflictos familiares. El órgano de gobierno es el consejo familiar.

En tercer lugar, **el ámbito de la empresa** persigue la máxima eficacia, la mejora del clima organizacional y el continuo desarrollo organizativo. Entre sus actividades críticas destacan el diseño de la estructura organizacional, la gestión del cambio y de la innovación, y el establecimiento de la política de recursos humanos: selección, desarrollo, identificación y compromiso del personal. El órgano de gobierno es el comité de dirección.

La empresa familiar tiene tres dimensiones claramente diferenciadas pero que entre ellas puede haber una elevada probabilidad de superposición de roles.

Igualmente, el modelo de los tres círculos permite clarificar uno de los puntos centrales en la comprensión de la problemática de la empresa familiar: la existencia de diferentes grupos de interés, Una parte importante de las dificultades que aparecen en las empresas familiares están relacionadas con la existencia de diversos grupos con intereses diferentes, que claramente se pueden diferenciar en la figura 2.

La asamblea de accionistas, el consejo de administración y el consejo familiar son mecanismos de articulación entre los subsistemas de propiedad, familia y empresa (Belausteguigoitia, 2005).

La manera como aparecen y se unen, está representada en la siguiente figura.

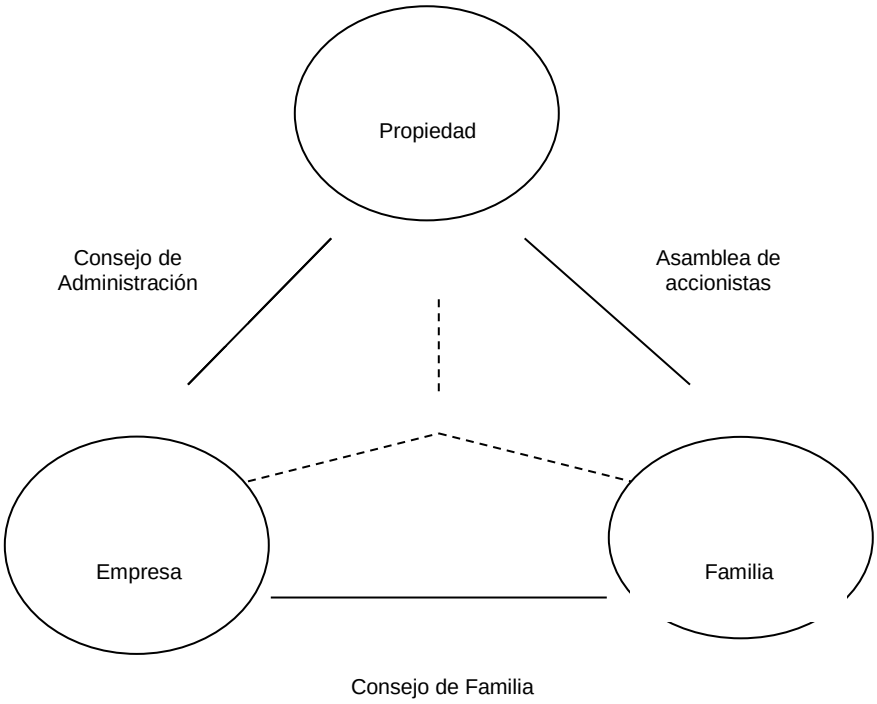


Figura 2. Órganos de gobierno y su interacción en la empresa familiar
Fuente: Belausteguigoitia, (2005).

La Figura 2 describe de manera gráfica la interrelación que guardan los órganos de gobierno constituidos en las empresas familiares. Para desgracia de las organizaciones y su propietario, estos órganos de gobierno rara vez operan en la práctica. Es muy común que las comidas familiares se conviertan en mesas de trabajo y de asuntos de negocio. Al no llevarse a cabo de manera formal las juntas y asambleas, se pierde una gran oportunidad de participación de los miembros de

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

la familia, donde escuchen y sean escuchados, donde den a conocer sus dudas e inquietudes, sus ideas y propuestas.

Problema

Debido a que la mayoría de las empresas nacen con pocos recursos, y considerando que se mueven en un ambiente de incertidumbre, ya que inician debido a la consecución de una idea, pero con una visión fuerte de lograr sus ideales, superando la mayoría de los obstáculos por el trabajo incansable de sus fundadores y el aprovechamiento de los recursos con los que disponen.

En la actualidad estas empresas constituyen hoy en día el pilar más importante de nuestro sistema económico en nuestro país, su importancia radica en que representan el 59.85% del Producto Interno Bruto (PIB), del cual el 97.1% del total de establecimientos dedicados al comercio son micro; 2.1% pequeños; 0.6% medianos y 0.2% grandes, en cuanto a establecimientos dedicados a los servicios el 94.4% son micro; 4.7% pequeños; 0.5% medianos y 0.4% grandes (INEGI, 2012). Martínez (2010) menciona que las empresas familiares surgen de forma espontánea, es decir no solo es por crisis económicas o por no poder colocarse en laguna empresa grande, sino que, en muchas ocasiones, la decisión de crear negocios a nivel familia es para forjar un patrimonio propio sin depender de terceras personas. Por otra parte, Gallo (2011) hace hincapié en que la mayoría de las empresas familiares tienen su origen en el emprendimiento de una sola persona motivado más por mantener y mejorar las condiciones de vida de su familia que por trascender a las siguientes generaciones.

