

NUEVOS ENFOQUES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL



COORDINADORA
MARÍA DEL ROSARIO RUIZ TORRES

Primera Edición 2017

Editora:

Rebeca del Carmen Valadez Hegler

Coordinadora:

Maria del Rosario Ruiz Torres

Comité Editorial Publicaciones UPG

Universidad Politécnica de Guanajuato

Av. Universidad Sur #1001

Localidad Juan Alonso

C:D.P 38483

Cortazar, Gto.

Número de registro:

ISBN Electrónico: 03-2017-032111021400-01

Director Editorial:

LDG Blanca Parra Carrera

Diseño y Maquetación:

LDG Blanca Parra Carrera

Portada:

LDG Hugo Cisneros Razos

[editorial upgto.edu.mx](mailto:editorial_upgto.edu.mx)

publicaciones@upgto.edu.mx

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a todos los investigadores, que participaron en el 4° Coloquio de Responsabilidad Social, celebrado los días 7 y 8 de Julio del 2016, en la Universidad Politécnica de Guanajuato, cuyos trabajos han dado forma a este libro.

Así mismo agradecemos a los que con su esfuerzo y dedicación lo hicieron posible: Coordinadores del Coloquio M.D. María del Rosario Ruiz Torres y Mauricio Israel Romero Martín del Campo, dictaminadores, cuerpos académicos, coordinadores de mesas, comentaristas, a la presidenta de REDOR Dra. Dolores Guadalupe Álvarez Orozco y a los miembros de la red, al rector de la Universidad Politécnica de Guanajuato Hugo García Vargas, por prestar las instalaciones para este evento, a los alumnos de apoyo, A María Susana Campos Ramírez que ayudó en la compilación de los documentos y a nuestra asistente de carrera Edith Guerrero Maya.

Y no menos importante al comité editorial de la UPG que nos apoyó con los trámites y diseño de esta obra.

ATENTAMENTE
María del Rosario Ruiz Torres
Profesor Investigador de Tiempo Completo
y Coordinadora del Coloquio

índice

CAPÍTULO 1 La cultura organizacional en el cambio y la dinámica del cambio en las organizaciones. Caso: Cinemagic en Bahías de Huatulco, Oaxaca.	8-15
CAPÍTULO 2 Metodología del Ciclo de Vida, un Enfoque de Responsabilidad Social en las Empresas	16-26
CAPÍTULO 3 Atención y resolución de quejas. Estudio de caso Hospital General Manzanillo	27-39
CAPÍTULO 4 UPSIN: Empresa Socialmente Responsable promotora de Igualdad Laboral.	40-49
CAPÍTULO 5 Perpectivas laborales en estudiantes de la Universidad Politécnica de Guanajuato: Un estudio de género.	50-59
CAPÍTULO 6 Dos enfoques de educación responsable en gestión, coincidencias con el PRME: Un caso de estudio en México y Canada.	60-76
CAPÍTULO 7 Mejorando la calidad de vida en niños de Altamira	77-86
CAPÍTULO 8 "Caso práctico de alumnos de la carrera de Desarrollo de Negocios de la Universidad Tecnologica de Altamira, en la generación de muebles elaborados con material reciclado; como factor detonante de los ejes sustentables en la zonas vulnerables del municipio de Altamira, Tamaulipas".	87-96
CAPÍTULO 9 Perpectiva de la ciudadanía fiscal un contexto regional.	97-108
CAPÍTULO 10 Propuesta de un modelo para el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial.	109-122
CAPÍTULO 11 La Responsabilidad Social del Marketing con el consumidor	123-132
CAPÍTULO 12 La actividad minera en México, respuesta social y responsabilidad empresarial	133-145

CAPÍTULO 13 Participación comunitaria en el diseño de un espacio público en el fraccionamiento Ciudad Yagul, Tlacolula Oaxaca.	146-153
CAPÍTULO 14 La alimentación y la reciprocidad en los alimentos de un grupo de mujeres de la comunidad El Sandial, San Andrés Huayápam, Oaxaca.	154-163
CAPÍTULO 15 Compromiso Social con la comunidad de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo, como parte de su Responsabilidad Social Empresarial.	164-172
CAPÍTULO 16 Artesanías de lirio acuático (<i>Eichhornia crassipes</i>) como una alternativa para la conservación en nacaste, Alvarado, Veracruz.	173-183
CAPÍTULO 17 Modelo conceptual para medir la contaminación del Festival Internacional Cervantino.	184-191
CAPÍTULO 18 Las pymes familiares y la sustentabilidad organizacional	192-201
CAPÍTULO 19 Determinación del nivel de madurez de la Coordinación Académica de posgrados de la División de Ciencias Económico Administrativas de la UG, mediante la aplicación de la norma ISO 10014: 2008	202-217
CAPÍTULO 20 Estrategia de negocios entre japoneses y mexicanos.	218-226
CAPÍTULO 21 Hacia un trabajo social del cambio climático y la calidad de servicios públicos.	227-238
CAPÍTULO 22 Aceptación del ITESS en los jóvenes de Salvatierra	239-244
CAPÍTULO 23 Emprendedor na Era Digital: Emprendedorismo e Inovación na Perspectiva de Responsabilidad Social	245-259
CAPÍTULO 24 La responsabilidad social, en la gestión de residuos sólidos.	206-269
CAPÍTULO 25 Determinación de las factores de éxito de los programas de apoyo al emprendimiento.	270-278

Prólogo

Este libro titulado “Nuevos Enfoques de la Responsabilidad Social” que presentamos reúne las mejores ponencias seleccionadas que se llevaron a cabo en el 4º Coloquio de Responsabilidad Social, celebrado los días 7 y 8 de Julio del 2016, en la Universidad Politécnica de Guanajuato, Cortazar, México .

El libro se compone de las investigaciones dirigidas a los nuevos enfoques de la Responsabilidad Social. Llevadas a cabo por un elenco de investigadores pertenecientes a diversos países (Brasil, México, España, entre otros). Este dispone de 25 capítulos que abarcan diferentes facetas entorno a la Responsabilidad Social (cultura organizacional, ciclo de vida, perspectiva de género, etc) que influyen en las diferentes organizaciones y bajo los diferentes puntos de análisis de los stakeholders (empresas turísticas, hospitales, universidades, etc) estudiadas en los diferentes ámbitos (turístico, salud, educación, minero, alimentación, entre otros) abarcando distintas áreas y nacionalidades e incluso implementando comparativas (México, Japón, España, Canadá, etc).

Comienza el mismo con un primer capítulo abarcando la cultura organizacional en el cambio y su dinámica en la empresa Cinemagic ubicada en Bahías de Huatulco (Oaxaca), en el que se ha implementado una investigación cualitativa que interpreta los diferentes desafíos que presenta la empresa estudiada. El segundo capítulo presenta la aplicación de una metodología denominada Análisis del Ciclo de Vida (ACV), herramienta que se aplica para medir el impacto ambiental y que en este estudio se analizan también los impactos socioeconómicos, lo que permite extraer de este estudio la formulación de estrategias que permitan el cambio de actitudes de productores y consumidores. El tercer capítulo adentra un estudio acerca de la resolución y atención a las quejas en el Hospital General Manzanillo, con la finalidad de identificar su compromiso con los asuntos de los consumidores con base en la Norma ISO 26000.

Seguidamente se adentran tres capítulos en los que se introduce el enfoque de la Educación en el estudio de la Responsabilidad social. El primer capítulo de este compendio está orientado a la investigación de la igualdad laboral de un caso específico de organización, la cual se identifica como Empresa Socialmente Responsable, Universidad Politécnica de Sinaloa (UPSIN). Seguidamente se mantiene la temática laboral, en este caso se presenta la perspectiva laboral en los estudiantes de la Universidad Politécnica de Guanajuato bajo una perspectiva de género, quedando demostrado en sus resultados que existen diferencias entre hombres y mujeres dependiendo de qué carrera estén estudiando. El siguiente capítulo trata los dos enfoques de Educación Responsable en Gestión en base a los principios del PRME, comparando dos casos de estudio en México y en Canadá, encontrando que existen diferencias, las más importantes se extraen que radican en que el Programa MERGE.

Trabajando con diferentes stakeholders se presentan a continuación tres capítulos, los dos primeros ubicados en la misma zona Altamira y en el último en Celaya. El primero de este bloque investiga sobre la mejora de la calidad en niños de Altamira y el siguiente desarrollan un caso práctico de alumnos de la carrera de Desarrollo de negocios de la Universidad Tecnológica de Altamira, en la generación de muebles elaborados con material reciclado; como factor detonante de los ejes sustentables en las zonas vulnerables del municipio de Altamira (Tamaulipas). El último de este bloque estudia la ciudadanía fiscal en el contexto regional de Celaya bajo la aplicación de una metodología de investigación cuantitativa en el que se demuestra que, la Educación es un factor que incide positivamente en el cumplimiento de la obligación tributaria.

Seguidamente se presentan tres capítulos orientados a la responsabilidad social en el que, el primero abarca la propuesta de un modelo, el segundo estudia la perspectiva desde el marketing con el consumidor y el tercero realiza

un análisis de la actividad minera en México. En el primer capítulo se pretende con la investigación proponer un modelo de estudio de la Responsabilidad Social Empresarial tomando como referencia dos antecedentes, el Modelo de Desempeño Social de las Empresas de Archie B. Carroll y la Norma ISO 26000, bajo una investigación de tipo exploratorio, descriptivo, transversal y no experimental. En el segundo capítulo destaca la conceptualización de la Responsabilidad Social del Marketing (RSM) en el que se trabaja, mediante una revisión bibliográfica de los principios del marketing y las recomendaciones institucionales de legislación para la protección a los consumidores se valoran las dimensiones que constituyen a la RSM. El tercer capítulo estudia valorar si existe un nivel de responsabilidad social por parte de las empresas y del Estado mexicano, sobre la masiva cantidad de proyectos mineros que existen en el país (Zaniza, Minera Caracol, Chicomuselo, Buena Vista del Cobre), para ello se estudian tres casos en donde se han desarrollado diversos niveles de conflicto social.

Se ubican seguidamente dos capítulos en los que destaca la investigación en el área geográfica de Oaxaca. En el primero se investiga acerca de la participación comunitaria en el diseño de un espacio público en el fraccionamiento Ciudad Yagul, Tlacolula Oaxaca, el cual constituye un proyecto participativo, el cual pretende actuar como base para el desarrollo de proyectos comunes posteriores. A continuación se estudia la alimentación y la reciprocidad en los alimentos de un grupo de mujeres de la comunidad El Sandial, San Andrés Huayapam, Oaxaca, encontrándose indicadores de inseguridad alimentaria.

A continuación se presentan dos estudios en los que se ubican en el Estado de Hidalgo y Veracruz. En el primer capítulo se analiza el compromiso social con la comunidad de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo, obteniendo como resultados que, realizan acciones favorables de responsabilidad social en cuanto a su compromiso social con la comunidad de acuerdo a la percepción de los empleados de nivel directivo y operativo Seguidamente se presenta el estudio de las

Artesanías de lirio acuático (*eichhornia crassipes* - planta acuática flotante nativa de Brasil) como una alternativa para la conservación en Nacaste, Alvarado, Veracruz, entendida como una opción sustentable para darle uso a un recurso considerado una plaga.

Finalmente se incluyen cuatro capítulos. El primero abarca el estudio del modelo conceptual para medir la contaminación del Festival Internacional Cervantino, el cual atrae a elevado número de visitantes nacionales e internacionales a Guanajuato, permitiendo este estudio definir el gasto energético de luz, agua y generación de residuos para la ciudad. El segundo capítulo abarca la investigación de Las pymes familiares y la sustentabilidad organizacional aportando información hacia la presencia de un pensamiento en el líder de la empresa que esté encaminado a la sustentabilidad organizacional.

Seguidamente se estudia la determinación del nivel de madurez de la Coordinación Académica de Posgrados de la División de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guanajuato, mediante la aplicación de la norma ISO 10014:2008, esperando que este estudio sirva para implementar como filosofía de operación la mejora continua en los procesos académicos y administrativos, con la finalidad de tener mejores niveles de competitividad en el sector de la educación. Finalmente se culmina este libro investigando acerca de la estrategia de negociación entre japoneses y mexicanos estableciendo en sus conclusiones la propuesta de una estrategia para llevar a cabo negociaciones entre ambas culturas.

Concluyendo esta presentación, en primer lugar quisiera dar la enhorabuena tanto a los autores como a los organizadores del evento, así como al comité académico para lograr dar luz a la composición de este libro. Y seguidamente, mostrar mi agradecimiento al otorgarme el honor de poder desarrollar el prólogo del mismo. María Dolores Sánchez-Fernández, Universidade da Coruña, España

María Dolores Sánchez-Fernández
Universidade da Coruña, España

LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN EL CAMBIO Y LA DINÁMICA DEL CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES. CASO: CINEMAGIC EN BAHÍAS DE HUATULCO, OAXACA

María Teresa López Martínez
Corina Patricia López Martínez

Introducción

Durante estos últimos diez años del siglo XXI, las organizaciones han sufrido cambios sociales, económicos y culturales, lo que afecta su estilo de vida y por supuesto las diferentes relaciones de las personas que laboran en ellas, debido a eso se han adoptado diferentes estrategias que están enfocadas en despertar comportamientos que vayan dirigidos a sobrellevar los cambios en los que están inmersas. Sin embargo, la cultura representa un medio que puede facilitar o dificultar esa adaptación a su entorno y así lograr esa efectividad en su quehacer cotidiano y garantizar una competitividad.

Por ello, se debe evocar a la cultura organizacional, la cual se define como el conjunto de creencias y de valores compartidos que proporcionan un marco común de referencia, donde, las personas que pertenecen a una organización tienen concepción más o menos homogénea de la realidad y, por tanto, un patrón similar de comportamiento ante situaciones específicas” (Andrade, 2005, pág. 90).

Para esto, es necesario que los integrantes de la organización puedan en su quehacer cotidiano aprender los elementos que la conforman: su filosofía, sus valores: simbólicos, conductuales, estructurales, etc. Si bien, es importante saber cómo es posible lograr que un individuo parte de la organización, pueda asimilar estos elementos.

Se pretende tomar como objeto de estudio al complejo dedicado a la exhibición de contenido cinematográfico Cinemagic, que se encuentra en Santa Cruz Huatulco, Oaxaca, cuya empresa mantiene una estructura ciertamente formal ya que sus empleados portan una vestimenta del color de la empresa, se cuenta con un logotipo, las instalaciones están adecuadas a la temática del cine y por lo tanto se identifica rápidamente que es Cinemagic.

En este aspecto se pretende retomar lo que Albert Bandura manifiesta sobre el aprendizaje social (citado en Lozano, 2007), aplicándolo en torno a la empresa Cinemagic, quien es un medio que, aunque su fin sea entretener, también puede educar a los espectadores y de ahí que la misma empresa lo pueda transmitir.

Dado lo anterior, el objetivo general de esta investigación consiste en analizar cuál es la transversalidad de la cultura organizacional que tiene la empresa Cinemagic con respecto a la teoría social del aprendizaje para generar la dinámica del cambio hacia la competitividad organizacional.

En fin, el aprendizaje social permitirá entender cómo una organización puede aprender y comprender sus elementos que conforman a su cultura organizacional para que así los integrantes de la organización sientan empatía por esos valores y a su vez puedan incrementar su motivación y de ahí su productividad que conduzca a la competitividad de la empresa.

Revisión de la literatura

La empresa Cinemagic de exhibición cinematográfica se encuentra constituida por el escenario físico, el escenario social, el escenario institucional (Andrade, 2005), entre otros; como algunos elementos que forman parte de la cultura de la organización que llega a enfrentarse a los nuevos negocios, nuevos clientes y nuevos competidores, tomando en cuenta otros aspectos que tienen que ver con los cambios en escenarios que pueden ser optimista, combinado o pesimista (Rebeil 2009).

Los cambios suceden en el entorno y son inevitables. Las organizaciones son capaces de encararlos, porque jamás dejan de interactuar con el ambiente, por lo que tienen aspectos cognitivos que pueden reconocer. El nivel de resistencia se dará dependiendo de la magnitud de la transformación y también del grado de incertidumbre que se manifieste.

La cultura organizacional puede definirse, como la búsqueda de la promoción sistemática en todo el personal de una organización, la lealtad, la confianza, la vitalidad, la participación, la comunicación, los valores y la congruencia en las conductas, para el beneficio de la empresa como del personal y del cliente (Siliceo, 1998).

Hablar de cultura organizacional es evocar un sistema de valores y creencias que la empresa comparte, es decir, entre los miembros de la organización.

Cuando un cambio ocurre, existen aspectos que considerar: Por un lado, en principio la cultura no es fácil de ser modificada, incluso la cultura puede ser un impedimento o un elemento que facilite la iniciativa del cambio (Andrade, 2005).

Por otro lado, para muchas instituciones el cambio en la organización implica que la cultura como fue concebida originalmente requiera modificaciones en la cual nuevas ideas la reestructuren. Pero en ocasiones los cambios no generan lo esperado.

Las culturas no son fáciles de transformar y pueden convertirse en un obstáculo o en un elemento facilitador de la iniciativa de cambio.

Un cambio organizacional puede significar pasar de una cultura tradicional, por ejemplo: de estilos burocráticos y un clima de conformidad hacia una cultura del desempeño, en el aporte de nuevas ideas.

Muchas veces las iniciativas de cambio no dan los resultados esperados porque la cultura no es la "adecuada" no se logra producir el cambio cultural necesario (Amorós, 2005).

Existen factores que pueden influenciar, aunque sólo sea parcialmente y es cuando la cultura de la organización pudiera estar cambiando. Se pueden mencionar algunos aspectos:

En el caso del escenario físico, que se divide en interno (distribución del espacio, elementos decorativos, condiciones de iluminación, limpieza y temperatura) y externo (localización, fachada, tamaño). Si el cambio surge, es probable que ahora existan nuevos códigos para que sus elementos se integren y puedan percibirse como parte de la empresa.

Cabría recalcar, cuál es relevancia que tiene el cambio del espacio, en su estética para que sus trabajadores se sientan identificados. Existen pautas que no implican que la estructura se altere totalmente (Soto, 2001). Existen condiciones de índole política, económica y social se en: que generan si la estrategia es cambiar el espacio físico o no.

En relación con el escenario social, es aquel en el que las personas que integran la organización poseen la apariencia física, al arreglo personal, así como a las pautas generales de comportamiento verbal y no verbal que en la organización se presentan y que definen los roles de interacción.

Ante esto, los procesos de identificación que pueden darse en cada uno de los elementos de manera individual o grupal, se dan por la construcción social del día a día de trabajo. Existen símbolos en su convivencia social que los hacen pertenecer aún más a ese espacio de trabajo.

En el momento en que la organización decide cambiar en alguna parte de su estructura física y humana, ¿qué elementos simbólicos permanecen y cuáles se pierden? Desde la percepción de sus integrantes quizá aspectos como los conductuales (Andrade, 2005) referidos al estilo de ser, de trabajar, de relacionarse, el cumplimiento de compromisos, congruencia, puntualidad, forma de comportarse en las situaciones en las que se interactúa, el uso del tiempo libre y los contextuales que se refiere a elementos sociales complementarios (familia, personas y lugares que se frecuentan, casa, oficina, automóvil) sufren también cambios estructurales.

En lo relacionado con el escenario institucional, que tiene que ver con los mensajes que la organización envía a través de distintos medios, tales como las ceremonias, ritos sociales (de iniciación, de pasaje, de terminación), comportamiento de los líderes y canales institucionales (impresos, audiovisuales y electrónicos) la situación estima que, si la empresa sufre cambios en la estructura, así como en sus recursos humanos, se verá modificado sustancialmente.

Pero ante los cambios, en estos aspectos que forman parte de la cultura organizacional hay cosas que son más importantes que otras, en las que hay que categorizarlas en urgentes, no urgentes, importantes y no importantes (Soto, 2001).

En el momento de los cambios el hombre toma el control. Para enfrentar imprevistos también anticipa cuestiones inesperadas que permitan alcanzar los fines que la organización busca, respondiendo a situaciones de planes de contingencia, en el caso de considerar ¿Qué pasaría sí? (...) (Rebeil, 2009). Se concibe pues existe una concepción en lo endógeno de la organización que no existe lo estático, hay movimiento constante. La planeación hacia el cambio debe mentalizarse, sensibilizarse y estructurarse.

Así pues, los cambios tecnológicos, apertura de mercados y nuevas técnicas o teorías administrativas que se han ido desarrollando (círculos de calidad, perspectiva cultural, etcétera) con base en ocho principios básicos que deben contener las empresas "excelentes" (Fernández, 2002) en los procesos de cambio:

- 1) Acción, hacer algo en vez de perder el tiempo en busca de opiniones (ocuparse en lugar de preocuparse)
- 2) Mantenerse cerca del cliente, enterándose de cuáles fueron sus preferencias y atendíéndolas (...)
- 3) Autonomía y espíritu emprendedor, desmenuzar la corporación en "compañías pequeñas" en incitándolas a pensar de manera independiente y competitiva.
- 4) Lograr la productividad a través del personal, creando conciencia en todos de que sus esfuerzos son esenciales para el buen éxito del negocio y que ellos habrán de compartir los beneficios (... que a la vez se logra solamente con procesos bien estructurados de comunicación, tanto descendente, como ascendente y horizontal)
- 5) Firmes con miras al valor, insistiendo en que los directores permanezcan en contacto directo con el negocio esencial de la compañía (que "papel" directamente los problemas o beneficios que tienen los clientes; que los vivan desde los distintos frentes o puntos de contacto con la clientela.
- 6) Mantenerse en el negocio que la compañía domina mejor, concentra esfuerzos, optimizar recursos (...)
- 7) Personal reducido a lo esencial, pocos niveles administrativos, poca gente en los niveles superiores, "jerarquías" más bien horizontales.
- 8) Actitud simultáneamente laxa y tensa, patrocinar un clima o cultura organizacional en el que haya dedicación a los valores principales de la compañía, combinada con cierta tolerancia para que todos los empleados acaten valores.

Si en la cultura de las organizaciones existe la previsión ante los cambios y que tiene que ver con la evolución ante las circunstancias sociales del entorno, entonces se establece un marco fuerte en la toma de decisiones y en los cambios a implementar.

En el momento del cambio en la organización los símbolos, las conductas y las estructuras que la conforman son parte de las formas de interactuar de los individuos, es desde ellos dónde proviene el cambio. Es desde cada mente humana donde se da la transformación.

En virtud de que los elementos de la organización compartan esos elementos culturales, podrán dirigir la acción hacia el cambio. La organización es un todo integrado y si uno de los elementos cambia, todo cambia.

Todo lo que se genera en la cultura de cualquier organización no se encuentra de manera aislada. Está comunicando algo al exterior y de ahí su fortaleza o su debilidad. La definición de sus valores antes, durante y después del cambio generará transformaciones o no de manera sustancial o total en la organización.

Este tema es inacabado. La índole exploratoria abarca a diversas disciplinas no solo del ámbito administrativo o comunicacional. Sino, también desde la psicología y la sociología que proporcionen líneas teóricas en la conducción de las empresas y el desarrollo del ser humano en el trabajo donde la cultura organizacional desempeña un papel preponderante.

En este sentido retomando a Bandura (Lozano, 2007) en su teoría del aprendizaje social de acuerdo a cuatro factores que pueden considerarse en los integrantes de la organización.

Atención: depende del individuo; es selectiva, voluntaria de acuerdo a sus metas e intereses. El trabajador en Cinemagic debiera reconocer los elementos que conforman a la organización y el interés recae en reconocer la empresa a la que pertenece.

Retención: el aprendizaje mental de la conducta observada, incorporada al conocimiento previo (...) incluye la reconstrucción, la comparación entre la acción y los esquemas conductuales existentes, archivando la conducta en la memoria a largo plazo. Reconocer en las acciones de los trabajadores la manera de guardar cognitivamente la información acerca de lo que engloba pensar en Cinemagic.

Producción: replica la acción aprendida, muchas veces adecuada a las circunstancias. En las acciones a desempeñar que vengán también señaladas en los aspectos estructurales de la organización en cuanto a normas y procedimientos por mencionar algunos aspectos

Motivación: recompensas que convengan al sujeto reproducirla. Este es uno de los elementos que conllevan a realizar el trabajo de la manera más productiva posible.

Método

Este estudio está basado en una investigación cualitativa debido a que describió, y buscó interpretar (Rodríguez, 2011) los diferentes desafíos que presenta la empresa Cinemagic para lograr que su cultura organizacional manifieste una dinámica de cambios para lograr su competitividad.

Dentro de esta investigación, únicamente hizo uso de la observación participativa, donde “la realidad es observada, es vivida por un determinado grupo el cual le confiere un sentido propio y particular”, (Rodríguez, 2001, p.24). Se recolectó información a partir de los elementos visuales que la empresa Cinemagic expresa a través de los empleados, su lenguaje, su comportamiento corporal, su imagen, sus símbolos empresariales, entre otros.

Se procedió a utilizar a la hermenéutica analógica como herramienta de interpretación, que permite mantener un límite sin llegar a extremos de juicio (Beuchot, 2005), de esta forma lo obtenido a través de la observación se pudo acercar con la teoría del aprendizaje social con la finalidad de identificar esas variables que dentro de la empresa cinematográfica son esenciales para poder adaptarse al cambio, el cual se verá reflejado en su crecimiento como organización y por supuesto en su competitividad.

La selección de la muestra, fue tomada como todo el universo y no una sección de los colaboradores del cine Cinemagic ubicado en la Ciudad de Bahías de Huatulco, Oaxaca, Mexico.

Para la recolección de los datos en este enfoque metodológico se realizó a través de observaciones, lo que permitió tener un acercamiento para identificar cuáles son esos valores simbólicos que permiten analizar la teoría del aprendizaje social dentro de esta empresa.

Seguido de la obtención de los datos se empleó la categorización según Rodríguez, Gil y García (1999), la cual fue basada con respecto a los valores y creencias que está enfocada a la cultura organizacional y por otra parte a los aspectos que abarca la teoría del aprendizaje social.

Se organizó la información en una tabla donde se incluyó la categorización y las interpretaciones realizadas con respecto a las observaciones obtenidas para así identificar los valores simbólicos que van ligados al desempeño de los empleados dentro de Cinemagic y su relación con la cultura organizacional.

Para finalizar el análisis se expuso la categorización, las interpretaciones y los hallazgos obtenidos a través de la observación y la teoría.

Resultados

Según Andrade (Fernández Collado, 2009) los valores y creencias de la cultura organizacional se manifiestan de la siguiente manera.

a) Simbólicas: filosofía de la organización (misión visión, valores); logotipo, colores institucionales, elementos gráficos, tipografía; mitología (héroes, villanos, gestas, hazañas, etc.).

b) Conductuales: lenguaje, comportamiento no verbal, el ritual, formas de interacción dentro de la organización

c) Estructurales: políticas y procedimientos, normas, sistema de estatus interno (reconocimiento, recompensa, promoción); estructura de poder (liderazgo formal e informal) grado de centralización o participación de toma de decisiones que rigen en la organización.

d) Materiales: la tecnología, las instalaciones, el mobiliario y el equipo con el que cuenta la organización.

Tabla 1. Resultados obtenidos de la Teoría del Aprendizaje Social y la cultura organizacional

ATENCIÓN

RETENCIÓN

REPRODUCCIÓN

MOTIVACIÓN

SIMBÓLICAS

1.- Acerca de la misión "llevar la experiencia del cine a las pequeñas comunidades de México"	1.- No se hace visible la misión en el inmueble donde se encuentran los empleados ni tampoco en la página web.	1.- Para que se dé esto se requiere que los empleados puedan mencionarlo a los clientes con el fin de enfatizarlo y que el cliente lo recuerde. No se observa esta fase	1.- No se observa esta fase en la repetición hacia los clientes.	1.- No se observa esta fase en la identificación con la historia de la empresa, la misión, la visión, etcétera.
2.- El logotipo	2.- Se observa esta fase en lo visible	2.- Se observa esta fase en lo visible	2.- Se observa en los tickets y en la carpeta de filmes que exhibe para conocimiento de los clientes	2.- No se observa la motivación de portar el logo como algo que connote pertenencia a la empresa por parte de los trabajadores.
3.- El uniforme	3.- Se reconoce porque también la estructura posee un color rojo en sus paredes.	3.- Se reconoce porque también la estructura posee un color rojo en sus paredes.	3.- No se encuentra en ninguno de los documentos que informan al cliente el personal con el uniforme.	3.- No se observa el gusto en los trabajadores el portar el uniforme. Incluso a veces se ve sucio y descuidado.

CONDUCTUALES

1.- Lenguaje verbal y no verbal.	1.- Se hace visible porque el trabajador atiende al cliente usando ambos.	1.- Se utilizan los mismos códigos (el español).	1.- No se observa ningún manual de trato al cliente	1.- No se observa. El personal se percibe desmotivado quizá por diversas razones como pueden ser las altas temperaturas, lo cual se identifica en sus expresiones con poca tolerancia al cliente.
2.- El ritual	2.- Se observa solo el trabajador del mes.	2.- Se observa de manera poco visible si logra identificarse al empleado.	2.- No se observa en ninguna información escrita salvo la fotografía.	2.- No se observa
3.- Formas de interacción	3.- Se combinan de manera formal e informal por el respeto a sus espacios en tanto que la manera de dirigirse al otro es recíproca.	3.- Se observa puesto que cada uno tiene conocimiento de las acciones a realizar.	3.- Se observa en cada acción encomendada.	

Conclusión

Después de esta aproximación a la empresa de exhibición cinematográfica se detectan las siguientes situaciones en términos de la cultura de la organización y el uso de la teoría del aprendizaje social para el cambio en la misma a miras de su crecimiento y proyección.

Se reconoce que existe una cultura organizacional, pero se manifiesta débil debido al poco uso que se hace de las nuevas tecnologías para darse a conocer en tanto una empresa que ofrece el servicio del entretenimiento: reconocida como un corporativo en comparación con Cinemagic o Cinemex. Los elementos que la pueden hacer reconocible como su misión, visión, historia permanecen ausentes.

La organización en Huatulco se reconoce al ser la única cadena de cines, pero con la incursión próxima de la cadena Cinépolis, se avecina un competidor para Cinemagic que le va a apostar con llegar a las comunidades en donde solo el conocimiento que se representa en pantalla tendrá instalaciones más confortables y un servicio que desde la formalidad en la presentación ante los medios de comunicación presenta mayor presencia que Cinemagic.

La cultura de la organización es sustancial pero las observaciones recaen en un bajo aprendizaje acerca de los valores y creencias que deben trabajarse con mayor énfasis, partiendo de ese servicio que se ofrece y que es el mundo del cine: ese escenario de representación que con elementos que puedan ser visibles en la organización (cineastas, posters de películas, frases cinematográficas, etc) puedan lograr e incidir que el personal pueda sentirse más identificado.

El papel del aprendizaje social es poder estar atentos a lo que la cultura organizacional ofrece. Reflexionar la manera en que los trabajadores la retengan, la reproduzcan haciendo uso también de la motivación.

Referencias

- Andrade, Horacio. 2005. Comunicación organizacional interna. Proceso, disciplina y técnica. Gesbiblo. España.
- Antonio Amorós M.A. 2005. Gestión del cambio y la innovación: un reto de las organizaciones modernas. Universidad Ludwig Maximilian de Múnich, Alemania, 30 pp.
- Beuchot, M. (Mayo de 2015). Elementos esenciales de una hermenéutica analógica. *Diánoia*, 60(74), 127-145. Cinemagic. s.f. <http://cinemagic.com.mx/> (último acceso: 24 de 06 de 2016).
- Consejo de la Comunicación. 2015. http://www.cc.org.mx/nosotros_cc/ (último acceso: 24 de junio de 2016).
- Emprendedor. 12 de 07 de 2010. <http://www2.esmas.com/emprendedor/caso-de-exito/perfiles/185750/cinemagic/> (último acceso: 24 de 06 de 2016).
- Escontrela, A., Luisa, M., & Pereira Domínguez, M. C. (2000). El cine como medio-recurso para la educación en valores: un enfoque teórico y tecnológico. *Pedagogía Social*. 5 (2). 127-147.
- Fernández Collado, Carlos. 2002. La comunicación en las organizaciones. Trillas, México, 273 pp.
- Forbes. Cinemagic, el séptimo arte para los más pequeños. 30 de abril de 2013. <http://www.forbes.com.mx/cinemagic/>.
- Huatulco Gobierno Municipal. 22 de marzo de 2016. <http://huatulco.gob.mx/resena-historica> (último acceso: 24 de junio de 2016).
- Lozano. Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: Pearson Education, 2007.
- Libaert, Thierry. 2005. El plan de comunicación organizacional: Cómo definir y organizar la estrategia de comunicación, Noriega, México, 283 pp.
- Mc Luhan, Marshal. La comprensión de los medios como extensiones del hombre. México: Diana, 1995.
- Muciño, Francisco. «Emprendedores Forbes.» Forbes México. 30 de abril de 2013. <http://www.forbes.com.mx/cinemagic/> (último acceso: 24 de junio de 2016).
- Pepe y Toño. Pepe y Toño. s.f. <https://www.pepeytono.com/>.
- Pepe y Toño. s.f. http://pepeytono.mx/quienes_somos (último acceso: 24 de 06 de 2016).
- Pyme Empresario. Cinemagic: emprendedores que triunfan sin competir. 11 de Marzo de 2013. <http://www.pympymesario.com/2013/03/cinemagic-emprendedores-que-triunfan-sin-competir/>.
- Rebeil Corella Ma. Antonieta. 2009. Comunicación estratégica en las organizaciones. Trillas, México, 304 pp.
- Redondo, M. C. (2006). El cine como recurso tecnológico en la creación de conocimiento: estudio de caso en la enseñanza de la orientación de la violencia familiar. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 3(3), 11-31
- Sabalain, Cristina. Cepal. 2009. www.cepal.org (último acceso: 17 de 06 de 2016).
- Rodríguez, G., Gil, J. & García, E. (1999). Metodología de la Investigación Cualitativa. Stake, R, (2005). Investigación con estudio de casos. 3a Ed. Madrid: Morata.
- Rodríguez, J. M. (2011). Métodos de investigación cualitativa. *Revista de Investigación Silogismo*, 1(08).
- Santa Maria Huatulco. 02 de 04 de 2014. <http://www.santamariahuatulco.com/index.php/more-info/317-proximamente-cinopolis-en-huatulco> (último acceso: 24 de junio de 2016).

METODOLOGÍA DEL CICLO DE VIDA UN ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS

Magda Gabriela Sánchez Trujillo.
Ma. De Lourdes García Vargas

Introducción

El progresivo reconocimiento del cuidado del ambiente y el desarrollo sustentable asociado a lo que se produce y se consume ha generado el desarrollo de métodos para evaluar los impactos negativos e intentar reducirlos.