Ante esta situación y considerando lo anteriormente expuesto, se pretende realizar diagnóstico a las empresas familiares del Valle de Mexicali con el objetivo de

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

detectar los puntos de acuerdo a lo que manejar el Modelo de los Tres Círculos, en los cuales las empresas puedan lograr su profesionalización y ser más competitivas hoy en día, debido al proceso tan cambiante que se vive en el mundo de los negocios.

Método

En función de los referentes teóricos anteriormente desarrollados se ha planteado como objetivo principal de esta investigación el diagnosticar a las empresas familiares del Valle de Mexicali de acuerdo al Modelo de los Tres Círculos que maneja Belausteguigoitia (2005), así como diagnosticar a la empresa familiar en cada subsistema que maneja (propiedad, familia y empresa).

Para el alcance de los objetivos establecidos se pretende que la investigación sea no experimental cuantitativa, ya que podría definirse como aquella que se realiza sin manipular las variables, es decir, observar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos (Hernández et al., 2010). Será un estudio transversal y descriptivo, se tiene considerado tomar como base las localidades consideradas como urbanas que conforman el Valle de Mexicali según el Consejo Nacional de Población (CONAPO).

El instrumento de medición que se utilizará será basado en el Modelo de los Tres Círculos y de acuerdo al breve Diagnóstico de la Empresa Familiar que maneja Belausteguigoitia (2005), en el cual las empresas familiares pueden hacer un rápido diagnóstico sobre los subsistemas empresa, familia y propiedad para detectar algunos puntos que merecen especial atención, para cada subsistema o rubro se plantean diez preguntas, que se responden al marcar una de las cinco columnas de la parte derecha del cuestionario siguiendo el siguiente criterio como se muestra a continuación:

1) Totalmente de desacuerdo 2) En desacuerdo 3) Indeciso 4) De acuerdo 5) Totalmente de acuerdo.

ENCUESTA PARA REALIZAR EL DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA FAMILIAR:

	#	Inventario de la Empresa Familiar	1	2	3	4	5
EMPRESA	1	Las metas de la organización están claramente definidas					
	2	Existe un plan estratégico de largo plazo por escrito					
	3	Regularmente se llevan a cabo evaluaciones de desempeño de todos los miembros de la familia que laboran en la organización.					
	4	Existe un consejo de administración, donde se incluyen miembros ajenos a la familia.					
	5	Existe un ambiente empresarial que permite el desarrollo de los miembros de la generación más joven.					
	6	Las promociones están basadas en méritos y las compensaciones de los miembros de la familia están de acuerdo con sus habilidades.					
	7	Existe una clara definición de puestos y todos tienen claro, incluidos los miembros de la familia, lo que se espera de ellos en la empresa.					
	8	Profesionales ajenos a la familia ocupan altos cargos en la empresa.					
	9	La toma de decisiones es descentralizada, se delega la autoridad y la responsabilidad.					
	10	La empresa cuenta con políticas claras sobre la contratación de parientes					
FAMILIA	11	Los planes empresariales de largo plazo toman en cuenta las circunstancias de la familia.					
	12	La familia se reúne formalmente para discutir temas de la					

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

		empresa, y ha instalado un consejo de familia.					
	13	La entrada a la empresa es totalmente voluntaria, por lo que no existe presión alguna, por parte de la familia, para incorporarse a ella.					
	14	Existe un plan de sucesión escrito.					
	15	Existe compromiso por parte de los miembros de la familia hacia la empresa.					
	16	Los sucesores tienen experiencias profesionales en otras empresas antes de incorporarse a la empresa familiar.					
	17	Existe una clara visión del negocio compartida entre familia y empresa.					
	18	La empresa es más que una herramienta para hacer dinero					
	19	Los miembros de la familia son capaces de trabajar armónicamente, y en caso de existir diferencias son capaces de solucionarlas.					
	20	Los miembros de la generación mayor tienen planes para después del retiro.					
PROPIEDAD	**21**	El negocio ha sido valuado y se revisa su valor periódicamente.					
	22	La familia tiene un acuerdo de compraventa de acciones que todos comprenden y aceptan.					
	23	La información financiera y de otras áreas del negocio se presenta con regularidad a todos los que tienen derechos a solicitarla.					
	24	El sucedido ha determinado cuándo y cómo se retirara de la empresa.					
	25	El sucedido sabe cómo hará la sucesión, particularmente en temas sobre propiedad, y lo ha comunicado a sus familiares.					
	26	Los sucesores aprueban la forma en que se planea la sucesión.					