El Análisis del Ciclo de Vida (ACV) es una herramienta metodológica que sirve para medir el impacto ambiental de un producto, proceso o sistema a lo largo de todo su ciclo de vida (desde que se obtienen las materias primas hasta su fin de vida). Se basa en la recopilación y análisis de las entradas y salidas del sistema para obtener unos resultados que muestren sus impactos ambientales potenciales, con el objetivo de poder determinar estrategias para la reducción de los mismos.

De acuerdo con la norma ISO 14040 (ISO. 1997), un estudio de ACV puede dividirse en cuatro fases: objetivos y alcance del estudio, inventario, análisis del impacto e interpretación. En él se analiza cada una de estas fases detallándose las categorías de impacto e indicadores que se utilizan y las limitaciones que conlleva la utilización de esta metodología.

La herramienta permite realizar un análisis mediante la cuantificación del uso de recursos "entradas" (energía, materias primas, agua) y emisiones ambientales "salidas" (al aire, agua y suelo) asociados con el sistema que se está evaluando de acuerdo a las fases que lo componen como ser la extracción y obtención de las materias primas necesarias para fabricarlo, producción en fábrica, uso y/o consumo, transporte y distribución y, por último, disposición final del propio producto. A este tipo de ciclo de vida se le denomina comúnmente "de la cuna a la tumba".

Mediante la aplicación de este enfoque se consideran todas las etapas que implican la producción de un bien, dejando en manos del productor la decisión de modificar el resto de las etapas con el objetivo de obtener mejoras ambientales en su producto. La principal característica de esta herramienta es su enfoque holístico, es decir, se basa en la idea que todas las propiedades de un sistema no pueden ser determinadas o explicadas solo de manera individual por las partes que lo componen. Es necesaria la integración de todos sus aspectos.

La utilización de esta herramienta se realiza con la finalidad de responder a determinadas preguntas, las cuales podrían ser: ¿Cuál es la diferencia entre el posible impacto ambiental de un producto nuevo y otros productos ya existentes en el mercado?, ¿El producto puede responder al mercado?, ¿Es socialmente responsable hacerlo?, ¿Cuáles son las preferencias del cliente?, ¿Qué diferencia existe entre dos procesos diferentes de fabricación del mismo producto?

A su vez, los estudios de impacto ambiental plantean ¿Cómo valora la empresa los recursos que utiliza del medio ambiente? La realidad es que si estos recursos se tuvieran que intercambiar, alcanzarían valores que indicarían su escasez o abundancia. Pero el mercado no contempla en la mayoría de los casos el agotamiento de los recursos, ni siquiera en el largo plazo.

Otra interrogante es ¿qué pueden hacer las empresas? La respuesta sería diseñar productos que tengan en cuenta al medio ambiente, reduciendo su impacto ambiental a lo largo de todo su Ciclo de Vida, es decir, – producción sustentable- eco diseño-, ya que de acuerdo a cifras de la Agencia Federal Alemana de Medio Ambiente (2008), se estima que el 80% de los impactos ambientales de los productos se determinan durante la fase de diseño de los mismos.

En cuanto al análisis social del ciclo de vida (ASCV) ésta es una metodología reciente que se está desarrollando para complementar el ACV ambiental con un análisis de los impactos socioeconómicos de los productos.

Se trata de una herramienta muy ambiciosa, ya que su objetivo es analizar los impactos no sólo en la fase de la producción, sino en todo el ciclo de vida del producto. El ASCV puede contribuir de manera relevante a la RSE, ya que es posible proveer de información relevante a las empresas que quieran mejorar sus impactos sociales a lo largo del ciclo de vida de los bienes y servicios que se producen.

Para efectos del presente trabajo la pregunta específica es: ¿La metodología ACV resulta una estrategia base para implementar el análisis social del ciclo de vida e incidir en la responsabilidad social de productores?

Por lo anterior, el objetivo del presente trabajo es identificar a partir del ACV la aplicación del análisis social del ciclo de vida, a través de la formulación de estrategias que permitan el cambio de actitudes de productores y consumidores.

Revisión de la literatura

Los estudios pioneros de esta metodología ACV inician en la década de los sesentas, cuando se puso de manifiesto que el única manera eficaz de analizar los cargas energéticas en los sistemas industriales desde el punto de vista ambiental, era el de examinar todas las etapas del proceso, desde la extracción de la materia prima, la transformación y su uso, terminando con el retorno a la

ecosfera de los residuos originados (Miettinen & Hamalainen 1997).

A partir de los años 70, se extendieron los estudios sobre energía, los cuales se basaban en los Inventarios de Ciclo Vida (ICV), es decir, del acopio y preparación de inventarios de cargas ambientales a lo largo del ciclo de vida en sistemas industriales. (Fava & Page 1992).

En la evolución de la metodología a final de los años 80, se realizaron numerosos estudios sobre ACV, principalmente por parte de compañías europeas y los EE.UU. (Huppés 1996, Udo de Haes 1993). Sin embargo, estos estudios fueron realizados sin un marco teórico común al aplicar varios métodos.

Fue a partir de los 90' que el ACV manifestó un amplio desarrollo y se puso en práctica rápidamente. En ésta misma década se pone de manifiesto como incluir indicadores sociales y económicos en el ACV realizándose la publicación en 1993 dentro del informe "Un Marco Conceptual para el Análisis del Ciclo de Vida" (Fava et al., 2003), de la Sociedad de Toxicología y Química Ambiental (SETAC, por sus siglas en inglés). El informe proponía incluir una categoría de impacto sobre el bienestar social, lo que contribuyó a impulsar el debate metodológico sobre cómo integrar los aspectos sociales en el ACV.

Con la iniciativa en el 2004 del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (UNEP por sus siglas en inglés) y de la SETAC (UNEP/SETAC de aquí en adelante) creó un grupo de trabajo sobre la integración de los indicadores sociales en el ACV, se organizaron una serie de encuentros, seminarios y talleres con participación de expertos de varias disciplinas, así como representantes de diversos grupos sociales. La iniciativa dio como resultado la publicación en el 2009 de las "Líneas Directrices para un Análisis Social de Ciclo de Vida de los Productos" (UNEP, 2009).

Es un término que se refiere a un ecosistema entendido desde un enfoque general, denominado ecosistema planetario, y está formado por la atmósfera, la geosfera, la hidrosfera y la biosfera.

Análisis Ciclo de Vida ACV

El enfoque de ciclo de vida es un prerrequisito para cualquier evaluación sólida de sustentabilidad, ya que con ello se puede mitigar o evitar que se transfieran impactos a la sociedad, a la economía, al ambiente o en otras partes o etapas del sistema analizado.

Entre las más valiosas contribuciones al desarrollo metodológico del ACV, se puede mencionar: El código de prácticas para ACV publicado por la SETAC (Society of Environmental Toxicology and Chemistry) en 1993. La Guía Nórdica para ACV publicada por el Nordic Council of Ministers, en 1995.

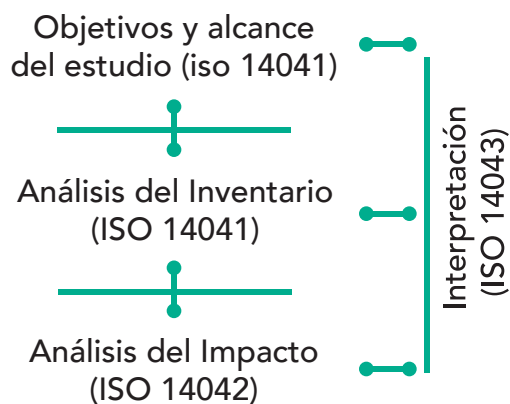
La metodología de ACV por parte de ISO, dentro de la familia de normas ISO 14.040:

ISO 14.040:2006: Gestión ambiental. Análisis de ciclo de vida. Principios y marco de referencia.

ISO 14.044:2006: Gestión ambiental. Análisis de ciclo de vida. Requisitos y directrices.

La metodología de análisis de ciclo de vida ISO 14040 e ISO 14043 establece cuatro periodos primordiales para los estudios de ACV: definición del objetivo y alcance, análisis de inventario, evaluación de impacto e interpretación de resultados, descritas brevemente en este punto. (Ver figura 1).

Figura 1. Las fases de un ACV.
Fuente: ISO 14000.



Definición del objetivo y alcance. Es la primera fase del estudio consta de: la definición del propósito del estudio, el ámbito del estudio, el establecimiento de una unidad funcional y el establecimiento de un procedimiento para garantizar la calidad de los datos. La realización de un estudio de ACV se puede hacer por diferentes objetivos. Por ejemplo un objetivo de ACV que compare ambientalmente dos productos, procesos o servicios. No obstante, hay otros estudios que su objetivo podría ser determinar las etapas del ciclo de vida que contribuye más a determinados impactos a fin de proponer mejoras ambientales.

Además se define el sistema, sus límites (conceptuales, geográficos y temporales) y los principales parámetros como (materias primas consumidas, consumo energético, productos, subproductos, residuos y emisiones). Asimismo, se deben establecer los requisitos de los datos que se utilizarán, las hipótesis clave y las limitaciones del estudio (Puig et al. 2000).

Una vez definido el alcance debe se define la unidad funcional y la cuantificación de las funciones identificadas. La unidad funcional debe ser coherente con el objetivo y el alcance del estudio. La unidad funcional debe disponer de una referencia para la normalización de los datos de entrada y salida. Por tanto, la unidad funcional debe quedar definida de forma clara y ser medible (ISO 1998). Ello es necesario para asegurar la comparabilidad de los resultados del ACV. Para asegurar que tales comparaciones se hagan sobre una base común. La unidad funcional puede ser de tipo físico (una pc, un coche, una puerta, un envase, etc.) o bien de tipo funcional (1 m² de una superficie, 1 m³ de agua, etc.).

Límites del sistema. Los límites del sistema determinan qué procesos unitarios deberán incluirse dentro del ACV. Varios factores determinan los límites del sistema, como la aplicación prevista del estudio, las hipótesis planteadas, los criterios de exclusión, los datos y limitaciones económicas y el destinatario previsto.

La fase de inventario. Es básicamente un proceso técnico de recogida de datos para cuantificar las entradas y salidas (es decir, la energía y materias

consumidas, las emisiones al aire, agua y suelo, y los coproducidos resultantes durante el ciclo de vida completo de un producto, proceso o actividad) del sistema estudiado y de acuerdo con la unidad funcional definida en la fase anterior.

Para realizar el inventario de las principales etapas normalmente se seleccionan datos genéricos (de la base de datos) para las etapas posteriores y datos de campo (los calcula el analista). Así, la disponibilidad de bases de datos generales como fuentes de datos para las etapas posteriores de un ACV (energía, transportes, gestión de residuos...), es de suma importancia para llevar a cabo el estudio. Para realizar un inventario de ACV se puede utilizar una hoja de cálculo, que permita también después a partir de estos datos hacer la evaluación de impactos, o bien utilizar un programa específico de los más extendidos por su facilidad en el manejo, Ecopro (2), LCA Inventory Tool (3).

La Interpretación y evaluación de Impacto del Ciclo de Vida (EICV). Es la tercera fase del ACV descrito en la Norma ISO 14040. La fase de la EICV modeliza las variables ambientales seleccionadas, denominadas categorías de impacto, y utiliza indicadores de categoría que concentran y explican los resultados del ICV. Los indicadores de categoría tienen como función mostrar las emisiones agregadas o recursos usados para cada categoría de impacto. Estos indicadores de categoría representan los "impactos ambientales potenciales" descritos en la Norma ISO 14040. De esta forma, la EICV facilita la fase de interpretación del ciclo de vida.

Es un término que se refiere a un ecosistema entendido desde un enfoque general, denominado ecosistema planetario, y está formado por la atmósfera, la geosfera, la hidrosfera y la biosfera.

La EICV incluye varios pasos según la norma ISO:

- Identificar las áreas de mejora en el sistema de productos y ayuda en su jerarquización; Caracteriza o compara un sistema de producto y sus procesos unitarios en el tiempo
- Realizar comparaciones relativas entre sistemas de producto basadas en los indicadores de categoría seleccionados

- Indicar las variables ambientales para las que otras técnicas puedan aportar datos ambientales complementarios e información útil para los responsables de la toma de decisiones.

La EICV es un proceso que pretende identificar y caracterizar los efectos sobre el medio ambiente del objeto en estudio, utilizando los resultados obtenidos durante la fase de inventario y convertir la información obtenida en una información interpretable.

Análisis Social del Ciclo de Vida ASCV

Los impactos sociales se refieren a las consecuencias negativas o positivas sobre el bienestar de los stakeholders debidas a las actividades de la empresa.

El ASCV es un proceso sistemático que permite recopilar información sobre los impactos sociales (positivos y negativos) en el ciclo de vida de los productos, desde la extracción de las materias primas hasta la disposición final. El ASCV no considera las presiones sociales determinadas por los impactos ambientales, porque éstos ya están incluidos en el ACV.

El criterio que marca la diferencia entre el ASCV con respecto a ACV es que el primero no solo analiza el impacto social a una etapa del ciclo de vida (proceso de producción) sino a todas las fases del ciclo de vida (adquisición de material, fabricación y ensamble, transporte y distribución, uso y servicio, retiro y tratamiento, destino final). De ahí que la metodología se pueda volver problemática.

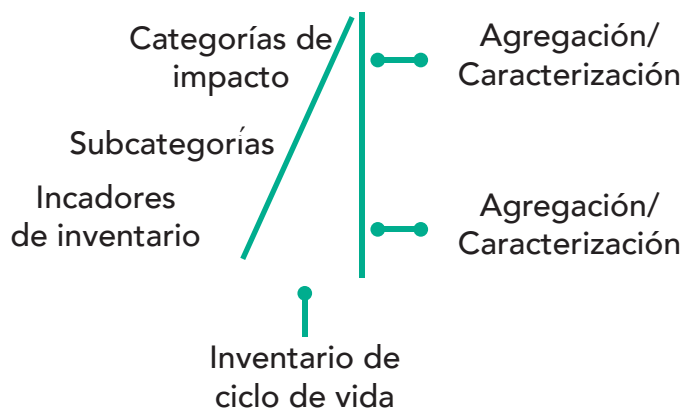
Las líneas directrices del ASCV se basan en categorías de impacto que provienen de temas sociales a saber: a) derechos humanos, b) condiciones de trabajo, c) salud y seguridad, d) patrimonio cultural, e) gobernanza y f) repercusiones socio-económicas.

A partir de los datos del Inventario, éstas categorías se detallan en subcategorías que consideran el impacto hacia los stakeholders y éstas a su vez pueden estar relacionadas por diferentes categorías.

rías de impacto las cuales se rigen bajo criterios mínimos de conformidad de acuerdos internacionales como la Organización Internacional del Trabajo, la organización tripartita de principios sobre empresas multinacionales y la política social (Dreyer et al., 2006). (Figura 2).

²Los stakeholders son grupos de actores sociales que tienen un interés compartido por ejemplo los trabajadores, los consumidores, los proveedores.

Figura 2. Estructura del ASCV.
Fuente: UNEP 2009



Las principales subcategorías que proponen las líneas directrices son: a) trabajadores, b) comunidad local, c) sociedad (nacional/local), d) consumidores (dentro del proceso y finales), e) proveedores. Estas subcategorías pueden ser evaluadas con datos del inventario que pueden ser cualitativos o cuantitativos. La Tabla 1 muestra el desglose de las categorías y subcategorías de impacto sugeridas por las Líneas Directrices de UNEP/SETAC.

Tabla 1. Categorías y Subcategorías de Stakeholders.
Fuente: UNEP 2009

CATEGORÍAS DE STAKEHOLDER	SUBCATEGORÍAS DE IMPACTO	
TRABAJADOR	Libertad sindical y negociación colectiva Salario justo Igualdad de oportunidades/discriminación Beneficios sociales/seguridad social	Trabajo infantil Horas de trabajo Trabajo forzoso Salud y seguridad
CONSUMIDOR	Salud y seguridad Mecanismo de realimentación (<i>feedback</i>) Responsabilidad del fin del ciclo de vida	Transparencia Privacidad del consumidor
COMUNIDAD LOCAL	Acceso a los recursos materiales Deslocalización y migración Condiciones de vida seguras y sanas Participación de la comunidad Asegurar condiciones de vida	Acceso a los recursos inmateriales Patrimonio cultural Respeto de los derechos indígenas Empleo local
SOCIEDAD	Compromiso público sobre sostenibilidad Contribución al desarrollo económico Prevención y mitigación de conflictos armados Desarrollo tecnológico Corrupción	
ACTORES DE LA CADENA DE VALOR, APARTE DE LOS CONSUMIDORES	Competencia leal Promoción de la sostenibilidad social Relación con proveedores Respeto de los derechos de propiedad intelectual	

Al igual que el ACV, el ASCV está regulado por diferentes normas ISO y se ajusta a las fases mostradas en la figura 1.

- En la fase de definición de objetivo y alcance, se define y cuantifica la función que cumple el producto o sistema que se está analizando en todas las etapas del ciclo de vida, se deciden los métodos de recopilación de información y se identifican los stakeholders y su localización para elegir las categorías y subcategorías de impacto.

En esta etapa Hauschild et al. (2008) y Benoit et al. (2010) proponen combinar información bottom-up, obtener datos a partir del análisis de entorno con información top-down (de arriba abajo), es decir vía Declaración de derechos humanos e información de convenciones internacionales como la OIT. La información bottom-up (de abajo hacia arriba) incluye trabajo de campo, visitas al terreno, entrevistas, revisión de documentación de la empresa entre otras.

- Este levantamiento de información conforma los datos de Inventario donde se producen impactos sociales a lo largo del ciclo de vida de productos, con el fin de hacer más ágil este levantamiento de información Hauschild et al. (2008) sugiere combinar fuentes secundarias (bases de datos, internet, revistas especializadas, redes sociales).
- En la etapa de análisis del impacto social las directrices de UNEP/SETAC proponen el uso de variables de actividad cualitativas y semicuantitativas que permitan definir cuál es la importancia relativa de cada etapa en el ciclo de vida y asignar un peso a las diferentes etapas, por ejemplo horas de trabajo o el valor añadido en relación a cada etapa del ciclo de vida.
- La etapa de evaluación del impacto. Las líneas directrices UNEP (2006) distinguen dos metodologías

a) Metodología 1:

Agrega los impactos en cada subcategoría basadas en la asignación de peso. En este punto se utilizan factores de proporción para representar el

peso que tienen las distintos agentes (proveedores, fabricantes, recolectores de residuos, etc.)

b) Metodología 2:

Utiliza la caracterización de relaciones causa-efecto entre la actuación de la empresa e impactos sociales.

- En la fase de interpretación. Se determinan los impactos más significativos, se evalúan los resultados de la investigación, se plasman conclusiones y reporte final.

La metodología ASCV es aún joven y cuenta con pocos casos de aplicación práctica.

Responsabilidad Social Corporativa RSC

A partir de los años 90's el tema de responsabilidad social crece en interés por determinar las responsabilidades más allá del tema de los beneficios económicos para los accionistas. Es a partir de Carroll (1979, 1991) donde se marca la diferencia entre cuatro dimensiones de la RSC -económica, legal, ética y filantrópica-, por su parte Freeman (1984) sienta las bases de los grupos de interés o teoría de los stakeholders que plantea: "la empresa debe atender no sólo a los accionistas sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad".

El término por tanto tiene varias acepciones, en casi todas ellas es posible encontrar un común denominador que ha permitido llegar a un cierto consenso sobre el concepto de RSC.

De acuerdo con Dahlsrud (2008) plantea que las diversas definiciones generalmente se refieren a cinco dimensiones: medioambiental (relación con la naturaleza), social (relación con la sociedad), económica (aspectos socio-económicos o financieros), stakeholder (relación con los grupos de Interés) y de voluntariedad (acciones más allá de las leyes).

Es así que, la RSC no solamente se refiere al cumplimiento de la normativa nacional e internacional aplicable, sino a la contribución activa y voluntaria del sector empresarial en el ámbito económico y social y a la reducción de los impactos ambientales. En concreto, el modelo de la empresa socialmente responsable requiere que responda de manera satisfactoria a las expectativas de sus diversos grupos de interés o stakeholders como empleados, clientes, proveedores y comunidad en la que participa, entre otros.

Los objetivos que persigue la RSE hacen hincapié en que se cumpla con la legislación aplicable y se preocupe y atienda los impactos económicos, sociales y ambientales de su actividad, es decir que la empresa contribuya de forma activa con la sociedad. La puesta en marcha de estos objetivos están descritos por la ISO 26000 que propone una serie de materias y asuntos fundamentales que incluyen los impactos económicos, ambientales y sociales más factibles que deberían abordar las organizaciones en el ejercicio de la RSC. (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Aspectos fundamentales de la Responsabilidad Social.
Fuente: ISO 26000

MATERIAS	ASUNTOS
GOBERNANZA DE LA ORGANIZACIÓN	Procesos y estructuras de la toma de decisiones
DERECHOS HUMANOS	Debida diligencia Situaciones de riesgo para los derechos humanos Evitar la complicidad Resolución de conflictos Discriminación y grupos vulnerables Derechos civiles y políticos Derechos económicos, sociales y culturales Derechos fundamentales en el trabajo
PRÁCTICAS LABORALES	Trabajo y relaciones laborales Condiciones de trabajo y protección social Diálogo social Seguridad y salud laboral Desarrollo humano y formación en el puesto de trabajo
MEDIO AMBIENTE	Prevención de la contaminación Uso sostenible de los recursos Mitigación del cambio climático y adaptación Protección y recuperación del medio ambiente natural
PRÁCTICAS JUSTAS DE OPERACIÓN	Anti-corrupción Participación política responsable Competencia justa Promoción de la responsabilidad social en la esfera de influencia Respeto a los derechos de propiedad
ASUNTOS DE CONSUMIDORES	Prácticas justas de marketing, información y contrato Protección de la salud y seguridad de los consumidores Consumo sostenible Servicios de atención al cliente al consumidor, apoyo y resolución de controversias Protección y privacidad de los datos del consumidor Acceso a servicios esenciales Educación y concienciación
PARTICIPACIÓN ACTIVA Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD	Participación activa de la comunidad Educación y cultura Creación de empleo y desarrollo de habilidades Desarrollo tecnológico Generación de riqueza e ingresos Salud Inversión social

Materiales y Método

Se trata de un estudio cualitativo donde se realizó una revisión bibliográfica sobre los aspectos metodológicos más importantes del ASC, el ASCV y la RSE, se presentan de forma sintética los estudios de caso analizados hasta ahora. Después se llevaron a cabo 5 entrevistas con personal de empresas con la finalidad de identificar el interés potencial de las empresas por el ASCV así como las posibles dificultades de aplicar la metodología.

El instrumento para la recolección de información fue un cuestionario semi estructurado que consta de 6 apartados:

1. Información sobre la persona entrevistada
2. Información general de la empresa
3. Conocimiento y aplicación de la RSE y del ACV,
4. Opinión sobre los impactos sociales/ grupos sociales relevantes
5. Acceso a información sobre impactos sociales y por último
6. Potencial de interés en el ASCV. (Russi, Ayuso, Fullana, 2012)

Resultados

Resultados ACV, ASCV Y RSE

En base a la revisión bibliográfica se encuentra que los enfoques ASCV Y RSE estudiados tienen una diferenciación, ya que por una parte se abordan los impactos sociales de las empresas, su conducta y la manera en que se organizan y gestionan sus relaciones con los stakeholders internos (trabajadores) y externos (sociedad). Por su parte el análisis ACV solo analiza el impacto ambiental ligado a un proceso.

En cuanto al objetivo la ACV busca evaluar el impacto ambiental del proceso/producto en tanto que la ASCV proporciona elementos para toma de decisiones en cuanto a la adopción de políticas que mitiguen impactos sociales y la RSE integra todos los elementos de gestión que la

empresa realiza para incidir positivamente en el impacto ambiental en su contexto.

Respecto al ámbito y alcance el ASCV, así como el ACV, provee información sobre posibles mejoras incrementales en el proceso, pero no busca determinar si un producto es sostenible en sí mismo. No obstante, el punto de vista del ASCV es el de las empresas busquen aminorar sus impactos sociales, y por eso se centra en los impactos que las empresas tienen el poder de reducir. Esto último es la gestión de la RSE.

Una similitud en ACV y ASCV es que comparten una base metodológica, en tanto que la RSE carece de una metodología consistente, aceptada y aplicada de forma general en las empresas. A continuación se resumen los aspectos comparativos más relevantes en la tabla 3.

Tabla 3. Comparación entre ACV, ASCV, RSE.
Fuente: Russi, et al. (2012)

COMPONENTES	ACV	ASCV	RSE
OBJETIVO	Mitigar o evitar impacto ambiental	Ayudar en la elección entre productos/políticas	Minimizar los impactos negativos de las empresas y maximizar los positivos
IMPACTOS	Impacto ambiental	Impactos socio-económicos	Impactos socio-económicos y ambientales
ALCANCE	Analizar los cargas en el sistema industrial	Impactos en todo el ciclo de vida de los productos (por lo menos idealmente)	Impactos a nivel de la empresa
ÁMBITO	Impactos asociados al ambiente natural	Impactos asociados al producto	Impactos debidos a la organización empresarial y a la gestión de la empresa
METODOLOGÍA	Normas ISO 14040SS	Metodología parecida al ACV (normas ISO 14040ss). Algunas etapas (cuantificación, agregación) están todavía en fase de desarrollo	No hay una metodología establecida y generalmente aceptada, sino una batería de herramientas que pueden ayudar en la implantación de la RSC

Resultados de Entrevistas

Se aplicaron 5 entrevistas semi estructuradas a representantes de las siguientes empresas. El instrumento facilitó la comunicación y apertura para recabar la información.

Tabla 4. Empresas participantes
Fuente: aportación propia.

EMPRESA	ACTIVIDAD
GRUPO VALLE DEL MEZQUITAL	Empresa productora de servicios de transporte colectivo (autobuses y microbuses)
CORPORATIVO UNNE	Empresa especializada en servicio de Transportación y Logística
GRUPO AZUL	Empresa integradora que proporciona servicios a las empresas que conforman Grupo Azul. (Escuelas, hospitales, mantenimiento, manufactura de uniformes, etc.)
PISA AGROPECUARIA	Empresa especializada en productos químicos para agricultura y ganadería
DAEMSA	Empresa productora de materiales de construcción (Asfalto)

El ASCV es una metodología nueva que no es identificada por las empresas, pero que manifestaron interés por conocer y poder aplicar en sus organizaciones, principalmente para el análisis de riesgos y las implicaciones que podrían tener de no identificar y atender a tiempo máxime para prevenir multas.

3 de ellas manifestaron interés por conseguir el distintivo de ESR y consideraron que la metodología de ASCV les facilitaría identificar y medir los impactos sociales sobre sus diversos stakeholders. Sin embargo dijeron que veían complicado aplicar en la práctica la metodo-

logía porque es un proceso que lleva tiempo y recursos, ya que por una parte porque el estudio se hace sobre el terreno, e incluye visitas a las instalaciones y entrevistas con sus stakeholders locales y por otra parte debido a la falta de registros e indicadores.

Se les pregunto si estarían dispuestos a ir recabando la información e integrando sus indicadores de forma paulatina y en su totalidad respondieron que sí. Lo anterior daría pauta a que el presente estudio de fuese nutriendo con más evidencias y en el futuro fortalecer los huecos que aún se están atendiendo de la metodología.

Conclusión

El objetivo del estudio es identificar a partir del ACV la aplicación del análisis social del ciclo de vida e incidir en la responsabilidad social empresarial, se observa que a pesar de la complicación de aplicar la metodología es posible hacerlo, ya que la ASCV se centra en los impactos socio-económicos pero retoma o integra a su vez un análisis global a partir de la metodología ACV, y a su vez es posible incidir en la toma de conciencia por parte de la empresa y realizar la gestión por lo que si sería factible incidir en la RSE.

A manera de conclusión es muy importante enfatizar el papel crucial que debería jugar la participación de los stakeholders en el análisis de los impactos sociales, por tres razones básicas. La primera es que los stakeholders tienen información sobre el impacto a nivel local de las actividades de las empresas, que es relevante para asegurar la calidad de los resultados del ASCV.

La segunda, no basar la investigación únicamente en la información proporcionada por la empresa, que tiene un interés en demostrar un comportamiento positivo, es muy importante para garantizar la objetividad del análisis.

La tercera, que los impactos positivos y negativos de una actividad empresarial se deben analizar en referencia a las necesidades y objetivos de los grupos de actores sociales involucrados, teniendo en cuenta una amplia gama de perspectivas. En este sentido, el ASCV puede contribuir a crear las condiciones para un diálogo entre los stakeholders, aquellos que toman las decisiones políticas y los expertos, mejorando de esta manera la calidad de la investigación.

Referencias

- Benoit-Norris, C., Valdivia, S., Citroth, A., Moberg, A.,-Bos, U., Prakash, S., Ugaya, C. (2010). The guidelines for social life cycle assessment of products: Just in time. *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 15: 156-163.
- Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*. 4 (4), 497-505.
- Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*. 34 (4), 39-48.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 15(1), 1-13.
- Dreyer, L., Hauschild, M., Schierbeck, J. (2006). A framework for social life cycle impact assessment. *The International Journal of Life Cycle Assessment* 11(2), 88-97.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- IHOBE S.A. (Noviembre 2009). *Análisis de Ciclo de Vida y Huella de Carbono, dos maneras de medir el impacto ambiental de un producto*. Sociedad Pública de Gestión Ambiental Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial, Agricultura y Pesca Gobierno Vasco.
- Guzmán, M.I., A., Moreno, S., M. S., Castellanos, V., Contreras, W., Miranda, S., Capruz, R. y Vivancos, B. J. (2009). *Análisis de ciclo de vida en la fábrica de muebles La Cibelles, Jalisco, México: Ecoeficiencia de procesos y productos industriales*.
- Fava, J.A. and Pages, A. (1992). Application of product life cycle assessment to product stewardship and pollution programs. *Water science and technology* 26(1-2), 271-287.
- Fava J, Consoli F, Denson R, Dickson K, Mohin T, Vigon B. (1993). *A conceptual framework for life-cycle impact assessment*. Workshop Report, Society for Environmental Toxicology and Chemistry and SETAC. Foundation for Environmental Education, Inc, Pensacola
- Huppes, G. (1996). *LCA Yesterday, today and tomorrow*. Centre of Environmental Science: Leiden University.
- Udo de Haes, H. A. (1993). Applications of life cycle assessment: Expectation drawbacks and perspectives. *Journal Cleaner Production*. 2(1), 21-29

ATENCIÓN Y RESOLUCIÓN DE QUEJAS. ESTUDIO DE CASO HOSPITAL GENERAL MANZANILLO

Martha B. Santa Ana Escobar
Rutilio R. López Barbosa
Ernesto G. García Pirsch

Introducción

Los usuarios o clientes de cualquier producto, sea éste un bien o un servicio esperan que sus expectativas sean cubiertas, pues para ello erogán determinada cantidad económica; sin embargo, en cuestiones de salud sus necesidades se incrementan significativamente, dado que la propia vida o la de sus familiares se encuentra en riesgo y es el centro de atención de dichos servicios; por lo cual, todas las instituciones de salud, sean públicas o privadas deben cumplir cabalmente con su compromiso de brindar atención adecuada y oportuna a quien lo solicite, mediando o no una percepción económica. A pesar de dicho compromiso, toda organización puede generar insatisfacción en los usuarios, por lo que en respuesta, éstos pueden manifestar esta percepción a través de sus quejas, las cuales pueden ser escritas o verbales.

El presente trabajo muestra la investigación desarrollada en el Hospital General Manzanillo, a partir de las quejas generadas por los usuarios, con la finalidad de conocer el proceso de atención que se brinda a las mismas para la satisfacción de sus necesidades. Dicho Hospital es una institución pública que proporciona servicios de salud a las personas que no tienen algún otro servicio médico, principalmente atiende a las personas que se encuentran inscritas en el Programa Federal del Seguro Popular; aunque la experiencia muestra que proporcionan el servicio a toda persona que lo requiera.

El Hospital General Manzanillo mantiene un compromiso serio con la salud de los habitantes de Manzanillo y sus alrededores, pues atiende a cualquier persona que lo solicita, incluyendo a quienes, aún teniendo el servicio del Seguro Social, acuden por comodidad o conveniencia a esta dependencia; lo cual provoca que cada día haya una cantidad considerable de usuarios; situación que ocasiona incomodidad o molestias en algunos de ellos, quienes lo manifiestan a través de un formato de quejas.

Durante el año 2015, dicho Hospital recibió un total de 74 quejas, 3 sugerencias y 55 felicitaciones, por lo tanto nos interesa conocer el proceso que se les da a las primeras para su atención y resolución; dado que toda entidad debe atender este rubro, y de esta forma dar un servicio de calidad a los usuarios, como lo establece el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, que señala tres acciones importantes en materia de salud: a) garantizar el acceso y la calidad de los servicios de salud a los mexicanos, con independencia de su condición social o laboral, b) garantizar la oportunidad, calidad, seguridad y eficacia de los insumos y servicios para la salud y 3) asegurar un enfoque integral y la participación de todos los actores, a fin de reducir la mortalidad infantil y materna (Plan Nacional de Desarrollo, 2013). Mientras que el Plan Estatal de Desarrollo 2009-2015, en el mismo sentido, agrega que su objetivo general es garantizar a la población colimense el más alto nivel de bienestar social, con estándares por encima de la media nacional, basados en un sistema de salud con cobertura universal, equitativa y de excelencia acreditada (Plan Estatal de Desarrollo, 2009-2015).

Por lo tanto, nuestro objetivo general es conocer el proceso de atención y resolución de quejas que el Hospital General Manzanillo sigue para la atención y resolución de quejas de los usuarios, con la finalidad de identificar su compromiso con los asuntos de los consumidores con base en la Norma ISO 26000, la cual contempla como una de sus categorías los "servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias" (Argandoña & Isea Silva, 2011).

Para el logro del objetivo anterior nos planeamos las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuáles son los mecanismos que el Hospital ha instituido para que los usuarios puedan manifestar sus quejas?
- ¿Cuál es el proceso que sigue la dependencia para la atención y resolución de las quejas de los usuarios?
- ¿Cuáles son los procedimientos establecidos para la satisfacción de las necesidades que los usuarios manifiestan a través de sus quejas?

Las preguntas anteriores guían nuestra investigación y contribuirán al logro de los objetivos específicos que se plantean de la siguiente manera:

- Conocer los mecanismos que el Hospital ha instituido para que los usuarios puedan manifestar sus quejas.
- Conocer el proceso que sigue la dependencia para la atención y resolución de las quejas de los usuarios.
- Identificar los procedimientos para la satisfacción de las necesidades de los usuarios.

Como hemos señalado, esta investigación se analiza tomando como marco teórico la Norma ISO-26000, específicamente la categoría "servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias" contemplada en la materia asuntos de los consumidores, como se explica a continuación.

Revisión de la literatura

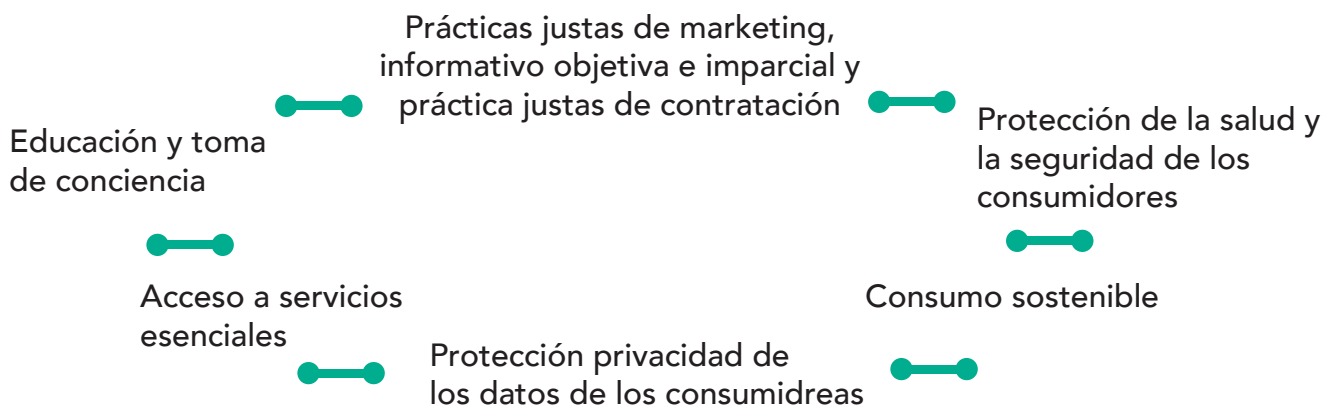
La Norma ISO-26000 señala que la responsabilidad social se refiere a la responsabilidad por los impactos sociales y ambientales de las decisiones y acciones de las organizaciones, a través de una conducta transparente y ética que contribuya con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; que tome en cuenta las expectativas de las partes interesadas (stakeholders), que cumpla con las leyes, sea compatible con las normas internacionales de conducta; se integre a la organización en su totalidad y se ponga en práctica en todas sus relaciones (Vallaleys, 2012).

Dicha Norma contempla siete materias fundamentales para analizar la organización, las cuales son: gobernanza, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, prácticas justas de operación, asuntos de consumidores, y participación activa y desarrollo de la comunidad. El interés de esta investigación tiene como marco referencial a los asuntos de los consumidores, el cual de acuerdo con la Norma ISO 26000 señala la importancia de que:

La organización asuma ciertas responsabilidades con sus consumidores, brindándoles educación e información veraz sobre las estrategias de marketing y contratación, fomentando el consumo responsable y sostenible, y elaborando bienes y prestando servicios que estén al alcance de todas las personas, incluyendo las más vulnerables, entre otras posibles acciones que toda organización debería considerar. La Guía también recomienda tener la responsabilidad de retirar productos del mercado que puedan ocasionar daños, y en caso de que se manejen datos privados, asegurarse de que se mantiene la privacidad de los consumidores. En todo caso, resulta recomendable que la organización tenga en cuenta las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor (Argandoña e Isea Silva, 2011, p.22).

Los asuntos de los consumidores contemplan siete categorías que se muestran en la figura 1, en donde se distingue con un color diferente la que nos ocupa en este trabajo: servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias.

Figura 1. Categorías de la materia asuntos de los consumidores de la Norma ISO 26000.
Fuente. Elaboración propia con base en Argandoña & Isea Silva, (2011, p.22).



A su vez, cada una de estas categorías incluye una serie de dimensiones que permiten comprender el compromiso de la organización con sus consumidores. Dichas dimensiones se observan en la tabla 1.

Tabla 1. Dimensiones de las categorías comprendidas en la materia de asuntos de los consumidores de la Norma ISO 26000.
Fuente. Elaboración propia con base en Argandoña & Isea Silva, (2011, p.22).

CATEGORÍA	DIMENSIONES
1.-Prácticas justas de marketing, información objetiva e imparcial y práctica justa de contratación.	Importancia de que el consumidor cuente con toda la información necesaria para decidir si el producto o servicio satisface sus necesidades.
2.- Protección de la salud y la seguridad de los consumidores.	Ofrecer productos y servicios que sean seguros y saludables.
3.- Consumo sostenible.	Promover patrones de consumo que sean acordes con el desarrollo sostenible, esto es, fomentar niveles de consumo que garanticen la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad para satisfacer sus propias necesidades de las generaciones futuras.
4.- Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias.	Ofrecer mecanismos para que los consumidores pueden satisfacer sus necesidades tras haber adquirido un producto o disfrutado un servicio mediante, por ejemplo, certificados de garantías, soporte técnico y disposiciones relacionadas con la devolución, la reparación y el mantenimiento.
5.- Protección y privacidad de los datos de los consumidores.	Se refiere a la importancia de proteger el derecho a la privacidad y confidencialidad de los datos de los consumidores.
6.- Acceso a servicios esenciales	En el caso de que la organización preste servicios básicos, y aun cuando el Estado sea incapaz de garantizar el derecho a dichos servicios a una parte de la población, la Guía aconseja contribuir a garantizar el acceso a dichos servicios.
7.- Educación y forma de conciencia.	Desarrollar actividades que faciliten que los consumidores tengan conocimiento de sus derechos y responsabilidades, lo que también pasa por apoderar al consumidor para que pueda tomar decisiones con mayor libertad.

Este trabajo se centra en la categoría cuatro: “servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias”, la cual contempla la inclusión de mecanismos para que los consumidores puedan satisfacer sus necesidades después de haber disfrutado de un producto o un servicio.

De acuerdo con la Norma ISO 10002:2004 (cit. en Secretaría de Salud, 2015), una queja es una “expresión de insatisfacción hecha a una organización o proceso, respecto de éste, sus productos o al propio proceso de tratamiento de las quejas, donde se espera una respuesta o resolución, explícita o implícita” (p. 5).

En este mundo globalizado donde existen muchas organizaciones que ofrecen productos similares obliga a éstas a crear una ventaja competitiva, es entonces cuando se debe tomar conciencia de la importancia de los clientes y brindarles una atención esmerada ya que constituye una de las principales estrategias para lograr dicho objetivo.

Conseguir la satisfacción del usuario, evitando o resolviendo sus quejas debe ser la misión de toda organización, ya que los clientes aseguran su existencia y permanencia en el mercado. La mayoría de las organizaciones saben que la razón de ser son sus clientes, es por eso que la Secretaría de Salud del Estado de Colima en agosto de 2011 instituyó el Modelo de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones (MANDE), propuesto por la Dirección General de Calidad y Educación en Salud (DGCES), donde se especifican los lineamientos para el tratamiento de las quejas de los usuarios, así como sugerencias o felicitaciones vertidas a través de los buzones físicos, electrónicos, vía telefónica o de manera directa.

El modelo es designado con el nombre de “MANDE”, ya que expresa la voluntad de escucha y atención que se dirige a los usuarios del Sistema Nacional de Salud.

MANDE constituye una:

Herramienta de gestión y de gerencia para la toma de decisiones en los establecimientos del Sector Salud; que permite generar un espacio de voz para los pacientes y sus familias, identificar

oportunidades de mejora, y en consecuencia, implementar acciones que lleven a la reingeniería de procesos enfocados al usuario para incrementar la calidad de los servicios, su satisfacción y su confianza (Secretaría de Salud, 2015, p.4).

En enero de 2012, se consolida el modelo a través del Sistema de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones, que permita disponer de mecanismos para escuchar y atender a los usuarios que experimentan percepciones y sentimientos respecto al desempeño percibido en los servicios de salud. Dicho sistema fue certificado en noviembre de 2013, a través del Instituto de la Competitividad del Estado de Colima (ICEC) con base en la norma ISO 9001:2008.

En seguimiento al proceso de certificación, el 3 de abril de 2015 fue emitido el informe de auditoría por la Sociedad Internacional de Gestión y Evaluación, S.C. (SIGE), en el cual no se detectaron incumplimientos durante el muestreo realizado al Sistema.

Método

De acuerdo con su objetivo, esta investigación es básica, ya que pretende generar conocimiento acerca del proceso de atención y resolución de quejas que se realiza en la organización objeto de estudio. Además considerando el nivel de profundidad es descriptiva, ya que su busca describir cuales son los mecanismos existentes para la manifestación de las quejas de los usuarios y conocer cual es el proceso que siguen para su resolución, y satisfacción del usuario. Por otro lado, es cualitativa, ya que se trabajará con datos cualitativos, en un contexto natural y bajo un enfoque inductivo, dado que se enfoca en el estudio de caso del Hospital. La técnica o método de investigación empleada fue el análisis de contenido, ya que se revisaron documentos de carácter interno de la institución.

Para el logro de los objetivos se empleó una estrategia metodológica consistente en tres etapas, como se muestra a continuación (ver cuadro 1):

Primera Etapa.

En esta etapa nos enfocamos en la revisión teórica de la materia del asunto de los consumidores establecida en la Norma ISO-26000, específicamente en la categoría de servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias; específicamente en la dimensión de los mecanismos instituidos para que los usuarios expongan sus quejas y sean resueltas; esto se logró a partir de una investigación documental, además se revisó el Manual de Sistema de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias Felicitaciones, de la Secretaría de Salud del Estado de Colima.

Segunda Etapa.

Esta etapa consistió en la revisión del último trabajo que realizamos en el mismo Hospital, denominado "Discusión de la responsabilidad social: directivos versus consumidores. Estudio de caso Hospital General Manzanillo". Con la finalidad de analizar el discurso directivo en la materia de asunto de los consumidores, así como la percepción que tienen los usuarios de la atención que

reciben en el Hospital, ya que en dicho trabajo se aplicó un cuestionario a una muestra de 190 usuarios en el área de Urgencias; dicho instrumento contiene información sobre todas las categorías, sin embargo, sólo nos enfocamos en la que tiene que ver con la resolución de quejas.

Tercera Etapa.

En la última etapa se empleó el análisis de contenido, ya que se revisaron los siguientes documentos pertenecientes al Hospital: el Tablero de Control del Sistema de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones 2015, el Reporte de quejas 2015, los oficios mensuales de resolución de quejas, sugerencias y felicitaciones del mismo año y el Manual de Sistema de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias Felicitaciones, de la Secretaría de Salud del Estado de Colima.

Cuadro 1. Etapas de la investigación
Fuente: Elaboración propia.

ELEMENTOS	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA
UNIDADES DE ANÁLISIS	Asuntos de los consumidores	Asuntos de los consumidores	Asuntos de los consumidores
SUB-UNIDADES DE ANÁLISIS	Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de queja y controversias	Discurso directivo y percepción de los usuarios de los usuarios acerca del trato recibido	Buzones de quejas
FUENTES DE INFORMACIÓN	Libros, artículos, páginas web y el Manual de Sistema de Gestión para la Atención de Quejas sugerencias y felicitaciones	Ponencia: Discusión de la responsabilidad social: directivos versus consumidores. Estudio de caso Hospital General Manzanillo	-Tablero de Control del Sistema de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones. -Reporte de quejas -Oficios mensuales de resolución de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones. -Manual de Sistemas de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones
MÉTODO DE RE-COPIACIÓN DE INFORMACIÓN	Invención documental	Invención documental	Análisis de contenido

CATEGORÍAS ANALIZADAS

Procesos y mecanismos para manifestar las quejas, seguimiento y Resolución de la misma.

Resultados

Uno de los primeros resultados de la categoría estudiada, referente a los servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de quejas y controversias la encontramos en el discurso de los directivos que de acuerdo con Santa Ana (et. al. 2015) señala que:

Como resultado de la observación que se realizó en el área de Urgencias, se pudo apreciar que cuando los usuarios se quejan o molestan porque no se les atiende a tiempo, la enfermera o el médico que se encuentra prestando el servicio le explica la situación, en la mayoría de los casos es porque existen pacientes graves a los cuales se les da prioridad; otra situación para la demora es el cambio de turno del personal, ya que la entrega de los reportes y explicación sobre la situación de cada paciente llega a ser tardada (p.12).

De acuerdo con el párrafo anterior, siempre se atienden las quejas de los usuarios y se les trata de dar una solución o explicación sobre la situación de la demora, que es uno de los principales motivos de queja.

Aunado a esto, los mismos autores señalan que después de haber aplicado un cuestionario en el área de Urgencias donde consideraron tres preguntas relacionadas con la demora, mismas que son: el tiempo que tardó en ser atendido, su opinión sobre el tiempo que duró en sala de espera y su opinión sobre el tiempo que duró en la consulta; se puede observar un panorama muy alentador en el sentido de la atención de quejas de los usuarios, ya que el 69.5% manifestó que tuvieron que esperar de 0 a 20 minutos para ser atendidos. Lo cual, considerando el volumen de usuarios diarios, es una cifra adecuada. Respec

to a la opinión manifestada sobre el tiempo que duró en espera, se observa que el 65.4% piensa que esperaron un tiempo aceptable. Y finalmente sobre la duración de la consulta, el porcentaje de usuarios se incrementa significativamente, ya que el 94.2% considera que ésta fue admisible (Santa Ana, et. al. 2015).

Respecto a los mecanismos para que los consumidores puedan satisfacer sus necesidades tras haber adquirido un producto o disfrutado un servicio, se identifican en nuestro objeto de estudio los buzones de quejas, sugerencias y felicitaciones; aunque a nivel de Secretaría de Salud existen otras tres modalidades como el buzón electrónico, el buzón de correo electrónico y el buzón telefónico; las quejas recibidas a través de estos medios son recibidas directamente en la Dirección General Adjunta de Calidad en Salud que se encuentra en el edificio de la Secretaría en la ciudad de Colima, y son consideradas dentro del informe mensual de las recibidas en los buzones físicos. El proceso que se sigue para el tratamiento de éstas es el siguiente:

Cuando el usuario muestra insatisfacción con alguna situación percibida dentro de la Institución, acude a alguno de los dos Buzones de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones, uno se encuentra en el pasillo de entrada y salida del Hospital, y el segundo se localiza en la sala de espera del área de Consulta Externa. Cabe hacer mención que en el área de Urgencias no existe un buzón del Hospital, sino uno de Gobierno del Estado, el cual no se revisa.

Sobre los buzones se encuentran las papeletas para manifestar la queja, sugerencia o felicitación, mismas que son llenadas de manera voluntaria por los usuarios, quienes ya saben que cuentan con este derecho, pues al ser dados de alta en el Programa de Seguro Popular, se les da la información correspondiente.

Mensualmente los buzones son abiertos por personal del MANDE, directivos y gestores de calidad, quienes se llevan las papeletas a la ciudad de Colima y se encargan de que sean revisadas y clasificadas, se separan las quejas, las sugerencias

y las felicitaciones considerando los siguientes criterios (Secretaría de Salud, 2015):

1. Cuando la papeleta recolectada haga referencia a una queja y además realiza una felicitación, se dará prioridad a la queja y se envía a la unidad como queja. Se solicita se haga extensiva la felicitación al personal en la unidad.
2. Cuando la papeleta recolectada haga referencia a una sugerencia y además realiza una felicitación, se dará prioridad a la sugerencia y se envía a la unidad como sugerencia. Se solicita se haga extensiva la felicitación al personal en la unidad.
3. Cuando la papeleta recolectada en una unidad de servicios en particular, haga referencia a una queja o sugerencia de otra unidad de donde fue recolectada, ésta se envía a la unidad de referencia.
4. Cuando la papeleta recolectada en una unidad en particular, haga referencia a una queja o sugerencia de otra unidad y además felicita a la unidad donde fue recolectada, ésta se turnará a la unidad donde fue generada como felicitación.
5. Cuando la papeleta describa una insatisfacción o el planteamiento de una idea en términos altisonantes contra la persona o la institución, se determinará como no procedente y se resguardará en el expediente físico mensual correspondiente (p.16).

Continúan con un sistema de foliado, el cual consiste en asignar un número de identificación a la papeleta recolectada. Dicho folio se integra por seis elementos; el primero se refiere al lugar de operación en donde se genera la papeleta, los siguientes seis dígitos corresponden a la fecha en que se abre el buzón (día-mes y año), dos dígitos más para identificar el número de buzón, dos dígitos para el número de papeleta, un dígito para saber si la papeleta cuenta con información del usuario, el cual es 1 si cuenta con ella y 2 si no la tiene. El último dígito es para indicar si es una queja (Q), una sugerencia (S) o una felicitación (F). Ejemplo: HGM-200115-24-4-1-F.

Enseguida se realiza una captura de todas las papeletas en el programa de Excel; señalando número consecutivo, fecha, lugar de operación, folio y descripción de los hechos. Al folio anterior se agrega una letra correspondiente a la clasificación de la queja o sugerencias. Dichas letras van de la a a la m como se observa en la tabla 2.

Tabla 2. Categorías de clasificación de queja o sugerencia.
Fuente. Secretaría de Salud (2015).

ELEMENTOS	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA
UNIDADES DE ANÁLISIS	Asuntos de los consumidores	Asuntos de los consumidores	Asuntos de los consumidores
SUB-UNIDADES DE ANÁLISIS	Servicios de atención al cliente, apoyo y resolución de queja y controversias	Discurso directivo y percepción de los usuarios de los usuarios acerca del trato recibido	Buzones de quejas
FUENTES DE INFORMACIÓN	Libros, artículos, páginas web y el Manual de Sistema de Gestión para la Atención de Quejas sugerencias y felicitaciones	Ponencia: Discusión de la responsabilidad social: directivos versus consumidores. Estudio de caso Hospital General Manzanillo	-Tablero de Control del Sistema de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones. -Reporte de quejas -Oficios mensuales de resolución de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones. -Manual de Sistemas de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones
MÉTODO DE RECOPILO DE INFORMACIÓN	Invención documental	Invención documental	Análisis de contenido
CATEGORÍAS ANALIZADAS	Procesos y mecanismos para manifestar las quejas, seguimiento y Resolución de la misma.		

A continuación se presenta un recorte de la captura de papeletas realizada en el programa Excel y se observa en el folio o referencia la manera en que se agrega la letra para clasificar la queja o sugerencia.

	A	B	C	D	E
1			UNIDAD	REFERENCIA	DESCRIPCIÓN ABREVIADA
109	108	05 DE NOVIEMBRE	HGM	HGM-221015-122-6-1-Q(a)	Se portó groseramente me insultó con groserías y amenazas...
110	109	05 DE NOVIEMBRE	HGM	HGM-221015-122-7-1-Q(j)	Buenos días, el viernes 9 de octubre acudí al trabajo social a las 4 de la tarde para entregar una solicitud...
111	110	05 DE NOVIEMBRE	HGM	HGM-221015-123-1-2-Q(j)	Mi sugerencia es que no es justo que yo les comenté a los familiares que no pueden pasar con alimentos.
112	111	05 DE NOVIEMBRE	HGM	HGM-221015-123-2-2-Q(a)	Archivo no me quiso atender diciéndome que tenía que volver a partir de las 2:30...
113	112	05 DE NOVIEMBRE	HGM	HGM-221015-122-4-1-Q(a)	Vinimos a consulta y me pidieron mi hoja del seguro y me la perdieron el día 09-10-15 ya no me la devolvieron.
114	113	05 DE NOVIEMBRE	HGM	HGM-221015-122-5-2-Q(a)	Que en urgencias extraviaron mi póliza de seguro

Con esta información los directivos del sistema MANDE realizan un informe que se envía al Secretario de Salud y a cada uno de los responsables de las unidades médicas, se incluye nombre de la unidad de servicios donde se recolectaron papeletas, número de buzón, número total de papeletas y la clasificación de éstas de acuerdo a la descripción de hechos en quejas, sugerencias o felicitaciones.

El responsable de la unidad cuenta con 10 días naturales para realizar las indagaciones pertinentes, integrar la resolución a la queja o sugerencia e informar sobre las acciones de mejora ejercidas. En el caso de las felicitaciones, se incluye en el informe que éstas fueron extensivas al personal involucrado y podrán ser incluidas en sus expedientes o presentadas para sus programas de estímulos correspondientes.

Una vez recibido el informe anterior, el Hospital realiza las indagatorias correspondientes a través de diferentes medios: revisión del expediente clínico del que interpone la queja, entrevistas, informes, y en general cualquier otra averiguación que permita esclarecer el motivo de la queja.

Con esta información se integra un expediente que contiene: nombre de quien emite la queja, teléfono, domicilio, fecha de la queja, motivo, las conclusiones que se deducen de la situación y las medidas de mejora continua que se han establecido o establecerán para la resolución de la queja. Dicha información se envía nuevamente a los gestores de calidad para su validación; y una vez validadas se autoriza al responsable de la unidad para seguir con el proceso.

Se realiza la notificación al usuario a través de un documento que se entrega de manera personal en su domicilio y que contiene el folio de la papeleta, la fecha de emisión de la queja, los datos del usuario y las acciones realizadas en consecuencia al comentario vertido en los buzones correspondientes; mismo que el usuario firma de conformidad (Secretaría de Salud, 2015).

Finalmente, el proceso termina cuando los responsables del sistema MANDE integran un expediente físico en donde se recaban: el oficio de apertura de los buzones, el total de papeletas recabadas, el oficio de resolución de quejas, sugerencias y felicitaciones, y las cartas de notificación recibidas por los usuarios.

Cuadro 2. Tablero de Control del Sistema de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones.
Fuente. Hospital General Manzanillo.

REGIONALIZACIÓN	PAPELETAS RECOLECTADAS			PAPELETAS ATENDIDAS				
	QUEJAS	SUGERENCIAS	FELICITACIONES	QUEJAS	SUGERENCIAS	SIN ATENDER	NOTIFICACIÓN A USUARIO	QUEJAS Y SUGERENCIAS ANÓNIMAS
Jurisdicción Sanitaria I	135	28	66	135	28	0	72	92
Jurisdicción Sanitaria II	139	40	122	139	40	0	56	109
Jurisdicción Sanitaria III	39	6	32	39	6	0	33	28
Hospital Regional Universitario	83	3	15	83	3	0	45	40
Hospital Regional Ixtlahuacan	12	1	2	12	1	0	4	9
Hospital Regional Tecoman	13	1	0	13	1	0	5	8
Hospital Regional Manzanillo	74	3	55	74	3	0	6	42
Instituto Estatal de Cancerología	13	3	3	13	2	0	11	4
Instituto Estatal de Hemodiálisis	15	3	26	15	3	0	6	12
Seguro Popular	3	1	0	3	1	0	2	1
Total: 935	526	88	321	526	88	0	269	345
%	56.25	09.41	34.33	100	100	0	43.81	56.18

A continuación presentamos la información de las quejas, sugerencias y felicitaciones del año 2015, misma que se plasma en el Tablero de Control del Sistema de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones, de la Secretaría de Salud, el cual se muestra en el cuadro 2.

El tablero anterior permite hacer la comparación del Hospital General Manzanillo con el Hospital Regional Universitario que se encuentra en la ciudad de Colima, esto porque ambos tienen características socioeconómicas muy parecidas, pues ambos municipios son los más importantes del Estado y tienen índice poblacional muy similar. En dicha comparación observamos que la diferencia en el número de quejas es poco significativa 74 – 83 respectivamente, mientras que las anónimas

son 42 – 40. Para la resolución de las mismas sólo se pueden atender las que vienen identificadas con nombres y teléfono, pues existe la manera de contactar al usuario y de éstas se observa en la columna PAPELETAS ATENDIDAS-Quejas, que todas las quejas fueron atendidas.

También se analizaron los oficios de resolución de quejas, sugerencias y felicitaciones, mismos que son enviados por el responsable del Hospital al Director encargado del sistema MANDE, éstos incluyen el folio de la queja, su descripción y las medidas tomadas para la resolución de la misma, para fines de este trabajo, se adjunta sólo el oficio del mes de mayo (ver anexo 1).

Conclusión

Dando respuesta a nuestras preguntas de investigación, encontramos que los usuarios del Hospital General Manzanillo cuentan con varias opciones para manifestar sus quejas, una de ellas es de manera interna y por escrito, la cual consiste en el llenado de una papeleta que puede depositar en alguno de los dos buzones que existen en las instalaciones, uno de ellos se localiza en el pasillo de entrada-salida al Hospital y el segundo en el área de Consulta Externa. Los demás mecanismos que pueden utilizar son externos, como el buzón electrónico que se encuentra en la página web de la Secretaría de Salud (<http://seguropopular.col.gob.mx>), el buzón telefónico a través del número 01 800 504 42 02 y el buzón de correo electrónico (repsscol@hotmail.com).

También respondemos nuestra segunda pregunta planteada y conocemos que sí existe un proceso para la atención y resolución de quejas, mismo que es validado y certificado por el Instituto de la Competitividad del Estado de Colima (ICEC) con base en la norma ISO 9001:2008 en el año 2013; mientras que en abril de 2015 fue emitido el informe de auditoría por parte de la Sociedad Internacional de Gestión y Evaluación, S.C. (SIGE), dando fe de que no hay incumplimientos al proceso.

Nuestro objetivo general fue conocer el proceso que el Hospital General Manzanillo sigue para la atención y resolución de quejas de los usuarios, con la finalidad de identificar su compromiso ante los asuntos de los consumidores con base en la Norma ISO 26000. Sin embargo podemos afirmar que éste se cumple parcialmente, ya que, aunque identificamos mecanismos para la atención y resolución de quejas, y que existe un sistema certificado para dicho seguimiento; se encontraron situaciones que merecen ser atendidas.

El método de evaluación de las quejas y sugerencias establece que aquellas que contengan groserías, no serán tomadas en cuenta, se les declara improcedentes y se archivan. Tal vez sea necesario reconsiderar esta manera de trabajar porque no se especifica si lo que se dice en ellas es un aspecto importante y que por consecuencia necesita ser atendido. A veces las personas se llenan de frustración cuando la atención que reciben no es la que esperaban y explotan contra los servidores públicos para buscar que se les atienda. También puede ser que las personas escriban así a propósito para dar mayor intensidad a lo que expresan o, en el peor de los casos, esa es su manera de expresarse.

Además se menciona que aquellas que no contienen el nombre de la persona que escribió, no se les toma en cuenta y, al igual que en el caso anterior, sería importante que se les tome en cuenta en vez de simplemente archivarlas sin darles un verdadero seguimiento.

Toda institución que presta un servicio, debe buscar la mejora continua, especialmente cuando se están implementando estándares internacionales como es el caso de la Norma ISO. Descartar aquellas quejas o sugerencias que contienen un lenguaje ofensivo o altisonante sin verificar su contenido y cómo se puede mejorar para solucionar esas inquietudes es dejar pasar la oportunidad de mejorar en un aspecto que tal vez sea de mayor relevancia que los otros donde las personas muestran un mejor estado de ánimo, incluso satisfacción al comunicarse con un lenguaje apropiado.

Por otro lado y no menos importante, está el hecho de que en Urgencias no haya la cobertura del programa de atención de quejas y sugerencias, ya que ahí es probable que se tenga mucho trabajo por hacer, ya que el ambiente es muy estresante tanto para los derechohabientes como para los trabajadores del nosocomio, ya que se podría ayudar a salvar vidas, detener epidemias, atender accidentes, Etc. Si se hace un estudio de las quejas e inquietudes que enfrentan los derechohabientes, se podrían crear mejoras en la forma de atender los servicios, ya que en ocasiones las personas que van a solicitar un servicio menor como el retiro de puntadas, son atendidas en Urgencias, lo cual satura los consultorios y disminuye la capacidad de reacción frente a las emergencias de verdad.

Referencias

Argandoña, A. y Isea, R. (2011). ISO 26000, Una guía para la responsabilidad social de las organizaciones. En Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de responsabilidad social de empresa y gobierno corporativo. Recuperado de http://www.iese.edu/es/files/catedralacaixa_vol11_final_tcm5-72287.pdf

Plan Estatal de Desarrollo 2009-2015. Recuperado de: http://www.colima-estado.gob.mx/transparencia/archivos/plan_estatal_2009-2015.pdf

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Recuperado de: <http://pnd.gob.mx/>

Secretaría de Salud (2015). Manual del Sistema de Gestión para la Atención de Quejas, Sugerencias y Felicitaciones. Estado de Colima.

Vallaleys, F. (2012). Definir la responsabilidad social: una urgencia filosófica. Reuperado de:

http://www.iesalc.unesco.org.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=2873:articulo-francois-vallaey-s-consultor-internacional-en-responsabilidad-social-francia&catid=233&Itemid=966&showall=1&limitstart=&lang=es



099/2015

Manzanillo, Colima, 22 de junio de 2015

DR. JOSÉ ISMAEL MARISCAL
DIRECTOR DEL RÉGIMEN ESTATAL
DE PROTECCIÓN SOCIAL EN SALUD
PRESENTE

ASUNTO: Resolución de Quejas del periodo.

Por medio del presente comunico a Usted referente al No. de Oficio 531/2015, el cual se recibió el día 10 de Junio del año en curso, donde hace mención de los resultados de apertura de buzones de la dependencia correspondiente al Hospital General Manzanillo, dichos resultados correspondientes al mes de Mayo, de las unidades de salud adscritas a mi cargo.

De lo anterior menciono las siguientes unidades con su respectivo folio, descripción de la queja, sugerencia y resolución:

QUEJAS, SUGERENCIAS Y FELICITACIONES

HOM	HOM-270515-24-2-1-F	Felicidades a las enfermeras que nos atendieron. Muy amables ...	Felicitación al personal de enfermería
HOM	HOM-270515-24-3-1-F	Las atenciones médicas son muy buenas agradecido a todas las personas que se desempeñan bien.	Felicitación
HOM	HOM-270515-24-4-1-F	Por parte del personal de enfermería recibí un buen trato...	Felicitación al personal de enfermería
HOM	HOM-270515-24-5-1-F	Queremos agradecer todas las atenciones que tuvieron para con nosotros, el trato cálido y humano...	Felicitación
HOM	HOM-270515-24-6-1-F	Por este medio le doy mis mayores felicitaciones al grupo de doctores que me atendieron...	Felicitación
HOM	HOM-270515-24-7-1-Q	Yo soy la familiar de la cama 28 del hospital, la paciente Francisca Elias Martínez ...	Queja que se comunicó al Administrador de esta unidad para extender un llamado de atención verbal al trabajador en cuestión a fin de evitar incurrir en esta situación, nos comunicamos vía telefónica con la quejosa.
HOM	HOM-270515-24-8-1-F	Yo quiero felicitar tanto a doctores y enfermeras por que como doctor si nos dan a atención...	Felicitación
HOM	HOM-270515-24-9-1-F	En mi opinión personal tuve una buena atención durante los días que estuve internada, enfermeras y doctores exhibieron el espíritu de mi casa.	Felicitación
HOM	HOM-270515-24-10-1-F	Felicidades a todo el personal por su buena labor y buen trato.	Felicitación
HOM	HOM-270515-24-11-1-F	Gracias por su buena atención a todos los que me dieron el servicio...	Felicitación
HOM	HOM-270515-24-12-1-F	Todos los servicios estuvieron bien.	Felicitación
HOM	HOM-270515-24-13-2-F	Doy las gracias a la Enfermera Alicia Méndez por el trato que nos dio tiene buena calidad humana.	Felicitación y NOTA BUENA a Alicia Méndez
HOM	HOM-250515-25-10-2-F	Solo quiero felicitarlos por tener a una enfermera tan buenas personas como son...	Felicitación al personal de enfermería
HOM	HOM-250515-25-8-1-Q	El vigilante Francisco es una persona despierta, grossera y atenciona...	Nos comunicamos vía telefónica con la quejosa quien nos explica el último trato.

UPSIN: EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE PROMOTORA DE IGUALDAD LABORAL.

Juana Gaviño Contreras
Universidad Politécnica de Sinaloa

Introducción

El rol protagónico que la Universidad tiene, es un elemento que puede aprovecharse para alterar de manera significativa la estructura administrativa, económica y financiera de la sociedad. Lo anterior, a partir de la necesidad de una mejora significativa en la distribución del conocimiento, del ingreso y de las oportunidades, sin discriminación. Integrar sociedades más competitivas, implica incluir una nueva visión laboral humanista y sustentable, que involucre muchas áreas relacionadas entre sí, especialmente desde el ámbito universitario.

El problema es en sí, es el estancamiento cultural, social y económico en el que gran parte de la población de la región sur de Sinaloa se encuentra, así como la insuficiencia de acciones para optimizar el cuidado de la salud y del medio ambiente. Permear en el estudiantado un cambio en los ámbitos de referencia, exige de quienes les atiende en la Universidad Politécnica de Sinaloa (UPSIN), que ejemplifiquen una estructura organizacional con indicadores de una interacción laboral óptima entre el personal docente y administrativo, orientada hacia una cultura de calidad, responsabilidad social e igualdad laboral en la UPSIN y su entorno. Por lo anterior, se hace necesaria la promoción de una participación activa de quienes están inmersos en los procesos de enseñanza y aprendizaje en la Universidad, con la finalidad de asumir su rol protagónico y de gran impacto social, no solo en aspectos educativos, sino comprometidos con el desarrollo integral de la comunidad.

Ante esta problemática, que se identificó mediante estudios de diagnóstico, y dio origen a la búsqueda y posterior logro de la Certificación como Empresa Socialmente Responsable, se reconoce también la necesidad de trabajar para una Certificación en Igualdad Laboral y No Discriminación, que se avala con la Norma NMX-R-025-SCFI-2015. Esas acciones que se están realizando en UPSIN, sustentan la propuesta orientada hacia la responsabilidad social laboral que se plantea en este trabajo.

Ante un mundo globalizado y complejo, la educación integral es un instrumento idóneo para mejorar la calidad de vida y una cultura orientada a la sustentabilidad del planeta, a partir de la responsabilidad social. Son los seres humanos quienes inciden en la forma y normatividad con la que se da el avance, especialmente desde las organizaciones. Es así, que se observa respecto a la igualdad laboral y no discriminación, que los resultados obtenidos en general, aún son insuficientes, por lo que se debe de poner más empeño en lograr la participación de todos los involucrados en ese sentido.

La magnitud y profundidad de los cambios tendientes incluso a la conservación del planeta, significa la apertura hacia la Responsabilidad Social Integrada, con una activa promoción de valores de emprendimiento, igualdad de género y colaboración, desde las empresas y organizaciones. En la Universidad Politécnica de Sinaloa, hay espacios de diálogo respecto a la Igualdad Laboral y No Discriminación, donde se posibilita el análisis de las formas de vida comunitaria actuales.