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

	27	El sucedido ha hecho testamento de todas sus pertenencias y lo ha comunicado a los miembros de la familia.					
	28	El sucedido ha contemplado las implicaciones futuras de su decisión al hacer el plan de sucesión.					
	29	El sucedido piensa que sus descendientes no se enfrentaran por dejar un testamento confuso e injusto.					
	30	El sucedido y su cónyuge han hecho un presupuesto para el retiro.					
Subtotal (número de marcas por columna)							
Valores			**X1**	**X2**	**X3**	**X4**	**X5**
Totales (subtotales multiplicados por valores)							

A continuación, se muestran los resultados del diagnóstico, considerando las diferentes puntuaciones que se obtienen al aplicar la encuesta a las empresas participantes:

a) Si se obtuvieron más de 120 puntos (El valor máximo es de 150), la empresa familiar ha alcanzado un buen desarrollo y ha hecho lo necesario para dar continuidad a la organización a través de la siguiente generación.

b) Si se obtuvieron entre 90 y 119, la empresa está en vías de profesionalización y es necesario implementar algunos cambios para aumentar sus posibilidades de éxito.

c) Si se obtuvieron entre 60 y 89 puntos, aún deben realizarse cambios importantes para, por un lado, articular en forma armónica tanto a la empresa como a la familia y, por el otro, hacer más competitiva a la empresa. Hay indicios de que se están realizando cambios, que aún no son tan evidentes.

d) Una clasificación menor de 60 puntos ilustra a una empresa en desarrollo que está lejos de lograr la profesionalización.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx

Resultados

Posteriormente a la aplicación de las encuestas se procederá a elaborar una base de datos para realizar el análisis estadístico y obtener la puntuación de las empresas participantes, mencionando los puntos más importantes dentro de cada uno de los rubros de Empresa, Propiedad y Familia.

Conclusiones

Una vez que se tengan los resultados y contrastándolos con los objetivos planteados se permitirá generar las conclusiones basadas en los principales hallazgos en dicha investigación.

Referencias

Belausteguigoitia, Rius I. (2005). Empresas Familiares, su dinámica, equilibrio y consolidación. McGraw Hill Interamericana. México. 1ª Edición.

Belausteguigoitia, Rius, I. (2012) Empresas Familiares, su dinámica, equilibro y consolidación. McGraw Hill Interamericana. México. 3ª Edición.

Bolaños, R., L. J. (2004). Empresa Familiar ¿Infierno Administrativo? Revista Expansión, pp.22-25.

Briceño, M. A. (2006). Gestión de empresas familiares: factor clave para el desarrollo local. Visión Gerencial, ISSN: 1317-8822, Año 5, Nº 2, julio - diciembre, 2006 122-139.

Gallo, M. Á. (2011). El futuro de la empresa familiar: de la unidad familiar a la continuidad empresarial. España: Profit.

García T. I. G. (2005). Estudio de Empresas Familiares en escenarios partiendo del Modelo Evolutivo Tridimensional. Omnia, Año 11, No. 2, Mayo-Agosto 2005, Recuperado de: http://redalyc.uaemex.mx/pdf/737/73711202.pdf

Hernández, S. R. (2010). Metodología de la investigación, McGraw-Hill/Interamericana Editores.

Instituto Nacional de, Estadística y Geografía. (2012). INEGI. Recuperado de Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos.: http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_M icro_peque_mediana.pdf

Karofsky, P. (2005). Empresas familiares: retos y oportunidades. Bogotá: Superintendencia de Sociedades.

Lozano-Fuentes, L., Romero-González, M. & Hirsh, J. (2017). Sustentabilidad en la sucesión de las empresas familiares a través del modelo de los tres círculos y un modelo de sucesión. Revista Desarrollo Gerencial. Universidad Simón Bolívar Colombia, 9(2), 16-32. Recuperado de: http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/2973/3480

Martínez J. (2010). Empresas familiares: reto al destino. Buenos Aires: Granica.

Molina Parra, P.A., Botero Botero, S., Montoya Monsalve, J.N. (2016). Empresas de familia: conceptos y modelos para su análisis. Revista Pensamiento y Gestión, No. 41. –ISSN 1657-6276. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n41/n41a06.pdf

Palmerín Cerna, M., & Mercado Vargas H. (2007). La internacionalización de las pequeñas y medianas empresas. México.

Poza, E. (2011). Empresas Familiares. México: Editorial Cengage Learning. 3ª. Edición.

Rodríguez Valencia, J. (2002). Administración de Pequeñas y Medianas Empresas. Thomson Editores. México. 5ª Edición.

CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACION
EN CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN.
Vol. 1 No.3, 2020.
ISSN 2594-1763. congresociica.unach.mx