La propuesta de promover redes solidarias de responsabilidad social, con igualdad laboral y sin discriminación, se da en UPSIN a partir de la interrelación de algunos Programas que se están desarrollando, con el sustento del Modelo de Educación Basada en Competencias. Un Estudio de Caso es la metodología de investigación propuesta, con un diseño exploratorio, de alcance transversal. Se documentan las variables e indicadores de: Mejora continua, clima organizacional, igualdad laboral, innovación, intervención educativa y educación ambiental. En los resultados se documentan avances, pero se llega a la conclusión que falta mucho por hacer.

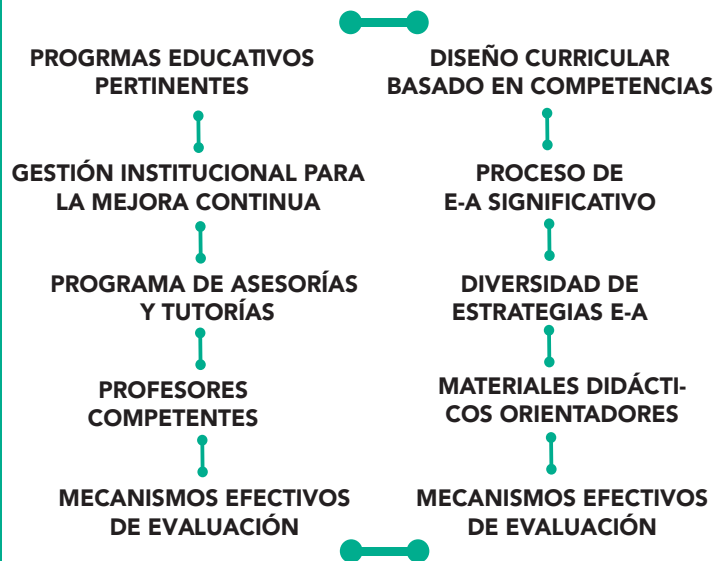
Revisión de la literatura

La Universidad Politécnica de Sinaloa (UPSIN) surge como parte de la propuesta contenida en el Programa Nacional de Educación 2000-2006, para impulsar el desarrollo con equidad de un sistema de educación superior de buena calidad, que responda con oportunidad a las demandas sociales y económicas del país. Ofrece educación superior de alta calidad, para formar ciudadanos ejemplares, con dominio de la tecnología de punta y con aptitud para integrarse cabalmente a su entorno. Con el apoyo de la Coordinación de las Universidades Politécnicas (CUP), se crea la UPSIN y se implanta el mismo Modelo Educativo con el que se rigen las UUPP en nuestro país; mismo que plantea la formación profesional basada en competencias y centrado en el aprendizaje significativo del alumno.

Ante el reto descrito, UPSIN adopta la educación basada en competencias, porque se diferencia de la educación tradicional, al fomentar el uso de diversas técnicas y estrategias de aprendizaje y en la evaluación de los productos resultantes de las mismas. Para que la educación basada en competencias tenga un efecto significativo, las técnicas y estrategias utilizadas deben estar encaminadas a retroalimentar y establecer niveles de alcance, que centren al estudiante en definir claramente las capacidades que habrá de desarrollar. Por lo expuesto, las características del modelo educativo se muestran en la figura 1.

Fuente: Elaboración propia. Con información de Figura 1: Características del Modelo EBC. UPSIN (2016). Nosotros. Historia y Modelo Educativo. http://www.upsin.edu.mx/identidad_institucional/nosotros

MODELO EDUCATIVO UPSIN

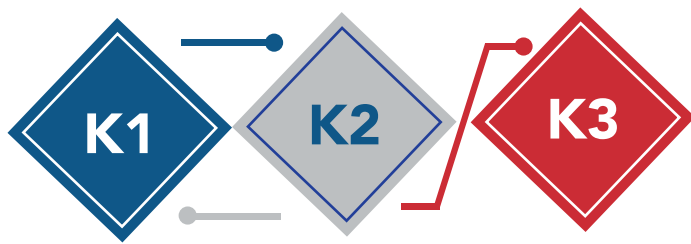


En general, se aplica el mismo modelo educativo para la implementación de la gestión institucional para la mejora continua sistemáticamente, ya que el Departamento de Calidad logró la Certificación como Empresa Socialmente Responsable, lo que evidencia competencia para el logro de metas y desempeño superior al promedio de las Universidades.

Asimismo, dentro del Programa de Asesorías y Tutorías, actualmente existe un Comité de Equidad de Género, que está realizando actividades para obtener la Certificación en la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación y cuenta entre sus funciones, con responsabilidades orientadas a la investigación del área de humanidades. Lo anterior evidencia competencias de gestión e investigación; la integración de redes académicas y administrativas colegiadas, mismas que pudieran integrarse a mediano plazo en un grupo de investigación en ciencias sociales. Dichos trabajos se iniciaron con una autoevaluación

Aunque todos los programas tienen su base en el Modelo de Educación Basada en Competencias, adicionalmente hay programa que adicionan metodologías acordes con los objetivos predefinidos. Por ejemplo, el Centro de incubación emplea la Metodología Ki Wo Tsukao, con la finalidad de multiplicar las oportunidades de aprovechamiento de las ideas de emprendimiento, a partir de las personas. Esta sistematización, en su primera fase Ki significa energía y se entiende como función básica del empleado, en la K2 se genera la idea de mejora, en la K3 se encuentra el impacto o beneficio obtenido. Su creador es Alejandro Kazuga y se describe en la Figura 2.

Figura 2: Fases de la Metodología Ki Wo Tsukao.
Fuente: Kazuga, S., Verde, A. (2012) .Modelo Ki Wo Tsukao.
Preocuparse por. Recuperado de <http://es.slideshare.net/iscvictorin/ki-wo-tsukau>



Respecto al Programa de Sustentabilidad ambiental, existe relación entre los objetivos que persigue y los que plasma el Modelo Pienso, del Dr. Lorenzo Manzanilla. El autor afirma que:

Una organización sustentable es aquella empresa capaz de generar resultados positivos desde un punto de vista económico, medioambiental y social. Para generar valor a largo plazo deben crear productos y servicios que contribuyan al desarrollo integral de la región y mejorar la calidad de vida de las comunidades a las que sirven con un uso más racional de los recursos naturales. Este tipo de organizaciones se distinguen porque consideran la necesidad de avanzar hacia un modelo de desarrollo sostenible no como un aspecto superficial sino por el contrario, con profundas implicaciones en la forma en que ha de concebir su visión su misión y en la forma en que desarrollará su estrategia de negocio considerando que el éxito competitivo y su propia supervivencia, deben estar regidos por su contribución al desarrollo sustentable como una organización sostenible (Manzanilla, 2012,p.2)

Se propone que las organizaciones se desarrollen considerando seis aspectos: Prospectiva o la visión del proyecto, Interactividad, Estrategia, Núcleo o proyecto central y Sustentabilidad en la Organización. (Manzanilla, 2012).

En Asesorías y Tutorías, durante el trabajo que se desarrolla por el comité formado para aspirar a la Certificación a la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 que avala prácticas laborales de Igualdad Laboral y No Discriminación, se identificó que aún no existe igualdad en la asignación de cargos directivos entre hombres y mujeres en UPSIN, aunque se tiende a ello, ya que la diferencia es mínima.

Tendrá que investigarse, si hay alguna disparidad que pudiera deberse a que las responsabilidades directivas públicas deben compartirse con la gerencia doméstica que la mujer realiza, dado que asumir un cargo directivo implica inversión mayor de tiempo disponible, conforme se asciende en la estructura jerárquica de cualquier organización. De igual forma aplica en el caso de la inversión de tiempo y de dinero, por parte de las mujeres para estudiar una profesión u oficio.

Ya que según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2016), existe una cifra de la población no económicamente activa con casi 27 millones de mujeres (73% de ese segmento), que supera a los 20 millones 105,829 mujeres que forman parte de la Población Económicamente Activa en México (52 918,649). Así, el 37.99% de la fuerza laboral en México son mujeres, pero pudiera potencializarse a quienes no están activas, mediante una educación inclusiva.

Otra posibilidad de este hecho, radica en promover una transformación en la imagen cultural que prevalece acerca de lo femenino, como equivalente a débil, vulnerable, sentimientos, emociones, espiritualidad, inacción. En cambio, lo masculino se asocia con fuerza, objetividad y actividad que reafirma su identidad, en ocasiones violenta. Los modelos culturales de lo "femenino "y lo "masculino" con los que se da la relación cotidiana, incluyen expresiones tan arraigadas que se adoptan como verdaderas, muchas veces sin un análisis consciente.

Por lo anterior, se está trabajando en la aplicación de un cuestionario de diagnóstico organizacional para recoger información referida a indicadores de igualdad laboral, a una muestra estadística con aplicación aleatoria a 59 participantes del perso-

nal docente y administrativo, correspondiente a una población finita.

También, en la actualización de la normatividad que rige las relaciones laborales en UPSIN, con la integración de lenguaje incluyente en cada uno de los documentos que avalan su comunicación interna y externa, tales como: Manuales de organización, reglamentos, convocatorias, etc. Asimismo, en aspectos de accesibilidad sin discriminación.

Es impostergable generar espacios de análisis y diálogo para evaluar las formas y modelos culturales promovidos por las familias, espacios educativos, laborales y sociales. Es necesario involucrarse por igual, hombres y mujeres, ya que difícilmente se evitará el sesgo, donde participen solamente mujeres.

Todavía ese ámbito privado de dirección y organización familiar, a pesar de su gran importancia, no es compartido por los hombres en términos equitativos. Valorar el recurso humano con equidad, implica incluir hombres y mujeres con competencias para dirigir procesos hacia la calidad, innovación y mejora de todos los ámbitos donde intervienen. Por lo anterior, se propone la Metodología Lean On, misma que consiste en una secuencia de los seis pasos (5+1), que se detallan (Gaviño, 2016):

- a)** Contribución-Definición de un plan de acción personal de contribución colaborativa y/o comunitaria, que resuelva problemas.
- b)** Confianza-Integrar equipos multidisciplinarios entre personas que comparten afinidades e intereses, en un marco de confianza.
- c)** Compromiso-Se comprometen como agentes de cambio y mejora, relacionando el entorno, las estructuras físicas y la gente.
- d)** Comunicación.-Para la elaboración de proyectos que resuelven problemas.
- e)** Continuidad/Coaching-Gestionar recursos para la implementación, seguimiento y conclusión exitosa de los proyectos.

f) Circuito. Realimentar todo el proceso y procedimientos implementados, para completar secuencia.

Esta secuencia fue elaborada por quien esto suscribe (Gaviño, 2016). Su aplicación surge principalmente para documentar proyectos de tipo económico-administrativos. Va de lo individual a lo colectivo, por lo que, puede aplicarse en cualquier campo donde la acción humana interviene: Familias, empresas, comunidades locales y globales.

Por otra parte, el trabajo que se realiza en Desarrollo Humano, tiene su fundamento en la afirmación Lafarga (2013), conocido como el padre del Desarrollo Humano en México. Él afirma, que para que una profesión pueda ser humanista, se requiere formar profesionistas competentes al servicio del público y que no repitan los mismos errores; que se sumerjan en la reflexión ética para la promoción de los valores humanos y su respeto por convicción; además de buscar su desarrollo personal en cuanto al autoconocimiento, la autoestima y las relaciones personales justas, responsables y armónicas; en donde permanece la eficiencia en el trabajo, la conciencia ecológica, pero también la búsqueda del sentido de vida y la trascendencia.

Además, dentro del diseño curricular de todos los Programas Académicos, el aspecto formativo del estudiantado se fortalece con las seis asignaturas transversales que se imparten durante los dos primeros ciclos de formación en UPSIN. Esto, en respuesta a la atención integral que se busca para el alumnado.

Lo anterior, en virtud de que el Desarrollo Humano implica cambios y transformaciones constantes hacia la tendencia actualizante, que posibilita la autorrealización, como un proceso constante, no como un fin en sí misma. Rogers (2000) refiere que el ser humano nace con una tendencia realizadora que puede dar como resultado una persona plena: abierta a nuevas experiencias, reflexiva, espontánea y que valora a otros y a sí mismo.

La persona inadaptada tendría rasgos opuestos: cerrada, rígida y despreciativa de sí mismo y de los demás. Lo humano hace referencia a la mujer o al hombre. El Desarrollo Humano significa en UPSIN, un estilo de vida con responsabilidad, empatía, congruencia, asertividad y honradez en las relaciones internas y externas.

El Departamento de Calidad sistematizó las actividades que se realizan acorde a sus objetivos, mediante la clasificación de la documentación y definiendo su jerarquía utilizando un criterio único.

Se utiliza el de la pirámide que aparece en la normatividad ISO, donde se ubica en el nivel más alto el Manual de Calidad, en el segundo nivel los procedimientos y en el tercer nivel instrucciones, registros, especificaciones y otros documentos.

El primer referente que brinda sustento a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en UPSIN, es la Teoría Institucional, ya que se interpreta el análisis institucional de la RSE, como un proceso interno:

...contempla el patrón de las instituciones establecidas como representación simbólica del sistema de valores sociales (...) Las instituciones buscan establecer su legitimidad por la moralidad de su gobierno y la observancia de normas que deben ser sancionadas institucionalmente con la aceptación de valores culturales y sociales del deber ser (Medina, Ramírez y Hernández , s.f, p.7).

Claramente se observa la vinculación que la observancia de normas se enmarcan en las Certificaciones que se citan en este trabajo, tanto la de Empresa Socialmente Responsable, como la de Igualdad Laboral y No discriminación, a la que se aspira.

El segundo marco teórico que se retoma, es la Teoría de la Dependencia de Recursos, ya que es consistente con el aspecto ecológico y con la Teoría Institucional, asimismo porque se incluye al recurso humano competente, como recurso clave para el cambio y mejora. Se refiere que:

...la empresa asume estar comprendida por partes internas y externas que resultan del intercambio social, formado por la influencia de sus conductas; así, el medioambiente se considera escaso y esencial para la supervivencia de la compañía, la cual depende del mismo y actúa en un medio

incierto si no cuenta con los recursos necesarios, o le es difícil la adquisición de bienes que incluye en sus procesos. (Medina, et.al, s.f.p.8)

En referencia a la segunda teoría citada, Pfeffer (1992) considera que "la concepción de las relaciones establecidas en la red deben entrelazarse, asociándose y haciéndose más próximas y sólidas".

Es decir, ambas teorías son complementarias, ya que la primera se enfoca en lo interno, pero en el segundo referente se imprime énfasis en la conformación de redes amplias, también externas, que minimicen incertidumbres y amplíen las posibilidades para lograr objetivos comunes, incluso de mayor cuidado medioambiental.

Método

La propuesta metodológica que se emplea en este trabajo es el Estudio de Caso. El enfoque es de tipo mixto, ya que se observan aspectos cualitativos y cuantitativos, para la definición y medición de las variables y sus indicadores. La muestra abarca los programas que se consideraron de mayor impacto en el tema de responsabilidad social y el personal directivo responsable del mismo es quien aporta la información y su percepción. Mis- mos que se detallan en la tabla 1.

Tabla 1. Unidades de análisis, variables e indicadores

ÁREA DE SEGUIMIENTO	INDICADORES	VARIABLES
SISTEMA DE CALIDAD	Certificaciones obtenidas y en trámite, Número de Acciones emprendidas.	Mejora continua
PROGRAMA INSTITUCIONAL DE TUTORÍAS	Certificaciones obtenidas y en trámite, Acciones emprendidas.	Clima organizacional y Atención al estudiantado
PROGRAMA DE DESARROLLO HUMANO	Número de proyectos, acciones emprendidas.	Clima organizacional y Atención al estudiantado
CENTRO DE INNOVACIÓN E INCUBACIÓN DE NEGOCIOS EMPRESARIALES(CIINE)	Certificaciones obtenidas, Número de marcas registradas, patentes y derechos de autor.	Innovación y productividad
PROGRAMA DE SUSTENTABILIDAD CON EDUCACIÓN AMBIENTAL	Número de proyectos implementados.	Intervención educativa-ambiental
PROGRAMA DE EDUCACIÓN CONTINUA	Número de eventos de capacitación continua.	Formación de RRHH

Justificación

Se justifica esta labor, por el impacto y cobertura que tiene la UPSIN, tanto en su plantilla laboral, sea docente o administrativa, como en el alumnado inscrito en la misma, vinculado a la comunidad de la región sur de Sinaloa. Implementar programas de compromiso social, aunados a los que ejemplifiquen formas de interacción igualitaria y de educación para la productividad, implica comprometerse con la búsqueda del equilibrio del ser humano-naturaleza-causas-efectos, en base a la aplicación de Modelos de Desarrollo Sustentables más equitativos.

Objetivos

Objetivo general:

Fomentar una cultura de Calidad, Igualdad laboral y Responsabilidad Social en la UPSIN y su entorno, mediante la intervención educativa y colegiada del Departamento de Calidad, y de los Programas de Asesorías y Tutorías; Desarrollo Humano; Centro de Innovación e Incubación de Negocios

Empresariales y Programa de Sustentabilidad con Educación Ambiental, utilizando el Modelo de Educación Basado en Competencias, para presentar evidencia de logros alcanzados.

Objetivos específicos

- Reunir los requisitos de una interacción laboral óptima entre el personal docente y administrativo, con indicadores laborales que posibiliten la obtención de la Norma NMX-R-025-SCFI-2015, a través del área de Asesorías y Tutorías.
- Clarificar y difundir el conjunto de valores del desarrollo sustentable y los comportamientos que implica, a nivel individual y en los distintos grupos sociales, con la promoción del voluntariado, en donde participen los alumnos y el personal de UPSIN, mediante el Programa de Desarrollo Humano.
- Adquirir y/o transformar un conjunto de conocimientos, que integre una nueva cultura ambiental, para la comprensión, cuidado y mejora del medio ambiente y así coadyuvar a guardar

su equilibrio, frente a la gravedad de los problemas ambientales, a través del Programa de Sustentabilidad con Educación Ambiental.

- Desarrollar habilidades de emprendimiento y autonomía financiera para el desarrollo social y económico, mediante proyectos innovadores encaminados a resolver problemas y satisfacer necesidades empresariales importantes, impulsando la capacitación en el Centro de Innovación e Incubación de Negocios Empresariales.
- Ofrecer los servicios de capacitación y actualización que permita al estudiantado y al personal de UPSIN, obtener las competencias y certificaciones que les faciliten su desarrollo académico, laboral y personal.

Preguntas de investigación

Para acotar las múltiples acciones que en la UPSIN se realizan, encaminadas a la responsabilidad social, cabe preguntarse ¿En qué medida las buenas prácticas laborales se están implementando en la Universidad, por ser una organización adscrita a la Certificación como Empresa socialmente responsable? Y, en consecuencia, ¿Cómo se relaciona teóricamente la responsabilidad social con los requisitos de la norma de igualdad laboral y no discriminación en la Universidad? Se pretende avanzar en el conocimiento de los alcances logrados, así como visualizar la mejora necesaria para potenciar su implementación.

La equidad de las relaciones laborales aporta mejor cumplimiento de las normas laborales y también posibilita conocer si el esfuerzo de UPSIN por situar la responsabilidad social en su ámbito externo, es paralelo con las acciones tendientes a implementar la responsabilidad social en su ámbito interno.

Hipótesis

Ante la incertidumbre por conocer si UPSIN sitúa su responsabilidad social en el ámbito externo, coincidentemente con la realización de acciones orientadas a cumplir con la responsabilidad social

Hi1: La intervención colegiada del personal responsable de los Programas de Calidad, Asesorías y Tutorías, Desarrollo Humano, Incubación, Sustentabilidad y Educación Continua es una práctica laboral suficiente para avalar el fomento de una cultura de calidad, responsabilidad social e igualdad laboral en la UPSIN y su entorno.

Como respuesta tentativa al cuestionamiento de la relación teórica de la responsabilidad social con los requisitos de la norma de igualdad laboral y no discriminación en la Universidad, se plantea la hipótesis siguiente:

Hi2: La responsabilidad social en UPSIN se relaciona con los requisitos de la Norma de Igualdad Laboral y No Discriminación por sus redes humanas internas y externas, como recursos necesarios para lograr indicadores de una cultura de calidad, responsabilidad social e igualdad laboral en la UPSIN y su entorno.

Tipo de estudio y diseño general

Es un estudio exploratorio, pues solo se presenta en los resultados, información general con respecto a las acciones esenciales que se implementan en UPSIN, en términos de responsabilidad social, igualdad laboral y no discriminación. Sin embargo, se puede convertir posteriormente en un estudio descriptivo, incluyéndose la identificación de las variables que se pueden profundizar y detallar en un futuro. El alcance es transversal, ya que se realiza con un corte en el tiempo, de enero al mes de abril de 2016, pero igual, con un seguimiento apropiado, pudiera ser longitudinal.

Criterios de inclusión de programas.

El universo de estudio abarca múltiples y diferentes programas que se desarrollan simultáneamente en UPSIN, que tienen impacto en los seres humanos que en ella interactúan, tanto el estudiantado, como la plantilla de personal docente y administrativo. Sin embargo, los criterios de inclu-

sión, fueron los ejes que se consideraron de mayor incidencia en el impulso de la Responsabilidad Social en la Universidad:

- Sistema de Calidad, como promotor principal de la Gestión institucional para la mejora continua.
- Programa Institucional de Tutorías, por caracterizarse como elemento estratégico de gestión de calidad educativa integral, desde el impacto del rol de género y promotora de liderazgos colaborativos, favorecedores de crecimiento personal y comunitario, con equidad y sin discriminación.
- Programa de Desarrollo Humano, que atiende las funciones de voluntariado, a partir de la materia Valores del Ser, donde se vinculan con los sectores más vulnerables del entorno que rodea a UPSIN.
- El Centro de Innovación e Incubación de Negocios Empresariales, atiende el eje estratégico generador de Desarrollo Social y Económico. Además de atender la autonomía del estudiantado, asimismo, se da la promoción de indicadores referidos a registros de propiedad intelectual: Marcas, patentes y derechos de autor.
- El Programa de Educación continua, por ser un referente constante de apoyo en la obtención de información en temas de avance científico, tecnológico y humano.
- El Programa de Sustentabilidad con Educación Ambiental, involucra aprender nuevos procesos que equilibren la acción humana, en su intervención con el medio ambiente, para el adecuado uso de los recursos naturales.

La intervención que se propone, involucra la creación de redes de promotores sociales, capacitados en los temas relativos a la responsabilidad social empresarial, en equidad de género, sustentabilidad y emprendimiento. Es el personal que maneja los programas referidos, quien se integró en comités y grupos de trabajo en UPSIN, para consolidar actividades que posibiliten marcar una

diferencia favorable al interior de la organización, para cumplir con los requisitos de la certificación y con las medidas de nivelación necesarias.

Además, cuando dichos promotores se conviertan en instructores capacitados, deben multiplicar sus aprendizajes en el alumnado. En consecuencia, se incide en el entorno universitario por su vinculación con los sectores vulnerables. Además, se pueden documentar productos académicos que difundan la transformación cultural interna y externa.

La cultura responde a los sentimientos que se buscan generar y es la Universidad el espacio preciso para multiplicar avances en términos de eficiencia académica, pero también en la conformación de una sociedad más humana, justa y productiva.

Procedimiento de recolección de información

Cada programa de los referidos previamente, cuenta con indicadores precisos acerca del número de acciones emprendidas, tanto para el estudiantado como con la plantilla de personal, quienes reciben impacto directo de la intervención educativa integral que se realiza. El análisis de los datos se convierte en información resultante de cada área, y corresponde a los responsables de cada programa su manejo y custodia. A través de reuniones de Grupos de Enfoque, se intercambia la información relevante, en la búsqueda de un mayor número de oportunidades de intervención. Es por eso que, se firman acuerdos de confidencialidad para el tratamiento y uso de la información proporcionada, para contar con ese procedimiento que garantice la confianza en su empleo ético.

Instrumentos a utilizar

En los grupos de enfoque, así como en las actividades relativas a los programas citados, se cuenta con las listas de registro de asistencia, que se documentan con la firma de los participantes en cada evento. Los formatos de las mismas, están registradas de acuerdo con la Norma ISO 9001:2008,

y se va actualizando su registro como método de control de la calidad de los datos.

Resultados

Se validan ambas hipótesis planteadas al inicio, ya que se encontró evidencia de una medida suficiente para avalar el fomento de una cultura de calidad, responsabilidad social e igualdad laboral en la UPSIN y su entorno, de acuerdo a los resul-

tados encontrados que se detallan en la tabla 2. Asimismo, se identificó en el referente teórico sobre responsabilidad social empresarial, que un aspecto clave es la integración de redes de trabajo, necesarias para lograr indicadores que conllevan a Certificaciones obtenidas.

Se identificaron las principales acciones emprendidas en términos de los ejes principales de UPSIN como Empresa Socialmente Responsable.

Tabla 2 Ejes ESR

Nota: Elaboración propia con datos institucionales.

ÁREA DE SEGUIMIENTO	NÚMERO DE CERTIFICACIONES	ACCIONES EMPRENDIDAS
SISTEMA DE CALIDAD	Certificación en la Norma ISO 9001:2008 (obtenida) ESR (obtenida) Certificaciones de laboratorio (en trámite)	*Programa de Capacitación al personal con 8 cursos. *Auditorías internas y externas.
PROGRAMA INSTITUCIONAL DE TUTORÍAS	Certificación en la Norma Mexicana NMX-R-025-SC-FI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación (en proceso de reunir requisitos)	*Integración del Comité para la Igualdad Laboral y no Discriminación. *Análisis de información de la Pirámide Organizacional UPSIN. *Procesos de formación y capacitación con igualdad de oportunidades al personal. *Programa de Atención Multifactorial al estudiantado con 14 cursos. *Programa de Asesores Pares. *Plan de Acción Tutorial. *Programa de Orientación Psicopedagógica. *Elaboración Cartel.
PROGRAMA DE DESARROLLO HUMANO	Distintivo como empresa libre del humo de tabaco.	24 Proyectos de voluntariado dentro de la asignatura Valores del Ser. Plan sistémico para la integración del personal y generación de pertenencia.
CENTRO DE INNOVACIÓN E INCUBACIÓN DE NEGOCIOS EMPRESARIALES	Acreditación de CONOCER	Registro de marcas, patentes y derechos de autor.
PROGRAMA DE SUSTENTABILIDAD CON EDUCACIÓN AMBIENTAL	Certificación de Calidad Ambiental	10 Proyectos ambientales
PROGRAMA DE EDUCACIÓN CONTINUA	Registro del Programa Viernes de Conferencia	26 Conferencias, 6 talleres, un Seminario, un Foro y una plática informativa en 2016.

Conclusión

En conclusión, cabe señalar que acerca de Responsabilidad Social respecto a la Igualdad Laboral y No Discriminación y su relación con el desarrollo de UPSIN, faltan cosas por hacer. Sin embargo, en la autoevaluación realizada, se encontró gran avance en ese sentido, ya que la Universidad cuenta con la mayoría de los requisitos necesarios para alcanzar el puntaje de la Certificación en la norma multicitada. Debido lo anterior, especialmente, a la participación colegiada y competente del personal docente y administrativo, que se integró en los comités, con la finalidad de promover y lograr calidad, con una visión de género, igualdad laboral, no discriminación y sustentabilidad.

De esta forma, se favorece un impacto positivo en el estudiantado y sus familias. Así, se verán satisfechas las necesidades de calidad de vida y bienestar de la población. Especialmente por la cobertura educativa que tiene UPSIN, lo anterior reviste especial importancia. A la par de conservar el medio ambiente, con el cuidado preciso de recursos naturales, favorecer entornos de igualdad laboral y no discriminación, impactará en beneficios para la sociedad.

Seguramente, las generaciones venideras agradecerán las acciones implementadas para que sus integrantes puedan en su momento, satisfacer también sus necesidades y disfrutar las oportunidades que la sociedad actual tiene.

Referencias

Gaviño, J. (2016). Competencias directivas como factor dinamizador del desempeño innovador, en las empresas de la región sur de Sinaloa. México: UNAM.

Kazuga, S., Verde, A. (2012). Modelo Ki Wo Tsukao. Preocuparse por. Recuperado de <http://es.slideshare.net/iscvictorin/ki-wo-tsukau>

Lafarga, J. (2013). Desarrollo Humano: el crecimiento personal. Ed. Trillas

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Indicadores de población y empleo al primer trimestre 2016. Recuperado de: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=25433&t=1>

Manzanilla, L. (2012) El Modelo PIENSO de Gestión Estratégica, permite contribuir a la sustentabilidad de la organización. Recuperado de: <http://docencia.fca.unam.mx/~lmanzani/archweb/37.pdf>

Manzanilla, L. (2012). La administración frente a la globalización: Gobernabilidad y Desarrollo. XIII Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas. UNAM.

Manual de estilo APA. Síntesis. 6ta. Edición en español. Recuperado de <http://es.slideshare.net/gerinaldocamacho/manual-de-estilo-apa6taed2010-2011>

Medina, L., Ramírez, J., Hernández, A. (s.f.) Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE). Recuperado de: http://www.econ.uba.ar/www/institutos/secretaradeinv/ForoContabilidadAmbiental/resumenes/Medina_Teor%C3%ADas_sobre_la_responsabilidad.pdf

Pfeffer, J. (1992). Managing with power: Politics and influence in organizations- Harvard Business School Press, USA, pp.83-110.

Rogers, C. (2000). El proceso de convertirse en persona: mi técnica terapéutica. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica

Universidad Politécnica de Sinaloa (2015). Modelo Educativo Recuperado de http://www.upsin.edu.mx/identidad_institucional/nosotros



PERSPECTIVAS LABORALES EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE GUANAJUATO: UN ESTUDIO DE GÉNERO.

Vania García Aquiles
Jennifer Cortes Castañeda

Introducción

Aunque se ve que aumenta la presencia de mujeres el ámbito laboral (Abramo, 2004) es interesante conocer cómo perciben esta transformación económica los estudiantes universitarios en su entorno geográfico, qué creen que sucede en cuestión de equidad de género al salir y enfrentarse al mundo empresarial.

Esta investigación permitió medir esa percepción en alumnos y alumnas que cursan su último año como estudiantes de la Universidad Politécnica de Guanajuato de dos de las carreras más demandadas, Ingeniería en Tecnologías de Manufactura así como Licenciatura en Administración y Gestión de PyMEs.

Para el desarrollo de esta investigación se aplicaron 117 encuestas a estudiantes de dichas carreras, tanto del género femenino, como del género masculino. El cuestionario se conformó de 28 ítems los cuales se dividen en diferentes preguntas para medir las siguientes cinco dimensiones: Independencia económica, Desarrollo Profesional, Conocimiento y habilidades, Dinámica familiar, Comportamiento y actitudes.

Los resultados muestran las diferencias de opinión entre los diferentes grupos estudiados, los cuales se dividieron en mujeres y hombres de la Ingeniería en Tecnologías de Manufactura y los otros dos grupos en mujeres y hombres de la Licenciatura en Administración y Gestión de PyMEs, arrojando resultados interesantes en cuanto a sus diferentes percepciones.

Revisión de la literatura

Los estudios de género han sido mayoritariamente disciplinarios, por el comportamiento de este fenómeno cultural (Cuecuecha Mendoza & Jaime Espinosa, 2015). Un estudio con enfoque de género puede ser aplicado para determinar cuál es la perspectiva laboral de un grupo determinado, en este caso, de los estudiantes de la carrera de Ingeniería en Tecnologías de Manufactura, en relación con las empresas de su área de formación en la Zona Laja- Bajío.

Se llega a pensar que la discriminación ocupacional por género es algo que tiene su efecto principal en los ingresos económicos; sin embargo, las mujeres se ven afectadas en sus relaciones sociales en general, influye de manera negativa en su autoconcepto y en los pro-

pios límites que se imponen, alimentando una discriminación por género que se refleja en los diferentes roles que desempeñan las mujeres y los que desempeñan los hombres; esto refleja un problema económico social y político (Anker, 1997)

Para entender claramente a lo que refiere este tema, es importante considerar la diferencia existente entre el sexo, que hace referencia a la parte biológica, a diferencia del género, el cual resalta las diferencias psicosociales del individuo. (López Sáez, 1995)

Se han planteado muchas explicaciones del porqué existen discrepancias en cuanto a los salarios que ganan los individuos del género femenino y el mas-

culino. Una forma de verlo es a través de la teoría del capital humano, la cual afirma que la razón por la cual los hombres tienen mejores salarios y un mayor nivel jerárquico que las mujeres en las organizaciones es porque ellos tienen mayor preparación académica y capacitación, pues a diferencia de las mujeres ellos no planean dejar de trabajar por dedicarse de tiempo completo al cuidado de los hijos.

En contraposición, las mujeres se ven empujadas a buscar alternativas de trabajo que les permitan combinar sus actividades con la vida familiar de manera más flexible. Según este punto de vista, las empresas preferirán invertir en el capital humano específico con los hombres, pues son ellos los que a futuro generarán mayor productividad.

A su vez, esto genera menor capacitación para las mujeres en el ámbito laboral, pues las empresas no estarán interesadas en invertir en ellas, lo cual les disminuye la posibilidad de adquirir nuevos conocimientos que le permitan un ascenso o movilidad a una empresa con mejores condiciones (Grijalva Monteverde, 2003).

Otra forma de explicar el fenómeno de la segregación ocupacional por género es a través de la discriminación estadística, en donde se plantea que si la media de los empleadores tiene el prejuicio de que las mujeres son menos productivas que los hombres, esto generará que las acciones del empleador se vean influidas por esa idea, y al momento de asignar responsables para las actividades, las que sean de carácter más general serán asignadas a las mujeres y tendrán menos oportunidad de capacitación, y al momento de que el empleador compare los conocimientos entre el sector femenino y el masculino, por consiguiente, el sector masculino estará más preparado y habrá acumulado más capital humano específico, lo que resultará en la afirmación que había hecho en un principio el empleador, de que los hombres son más productivos, y reafirmará dicha idea (Grijalva Monteverde, 2003).

Otro aspecto importante a recalcar, es el rol que nos manejan los medios masivos de comunicación, pues crean estereotipos mentales en los que mujeres y hombres deben encajar, favoreciendo la discriminación de género (ARESTE, 2003).

Se puede ver también la discriminación laboral por género desde un punto de vista social, en donde se afirma

que los conocimientos y habilidades que adquieren las mujeres a lo largo de su vida se originan en su desempeño de actividades relacionadas con su rol social como encargadas de las tareas domésticas y también al cuidado de los hijos, la idea de que las mujeres son las que realizan este tipo de actividades conlleva a que el empleador las relacione con actividades que guarden alguna relación con esa misma naturaleza, por ejemplo, en el caso de puestos de trabajo que implican brindar servicio a otros podemos encontrar diversos puestos ocupados mayormente por mujeres, como es el caso de la docencia, la enfermería y también los puestos de secretarías.

También en cuanto a lo social destaca que las mujeres aceptan empleos de menor rango jerárquico y menor salario debido a la idea aprendida de que su salario es complementario al salario de los hombres, a diferencia de los hombres, donde sus salarios se ven como algo básico y esencial para el sostenimiento del hogar (Grijalva Monteverde, 2003)

Es importante señalar que la discriminación laboral por género también está influida en gran medida a aspiraciones personales, las cuales están fuertemente relacionadas con la motivación; dentro de este elemento las mujeres presentan una mayor tendencia a tener expectativas negativas en cuanto a sus actividades desempeñadas en una organización, esto genera una actitud negativa hacia ellas mismas, la cual es reflejada al grupo dominante, y el grupo dominante concebirá esa auto-percepción femenina negativa como cierta, la adoptará como idea y actuará en consecuencia (García Retamero, 2006).

No se puede negar que las mujeres se han vuelto un pilar económico importante y esto las ha hecho buscar oportunidades de trabajo ajenos a los que tradicionalmente se asocia como un trabajo femenino. Actualmente, la elección de la carrera profesional de las mujeres se ha visto influenciada por la creciente oferta académica y las facilidades que proporcionan las universidades para estudiar, derivado de cambios en el ambiente económico y social. (García Guevara, 2002).

Sin embargo, no debemos olvidar la variable del entorno familiar como determinante en la construcción de la identidad del alumno y de su rol social contribuyendo a valorar algunas actividades como típicas de un género en particular (Sáinz Ibáñez, López Sáez, & Lisbona, 2004).

Método

La investigación realizada es de alcance descriptivo con una metodología cuantitativa. Se utilizó un instrumento de recopilación de datos, un cuestionario que fue elaborado por los autores de este trabajo, que fue validado en una investigación que se realizó previamente; en un principio, dicho cuestionario se conformaba por 37 Ítems, sin embargo, después de la prueba piloto se eliminaron 9 por no aportar valor a la investigación y el cuestionario definitivo quedó conformado por 28 ítems para medir estas cinco dimensiones:

1. Independencia económica.
2. Desarrollo Profesional.
3. Conocimiento y habilidades.
4. Dinámica familiar.
5. Comportamiento y actitudes.

El universo de la investigación está determinado por los estudiantes de 4 Ingenierías y una Licenciatura de la Universidad Politécnica de Guanajuato, como lo muestra la siguiente tabla.

Tabla 1. Distribución de los alumnos del último año por carrera.

Fuente: Tomado de Sistema de gestión de calidad UPG.

CARRERA.	ALUMNOS.
Ingeniería en Tecnologías de Manufactura.	111
Ingeniería Agroindustrial.	60
Licenciatura en Administración y Gestión de Pymes.	107
Ingeniería Robótica.	58
Ingeniería en Energía.	39
TOTAL	375

La muestra está formada por alumnos y alumnas que cursan actualmente el último año de su carrera, quienes ingresaron en el periodo de 2013 al 2014 a la carrera de Ingeniería en Tecnologías de Manufactura y a la carrera de Licenciatura en Administración y Gestión de PyMEs de la Universidad Politécnica de Guanajuato (al ser las más demandadas, la muestra se determinó con un grado de confianza del 95% y un error de 5% de un universo finito dando como resultado una muestra de 190 alumnos.

Las preguntas se plantearon como una escala de Likert, las cuales están diseñadas para ser contestadas como aseveraciones.

Los datos generales permitirán el análisis de los resultados son el género, carrera que están estudiando, escuela, edad y cuatrimestre que se está cursando, esto con el fin de tener elementos para poder llevar a cabo análisis posteriores.

La confiabilidad y validez del instrumento se determinó utilizando el programa estadístico SPSS, aplicando la prueba de Alfa de Cronbach quedando en .833, lo que indica que el instrumento es confiable y válido para ser aplicado.

Como universo del presente trabajo se consideró el número total de estudiantes de las carreras antes mencionadas, que están cursando el último año de la carrera, por considerar que están más cercanos a integrarse al campo laboral en áreas de su formación académica, es decir, alumnos que estén cursando 7º,8º,9º cuatrimestre u otro mayor.

De la muestra total de los 190 alumnos. En esta parte del estudio se aplicó sólo a las carreras más demandadas:

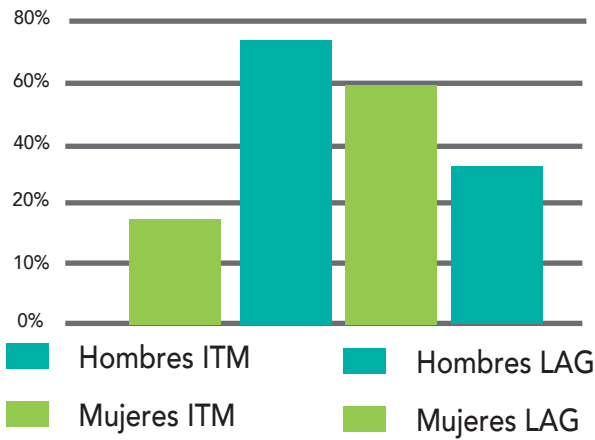
ITM con una muestra representativa de 57 alumnos, sin embargo, se lograron encuestar a 62 alumnos del último año de carrera.

LAG con una muestra representativa de 53 alumnos, sin embargo, se lograron encuestar a 55 alumnos del último año de carrera.

Resultados

Los resultados se presentan en relación a las cinco dimensiones analizadas y comparando las mujeres y hombres de ambas carreras, es decir, Ingeniería en Tecnologías de Manufacturas y de Lic. en Administración y Gestión de Pymes, esto para determinar si es que existen diferencias en las opiniones en función del tipo de carrera que están estudiando los alumnos del 7º,8º y 9º cuatrimestre en la Universidad Politécnica de Guanajuato.

Gráfico 1. Hombres y Mujeres de la Muestra.



En este gráfico se observa que en la carrera de ITM el 27% son mujeres y el 73% son hombres lo que permite inferir que 3 de cada 10 estudiantes de la carrera de ITM son mujeres y están cursando el último año, en tanto que en la carrera de LAG el 60% son mujeres y el 40% son hombres, por lo que 6 de cada 10 estudiantes del último año de esta carrera son mujeres.

Gráfico 2. Dimensión Independencia económica Mujeres ITM. Independencia_Economica 3(agrupodo) Carrera: Ing. en Tecnologías de Manufactura, Genero :Mujeres

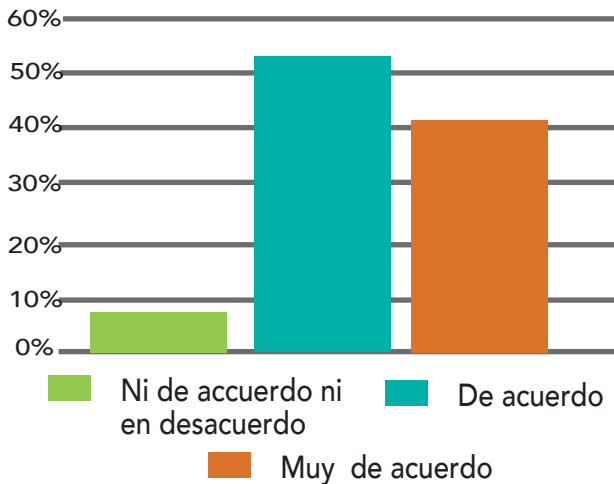


Gráfico 3. Dimensión Independencia económica Mujeres LAG. Independencia_Economica 3(agrupodo) Carrera: Lic. en Administración y Gestión de PyMes Genero :Mujeres

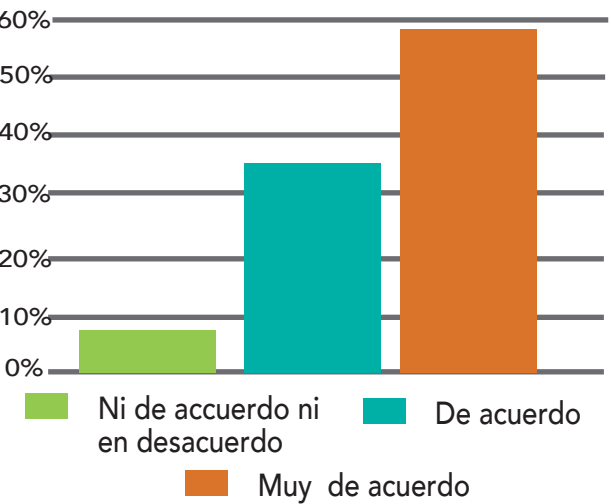


Gráfico 4. Dimensión Independencia económica Hombres ITM. Independencia_Economica 3(agrupodo) Carrera: ing. en Tecnologías de Manufactura Genero :Hombres

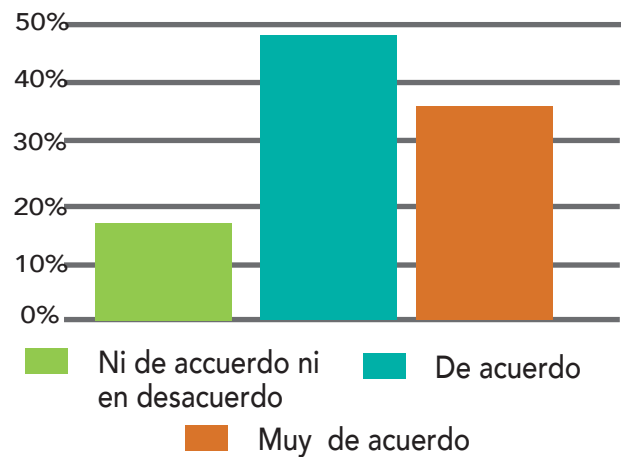
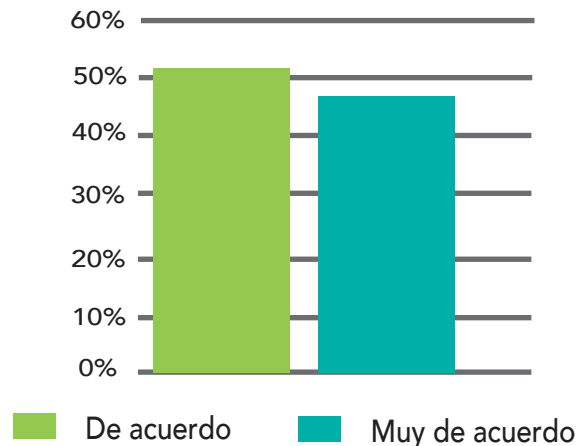


Gráfico 5. Dimensión Independencia económica Hombres LAG.0. Independencia_Economica 3(agrupodo) Carrera: Lic. en Administración y Gestión de PyMes Genero :Hombres



En estos gráficos de independencia económica, se muestra que de las mujeres de LAG, un 35% dice estar de acuerdo y un 58% está muy en desacuerdo; de las mujeres de ITM el 53% están de acuerdo y el 41% muy de acuerdo; en tanto los hombres de ITM un 49% está de acuerdo pero un 16% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo; y los hombres de LAG un 53% está de acuerdo y un 48% muy de acuerdo, lo que permite inferir, que los encuestados en su mayoría opinan que no importando el género, el individuo debe de tener independencia económica.

Gráfico 6. Desarrollo Profesional Mujeres ITM.
Desarrollo_Profesional_3 (agrupado)
Carrera: Ing en Tecnologías de Manufactura ,
Género: Mujeres

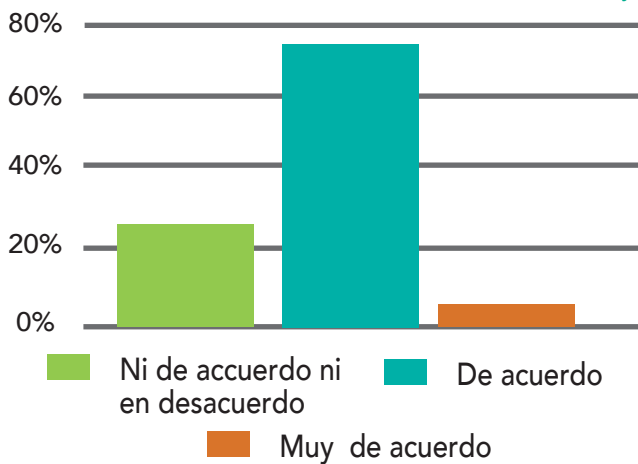


Gráfico 7. Desarrollo Profesional Hombres ITM.
Desarrollo_Profesional_3 (agrupado)
Carrera: Ing en Tecnologías de Manufactura ,
Género: Hombres

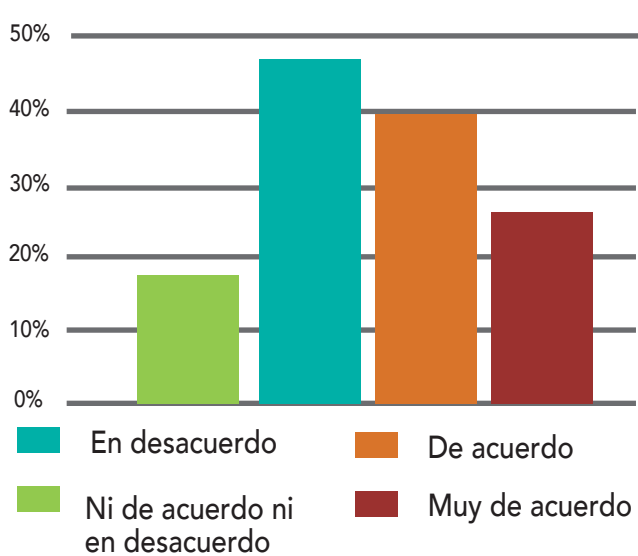


Gráfico 8. Desarrollo Profesional Mujeres LAG.
Desarrollo_Profesional_3 (agrupado)
Carrera: Lic. en Administración y Gestión de PyMes
Género :Mujeres

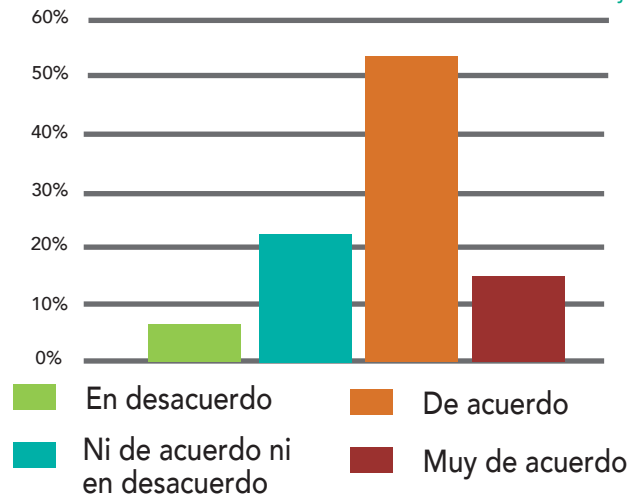
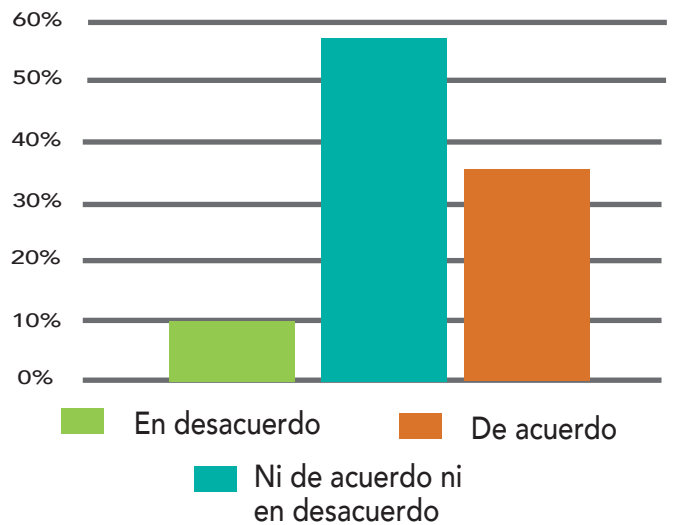


Gráfico 9. Desarrollo Profesional Hombres LAG.
Desarrollo_Profesional_3 (agrupado)
Carrera: Lic. en Administración y Gestión de PyMes
Género :Hombres



En estas gráficas de desarrollo profesional, los resultados que están arrojando son los siguientes: de las mujeres de LAG el 52% opinan estar de acuerdo y el 16% muy de acuerdo, sin embargo, un 26% ni de acuerdo ni en desacuerdo; las de ITM el 71% está de acuerdo, pero hay un 23% que dicen estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, en cuanto a los hombres de ITM el 47% está de acuerdo y el 29% muy de acuerdo, pero un 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo; y los hombres de LAG el 57% está de acuerdo y el 33% muy de acuerdo y sólo un 9.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo. Por lo que se puede deducir que son más las mujeres las que no tienen una opinión definida siendo que 5 de cada 10 de ellas opina que es igual el desarrollo profesional entre hombres y mujeres, en cuanto a los hombres 3 de cada 10 manifiestan no

estar de acuerdo ni en desacuerdo. El análisis de estas gráficas se hizo de tal manera que los resultados se puedan interpretar por género independientemente de la carrera.

Gráfico 10. Conocimientos y habilidades Mujeres ITM
 Conocimiento-y-habilidades_3 (agrupado)
 Carrera: Ing en Tecnologías de Manufactura ,
 Género: Mujeres

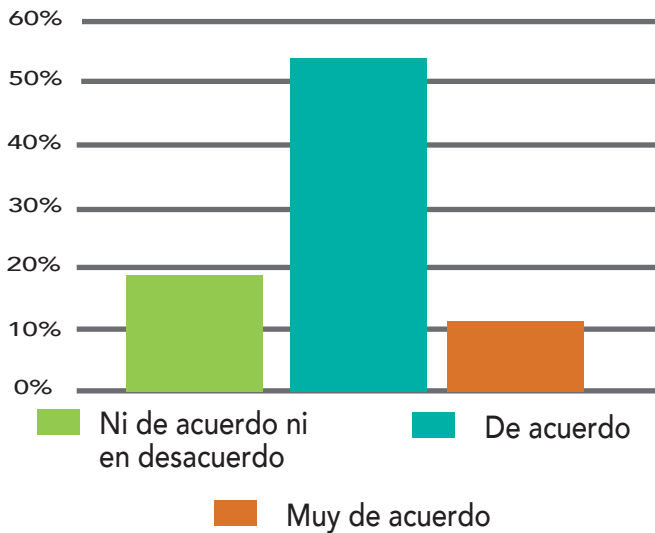


Gráfico 11. Conocimientos y habilidades Mujeres LAG.
 Conocimiento-y-habilidades_3 (agrupado)
 Carrera: Lic. en Administración y Gestión de PyMes
 Género :Mujeres

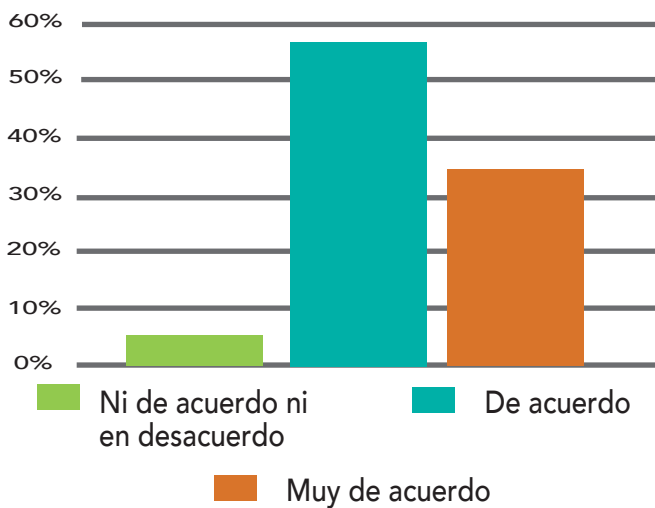


Gráfico 12. Conocimientos y habilidades Hombres ITM
 Conocimiento-y-habilidades_3 (agrupado)
 Carrera: Ing en Tecnologías de Manufactura ,
 Género: Hombres

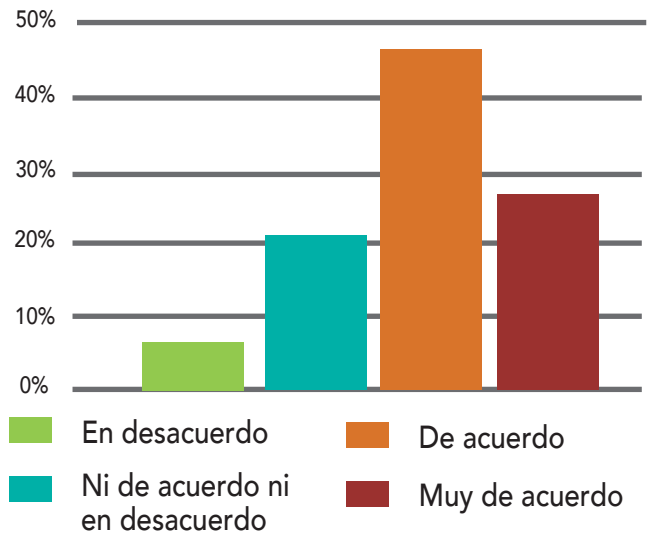
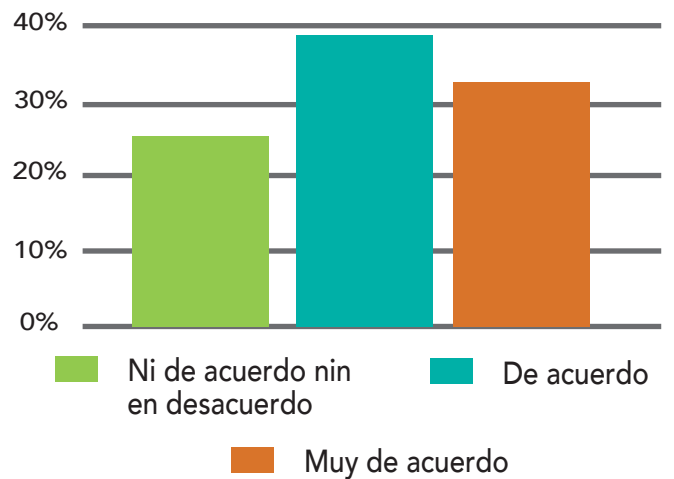


Gráfico 13. Conocimientos y habilidades Hombres LAG.
 Conocimiento-y-habilidades_3 (agrupado)
 Carrera: Lic. en Administración y Gestión de PyMes
 Género :Hombres



En los gráficos de conocimientos y habilidades, se muestran la opinión de las mujeres de LAG en de acuerdo y muy de acuerdo con un 93%; las respuestas de las mujeres de ITM en de acuerdo y muy de acuerdo con 82%, sin embargo, 2 de cada 10 manifiestan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. En cuanto a la opinión de los hombres de ITM el 78% manifiesta estar de acuerdo y muy de acuerdo y de los de LAG 71% también opina estar de acuerdo y muy de acuerdo, 5 de cada 10 hombres de ambas carreras opinan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que permite inferir que es alto el número de encuestados que no saben si las competencias y habilidades laborales entre hombres y mujeres sean iguales.

Gráfico 14. Dinámica familiar Mujeres ITM
Dinámica_Familia_3 (agrupado)
Carrera: Ing en Tecnologías de Manufactura ,
Género: Mujeres

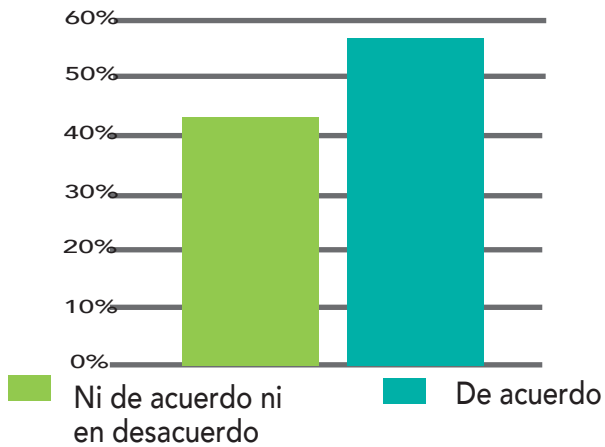


Gráfico 15. Dinámica familiar Hombres ITM.
Dinámica_Familia_3 (agrupado)
Carrera: Ing en Tecnologías de Manufactura ,
Género: Hombres

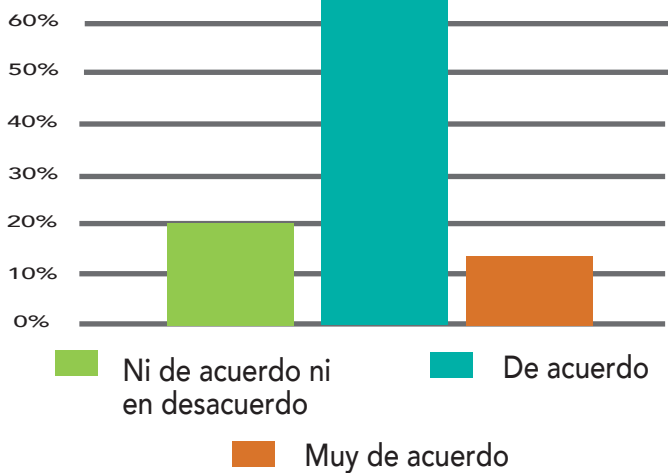
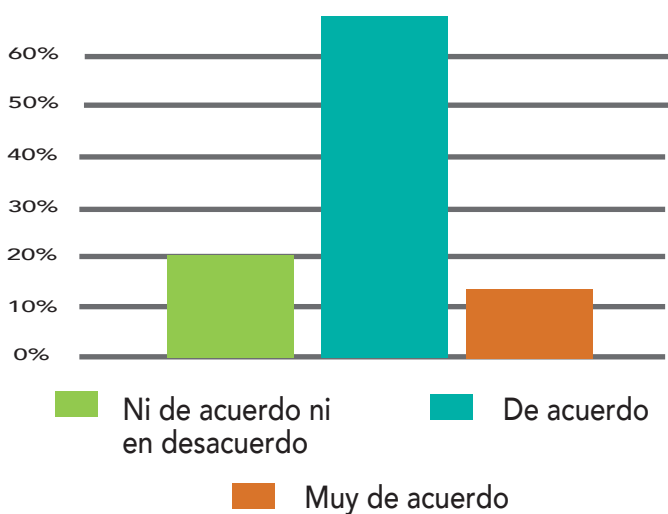


Gráfico 16. Dinámica familiar Hombres LAG.
Dinámica_Familia_3 (agrupado)
Carrera: Lic. en Administración y Gestión de PyMes
Genero :Hombres



Los gráficos anteriores de la dimensión de dinámica familiar presentan los siguientes resultados: para las mujeres que estudian en LAG el 87% opinan estar de acuerdo y muy de acuerdo y solo el 13% ni de acuerdo ni en desacuerdo y las de ITM solo el 59% estar de acuerdo y el 41% manifiesta estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, en cuanto a los hombres de la carrera de ITM 80% está de acuerdo y muy de acuerdo y el 20% opina ni de acuerdo ni en desacuerdo; y de los hombres de LAG el 71% está de acuerdo y muy de acuerdo pero un 27% ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que permite inferir que las mujeres de ITM al ser 4 de cada 10 las que opinan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo y los hombres también 4 de cada 10 están en esta opción; en cuanto a los hombres y mujeres de LAG sólo 1 mujer de cada 10 está en ni de acuerdo ni en desacuerdo y sólo 2 de cada 10 hombres. Por los resultados podemos ver que las diferencias presentadas en esta dimensión se ven influenciadas por la carrera y no por el género, pues en la carrera de ITM, en general se presenta mayor de acuerdo.

Gráfico 17. Competencias y actitudes Mujeres ITM.
Copedencia_y_Actitudes_ (agrupado)
Carrera: Ing en Tecnologías de Manufactura ,
Género: Mujeres

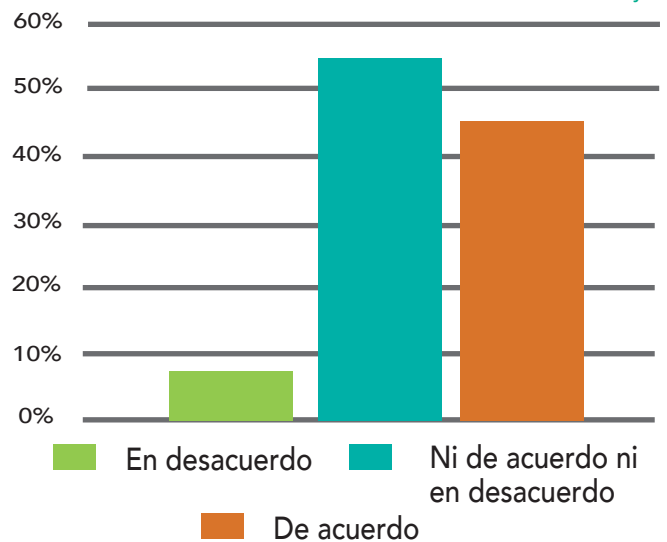


Gráfico 18. Competencias y actitudes Mujeres LAG.
Copedencia_y_Actitudes_ (agrupado)
Carrera: Lic. en Administración y Gestión de PyMes
Genero :Mujeres

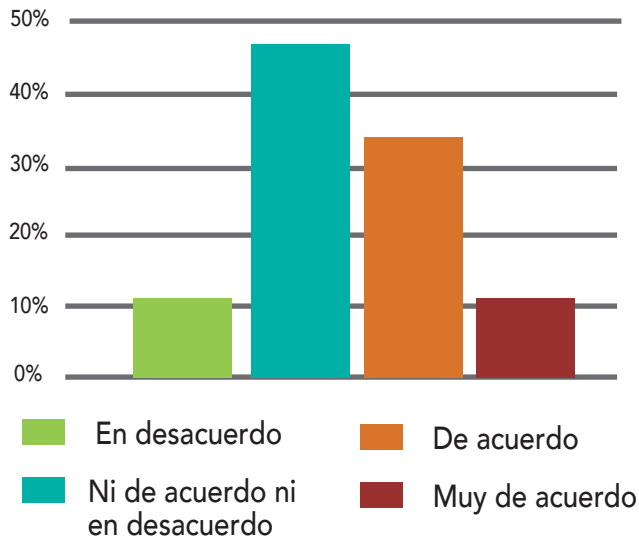


Gráfico 19. Competencias y actitudes Hombres ITM.
 Copetencia_y_Actitudes_(agrupado)
 Carrera: Lic. en Administración y Gestión de PyMes
 Genero :Hombres

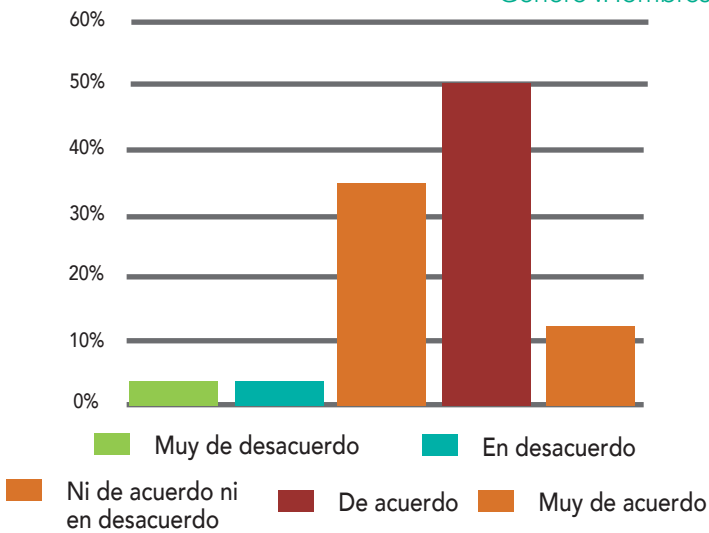
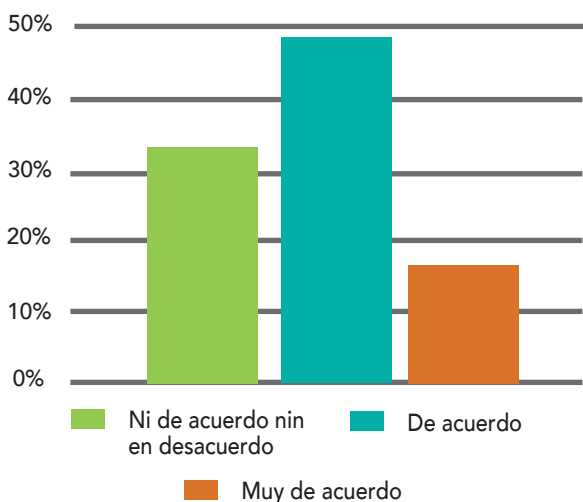


Gráfico 20. Competencias y actitudes Hombres LAG.
 Copetencia_y_Actitudes_(agrupado)
 Carrera: Lic. en Administración y Gestión de PyMes
 Genero :Mujeres



En estas gráficas las mujeres de ITM en un 94% manifiestan estar de acuerdo y muy de acuerdo y un 6% está en desacuerdo, en cuanto a las mujeres de LAG el 45% está de acuerdo y muy de acuerdo, sin embargo, en desacuerdo el 9.7% y ni de acuerdo ni en desacuerdo el 45.2%.

Los hombres de LAG 67% está en de acuerdo y muy de acuerdo y el 33.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, para los hombres de ITM 62% está de acuerdo o muy de acuerdo pero el 33% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 4.4% no está de acuerdo. Se deduce que las mujeres de la carrera de ITM no perciben diferencias significativas en esta dimensión por género. Sin embargo, a aproximadamente la mitad de las mujeres de LAG no tienen una posición clara. Los hombres en ambas carreras no presentan diferencia.

Una vez analizadas las 5 dimensiones que presenta esta parte del estudio y algunas preguntas significativas, se está en condiciones de enunciar algunas conclusiones de esta investigación.

Conclusión

Al término de este estudio se pudo llegar a varias conclusiones respecto al planteamiento principal y de las cinco dimensiones analizadas.

En primera instancia se determina que el número de mujeres en la carrera de ITM es menor que el de los hombres y que en LAG las mujeres son mayoría, esto en función del paradigma de que la carrera de ITM se sigue considerando como una profesión para hombres, lo que hace necesario trabajar como institución para que esta percepción cambie en un futuro.

En cuanto a la primera dimensión que se estudió es la de Independencia económica donde los resultados demuestran que los encuestados ya sean hombres o mujeres ya sean de LAG o de ITM, opinan que la independencia económica vista como el derecho a decidir cómo usar el dinero ganado por el individuo, es éste el que debe de tomar la decisión al estar la mayoría en acuerdo y muy de acuerdo, por lo que esta dimensión no presenta diferencias significativas entre ambos grupos.

Para la dimensión de Desarrollo profesional comprendido como si dentro de las organizaciones las mujeres y los hombres tienen las mismas oportunidades para desarrollarse y hacer carrera, aquí los resultados demuestran que tanto hombres y mujeres de ambas carreras están de acuerdo con que existen condiciones de igualdad entre ambos, pero lo interesante es que un porcentaje alto de mujeres de ambas carreras opinan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, no tienen una postura definida, no importa la carrera a la que pertenezcan, sin embargo, son más los hombres de ITM que manifiestan también no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo que pone en evidencia que sí existen diferencias en la percepción laboral de los estudiantes hombres de ambas carreras, cargándose significativamente esas diferencias en las respuestas de los alumnos de ITM.

En lo que respecta a otra de las dimensiones estudiadas, como es la de conocimientos y habilidades, aquí es conveniente destacar, que el número de encuestados hombres de ambas carreras que no opinan ni a favor ni en contra es alto, no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con afirmar que los conocimientos y habilidades entre hombres y mujeres de ambas carreras no son iguales en el campo laboral, este porcentaje es representativo, ya que 5 de cada 10 hombres encuestados no saben si las competencias y habilidades entre hombres y mujeres en el campo laboral son las mismas. Por lo que se determina que existe todavía una brecha de opiniones en cuanto a la igualdad de género en las actividades laborales entre hombres y mujeres, no importa cuál sea la carrera los hombres no aceptan por completo el hecho de que los conocimientos y habilidades puedan ser iguales.

La siguiente dimensión del estudio denominada dinámica familiar, donde lo que se midió es la relación de las actividades laborales con el hecho de estar casadas o casados, fue la que presentó una diferencia significativa en las opiniones de ambas carreras, en ésta los hombres y mujeres de ITM manifiestan no saber si están de acuerdo o en desacuerdo, lo que resulta interesante ya que en ambos casos fue 4 de cada 10; en los encuestados de LAG solo 1 mujer de cada 10 manifiesta lo mismo. Esto nos hace pensar que en la carrera de ITM la relación familia-trabajo entre géneros está más presente que en los estudiantes de LAG.

Siguiendo con este análisis la última dimensión es la de competencias y actitudes de los encuestados de la carrera de ITM son las mujeres las que no perciben diferencias de género en cuanto a las competencias y actitudes, pero los hombres sí perciben estas diferencias al no tener una postura a

favor o en contra, sin embargo, son los estudiantes de LAG los que opinan que sí existen diferencias ya que 78% opina no saber si está de acuerdo o no, en que las competencias y habilidades son iguales entre ambos géneros.

En base a estos resultados, queda demostrado que sí existen diferencias entre hombres y mujeres dependiendo de qué carrera estén estudiando, es decir, no opinan lo mismo las mujeres que estudian en LAG que las que estudian para ITM, de la misma manera que con los hombres, esto es interesante ya que se pensaría que por ser hombres o mujeres opinarían igual y no, en este caso si interviene en su opinión la carrera que están estudiando, estos resultados se confrontarán con lo que opinen personas que ya están trabajando en estas áreas con el fin de comparar cómo percibe el estudiante la situación laboral de su profesión y cuál es la realidad laboral en la actualidad, esto como futuras posibles investigaciones.

Referencias

- Abramo, L. (2004). ¿Inserción laboral de las mujeres en América Latina: una fuerza de trabajo secundaria? *Revista Estudios Feministas*, 225.
- Anker, R. (1997). La segregación profesional entre hombres y mujeres. Repaso de las teorías. *Revista Internacional del Trabajo*, 343.
- ARESTE. (2003). Arrinconando estereotipos en los medios de comunicación y la publicidad. Madrid: Consejería de trabajo.
- Cuecuecha Mendoza, M. D., & Jaime Espinosa, M. E. (2015). *Estudios de género: La perspectiva de las humanidades en México*. (Primera ed.). Tlaxcala: Universidad Autónoma de Tlaxcala.
- García Guevara, P. (2002). Las carreras en Ingeniería en el marco de la globalización: una perspectiva de género. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 91-105.
- García Retamero, R. (2006). Identidad de género y nivel de aspiraciones profesionales en alumnos universitarios. *Revista Mexicana de Psicología*, 23(2), 217-224.
- Grijalva Monteverde, G. (2003). ¿Qué hace cada quién? Perspectivas teóricas y metodológicas para la medición de la segregación ocupacional por sexo. Hermosillo, Sonora: AMET.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5a. ed.). México, DF: Mc Graw Hill.
- López Sáez, M. (1995). La elección de una carrera típicamente femenina o masculina. Madrid: CIDE.
- Sáinz Ibáñez, M., López Sáez, M., & Lisbona, A. (2004). Expectativas de rol profesional de mujeres estudiantes de carreras típicamente femeninas o masculinas. *Acción Psicológica*, 111-123.
- UIA/IML/UNICEF7Cinterfor-OIT, RET y CONALEP. (2001). *Los jóvenes y el trabajo: la educación frente a la exclusión social*. México.

DOS ENFOQUES DE EDUCACIÓN RESPONSABLE EN GESTIÓN, COINCIDENCIAS CON EL PRME: UN CASO DE ESTUDIO EN MÉXICO Y CANADÁ.

Santiago González Gómez.

Introducción

En el año 2007 el Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) convocó a todas las universidades e instituciones de educación superior que se dedican a formar a los futuros directivos y empresarios a que respaldaran un proceso para formar líderes de los negocios formados en valores y actitudes conforme a los principios para una educación responsable en gestión (PRME por sus siglas en inglés). Dejó muy en claro que los agentes que pueden generar el cambio son justamente las escuelas de negocios y gestión en general. (ONU, 2007).

El documento del PRME del Pacto Mundial (2007), menciona que: “Las instituciones académicas ayudan a formar las actitudes y la conducta de los líderes empresariales, por medio de la educación, la investigación, los programas de desarrollo gerencial, la formación empresarial y otras actividades. Las instituciones académicas tienen el potencial para generar una onda de cambio positivo”. (En Universidad John Hopkins, 2008: s/n).. También, dentro de los Objetivos del Desarrollo del Milenio, ODM, de la Educación para Todos, EPT y del Foro Mundial Sobre Educación Dakar (UNESCO, 2000), se establecen los objetivos y características que debe fijarse la educación superior para contribuir a la solución de los problemas que apremian en este siglo.

En esta investigación se consideró de especial relevancia lo que mencionan los puntos 2, 3 y 4 del PRME. El punto 2, especifica que la educación superior debería asumir el liderazgo social en materia de creación de conocimientos de alcance mundial para abordar retos mundiales como la seguridad alimentaria, el cambio climático, la gestión del agua, el diálogo intercultural, las energías renovables y la salud pública.

En el punto 3, se afirma que los centros de educación superior deben promover el pensamiento crítico y la ciudadanía activa, contribuyendo así al desarrollo sostenible, la paz y el bienestar y hacer realidad los derechos humanos, entre ellos la igualdad entre los sexos. Por último, en el punto 4, se establece que la educación superior no sólo debe proporcionar competencias sólidas para el mundo de hoy y de mañana, sino contribuir además a la formación de ciudadanos dotados de principios éticos, comprometidos con la construcción de la paz, la defensa de los derechos humanos y los valores de la democracia (UNESCO, 2000).

Se consideró relevante establecer comparaciones entre la teoría y la práctica de la enseñanza de la RSC en dos universidades públicas ubicadas en dos contextos muy diferentes, México, un país emergente y Canadá, un país desarrollado.

Esta investigación parte de una exposición de los principios del PRME y la factibilidad de su implementación y tras plantear el método utilizado para recabar la información pertinente para el estudio, se procede a describir de manera breve el marco contextual de las dos universidades analizadas que imparten los cursos de RSC, para finalmente proceder con el análisis y conclusiones sobre los hallazgos.

Descripción del problema: la actividad extractiva en México

Los principios del PRME y la factibilidad de su implementación

El PRME fue desarrollado por la Organización de las Naciones Unidas en el año 2007 y es una iniciativa global y voluntaria cuya intención es propiciar la adopción y expansión de estos principios entre las escuelas de administración y de negocios. Desde su origen ha estado convocando a estas instituciones educativas a que adopten sus principios y adapten su currícula, investigación, métodos de enseñanza y estrategias institucionales para alinearlos con valores aceptados internacionalmente y que apoyen a una economía más incluyente y sustentable (PRME, 2007). Se le considera la primera iniciativa global a gran escala en la búsqueda del cambio en la educación en gestión y negocios (Forray y Leigh, 2012: 301). Dichos principios se citan a continuación.

Principio 1:

Propósito: Desarrollaremos las capacidades de los estudiantes para que sean futuros generadores de valor sostenible para los negocios y la sociedad en su conjunto y trabajar por una economía global incluyente y sostenible.

Principio 2:

Valores: Incorporaremos a nuestras actividades académicas y programas de estudio los valores de la responsabilidad social global, tal y como ha sido descrito en iniciativas internacionales, tales como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Principio 3:

Método: Crearemos marcos educativos, materiales, procesos y entornos pedagógicos que hagan posible experiencias efectivas de aprendizaje para un liderazgo responsable.

Principio 4:

Investigación: Nos comprometemos con una investigación conceptual y empírica que permita mejorar nuestra comprensión acerca del papel, la dinámica y el impacto de las corporaciones en la creación de valor sostenible social, ambiental y económico.

Principio 5:

Asociacionismo: Interactuaremos con los gestores de las corporaciones empresariales para ampliar su conocimiento de sus desafíos a la hora de cumplir con sus responsabilidades sociales y ambientales y para aprovechar conjuntamente los modos efectivos de enfrentar tales desafíos.

Principio 6:

Diálogo: facilitaremos y apoyaremos el diálogo y el debate entre educadores, empresas, el gobierno, consumidores, medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y demás grupos interesados, en temas críticos relacionados con la responsabilidad social global y la sostenibilidad.

El documento PRME dice textualmente: “Entendemos que nuestras propias prácticas organizacionales deberán servir como ejemplo de los valores y actitudes que transmitimos a nuestros estudiantes”(ONU, 2007:s/n).

Mintzberg (2004) critica a las escuelas de negocios porque, de acuerdo con su opinión, han fallado, no están enseñando los temas importantes, incluyendo los que considera la RSC. Le están enseñando a los alumnos equivocados, de la manera equivocada.

En ese sentido, aunque la adopción de los principios del PRME del Pacto Mundial de la ONU (2007) pudiera conducir a un cambio de paradigma en las escuelas de negocios, todavía no han sido evaluados sus resultados en las instituciones donde han sido implementados ni han sido sometidos a un riguroso escrutinio desde una perspectiva crítica de la educación en gestión.

A pesar de ser la propia ONU la impulsora de la adopción de estos principios, una de las principales críticas que se le han hecho es que plantea una forma problemática de entender a la educación en gestión que posiciona a las escuelas de gestión como sirvientes de las corporaciones (Louw, 2015), lo cual, pudiera debilitar la posibilidad de un cambio de paradigma.

No obstante los obstáculos que se enfrentan, Jane Nelson (2013), directora de la Iniciativa de RSC de la Universidad de Harvard, afirma que existen indicios de que la RSC poco a poco pudiera tener posibilidades de ir ganando terreno en Latinoamérica y dice:

Los países latinoamericanos comienzan a despojarse de su tradición milenaria como agentes pasivos, meras naciones observadoras y comienzan a tomar el liderazgo, al menos en materia de Responsabilidad Social Corporativa, RSC, tema en el que dan ejemplos que pudieran incluso ser replicables en Estados Unidos y en naciones de Europa. América latina es la "nueva cara" en filantropía, sostenibilidad y RSC, en la región hay más retos en educación, salud, acceso financiero, desigualdad, medio ambiente; las necesidades son más fuertes y eso invita a las empresas latinoamericanas e incluso a las multinacionales que operan aquí a tomar un rol de liderazgo y un papel más proactivo (Nelson, 2013:50).

Ella menciona cuatro componentes clave que pudieran considerarse junto con los principios del PRME en los programas de enseñanza de la RSC. Son componentes con los que debe contar cualquier negocio que pretenda autonombrarse como socialmente responsable: el cumplimiento de la ley; reglamentos y códigos de conducta; el manejo de riesgos; una filantropía estratégica y la creación de valor, concepto que Porter y Kramer (2011), denominan "Creación de Valor Compartido" y que permita vincular el núcleo del negocio con la comunidad.

En su opinión, si una empresa cumple con estos cuatro pilares, sin importar su tamaño, puede dirigirse hacia la responsabilidad social en el sector en el que se desempeñe. Por lo tanto, sería necesario educar a los alumnos en estas competencias o pilares para que cuando egresen puedan contribuir al fortalecimiento de la RSC en nuestro país.

Nelson (2013) aclara que las etapas que evidencian el nivel de desarrollo de la RSC en un país o región son: primero, la sensibilización, cuando los liderazgos individuales, empresariales o las alianzas promueven el actuar de manera responsable entre las empresas a su alrededor; la segunda etapa es la integración, en la que las empresas sensibilizadas comienzan a integrar los temas de RSC a partir de los cuatro pilares comentados.

Comenta que falta mucho por hacer en cuanto a integración, - probablemente por falta de enseñanza de la RSC en las licenciaturas - pero que se puede hablar de una tercera etapa, cuando se escala la RSC mediante alianzas con gobiernos y organizaciones de la sociedad civil, que son indispensables para detonar el impacto a más sectores y profundizar el cambio.

La adopción de los principios del PRME, de la RSC o de la Teoría del Stakeholder, (Freeman 1984), puede ser posible, pero parece ser que enfrenta obstáculos que es necesario superar.

Entre éstos, la pérdida de sensibilidad de las escuelas de negocios y la excesiva tolerancia a las demandas de las empresas, tal y como lo plantean Cornelius et al (2007: 21), quienes opinan que "al apearse a las necesidades de las empresas, las escuelas de negocios y administración se han vuelto menos sensibles en el mejor de los casos y en el peor, más tolerantes a los excesos de las organizaciones".

Judith Schrempf (2012), por su parte, aclara que la RSC podría darse por dos motivos: por obligación o por conexión social. En contraste a la RSC por obligación, que puede ser una forma en que las empresas "se lavan la cara" ante la sociedad para justificar sus malas acciones, la RSC por conexión social asigna una responsabilidad basada en la conexión directa e indirecta entre los actores, sus actividades y el daño frecuentemente sistémico producido por esas actividades. Entiende al daño y a la injusticia como el resultado de la interacción entre numerosos actores.

La RSC por conexión social se basa en un pensamiento cosmopolita, una lógica de conexión social, responsabilidad social compartida, una

perspectiva prospectiva y en un juicio de las características de los antecedentes.

Quienes desarrollaron el PRME, lo hicieron con la convicción de que su completa implementación en las escuelas de gestión y de negocios llevará a la formación de graduados que puedan conceptualizar los vínculos entre los negocios, la sociedad y el medio ambiente y ser capaces de impulsar una economía global más incluyente y con buenos resultados para las organizaciones.

Las universidades caso de estudio de esta investigación, la Universidad de Guadalajara, U de G y la Universidad de Lethbridge, U de L, actualmente están impartiendo un curso de RSC en la licenciatura en gestión los cuales parecen mostrar algunas coincidencias con el PRME, pero no de manera deliberada, dado que ninguna de las dos ha firmado el PRME hasta este momento.

RSC y Teoría de los Stakeholders

Durante las últimas décadas se ha presentado un gran debate para intentar definir a la RSC. No obstante, existe un consenso en cuanto a que las corporaciones tienen la obligación de trabajar para la mejora social. Se reconoce en general, que las firmas de negocios tienen diferentes clases de responsabilidad aunque aún se intenta definir tanto el alcance de la responsabilidad corporativa en la sociedad, como los criterios para medir el comportamiento de los negocios en el contexto social.

Aún persisten problemas en cuanto a su definición y continúa la discusión acerca de su naturaleza exacta. La RSC significa algo, pero no siempre lo mismo para todos.

A pesar de la divergencia de opiniones en el tema de la RSC, los cuatro dominios o categorías de la pirámide de RSC que identificaba a la primera fase de la RSC, las responsabilidades económica o financiera, legal, ética y filantrópica han sido utilizados por numerosos teóricos en el campo de la gestión: Wartick y Cochran (1985), Wood (1991), (1995) y por varios investigadores empíricos como Aupperle (1983), Aupperle, Carroll y Hatfield (1985), C y Hegarty (1999), Clarkson (1994), Ibrahim y Angelidis (1995), Mallot (1993), Pinkston y

Carroll (1996), Smith, Wokutch, Harrington y Dennis (2001), Spencer y Butler (1987). A la Pirámide de RSC, muchos la siguen considerando un paradigma dentro de los temas sociales de la gestión.

Investigadores como Aviva Geva (2008), proponen tres fases por las que ha atravesado el pensamiento sobre la RSC representadas por tres modelos básicos, el de la pirámide o primera fase, el de intersección de círculos o segunda fase y el de círculos concéntricos o tercera fase.

La pirámide de responsabilidad social compuesta por cuatro elementos (Carroll 1991), parece encajar con la tendencia prevaleciente entre los directivos corporativos en cuanto a una creciente aceptación de un modelo amigable de la relación entre el rol económico básico de la firma y sus obligaciones sociales.

Muestra una combinación única de emergencia y jerarquía de importancia en un intento por reconciliar las cambiantes expectativas sociales hacia los negocios con el tradicional énfasis en la generación de utilidades, un ideal de la conducta de RSC con las consideraciones pragmáticas de la gestión de la RSC. No obstante, parece ser que la alianza entre las preocupaciones sociales y la generación de utilidades, dependería en gran medida del contexto cultural e institucional circundantes.

En aquellos contextos en los que los stakeholders no están en posibilidad de obligar a las corporaciones a rendir cuentas sobre las consecuencias sociales de sus actividades, se pierde la condición necesaria que une a las responsabilidades económicas y sociales en un marco coherente y la capacidad de la pirámide de guiar a las empresas hacia la toma de acciones que apoyen tanto a las comunidades como a sus metas de negocios, se ve debilitada.

En la segunda fase de la RSC, el modelo de intersección de círculos (Schwartz y Carroll 2003), contrasta con la pirámide en dos aspectos fundamentales: rechaza la noción de que la RSC es una gama de dominios de responsabilidad relacionados externamente y rechaza el orden jerárquico. La idea principal es que los diferentes dominios de la RSC están interrelacionados y ninguno de ellos, a primera vista, tiene mayor importancia en relación con los otros.

Esta ventaja quizá sea también la principal dificultad para este modelo, ya que al fallar como guía normativa para los directivos de las corporaciones, los deja en una posición en la enfrentan responsabilidades que compiten entre sí, sin la posibilidad de tomar decisiones basadas en principios.

En la tercera fase de la RSC, el modelo de círculos concéntricos (Geva 2008), combina las restricciones externas a la conducta corporativa con la autoobligación hacia el compromiso con el bien común. Como la pirámide, visualiza el rol económico de los negocios como su responsabilidad central, pero este centro se encuentra incrustado y no separado de la responsabilidad más amplia hacia el bienestar de la sociedad.

La visión piramidal de la RSC como una gama de responsabilidades separadas que deben ser satisfechas de manera simultánea, es remplazada por un marco de responsabilidades integradas, todas comparten una esencia común: la responsabilidad de promover la calidad de vida.

Cada decisión corporativa debe ser considerada desde la óptica de la mejora social. Por lo tanto, puede entenderse que en la tercera fase de la RSC todas las responsabilidades sociales comparten una esencia normativa común.

Las críticas a la RSC provienen de diferentes fuentes y por diversos motivos. La mayoría de ellas se enfocan en las dificultades que plantea para su implementación un sistema económico centrado excesivamente en la generación de utilidades por parte de la mayoría de las empresas, el "realismo capitalista" (Fisher, 2009). Los dominios legal, ético y filantrópico muchas veces son subordinados al dominio económico o financiero de la RSC.

Además, aunque varias empresas empiezan a incorporar a la RSC en sus decisiones estratégicas, esto es criticado por algunos investigadores que opinan que la RSC debería desligarse de la administración estratégica.

Muchas empresas aún no han abandonado la primera fase, del modelo piramidal y no han iniciado el tránsito hacia la tercera fase, la de círculos concéntricos en la que cada responsabilidad queda incrustada en las otras en una relación interdependiente.

Lo comentado anteriormente da paso a la Teoría de los Stakeholders de Freeman (1984), quien intentó describir a la empresa como una entidad responsable de relacionarse con diferentes stakeholders o grupos de interés.

A esta teoría algunos la ven como un auxiliar estratégico para la gestión y otros la entienden como un compromiso moral de la empresa hacia la sociedad. La Teoría de los Stakeholders, podría ser una alternativa viable para las empresas que buscan ser responsables socialmente, sin descuidar sus responsabilidades financieras.

La Teoría de los Stakeholders

La noción del stakeholder facilita y clarifica la operacionalización de la responsabilidad social y goza de amplia aceptación por aquellas empresas que buscan ser responsables, al tiempo que la implementación de la misma puede convertirse en una herramienta estratégica, Freeman (1994), Donaldson y Preston (1995). Proponen que la teoría del stakeholder es relevante para la gestión y puede ayudar a los directivos en la toma de decisiones del día a día.

Es una teoría de gestión que, de acuerdo con algunos de sus defensores (Freeman, Harrison, Wicks, Parmar, 2010), fue desarrollada para auxiliar a los directivos a enfrentar una realidad compleja de manera más efectiva que otras teorías prevalecientes. Considera a todos los stakeholders que forman parte de la cadena de valor otorgándoles un status equivalente como fiduciarios de la corporación.

Ha cobrado gran relevancia desde finales del siglo veinte y a todo lo largo del siglo veintiuno, en un mundo cada vez más consciente y preocupado por el medio ambiente y la problemática social.

Tricker (2012), la considera una perspectiva social del gobierno corporativo que reconoce los intereses de todos aquellos afectados por las decisiones de la corporación, incluyendo a los consumidores, empleados y directivos, socios en la cadena de suministro, banqueros, accionistas, la comunidad local, el interés general de la sociedad por el medio ambiente y el estado. Freeman (1984:16), define al stakeholder como "cualquier grupo o individuo que puede afectar o es afectado por el logro de los objetivos de la organización".

En Strategic Management:

A Stakeholder Approach, Freeman (1984), propone a los directivos cómo esquematizar las dinámicas y cambiantes coaliciones que pueden darse entre la empresa y sus stakeholders, para monitorear y medir las respuestas de la firma, anticipar las tácticas de los stakeholders que pueden alterar el desempeño de la empresa y administrarlos otorgándoles compensaciones racionales y estratégicas.

Freeman constantemente ha definido a los stakeholders en términos amplios e incluyentes (Freeman, 1984; Freeman, Harrison y Wicks, 2010), alejado de cualquier postura que pretendiera clasificar a los stakeholders de acuerdo con su importancia estratégica para la empresa.

Freeman (1994), define a la Teoría de los Stakeholders como un medio para identificar valores compartidos y construir lugares de trabajo alrededor de dichos valores y no la ve como una forma de asignar prioridades a las demandas por los recursos de la empresa.

Una pregunta que probablemente surja en este campo de investigación se refiere a la diferencia de enfoque entre la RSC y la Teoría de los Stakeholders. En ese sentido, Freeman, Harrison y Wicks (2010: 60), mencionan que:

La característica distintiva en la literatura sobre el Campo de la RSC es que ésta puede ser visualizada como la aplicación del concepto de stakeholder a los grupos no tradicionales de stakeholders de los que se piensa en general que tienen una relación adversa con la empresa. En particular, en la RSC se pone menor énfasis en la satisfacción de los propietarios y comparativamente mayor énfasis en el público, la comunidad o los empleados.

La Teoría de los Stakeholders operacionaliza a la RSC mediante la atención balanceada a las demandas de todos los stakeholders. Es probable, siguiendo el pensamiento de Freeman (1995), que la RSC requiera de la Teoría de los Stakeholders para su operacionalización, aunque la Teoría de los Stakeholders no requiera necesariamente de la RSC.

La Teoría de los Stakeholders busca un mayor balance en la atención a las demandas de los diferentes stakeholders mediante la maximización de valor para todos ellos.

Método

Como criterio de selección para esta investigación, se estableció que ambas universidades analizadas deberían ser públicas, que contaran con la licenciatura en administración, un curso obligatorio de RSC y que no hubieran firmado aún el PRME.

Esto permitiría evitar las presiones normativas definidas por Di Maggio y Powell (1983), por pertenecer a un cuerpo de acreditación al haber adoptado previamente los principios del PRME.

Se utilizó un estudio de aproximación de caso para comparar los dos programas de RSC y sus coincidencias con el PRME, en dos universidades en dos contextos nacionales diferentes, (2003).

Recolección de datos y análisis

En una primera etapa, se procedió a la revisión de la literatura y el análisis de la currícula de los programas de responsabilidad social para identificar las diferencias y entender qué tanto está alineada con los principios del PRME. Mediante la recolección de documentación de los programas académicos de RSC, se identificaron los objetivos generales y específicos de los cursos, así como los temas que se cubren, su descripción detallada y la duración de los mismos.

La pregunta central de esta investigación fue: Tomando como referencia los Principios para una Educación Responsable en Gestión, PRME, del Pacto Mundial de la ONU (2007). ¿Cuáles son las diferencias en los contenidos de RSC de los programas educativos de gestión en México y Canadá, y cuáles son las razones de los académicos que explican dichas diferencias?

En una segunda etapa, se aplicaron entrevistas semi-estructuradas con los académicos de ambas universidades que imparten el curso actualmente o que lo han impartido en algún momento. Se entrevistaron a los nueve académicos en la Universidad de Lethbridge que lo han impartido y a los cinco que lo imparten en la Universidad de Guadalajara.

Se desarrolló una guía de entrevistas basada en el marco conceptual de la investigación sobre las nociones de RSC de cada académico entrevistado, cómo la enseñan y la relación de la RSC con diferentes temas. Las entrevistas fueron realizadas en persona por el autor de esta investigación en español en la U de G y en inglés en la U de L y cada una tuvo una duración aproximada de una hora. Posteriormente, se procedió a la transcripción de las entrevistas.

Las entrevistas a los académicos de la U de L las aplicó el autor de la investigación en idioma inglés y las citas ilustrativas o quotes resultado de las entrevistas en la universidad canadiense fueron traducidas por el mismo. Mediante un análisis hermenéutico se procedió a la codificación e interpretación de los resultados de las entrevistas a fin de identificar qué tanto coinciden ambos programas con los principios del PRME, con cuántos coincide cada uno y las razones expuestas por los académicos de ambas universidades.

Marco contextual

La Universidad de Guadalajara, U de G

La U de G, es una universidad pública fundada en 1925, ubicada en el occidente de México en la capital del estado de Jalisco, la tercera entidad federativa con mayor población con un total de 7,350,682 habitantes, de acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010. En el 2012 obtuvo el cuarto lugar en cuanto a cobertura de la educación superior con 23.80% en un total de 90 organizaciones de educación superior (ANUIES, 2012). Cuenta con 10 campi, distribuidos a lo largo del estado que han hecho posible su descentralización: Guadalajara, Puerto Vallarta, Autlán de Navarro, Ameca, Ciudad Guzmán, Ocotlán, Tonalá, Tepatlán, Colotlán y Lagos de Moreno. Dado que los campi se encuentran distribuidos a todo lo largo de Jalisco, su grado de concentración es bajo, de acuerdo a la clasificación del LAISUM (2012).

¡Sin contar el Distrito Federal (8, 851,080 habitantes) el estado con mayor población es el Estado de México con 15,175,862 y en segundo lugar Veracruz con un total de 7,643,194 habitantes

El Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) en lo particular, cuenta con alrededor de 2,500 alumnos en la licenciatura en administración (U de G, 2015 s/n). La U de G es la universidad en México que cuenta con el mayor número de posgrados reconocidos por el Padrón Nacional de Posgrados de calidad, con un total de 120 programas. (U de G, 2015 s/n).

Ofrece más de 300 carreras y es la universidad con mayor cobertura en todos los niveles educativos en el estado de Jalisco, desde bachillerato hasta posgrados. En educación superior, ofrece carreras técnicas, licenciaturas y posgrados (U de G, 2014).

La licenciatura en Administración forma parte de la oferta educativa del CUCEA y es la carrera donde se imparte la materia RSC. Este curso en particular, forma parte del área de formación especializada obligatoria y no hay un prerrequisito para cursarla.

Es una materia presencial que incluye cuarenta horas teóricas y 20 de práctica, con un total de 60 horas. Representa 6 créditos dentro de la licenciatura en Administración del CUCEA.

La Universidad de Lethbridge, U de L

La Universidad de Lethbridge, U de L, es una universidad pública canadiense fundada hace 50 años, en 1966, en la ciudad de Lethbridge en el suroeste de Alberta, Canadá. Es una universidad que ha tenido un crecimiento muy alto en los últimos años. Cuenta con tres campi, en las ciudades de Lethbridge, Calgary y Edmonton en la provincia de Alberta.

En el año 2005, la ONU le otorgó un reconocimiento por su liderazgo en la investigación en favor del cuidado del agua. En 2012, también fue reconocida por la organización canadiense Research Infosource, como "La Universidad del Año en Investigación", en la categoría de estudios de licenciatura (Research Infosource 2012 s/n). En 2014 conservó su posición dentro de las primeras tres según la clasificación de Mclean's University Rankings, en la categoría de estudios de pregrado (U de L, 2014).

Alberta contaba con una población de 3,645,257 habitantes en el año 2011, y una población estimada de 4,082,571 para enero de 2014 (Statistics Canada, 2012). Es la cuarta provincia más poblada del Canadá y la más poblada de las tres provincias de las Grandes Praderas, conformadas por Alberta, Saskatchewan y Manitoba.

La U de L Es una universidad enfocada tanto en la enseñanza como en la investigación. La Facultad de Administración se encuentra ubicada en el campus de Lethbridge y cuenta con 68 profesores de tiempo completo y 2,300 estudiantes distribuidos entre los tres campi. La gran mayoría de los alumnos son jóvenes adultos que ya trabajan.

El programa Gestión Responsable en un Ambiente Globalizado o Managing Responsible in a Global Environment (MERGE), que ocupa a esta investigación, es un curso que la Facultad de Administración ha determinado que sea obligatorio para todos los alumnos. Es un curso ubicado dentro de las materias obligatorias del Tronco Común de las materias centrales de la Licenciatura en Administración para todas las especializaciones y carreras.

En resumen, las dos universidades caso de estudio, la U de G y la U de L, son dos universidades que muestran características diferentes, una se encuentra en México y la otra en Canadá, la U de G está por cumplir 90 años, la U de L, 50.

La U de G cuenta con más de 10 veces el número de alumnos que la U de L y su presupuesto es casi 6 veces mayor que el de ésta. Sin embargo, la inversión por alumno es 2.3 veces mayor en la U de L, en comparación con la U de G.

La U de L parece ser también una universidad con un mayor enfoque en la investigación probablemente debido a dos situaciones: que en sus estatutos está planteado ser una universidad enfocada tanto en la enseñanza como en la investigación y a que 94% de sus profesores de tiempo completo cuentan con un doctorado y destinan la mayor parte de su tiempo a la investigación. En la U de G 44 % de los académicos cuentan con doctorado.

Características generales de los cursos analizados

La U de G imparte el curso de RSC en la licenciatura en Administración en el Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, (CUCEA); En la U de L al curso se le conoce como MERGE, siglas que en inglés significan Gestión Responsable en un Ambiente Globalizado.

Análisis comparativo

El curso de RSC de la U de G reconoce que la RSC le confiere un valor agregado a las organizaciones y empresas que la ponen en práctica. En comparación, el curso MERGE de la U de L, se enfoca en la toma de decisiones éticas en un ambiente globalizado, la atención a los diferentes stakeholders y al papel de la empresa como ciudadano corporativo.

En cuanto a los objetivos específicos, no menciona en el temario a la sustentabilidad ambiental como sí lo hace el programa MERGE, lo cual es importante y debería estar presente en los objetivos de un curso de RSC. Ambos cursos se proponen desarrollar un pensamiento crítico en los alumnos, pero de diferente manera:

La U de G, plantea a la RSC como una herramienta estratégica que le confiere valor agregado a las empresas que la aprovechan. Vista así, es una estrategia centrada en el autointerés, por el propio beneficio de la organización y cercana a la primera fase de la RSC propuesta por Carroll (1979), afín a la tendencia prevaleciente entre los directivos corporativos en cuanto a una creciente aceptación de un modelo amigable de la relación entre el rol económico básico de la firma y sus obligaciones sociales.

Por su parte, para la U of L, la RSC se centra en la toma de decisiones éticas, la globalización, la sustentabilidad y la atención a los stakeholders. Es planteada como un compromiso ético que debe ser asumido por las empresas.

Se acerca más a la Teoría del Stakeholder de Freeman (1984), al proponer en los objetivos del curso una postura incluyente que considera a todos los stakeholders que forman parte de la cadena de valor de una empresa y a los que es necesario atender, sin olvidarse de la viabilidad financiera de la empresa y del primer stakeholder: los accionistas. Los objetivos de ambos cursos se muestran en la tabla 1, a continuación, pag,

Del cuadro anterior se desprende lo siguiente: El curso de RSC de la U de G reconoce que la Responsabilidad Social Corporativa le confiere un valor agregado a las organizaciones y empresas que la ponen en práctica.

Llama la atención que la propia U de G identifique a la RSC en su objetivo general -y así lo publique en su temario- como “una suerte” de herramienta y no como una verdadera herramienta estratégica, llamarla así, si se acepta que realmente es una herramienta para la gestión, es desafortunado. En comparación, el curso MERGE de la U of L, se enfoca en la toma de decisiones éticas en un ambiente globalizado, la atención a los diferentes stakeholders y al papel de la empresa como ciudadano corporativo.

Es una noción más clara e incluyente. En cuanto a los objetivos específicos, el curso de RSC de la Universidad de Guadalajara, no hace mención en el temario a la sustentabilidad ambiental como sí lo hace el programa MERGE, lo cual es importante y debería estar presente en los objetivos de un curso de RSC. Por otra parte, ambos cursos se proponen desarrollar un pensamiento crítico en los alumnos, pero de diferente manera.

La U de G, plantea a la Responsabilidad Social Corporativa como una herramienta estratégica que le confiere valor agregado a las empresas que la aprovechan. Vista así, es una estrategia centrada en el autointerés, por el propio beneficio de la organización y cercana a la primera fase de la RSC propuesta por Carroll (1979), afín a la tendencia prevaleciente entre los directivos corporativos en cuanto a una creciente aceptación de un modelo amigable de la relación entre el rol económico básico de la firma y sus obligaciones sociales.

Por su parte, para la U of L, la RSC se centra en la toma de decisiones éticas, la globalización, la sustentabilidad y la atención a los stakeholders. Es planteada como un compromiso ético que debe ser asumido por las empresas.

Se acerca más a la Teoría del Stakeholder de Freeman (1984) al proponer en los objetivos del curso una postura incluyente que considera a todos los stakeholders que forman parte de la cadena de valor de una empresa y a los que es necesario

atender, sin olvidarse, por supuesto, de la viabilidad financiera de la empresa y por lo tanto, del primer stakeholder: los accionistas.

El programa MERGE de la U de L enfatiza en mayor medida que el curso de RSC de la U de G la importancia de la ética, es una diferencia de enfoques entre ambos cursos. Por lo tanto, ambos presentan diferencias en sus objetivos generales y específicos.

Tabla 1, Objetivos de los Cursos Analizados. Elaborado a partir de información del CUCEA de la Universidad de Guadalajara, (U de G, 2014) y de la Facultad de Administración de la Universidad de Lethbridge, (U de L, 2014).

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, RSC, (UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA. U DE G):

OBJETIVO GENERAL:

Dotar a los estudiantes de una serie de conceptos recursos y herramientas imprescindibles para la gestión de la responsabilidad social de las organizaciones en general y de los impactos que ésta tiene en la actuación empresarial de manera particular. De esta manera, por un lado, se podrá conocer el concepto y caracteres inherentes a tal fenómeno y por otro, se tendrán los elementos adecuados para poder implementar la RSC como una suerte de herramientas estratégica que ostenta un valor adicional para las empresas y organizaciones que la ponen en práctica”

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

Crear en los estudiantes un pensamiento crítico para generar nuevas estrategias y prácticas de cultura responsable a través del debate y la reflexión. Responder con eficiencia a las demandas del entorno y de su práctica profesional.

Promover vínculos entre MERGE (Gestión Responsable en un Ambiente Globalizado, Universidad de Lethbridge. U de L):

OBJETIVO GENERAL:

Análisis de las fuerzas que dan forma a la toma de decisiones en un ambiente organizacional caracterizado por el proceso de globalización. La interacción de los ambientes políticos, legal, regulatorio y social en el que opera una organización en relación con la toma de decisiones éticas, la administración de los stakeholders, la sustentabilidad y la ciudadanía corporativa.

OBJETIVO ESPECIFICOS:

- Reflexionar sobre los conceptos de la Responsabilidad Social
- Corporativa y la sustentabilidad ambiental en el contexto de una empresa específica y en el contexto de la industria
- Practicar las habilidades de presentación oral.
- Trabajo de manera colaborativa en equipo de trabajo.
- Evaluar de manera crítica las proclamas de las organizaciones tal y como las presentan en su página web.

PRERREQUISITOS:

Economía 1010 y Economía 1012

Resultados

Coincidencias de los dos programas con los principios del PRME

Existen coincidencias y contrastes entre ambos programas y no obstante que ninguna de las dos universidades ha firmado su adhesión al PRME (2007), los dos cursos muestran algunas coincidencias con estos principios, aunque esto no sea de manera deliberada.

Tabla 2: Resumen de Coincidencias de los dos Cursos Analizados con los Principios del PRME. Elaborado a partir de la información en la Página Web de la Universidad de Guadalajara (U de G, 2014), de la Facultad de Administración de la Universidad de Lethbridge (U de L, 2014) y del PRME del Pacto Mundial de la ONU (2007).

Universidad de Guadalajara.
CUCEA.
Curso: Responsabilidad Social Corporativa

Universidad de Lethbridge.
Facultad de Administración
Curso: MERGE. (Managing Responsible in a Global Environment).

Una diferencia importante es el mayor énfasis en la investigación del programa MERGE, pero ninguna de las dos universidades atiende los principios 5 Asociacionismo, ni el Principio 6, Diálogo. Las razones de esto fueron expuestas por los catedráticos entrevistados en las dos universidades caso de estudio.

La pregunta que vincula a los principios del PRME del Pacto Mundial con los planes de estudio en las dos universidades se planteó en función de cuáles de los principios fueron detectados.

Cuando se les comentó a los académicos de la U de G que el programa de RSC parecía atender solamente los Principios del PRME, 1, Propósito, 2, Valores, y 3, Método y se les preguntó a qué razón lo atribuían, todos manifestaron un desconocimiento sobre estos principios. Los académicos que imparten el curso de RSC no están al tanto de los principios del PRME y por ello el curso no los considera.

Coinciden en mayor medida en el caso de la U de L, ya que muestra coincidencias con cuatro de éstos, mientras que el programa de RSC de la U de G con tres. Ninguno de los dos cursos se apega totalmente a lo que éste propone. Estas coincidencias y contrastes se muestran en la tabla 2, a continuación:

Coincide con:
Principio 1: Propósito
Principio 2: Valores
Principio 3: Método

Coincide con:
Principio 1: Propósito
Principio 2: Valores
Principio 3: Método
Principio 4: Investigación

Asimismo, por lo expresado por los académicos entrevistados, se aprecia que la toma de decisiones está muy centralizada en la figura del rector, a quien perciben muy lejos. Entre estas decisiones estaría una eventual firma del PRME por parte del CUCEA.

Al comentarles a los académicos del curso MERGE de la U de L que su programa parecía atender solamente los principios 1, Propósito, 2, Valores, 3, Método, y 4, Investigación, pero no los principios 5, Asociacionismo ni el 6, Diálogo, las respuestas fueron: desconocimiento de los principios del PRME, falta de involucramiento de las autoridades universitarias y falta de una vinculación adecuada. Algunos de sus profesores – investigadores no están al tanto siquiera, de los principios del PRME, a pesar de que algunos de ellos dictan conferencias e imparten clases en diferentes partes del mundo, además de sus clases y proyectos de investigación en la U de L.

Respuesta a la pregunta de investigación

Respecto a la pregunta: ¿En qué medida coinciden los dos cursos de RSC con el PRME en dos universidades públicas ubicadas en dos contextos diferentes, México, un país emergente y Canadá, un país desarrollado?

Existen coincidencias y contrastes entre ambos programas a pesar de que ninguna de las dos universidades ha firmado su adhesión al PRME, los dos cursos muestran algunas coincidencias con estos principios, aunque esto no sea de manera deliberada y coinciden en mayor medida en el caso de la U de L, ya que muestra coincidencias con cuatro de éstos, mientras que el programa de RSC de la U de G con tres.

Cuando se les preguntó a los académicos qué razón lo atribuían, todos manifestaron un desconocimiento sobre estos principios. En la U de L, y a pesar de que el curso MERGE parece coincidir con los Principios del PRME, 1, Propósito, 2, Valores, 3, Método y 4, Investigación, algunos de sus profesores – investigadores no están al tanto siquiera, de dichos principios, a pesar de que algunos de ellos dictan conferencias e imparten clases en diferentes partes del mundo, además de sus clases y proyectos de investigación en esta universidad. Lo anterior se muestra en las tablas 3 y 4, a continuación:

Tabla 3: Resultados de las Entrevistas en el CUCEA de la Universidad de Guadalajara sobre las Coincidencias del curso de RSC con los Principios del PRME.

PREGUNTA EN ESPAÑOL COMO FUE PLANTEADA Y SU TRADUCCIÓN AL INGLÉS, IDIOMA EN EL QUE FUERON REALIZADAS LAS ENTREVISTAS A LOS ACADÉMICOS EN CANADÁ.

RAZÓN PREDOMINANTE EN LA U DE G.

COINCIDENCIA CON LOS PRINCIPIOS DEL PRME DE LA ONU

Pregunta: En el temario del curso de RSC de la U de G se logra apreciar que algunos temas coinciden con los principios del PRME del Pacto Mundial de la ONU:

El Principio 1, Propósito, el Principio 2, valores, y el Principio 3, Método. No veo en el temario que se atiendan los Principios 4, Investigación, el Principio 5, Asociacionismo, y el Principio 6, Diálogo. ¿A qué razón lo atribuye?

At the MERGE course most of the six PRME, principles of the Global Compact of the UN are considered, actually, four of them, but it does not consider the Principle 5, Partnership, neither Principle 6, Dialogue, which is the reason why?

Desconocimiento de los principios del PRME.

Coincide Con los principios:

1: Propósito 2: Valores 3: Método.

No se detectaron coincidencias con los principios:

4: Investigación 5, Asociacionismo, y ni 6, Diálogo.

1.- "Le voy a decir, en el aspecto de certificación, sí hay participación por parte de los empleadores, ellos dan su opinión sobre lo que están necesitando por parte de nuestros egresados, qué debilidades y qué fortalezas detectan, pero se hace con fines de la certificación. Pero conforme al PRME no lo detecta".

**RESPUESTAS.
CITAS ILUSTRATIVAS**

2.- "Yo pienso que la formación sí está, si nos ponemos a ver de manera integral la manera como, se desarrolló la currícula, el problema es que no hay integración, hace falta esa integración, uno de los problemas que nosotros tenemos es lo grande que es la universidad.

¿Sí? y las alianzas desgraciadamente se hacen a partir del rector y el rector está muy lejos.

Eso no quiere decir que es inalcanzable. pero sí se vuelve difícil.

Entonces, hace falta ese tipo de cosas, hay una instancia que se llama vinculación y esa instancia de vinculación, en cierta medida yo me imagino que tiene algo que ver, pero ellos como que no se bajan, de hecho el rector fue el coordinador de vinculación y él integraba a todo lo que era emprendimiento, de este, de los alumnos, y de los diferentes centros universitarios, pero era muy difícil que integremos, a toda la red universitaria, porque estamos muy grandes, somos muy grandes, entonces es más fácil en una universidad pequeña, que ese tipo de alianzas se logren porque están los funcionarios más a la mano, porque los convenios generalmente se hacen desde arriba".

Tabla 4: Resultados de las Entrevistas en la Facultad de Administración de la Universidad de Lethbridge sobre las coincidencias del curso MERGE con los Principios del PRME del Pacto Mundial de la ONU. La traducción a las respuestas de los académicos de la U de L fue hecha por el autor de la investigación.

PREGUNTA: (EN INGLÉS COMO FUE PLANTEADA Y SU TRADUCCIÓN AL ESPAÑOL).

RAZÓN PREDOMINANTE EN LA U DE L

COINCIDENCIA CON LOS PRINCIPIOS DEL PRME DE LA ONU

Question: At the MERGE course most of the six PRME, principles of the Global Compact of the UN are considered, actually, four of them, but it does not consider the principle 5, Partnership, neither Principle 6, Dialogue, which is the reason why? (Pregunta: En el temario del curso de RSC de la U de G se logra apreciar que algunos temas coinciden con los principios del PRME del Pacto Mundial de la ONU:

El Principio 1, Propósito, el Principio 2, valores y el Principio 3, Método. No veo en el temario que se atiendan los Principios 4, Investigación, el Principio 5, Asociacionismo y el Principio 6, Diálogo. ¿A qué Razón lo atribuye?

Desconocimiento de los principios del PRME. Falta de involucramiento de la autoridades universitarias y falta de una vinculación adecuada

Nota: Ambas fueron las razones más frecuentemente expuestas por los académicos entrevistados.

Coincidencias con los principios:

1: Propósito 2: Valores 3: Método 4: Investigación.

No se detectaron coincidencias con los principios: 5, Asociacionismo, y ni 6, Diálogo

1.- "Ni siquiera estaba al tanto de esos principios. ni creo que siquiera hayan sido considerados cuando se diseñó el curso MERGE.

No creo que hablemos con los empresarios y la razón es que no vemos la necesidad de hablar con ellos e influenciarlos.

Creemos que eventualmente los influenciaremos mediante nuestras publicaciones, así es como influimos en la sociedad, a través de lo que publicamos, de las conferencias a las que asistimos.

RESPUESTAS. CITAS ILUSTRATIVAS

Le hablamos a los empresarios sobre las investigaciones que estamos haciendo”

.2.- “En Canadá casi no tenemos universidades privadas. Muy pocas excepciones. Creo que las universidades canadienses en general son más críticas de los negocios en general que algunas universidades norteamericanas que son completamente pro negocios, completamente pro globalización.

Canadá no lo es del todo, es más una economía mixta con un cierto nivel de socialismo con libre empresa comparado con nuestro vecino que es más capitalista y en donde las empresas ven la conveniencia de vincularse con las universidades.

Diría que en general, en Canadá existe una tendencia a la desconexión entre la academia y el mundo de los negocios.

Probablemente veas más conexión entre Universidades y el gobierno, pero las universidades son financiadas públicamente. La universidad de Lethbridge está rodeada de pequeños negocios, what menos conexión”

Conclusión

Ante la grave crisis de ética en muchos de los negocios a nivel global, la desviación de la profesión de administrador de sus objetivos y compromisos sociales originales, (Khurana, 2007), el agravamiento de los problemas que aquejan a la sociedad contemporánea y para ser más efectiva en la atención a todos los stakeholders ante la ausencia de una regulación definida y efectiva por parte de los gobiernos, una alternativa viable podría ser que la enseñanza de RSC cuente con características que coincidan con los principios del PRME del Pacto Mundial de la ONU (2007).

Existe un desconocimiento por parte de la mayoría de los académicos entrevistados en ambas universidades hacia los principios del PRME y las coincidencias que muestran los programas con dichos principios son accidentales.

Aunque ninguno de los dos cursos analizados coincide con todos los principios del PRME (2007), ambos muestran en su contenido temas de relevancia que pudieran, eventualmente, complementar las propuestas planteadas en dichos principios.

El curso de RSC de la U de G, en la unidad 4 hace referencia a la responsabilidad social en las PYMES. El PRME no especifica que la responsabilidad social también le atañe a las empresas micro, pequeñas y medianas y pudiera interpretarse que la responsabilidad social es tema sólo de las grandes empresas, las corporaciones. Específicamente, el Principio 4 habla del impacto de las corporaciones en la creación de valor sostenible social, ambiental y económico (PRME 2007) y por lo tanto, la atención que el curso de RSC le brinda a las PYMES pudiera ser una aportación valiosa que complementara los Principios del PRME.

Sería pertinente una mayor especificidad por parte del PRME de que la responsabilidad social es para las grandes, medianas, pequeñas y micro empresas e inclusive para los individuos. La aportación del curso de RSC de la U de G en la unidad mencionada, complementaría positivamente a los principios del PRME de la ONU (2007).

El programa MERGE de la U de L, también podría aportar a las propuestas del PRME ya que en ninguno de los seis principios, menciona la palabra ética. El programa MERGE de la U de L tiene un fuerte enfoque en la ética y destina seis temas, a lo largo de tres unidades, la 4, la 5 y la 6, a hablar sobre este tema: ética de los negocios, ética personal, ética organizacional, ética y tecnología y ética en los negocios globales.

Una aportación que el programa MERGE podría hacer para complementar los planteamientos del PRME (2007), sería la inclusión de la ética en la responsabilidad social, ya que de manera coincidente con Freeman et al (2010), no es posible separar a los negocios de la ética y viceversa. Además, cuando se cuenta con fuertes bases éticas, se favorece la responsabilidad social.

En síntesis, las diferencias más importantes entre ambos programas radican en que el Programa MERGE de la U de L es más coincidente con los principios que propone el PRME del Pacto Mundial de la ONU, en cuatro de los seis principios. El programa de RSC de la U de G coincide con tres de los seis principios. El curso MERGE de la U de L se acerca más a la Teoría del Stakeholder.

Finalmente, de esta investigación se desprende otra pregunta y una hipótesis que futuras investigaciones ayudarán a responder: ¿Cómo cerrar la brecha entre la teoría y la práctica de la responsabilidad social para formar empresarios y directivos más comprometidos?

Hipótesis: La enseñanza de la teoría de los stakeholders, un mayor énfasis en la ética y la adopción de todos los principios del PRME del Pacto Mundial de la ONU (2007) en las escuelas de gestión, puede ayudar a cerrar la brecha entre la teoría y la práctica de la responsabilidad social para formar empresarios y directivos más comprometidos.

Esta investigación, como cualquier otra, tiene sus limitaciones. Aquí se ha llevado a cabo un estudio de caso comparado. Se ha mostrado lo que acontece en dos universidades, una en México y otra en Canadá que enseñan cursos de RSC y se analizó qué tanto se aproximan a los principios del PRME. Toca a futuras investigaciones aportar más conocimiento sobre este inagotable tema.

Referencias

- ANUIES. 2012. Página web. Consultada el 14 de noviembre de 2012 <http://www.anuies.mx>
- Aupperle Kenneth E. 1983. El concepto de responsabilidad social corporativa . “The Concept of Corporate Responsibility”. *Journal of Business Ethics*, February Volume 2, Issue 1: 1-2. Estados Unidos.
- Aupperle Kenneth E., Carroll Archie B. y Hatfield John D. 1985. Una revisión empírica de la relación entre la responsabilidad social corporativa y la rentabilidad . “An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability”. *The Academy of Management Journal*, Vol. 28, No. 2: 446-463. Estados Unidos.
- Burton Brian K. y Hegarty Harvey W. 1999. Algunas determinantes en la orientación de la responsabilidad social corporativa de los estudiantes . “Some Determinants of Student Corporate Social Responsibility Orientation”. *Business and Society* 38 (2): 188-205. Estados Unidos.
- Carroll Archibald B. 1979. Un modelo tridimensional del comportamiento corporativo. “A three-dimensional conceptual model of corporate performance”. *The Academy of Management Review*. Vol. 4, No.4:497-505. October. Estados Unidos.
- Carroll Archibald B. 1991. La pirámide de responsabilidad Social Corporativa: hacia una administración moral de los stakeholders organizacionales . “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders”, *Journal of Business Horizons*: 39-48. Estados Unidos.
- Clarkson, M., 1994. Un marco conceptual del stakeholder para el análisis y evaluación del comportamiento social corporativo. “A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance”, *Academy of Management Review*, 20: 92-117. Estados Unidos. Consultada el 3 de mayo de 2015 – abril 2014.
- Cornelius N. Wallace J., y Tassabehji, R., 2007. Un análisis de la responsabilidad social corporativa, identidad corporativa y la enseñanza de la ética en las escuelas de negocios. “An Analysis of Corporate Social Responsibility, Corporate Identity and Ethics Teaching in Business Schools”. *Journal of Business Ethics* No. 76: 17-35. Estados Unidos.
- Dimaggio P.J. and Powell W. (1983). La jaula de hierro revisada, isomorfismo institucional y racionalidad colectiva en el campo organizacional “The iron cage revisited”. *Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields*”. *American Sociological Review*, 48 147-60. Estados Unidos.
- Donaldson Thomas y Preston Lee E. 1995. La Teoría del Stakeholder de la corporación: conceptos, evidencias e implicaciones . *The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications*. *Academic Management Review*, January 1, 20:1: 65-91. Estados Unidos.
- Fisher M. 2009. Realismo capitalista: ¿No existe otra alternativa? . *Capitalism Realism: is there no Alternative?* Zero Books. Londres.
- Forsay, J. M., and Leigh, J. S. A. 2012. A primer on the Principles of Responsible
- Freeman Edward R. 1984. Administración estratégica: Una aproximación desde el stakeholder . *Strategic Management: A stakeholder approach*. Pitman Publishing, Business and Public Policy Series. Cambridge University Press. New York.
- Freeman Edward R. 1994. Las políticas de la teoría del stakeholder: Algunas indicaciones futuras . “The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directions”. *Business Ethics Quarterly* 4(4):409-422. Estados Unidos.
- Freeman Edward R., Harrison Jeffrey S. y Wicks Andrew C. 2010. Teoría del Stakeholder, el estado del arte . *Stakeholder Theory, the State of the Art*. Cambridge University Press. Cambridge, Estados Unidos.
- Freeman R.E. 1995. La patética historia de los negocios . “The Business sucks story”. *VaRoom (Virginia Resource Online On Management)*. University of Virginia, Estados Unidos.
- Geva Aviva. 2008. Tres modelos de Responsabilidad Social Corporativa: Interrelaciones entre la teoría, investigación y práctica . “Three Models of Corporate Social Responsibility: Interrelationships Between Theory, Research and Practice”. *Business and Society Review*, 113 Vol. 1: 1 – 41. Centre for Business Ethics at Bentley College. Blackwell Publishing, Oxford, Reino Unido.
- Ibrahim N.A. y Angelidis J.P. 1995 La orientación de la sensibilidad social corporativa de los directivos: ¿Existen diferencias entre los directivos internos y los externos? . “The Corporate Social Responsiveness Orientation of Board Members: Are there Differences between Inside and Outside Directors?” *Journal of Business Ethics*, 14,5: 405-410. Estados Unidos.
- Khurana Rakesh. 2007. De altos propósitos a manos contratadas: la transformación social de las escuelas norteamericanas de negocios y la promesa no cumplida de la administración como profesión . *From Higher Aims to Hired Hands: The Social Transformation of American Business Schools and the Unfulfilled Promise of Management as a Profession*. Princeton University Press. Princeton, Estados Unidos.
- LAI SUM, Laboratorio de Análisis Institucional del Sistema Universitario Mexicano., 2012. Página web. Consultada el 30 de mayo de 2014. <http://laisumedu.org/estudios/archivos/YUdeG-001-6CZC-08122009-.pdf>
- Louw, J. 2015. ¿Cambio de paradigma o ningún cambio real? Un Análisis Crítico de los Principios para una Educación en Gestión Responsable de la ONU . “Paradigm change” or no real change at all? A critical reading of the U.N. Principles for Responsible Management Education. *Journal of Management Education*, 39(2): 184-208.
- Mallot, M.J. 1993. Operacionalización del comportamiento social corporativo. Tesis doctoral no publicada . *Operationalizing corporate social performance*. Unpublished doctoral dissertation. University of Pittsburgh. Estados Unidos. *Management Education: Intellectual roots and waves of change*. *Journal of Management Education*, 36: 295-309.
- Mintzberg, Henry. 2004. Administradores, no MBA: una dura mirada a la práctica ligera de la administración y al desarrollo de la administración . *Managers, Not MBAs: A Hard Look at the Soft Practice of Managing and Management Development* , Berrett-Koehler Publishers. 2004. San Francisco, California, Estados Unidos.

- Nelson Jane. 2013. Directora de la Iniciativa de RSC de la Universidad de Harvard. VI Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables. Conferencia Magistral. "Presente y Futuro de la RSE". Revista Ganar – Ganar, Año 11, No. 62. Mayo – junio 2013: 50-51. México.
- ONU Organización de las Naciones Unidas 2007. Pacto Mundial, Global Compact. Página web. Consultada el 3 de julio de 2014. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles>
- Pinkston Tammie S. y Carroll Archie B. 1996. Una revisión retrospectiva de las orientaciones de la RSC: ¿Han cambiado? . "A retrospective examination of CSR orientations: Have they changed?". Journal of Business Ethics. Vol. 15, No. 2: 199-206. Febrero. Estados Unidos.
- Porter M y Kramer M. 2011. Creación de valor compartido: Cómo componer el capitalismo . "Creating Shared Value: How to fix capitalism". Harvard Business Review, Vol. 89, Nos.1-2 January- February. Estados Unidos.
- Principios para la Educación Responsable en Gestión, PRME 2007. Publicación del Pacto Mundial (Global Compact) de Naciones Unidas. Página web. <http://www.unprme.org/resource-docs/EDUCACIONRESPONSABLEPRMEencastellano.pdf>
- Research Infosource. 2012. Página web. Consultada el 31 de mayo de 2014. (<http://www.infosource.com/media/2012RUYYearTable.pdf>, 2012. Canadá.
- Schrempf Judith. 2012. La delimitación de la responsabilidad social corporativa: contracorriente, a favor de la corriente y RSC histórico . "The Delimitation of Corporate Social Responsibility: Upstream, Downstream and Historic CSR". Business & Society, XX (X): 4, junio, 12, 2012. Estados Unidos.
- Schwartz Mark S. y Carroll Archie B. 2003. Responsabilidad social corporativa, una aproximación de tres niveles . "Corporate Social Responsibility, a Three Domain Approach". Business Ethics Quarterly, Volume 13, No. 4: 503-530. Cambridge University Press. Cambridge, Estados Unidos.
- Smith Wanda J., Wokutch Richard E., Harrington Vernard K. y Dennis Bryan S. 2001. Una revisión de la influencia de la diversidad y el rol del stakeholder en la orientación social de las corporaciones . "An examination of the influence of diversity and stakeholder role on corporation social orientation". Business and Society, 40 (3): 266-294. Estados Unidos.
- Spencer Barbara A. y Butler John K. 1987. Medición de la importancia relativa de los componentes de la responsabilidad social: una aproximación desde el modelaje de decisiones . "Measuring the relative importance of social responsibility components: a decision modeling approach". Journal of Business Ethics. Vol. 6, No. 7:573-577. Estados Unidos.
- Statistics Canada. 2012. Población y conteo de viviendas para Canadá, provincias y territorios, censos de 2011 y 2006 . "Population and dwelling counts, for Canada, provinces and territories, 2011 and 2006 censuses". Pagina web. Consultada en enero 24, 2014.
- Swanson Diane L. 1995. Abordando un problema teórico mediante la reorientación del modelo de comportamiento social corporativo . "Addressing a Theoretical Problem by Reorienting the Corporate Social Performance Model". Academy Management Review. 20:1: 43-64. January. New York.
- Tricker, RI. 2012. La dependencia cultural de la gobernanza corporativa . "The Cultural Dependence of Corporate Governance". Keeping Good Companies. Vol. 64, No. 1: 27-31. Enero. Estados Unidos.
- U de G, Universidad de Guadalajara. 2014. Guía de Carreras Técnicas. Página web. Sitio administrado por la Coordinación de Innovación Educativa y Pregrado, U de G. consultada en mayo de 2014. www.guiadecarreras.udg.mx
- U de G, Universidad de Guadalajara. 2015. Informe de Actividades 2014-2015. Rectoría General. Página web.
- U de L, Universidad de Lethbridge 2014. Reporte Anual 2013-2014 . Annual Report 2013-2014. Página web. http://www.uleth.ca/vp-admin/sites/vp-admin/files/2013-14%20Annual%20Report_June%206%202014.pdf. Consultada el 3 de mayo de 2015. Canadá.
- UNESCO 2000. Conferencia Mundial sobre la Educación Superior. La Nueva Dinámica de la Educación Superior y la Investigación Para el Cambio Social y el Desarrollo. Comunicado, 8 de julio. París, Francia.
- Universidad John Hopkins. 2008. Folleto disponible en http://carey.jhu.edu/bin/o/q/Johns_Hopkins_Global_MBA.pdf. Traducción del original en inglés por el autor de la investigación.
- Wartick Steven L. y Cochran Philip L. 1985. La evolución del modelo de comportamiento social corporativo . "The evolution of the Corporate Social Performance Model". The Academy of Management Review. Vol 10. No. 4: 758-769. October. Estados Unidos.
- Wood, Donna J. 1991. Comportamiento social corporativo revisitado . Corporate Social Performance Revisited. Academy of Management Review. 16:4: 691: 718. October. New York.

MEJORANDO LA CALIDAD DE VIDA EN NIÑOS DE ALTAMIRA

Fernando Martín Hernández Quintero.
Concepción León Reséndiz.

Introducción

El análisis de la Responsabilidad Social en el ámbito del fomento del desarrollo comunitario en Niños de la Escuela Crescenciano Juárez se destaca por la participación de diversas instituciones sociales. Las cuales han realizado una conveniente sinergia en apoyo a este sector vulnerable.

La Responsabilidad Social Empresarial es una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

La responsabilidad social aplicada por la Universidad Tecnológica de Altamira, se ha enfocado en la creación de Ambientes Sociales Dinámicos de desarrollo comunitario, al suscitar el encuentro social entre niños y jóvenes que favorezcan en un sentido positivo su propio desarrollo humano mediante una interacción planificada que haga posible la vivencia de experiencias sociales y educativas que causen un impacto en su vida personal.

Los resultados del trabajo realizado mediante una sinergia organizacional en la Responsabilidad Social aplicada por instituciones que benefician a los niños en situación vulnerable en la escuela Crescenciano Juárez, ha denotado que tienen necesidades significativas en su calidad de vida.

La percepción que se tiene al trabajar en conjunto en apoyo a los Niños es que se apoya mejor en las necesidades de los niños más vulnerables y se colabora en el desarrollo de una mejor sociedad.

Revisión de la literatura

1. Bases Teóricas. Conceptos y fundamentación

1.1. Desarrollo comunitario

Chacón Blanco María Dolores (2010) señala en su trabajo *El Desarrollo Comunitario* que el concepto de Comunidad tiene sus orígenes en el término latino “communis”, que se refiere a personas que viven juntas, compartiendo algo en un mismo espacio. En Sociología el concepto es introducido por F. Tönnies en 1887, estableciendo una distinción entre la Sociedad y la Comunidad, siendo en ésta sus manifestaciones fundamentales la vida familiar, de aldea, su moral y sus costumbres.

Para Marco Marchioni, la Comunidad es un conjunto de personas que habitan en el mismo territorio, con ciertos lazos y ciertos intereses comunes. Sus elementos fundamentales son: el territorio, la población, la demanda y los recursos, teniendo en cuenta que el segundo elemento, la población, es considerada como fuente de demanda y de recursos.

Es ésta una forma de ver a la comunidad como una dimensión territorial, institucional y urbanística en donde puede darse la máxima integración de las prestaciones sociales y la mejor coordinación de recursos y en donde es posible una participación organizada (además de la espontánea) de la población.

1.2. Calidad de vida

A menudo el concepto de “bienestar se usa como sinónimo de calidad de vida. El concepto de calidad de vida representa un “término multidimensional de las políticas sociales que significa tener buenas condiciones de vida “objetivas” y un alto grado de bienestar “subjetivo”, y también incluye la satisfacción colectiva de necesidades a través de políticas sociales en adición a la satisfacción individual de necesidades”.

Calidad de vida contiene dos dimensiones principales:

a) Una evaluación del nivel de vida basada en indicadores “objetivos”;

b) La percepción individual de esta situación, a menudo equiparada con el término de bienestar (well-being).

La calidad de vida es un concepto multidimensional e incluye aspectos de bienestar (well-being) y de las políticas sociales: materiales y no materiales, objetivos y subjetivos, individuales y colectivos.

1.3. Ambiente educativo

El ambiente se deriva de la interacción del hombre con el entorno natural y social que lo rodea.

El espacio físico son las paredes que delimitan el aula, los enseres y materiales educativos que se encuentran en ella, pero que carecen de vida y sentido sino se les interrelaciona, sino hay un motor que los engrane, que los mueva, que propicie una serie de relaciones de estos con los demás actores.

Desde otros saberes, el ambiente es concebido como el conjunto de factores internos –biológicos y químicos- y externos, -físicos y psicosociales- que favorecen o dificultan la interacción social.

El ambiente debe trascender entonces la noción simplista de espacio físico, como entorno natural y abrirse a las diversas relaciones humanas que aportan sentido a su existencia. Desde esta perspectiva se trata de un espacio de construcción significativa de la cultura de acuerdo con Lucía Sauv , 1994, que cita Viveros Acosta en su trabajo de *Ambientes de Aprendizaje*.

1.4. Situación vulnerable en niños de educación básica.

El Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) señala que la situación de vulnerabilidad que enfrenta la niñez en México está basada fundamentalmente en dos razones:

La primera es que las niñas y niños forman parte de un grupo que, al estar en proceso de formación y desarrollo, mantiene una relación de mayor dependencia con otras personas, por ejemplo, para

acceder a una alimentación adecuada, a servicios médicos y educativos y en general a cualquiera de los derechos reconocidos.

La segunda es que frecuentemente la violación de los derechos de la infancia es poco visible en relación con otros grupos de la población.

La niñez es una etapa fundamental de aprendizaje que tiene efectos a largo plazo, lo que suceda en la infancia tendrá gran influencia en el resto de la vida y, en este sentido, en la vida de las comunidades. Un ambiente de desarrollo donde existe la igualdad de oportunidades, de acceso a la educación, la salud y esparcimiento, por mencionar algunas, es una condición sin la cual es difícil pensar que en la vida adulta no enfrentarán o incluso reproducirán la discriminación, la exclusión y la marginación social.

1.5. Sinergia entre organizaciones.

Sinergia significa cooperación, y es un término de origen griego, "synergía", que significa "trabajando en conjunto". La sinergia es un trabajo o un esfuerzo para realizar una determinada tarea muy compleja, y conseguir alcanzar el éxito al final. La sinergia es el momento en el que el todo es mayor que la suma de las partes, por tanto, existe un rendimiento mayor o una mayor efectividad que si se actúa por separado.

Londoño Sáenz (2013) menciona en su obra Teoría del Desarrollo Humano y Organizacional que la cantera de principios que inspiran las políticas, que desde el punto de vista de la filosofía organizacional, dice "que" debe hacerse para lograr efectiva y realmente resultados productivos, dándole a las normas una base sólida que les permita cumplir su función de complementar el "qué hacer", determinándole las circunstancialidades de modo, de lugar, de tiempo, de espacio, de cantidad, de razón, de uso, de personas, etc.

Como puede verse, queda claramente sentado el principio de que la filosofía, las políticas y los objetivos, corresponden en su orden: la filosofía, al pensamiento ideológico de la empresa, las políticas, a lo que se dice que se haga acerca de la filosofía organizacional y los objetivos, a los

resultados generales o específicos concentrados en las funciones básicas de crecimiento evolutivo, supervivencia, productividad, proyección social y protección del ambiente.

1.6. ¿Qué es Responsabilidad Social Empresarial?

Cajiga Calderón en su trabajo sobre responsabilidad social empresarial afirma que es inherente a la empresa, recientemente se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos (grupos de relación, grupos de interés, públicos o stakeholders) con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

1.7. Importancia de las empresas privadas en la responsabilidad social.

El conocimiento de la comunidad y sus características es fundamental para desarrollar con éxito cualquier negocio. Muchos empresarios estiman que si la comunidad en la que operan no es sana, entonces la actividad de negocios que pretende desarrollar se verá afectada, por lo cual se estima que la empresa tiene la responsabilidad de contribuir a la salud y prosperidad de la comunidad.

Hay varias formas de contribuir con la localidad por parte de la empresa, desde apoyos menores a proyectos hasta apoyos que engloben un desarrollo integral; esto último puede incluir una variedad de aspectos, tales como prácticas ambientales, políticas sobre ética, asuntos relativos al trabajo y la familia, temas de salud, etc.

No existe una sola vía para trabajar con la comunidad, pero siempre es importante ver cómo la empresa vincula a los pobladores con su negocio, de manera que sea posible cuantificar los beneficios que recibirá la compañía. De otra manera, estamos hablando de acciones simples y reactivas, con las que la empresa aborda una coyuntura y que no se relacionan con su quehacer ni con sus trabajadores.

a) Descripción de la experiencia de actividades que suscitan la sinergia.

Ambientes sociales dinámicos: En este sentido se considera importante los ambientes sociales dinámicos, es decir, el hecho de suscitar el encuentro social entre niños y jóvenes que favorezcan en un sentido positivo su propio desarrollo humano mediante una interacción planificada que haga posible la vivencia de experiencias sociales y educativas que causen un impacto en su vida personal.

Sinergia organizacional: En el presente proyecto se estableció la necesidad de conjuntar esfuerzos entre docentes, alumnos de educación superior, organizaciones civiles y empresas privadas, además de instituciones del sector público.

Las actividades que se determinaron para cristalizar la sinergia organizacional y creación de ambientes sociales dinámicos que favorecen el desarrollo a la comunidad son:

- a. Eventos deportivos
- b. Apoyos alimenticios
- c. Eventos culturales

Fases de implementación que suscitan la sinergia.

- I. Detección de los grupos vulnerables.
- II. Concientización en alumnos de educación superior, organizaciones civiles y empresas privadas, además de instituciones del sector público.
- III. Se establece una planificación con los alumnos de educación superior para beneficiar a los grupos vulnerables.
- IV. Ejecución de las actividades mediante ambientes sociales dinámicos.
- V. Evaluación de resultados.

Figura 1. Favoreciendo la creación de Ambientes Sociales Dinámicos mediante la Sinergia Organizacional.



Método

Se aplicó un instrumento que analiza la situación de sus posibles carencias en la calidad de vida, así como de los apoyos recibidos para mejorarla a niños de educación básica.

Aplicación de un instrumento a instituciones que han beneficiado a niños para mejorar su calidad de vida y establecer su responsabilidad social.

En la presente investigación se utiliza un método cuantitativo que así mismo es de conocimiento matemático, ya que su principal cualidad es la utilización de números, siendo presentados los resultados en gráficos con el único objetivo que la información obtenida sea confiable y ayude a tomar decisiones claras y precisas. Una de las ventajas de este método es que puede ser más objetivo en la relación de obtención de datos. Asimismo, una desventaja es que se recomienda estudiar una amplia porción de la población porque cuando es más grande la muestra investigada más precisos serán los resultados.

2.1. Instrumentos de medición

En esta investigación se utilizará el método cuantitativo (encuestas) siendo este el método más utilizado para la recolección de datos, consistiendo en un conjunto de preguntas respecto de uno o más variables a medir. Existen dos tipos de preguntas cerradas y abiertas. En este estudio se utilizarán preguntas cerradas ya que estas contienen opciones de respuestas delimitadas.

2.2. Determinación de la población

Esta investigación se aplicará a los niños de la Escuela Primaria Crescenciano Juárez. En total son 137 niños.

14 personas que representan instituciones que han apoyado a los niños, de la Universidad Tecnológica fueron 6, de Banorte 3, de Asociación Niño de Barro 2, dl DIF Altamira 3.

2.3. Determinación de la muestra

Cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la población.

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

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

Según diferentes seguridades, el coeficiente de Z_{α} varía así:

Se utilizará el nivel de confianza del 90% el coeficiente sería 1.645

En donde, utilizaremos estos datos para esta investigación:

N= tamaño de la población (137)

Z= nivel de confianza (1.645) al cuadrado

P= probabilidad de éxito, o proporción esperada (50%) (0.5)

Q= probabilidad de fracaso (0.5)

D= precisión (Error máximo admisible en términos de proporción) (0.3) al cuadrado

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

Datos a utilizar:

N= 137

Z= 1.645 al cuadrado

P= 0.5 (50% = 0.5)

Q= 1-P = 0.5=

D= 3%= 0.03 cuadrado

$$1.-N = \frac{37 + (1.645)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.03)^2 \times (137-1) + (1.645)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$2.-N = \frac{137 + 2.7060 \times 0.5 \times 0.5}{0.0009 \times 136 + 2.7060 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$3.-N = \frac{139.706 \times 0.5 \times 0.5}{0.1224 + 2.7060 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$4.-N = \frac{34.9265}{2.8284 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$5.N = \frac{34.9265}{0.7071} = 49.3940 = 49$$

En conclusión, solo se entrevistarán a 49 niños.

Instrumento de medición que se aplicó a los niños de educación primaria.

El instrumento utilizado incluyó preguntas referentes al análisis de la situación de los niños en cuanto a su calidad de vida, una de las preguntas referentes a esto es la siguiente:

¿En tu familia han tenido dificultades para satisfacer alguna de las siguientes necesidades?

- a) Alimentación b) Vestimenta c) Vivienda
- d) Actividades de diversión e) Transporte f) Salud

Asimismo, en la encuesta se consideró importante obtener información sobre los apoyos que los niños reciben por parte de la Universidad Tecnológica de Altamira. En este sentido figuran las siguientes preguntas:

¿Los alumnos y maestros han llevado alguno de los siguientes apoyos?

- a) Actividades de diversión b) Comida
- c) Juguetes d) Vestimenta

Las actividades que han realizado los alumnos y Maestros de la Universidad consideras que han sido:

- a) Malas b) Regulares c) Buenas d) Muy buenas

Las actividades que han realizado los alumnos y Maestros de la Universidad consideras que han ayudado a:

- a) A mejorar tu autoestima
- b) Estudiar mejor
- c) Tener buena alimentación
- d) Divertirte
- e) Tener una buena orientación para tu vida

Resultados

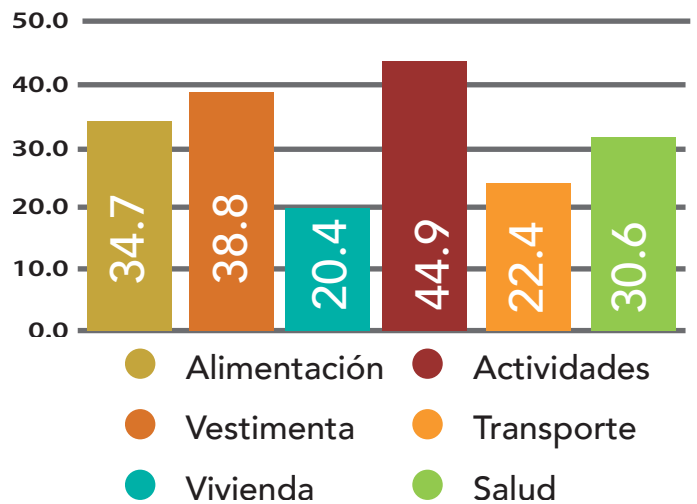
a. Análisis de resultados de la encuesta aplicada a niños de educación primaria.

Se desarrollan los resultados en el presente trabajo de las preguntas 1, 5, 6 y 7 por considerarse medulares para la justificación del objetivo e hipótesis planteadas.

En las preguntas 1 y 5 los niños pudieron responder a varias opciones en la misma pregunta.

1.- ¿En tu familia han tenido dificultades para satisfacer alguna de las siguientes necesidades?

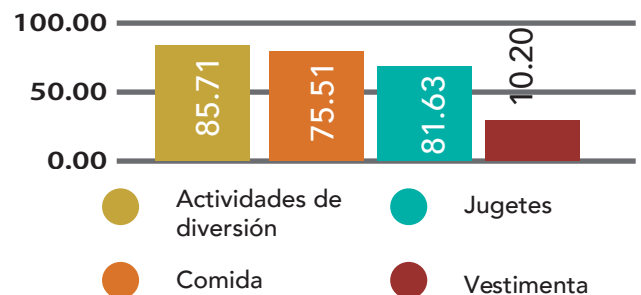
Gráfica 1. Respuestas a la pregunta número 1.



La mayor necesidad que no se satisface en las familias de los niños es la de actividades de diversión con 44.9%, en segundo lugar está la necesidad de vestimenta con un 38.8 %, en un tercer lugar la de alimentación un 34.7%, en cuarto lugar la de salud con un 30.6%, en quinto lugar de transporte con un 22.4% y en sexto lugar la de vivienda con un 20.4%.

5. ¿Los alumnos y maestros han llevado alguno de los siguientes apoyos?

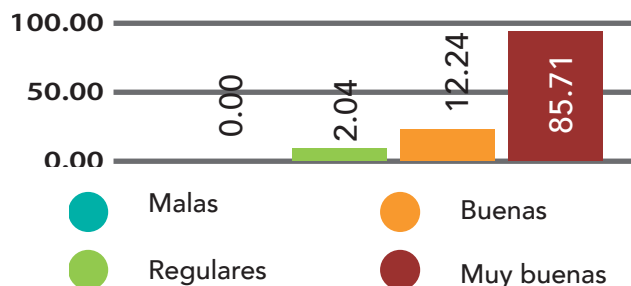
Gráfica 5. Respuestas a la pregunta número 5.



En cuanto a los apoyos recibidos por alumnos y maestros los niños indican que en primer lugar se han recibido actividades de diversión con un 85.7%, en segundo lugar, juguetes con un 81.6% en tercer lugar comida con un 75.5% y en cuarto lugar vestimenta con un 10.2%.

6.- Las actividades que han realizado los alumnos y Maestros de la Universidad consideran que han sido:

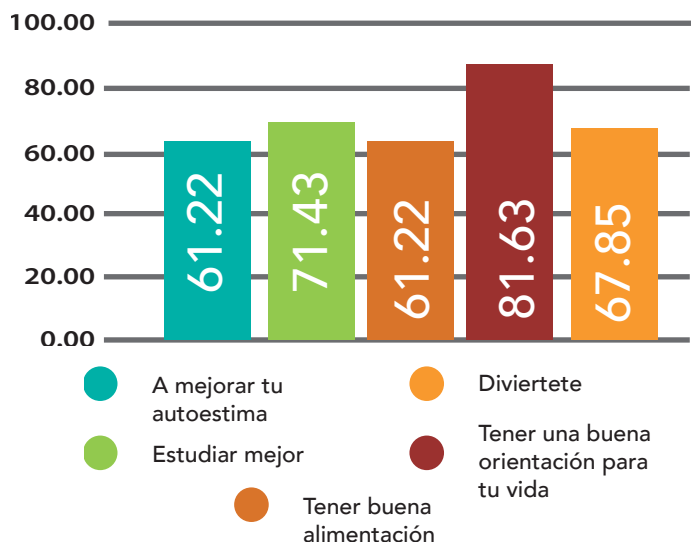
Gráfica 6. Respuestas a la pregunta número 6.



En cuanto a cómo consideran las actividades que los alumnos y maestros desarrollan en apoyo a los niños, ellos califican que en primer lugar como muy buenas con un 85.7%, en segundo lugar, como buenas con un 12.2%, en tercer lugar, como regulares con un 2.04%.

7. Las actividades que han realizado los alumnos y Maestros de la Universidad consideras que han te han ayudado a:

Gráfica 7. Respuestas a la pregunta número 7.



En cuanto al tipo de beneficio que han recibido los niños mediante los apoyos de la Universidad, por medio de los alumnos y maestros, han contestado en primer lugar que les han ayudado a divertirse con un 81.6 %; en segundo lugar, a estudiar mejor con un 71.4 %; en tercer lugar a tener una buena orientación para su vida con un 67.3%; en cuarto lugar a mejorar su autoestima y a tener una buena alimentación con un 61.2 %.

Instrumento de medición que se aplicó a los integrantes de Instituciones que Apoyan a Niños de Escasos Recursos en la Escuela Crescenciano

Juárez

El instrumento utilizado incluyó preguntas referentes al análisis de la percepción que tienen los participantes de las instituciones que apoyan a los niños, sobre los tipos de beneficios, y sobre como catalogan su actividad altruista como empresa socialmente responsable. Algunas de las preguntas referentes a esto son las siguientes:

1. ¿A qué institución pertenece?
2. ¿La institución que representa ha llevado alguno de los siguientes apoyos?

- a) Actividades de diversión.
- b) Comida.
- c) Juguetes.
- d) Vestimenta.

3. Las actividades que han realizado por medio de su institución en beneficio de los niños considera que han ayudado a:

- a) A mejorar su autoestima.
- b) Estudiar mejor.
- c) Tener buena alimentación.
- d) Divertirse.
- e) Tener una buena orientación en su vida.

4. Las actividades que han realizado por medio de su institución en beneficio de los niños, consideras que hacerlo en conjunto con otras instituciones fortalece la Responsabilidad Social:

- a) Sí.
- b) No.

5. Las actividades que han realizado por medio de su institución en beneficio de los niños, consideras que hacerlo en conjunto con otras instituciones puede proporcionar alguno(s) de los siguientes beneficios:

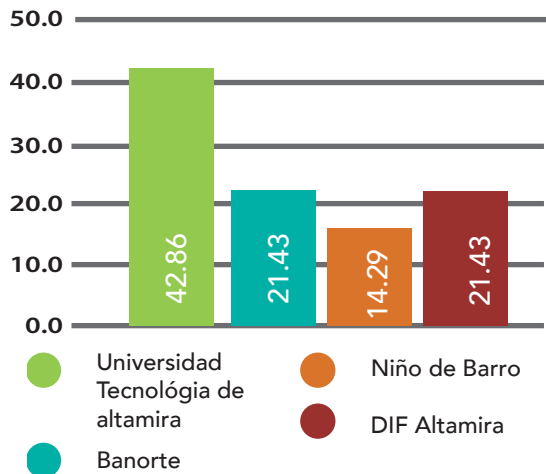
- a) Apoyar mejor en las necesidades de los niños más vulnerables.
- b) Mejorar la percepción de ser parte de una empresa Socialmente Responsable
- c) Colaborar en el desarrollo de una mejor sociedad.
- d) Mayor compromiso con la empresa que represento al ser partícipe de este tipo de proyectos.
- e) Tener experiencias de sensibilización personal al poder beneficiar a los niños.

a. Análisis de resultados de la encuesta aplicada a integrantes de instituciones que apoyan a niños de escasos recursos en la Escuela Crescenciano Juárez Castro.

La encuesta se aplicó a 14 personas que representan instituciones que han apoyado a los niños, de la Universidad Tecnológica fueron 6, de Banorte 3, de Asociación Niño de Barro 2, dl DIF Altamira 3. Para la presentación de la presente investigación se consideró que las preguntas más importantes corresponden a las siguientes: 1, 3, 5 y 7.

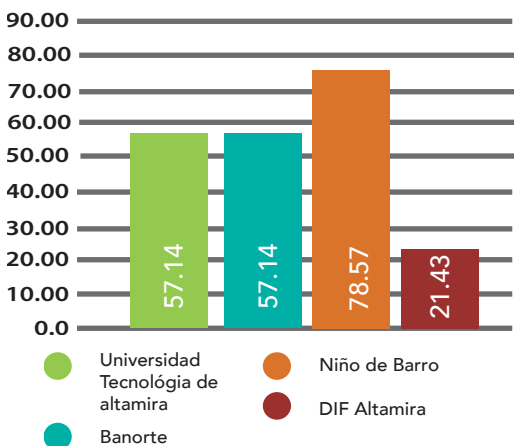
En las preguntas 3, 5 y 7 los representantes de las instituciones pudieron responder a varias opciones en la misma pregunta.

1.- ¿A qué institución pertenece?



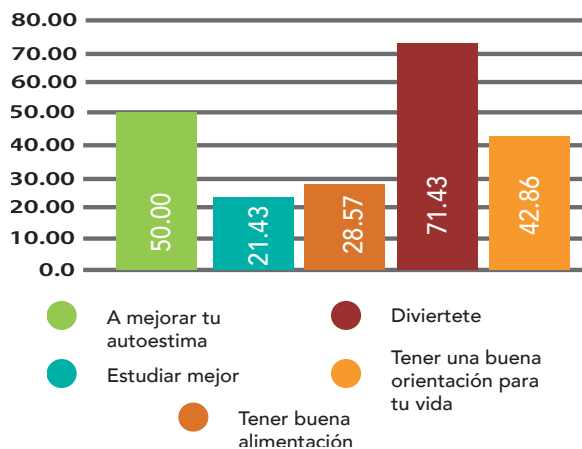
En cuanto a los resultados obtenidos en la primera pregunta la Universidad Tecnológica de Altamira representa un 42.8 %, Banorte con un 21.4 %, la Asociación Niño de Barro 14.2 % y DIF Altamira un 21.4 %.

3. ¿La institución que representa ha llegado alguno de los siguientes proyectos?



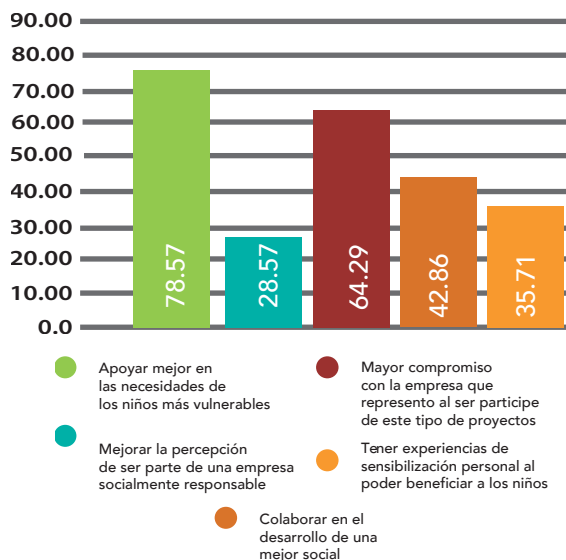
En cuanto a los apoyos que otorgan las instituciones a los niños los representantes contestaron que en un mayor porcentaje otorgan Juguetes con un 78.5 %, en segundo lugar la Comida y las Actividades de Diversión con un 57.1 %, en tercer lugar la Vestimenta con un 21.4 %.

5. Las actividades que han realizado por medio de su institución en beneficio de los niños considera que han ayudado a:



En cuanto al beneficio que otorgan las actividades que realizan con los niños los representantes contestaron que en un mayor porcentaje les ayudan a Divertirse con un 71.4 %, en segundo lugar a Mejorar su Autoestima con un 50 %, en tercer lugar a Tener una buena orientación en su vida con un 42.8 %, en cuarto lugar a Tener una Buena Alimentación 28.5 %, y en quinto lugar a Estudiar Mejor con un 21.4 %.

5. Las actividades que han realizado por medio de su institución en beneficio de los niños considera que han ayudado a:



En cuanto a los beneficios que les puede proporcionar a los representantes de las instituciones el realizar las actividades en conjunto con otras instituciones consideraron en primer lugar que el Apoyar mejor en las necesidades de los niños más vulnerables con un 78.5 %, en segundo lugar el Colaborar en el desarrollo de una mejor sociedad con un 64.2 %, en tercer lugar un Mayor compro-

miso con la empresa que represento al ser partícipe de este tipo de proyectos con un 42.8 %, en cuarto lugar el Tener experiencias de sensibilización personal al poder beneficiar a los niños con un 35.7 % y en quinto lugar el Mejorar la percepción de ser parte de una empresa Socialmente Responsable con un 28.5 %.

Discusión y conclusiones

Habiendo realizado el análisis de los conceptos planteados en la presente investigación, tales como Responsabilidad Social, Sinergia, Ambientes Sociales Dinámicos y Calidad de Vida, se ha logrado establecer que la correlación de los mismos favorece significativamente en el desarrollo comunitario planteado para los niños de la Escuela Crescenciano de Altamira.

Así pues, en el presente trabajo se han contestado las preguntas de investigación consideradas, lográndose el cumplimiento del objetivo y la comprobación de las hipótesis planteadas.

En cuanto al objetivo, se logró analizar la Responsabilidad Social mediante la creación de ambientes sociales dinámicos para el desarrollo comunitario en niños de la Escuela Crescenciano en el municipio de Altamira.

En cuanto a la comprobación de las hipótesis se verificaron positivamente en base a los resultados arrojados por el análisis de la aplicación de instrumentos.

La Hipótesis 1: La Responsabilidad Social realizada en conjunto por diversas organizaciones contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los niños de la Escuela Crescenciano, pudo comprobarse positivamente. A continuación se integran algunos datos que lo sustentan.

Los resultados del trabajo realizado mediante una sinergia organizacional en la Responsabilidad Social aplicada por instituciones que benefician a los niños en situación vulnerable en la escuela Crescenciano Juárez, ha contribuido principalmente en llevar a cabo mediante la entrega de Juguetes con un 78.5 %, Actividades de Diversión con un 57.1 %, que proporcionan felicidad a los niños, así como han aportado Comida para su Alimentación en un 57.1 %, y Vestimenta con un 21.4%.

La percepción que se ha logrado en los niños en referencia a los apoyos recibidos es de que les han ayudado a Divertirse con un 81.6%, en segundo lugar a estudiar mejor con un 71.4 %, en tercer lugar a tener una buena orientación en su vida con un 67.3 %, en cuarto lugar el tener una buena alimentación con un 61.2 % y en quinto lugar a mejorar su autoestima con un 61.2 %.

En la Hipótesis 2: La creación de ambientes sociales dinámicos en beneficio de los niños contribuye al mejoramiento de su calidad de vida, pudo comprobarse positivamente. A continuación se integran algunos datos que lo sustentan.

La percepción que se tiene de la responsabilidad social aplicada por la Universidad Tecnológica de Altamira, en la creación de Ambientes Sociales Dinámicos de desarrollo comunitario, suscitando el encuentro social entre niños y jóvenes que favorecen en un sentido positivo su propio desarrollo humano mediante una interacción planificada que haga posible la vivencia de experiencias sociales y educativas que causen un impacto en su vida personal.

Asimismo, otras instituciones, como Banorte, Asociación Niño de Barro y el Sistema DIF Altamira han participado haciendo Sinergia con su Responsabilidad Social y han contribuido en la mejora de la calidad de vida de los infantes.

La percepción de los organizadores de las actividades a favor de los niños en las organizaciones mencionadas; al referir su percepción de trabajar en conjunto beneficiando a los niños,

es que se apoya mejor en las necesidades de los niños más vulnerables con un 78.5 %, y en segundo lugar a colaborar en el desarrollo de una mejor sociedad con un 64.2%, en tercer lugar mayor compromiso con la empresa que represento al ser partícipe de este tipo de proyectos con un 42.8 %, en cuarto lugar tener experiencias de Sensibilización personal con un 35.7 % y en quinto lugar el mejorar la percepción de ser una Empresa Socialmente Responsable con un 28.5%.

En este sentido, es importante resaltar que aunque el énfasis que motiva a los organizadores en la realización de las actividades en beneficio de los niños es mejorar la calidad de vida de los infantes; algunos rasgos de la creación de ambientes sociales dinámicos, se reflejan en los resultados, tales

como el desarrollo de una mejor sociedad con un 64.2% y que las experiencias de sensibilidad personal son importantes (35.7 %).

Asimismo los niños en su percepción en este sentido han expresado que las actividades benefician su autoestima (61.2 %), les ayudan a estudiar mejor (71.4 %) y a tener una buena orientación en su vida (67.3 %).

Así pues, es de destacarse que la creación de Ambientes Sociales Dinámicos mediante una continua sinergia de Responsabilidad Social de diversas instituciones favorece significativamente la calidad de vida de grupos vulnerables y mejora a las propias organizaciones en su posicionamiento interno y externo.

Bibliografías

Cajiga Calderón, Juan Felipe (2016). El concepto de responsabilidad social empresarial. Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). Recuperado el 16 de mayo de 2016. Página electrónica: http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Chacón Blanco, María Dolores. (2010). Desarrollo Comunitario. Innovación y Experiencias Educativas. España.

Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación. (2016) Grupos en situación de discriminación. Discriminación Niñas y niños. Secretaría de Gobernación. México.

Londoño Sáenz, Héctor y Arcila Rincón, María Patricia. (2013). Manual de introducción a la teoría de desarrollo humano y organizacional, fundamentada en la sinergia motivacional y la productividad. Universidad de Manizales.

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Programa de Psicología.

Palomba, Rossella (2002). Calidad de Vida: Conceptos y medidas. CEPAL. Recuperado 20 de mayo de 2016. Página electrónica: http://www.cepal.org/celade/agenda/2/10592/envejecimientorp1_ppt.pdf

Viveros Acosta, Patricia Iris. Ambientes de Aprendizaje. Una opción para mejorar la calidad de la educación. Universidad Euro Hispanoamericana.

“CASO PRÁCTICO DE ALUMNOS DE LA CARRERA DE DESARROLLO DE NEGOCIOS DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE ALTAMIRA, EN LA GENERACIÓN DE MUEBLES ELABORADOS CON MATERIAL RECICLADO; COMO FACTOR DETONANTE DE LOS EJES SUSTENTABLES EN LAS ZONAS VULNERABLES DEL MUNICIPIO DE ALTAMIRA, TAMAULIPAS”.

Bado Rodríguez Sergio.
Gutiérrez Icarí Patricia.
Pecina Montiel Xochitl.

Introducción

En el municipio de Altamira, se generan dos polos: Uno el del crecimiento económico del sector productivo, portuario y de movimiento de mercancías; y el otro en donde se gestan las desigualdades humanas y empobrecimiento, En referencia a los 43 municipios que componen al estado de Tamaulipas.

Altamira ocupa el 3 lugar en el sector de pobreza extrema. Por ello, la academia de “Formación Sociocultural” de la Universidad Tecnológica de Altamira, genera propuestas basadas en el diseño de actividades que permitan a los alumnos en primer término; identificar áreas de oportunidad que impacten en las necesidades de la comunidad y en un segundo plano, proponer productos que estén basados en los ejes sustentables que coadyuven como un factor de apoyo a las soluciones relacionadas con la pobreza.

De tal forma, se pueda construir mediante el estudio de este caso, programas enfocados al desarrollo de una sociedad sustentable y que permita la participación de la iniciativa privada, del sector educativo y del gobierno

Antecedentes.

Enclavado en la zona sur del Estado Tamaulipas, se ubica el municipio de Altamira; el cual ha sido testigo del devenir histórico de nuestra Nación. En donde la riqueza natural y sus tradiciones son factores que permitan la formación de comunidades, las cuales buscan la generación del bienestar individual como familiar.

Muestra de esto, es la actitud de la iniciativa privada; ya que gracias a los factores que han imperado en estos últimos 10 años; siguen encontrando atractivo el invertir sus capitales en esta zona del país. Como ejemplo es “la expansión de la planta de Dupont en Altamira, la cual estará concluida en el primer trimestre del 2016, actualmente se encuentra en su tercer año de inversión, que asciende a más de 500 millones de dólares”. Macías. (2014). La expansión de Dupont en Altamira. Expreso.press, 1.

Debido a esto; en 1994 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorgó a la Administración Portuaria Integral de Altamira, S.A. de C.V., (API Altamira) la concesión integral para el uso, aprovechamiento y explotación de los bienes localiza-

dos dentro del recinto portuario de Altamira, que cuenta con una extensión territorial de 3,075 hectáreas, de las cuales 613 son superficies de litoral del Golfo de México, 859 se reservan como áreas de navegación y 1,603 están destinadas para el desarrollo de terminales y la prestación de servicios portuarios.

Convirtiéndose el municipio de Altamira, en un polo del desarrollo de México, ya que el corredor industrial ha mostrado una evolución positiva en relación con la instalación de empresas de diversos sectores, pues lo que se busca es que las diversas industrias encuentren en la zona sus insumos y medios de transporte para repercutir en una mayor rentabilidad. Y esto, permita un desarrollo integral de los ejes sustentables de la región. Enfocados a la generación de los satisfactores básicos en la población

Sin embargo, a pesar del crecimiento de oportunidades laborales, la demografía del municipio, va cambiando generando que diversos indicadores, se convierten en áreas que requieren especial atención por parte de los diversos sectores de la sociedad.

Tal como se puede apreciar, en la siguiente tabla 1:

INDICADORES SOCIODEMOGRÁFICOS DEL MUNICIPIO DE ALTAMIRA. AÑO 2010		
INDICADORA	LTAMIRA (MUNICIPIO)	TAMAULIPAS (ESTADO)
POBLACIÓN TOTAL 2010	212,001	3,268,554
TOTAL DE HOGARES Y VIVIENDAS PARTICULARES HABITADAS	57,130	868,244
TAMAÑO PROMEDIO DE LOS HOGARES (PERSONAS) 2010	3.7	3.6
NÚMERO PROMEDIO DE CARENCIAS PARA LA POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE PODREZA 2010	2.2	2.1
NÚMERO PROMEDIO DE CARENCIAS PARA LA POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE PODREZA EXTREMA 2010	3.7	3.6

Al observar las tendencias de crecimiento en relación con la población, la brecha entre los indicadores de crecimiento y desarrollo sustentable comienza acrecentarse uno del otro, dando como resultado el rezago social, por ello es necesario encauzar todos los esfuerzos posibles para proponer mecanismos o estrategias que permitan, la generación de programas sustentables, que impacten de manera significativa en la comunidad. Por ello, la Universidad Tecnológica de Altamira,

en un fragmento de su misión establece; “el proceso de enseñanza-aprendizaje debe estar vinculado a generar los ejes sustentables de la región como del país”. (p.2)

Ante tal panorámica la carrera de Desarrollo de Negocios, establece como un eje de acción: Generar la participación activa de la población estudiantil en proyectos sustentables, con la finalidad de incidir de manera significativa en el desarrollo de la comunidad.

Descripción del problema

De gran importancia es determinar los conceptos que se relacionan con la problemática a plantear; ya que al referirse a “pobreza” o “pobreza extrema”, surgen dudas de los límites en donde termina una y comienza la otra, ya que bajo una terminología fenomenológica todo puede ser englobado en el terrible flagelo de la sociedad: Pobreza.

Para la CONEVAL en su Informe de pobreza y evaluación en el estado de Tamaulipas, 2012; establece:

Pobreza:

Una persona se encuentra en situación de pobreza cuando tiene al menos una carencia social (en los seis indicadores de rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, servicios básicos en la vivienda y acceso a la alimentación) y su ingreso es insuficiente para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades alimentarias y no alimentarias.

Pobreza extrema:

Una persona se encuentra en situación de pobreza extrema cuando tiene tres o más carencias, de seis posibles, dentro del Índice de Privación Social y que, además, se encuentra por debajo de la línea de bienestar mínimo.

Las personas en esta situación disponen de un ingreso tan bajo que, aun si lo dedicase por completo a la adquisición de alimentos, no podría adquirir los nutrientes necesarios para tener una vida sana.

Al tener claro, los parámetros de cada concepto, es posible establecer el grado que ocupan dichos términos en el municipio de Altamira.

Según datos de SEDESOL en su informe anual 2010-2011: **“En el año 2010, 108,039 individuos (47.6% del total de la población) se encontraban en pobreza, de los cuales 91,683 (40.4%) presentaban pobreza moderada y 16,356 (7.2%) estaban en pobreza extrema”.** (p.4)

Ante tales datos, el análisis permite establecer que el municipio de Altamira, se construyen dos polos: Uno el del crecimiento económico del sector productivo, portuario y de movimiento de mercancías; y el otro donde se gestan las desigualdades humanas y empobrecimiento.

En palabras del profesor de filosofía Francisco Checa, en su artículo; Reflexiones antropológicas para entender la pobreza y las desigualdades humanas. (1995). **“ Las desigualdades establecen diferencias sociales (de estatus o clase social o diferencias étnicas, religiosas). El empobrecimiento, además, genera hambre, miseria, necesidades primarias insatisfechas, injusticia y violencia”.**

Según datos del CONEVAL, se establece los municipios en donde se concentraron el mayor número de personas en pobreza en Tamaulipas:

1. Reynosa, 191,029 personas (33.7 por ciento de su población).
2. Matamoros, 168,468 personas (37.0 por ciento de su población).
3. Nuevo Laredo, 140,926 personas (37.6 por ciento de su población).
4. Altamira, 108,039 personas (47.6 por ciento de su población).
5. Victoria, 79,009 personas (24.7 por ciento de su población).

En estos municipios se concentra el 53.3 por ciento del total de la población en pobreza en el estado.

Como se mencionó anteriormente, la población en situación de pobreza extrema es aquella que tiene un ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo y tiene al menos tres carencias sociales.

Los municipios que concentraron el mayor número de personas en pobreza extrema en la entidad tamaulipeca son:

1. Matamoros, 20,752 personas (4.6 por ciento del total de su población).
2. Reynosa, 19,763 personas (3.5 por ciento del total de su población).
3. Altamira, 16,356 personas (7.2 por ciento del total de su población).

4. Nuevo Laredo, 12,990 personas (3.5 por ciento del total de su población).

5. Río Bravo, 10,176 personas (8.0 por ciento del total de su población).

En estos municipios se concentra el 43.3 por ciento del total de la población en pobreza extrema en el estado. CONEVAL (2010:17 p.)

Ante esta panorámica, el quehacer docente y del investigador debe recobrar nuevos bríos; para orientar esfuerzos colectivos y sumar, a las nuevas generaciones en el diseño y participación en estrategias que estén fundamentadas en el desarrollo del trabajo comunitario y concatenadas con el perfil de egreso de los estudiantes de la carrera que cursan. Por ello, como resultado del trabajo colegiado de la academia de "Formación Sociocultural" de la Universidad Tecnológica de Alta-

mira, se generan propuestas académicas para el diseño de actividades que permitan a los alumnos en primer término; identificar áreas de oportunidad que impacten en las necesidades de la comunidad y en un segundo término; generar productos que estén basados en los ejes sustentables y que coadyuven como un factor de apoyo a las posibles soluciones de las problemáticas relacionadas con la pobreza.

Estableciendo como prueba piloto: la generación de muebles elaborados con material reciclado; como factor detonante de los ejes sustentables en las zonas vulnerables del municipio de Altamira, Tamaulipas. Dentro de las actividades de la asignatura de Formación Sociocultural I, de la carrera de Desarrollo de Negocios.

Esta propuesta se fundamenta en los siguientes datos, del municipio de Altamir

El porcentaje de individuos que reportó habitar en viviendas con mala calidad de materiales y espacio insuficiente fue de 12.2% (27,559 personas)

El porcentaje de individuos que reportó habitar en viviendas con mala calidad de materiales y espacio insuficiente fue de 12.2% (27,559 personas)

Fuente: CONEVAL (2010:18 p.)

Este proyecto inicia en el 2013 y se lleva aplicando 3 años consecutivos, logrando involucrar a todos los alumnos, los cuales en equipos colaborativos plantean un proyecto comunitario; enfocado a la realización de un producto (mueble) con material reciclado, para luego diseñar el prototipo, gestionar la recolección del material reciclado, mediante

la participación del sector empresarial y para finalizar se asignan la entrega a familias del municipio de Altamira con el apoyo de SEDESOL.

Al ser una propuesta académica, se establece la necesidad de formalizar los resultados obtenidos; por lo cual se propone:

Objetivo General

“Generar conocimiento mediante el caso práctico de alumnos de las carreras de Desarrollo de Negocios de la Universidad Tecnológica de Altamira, a través del diseño de muebles elaborados con material reciclado; como factor detonante de los ejes sustentables en las zonas vulnerables del municipio de Altamira, Tamaulipas”.

Objetivo Particulares

Identificar áreas de oportunidad en la comunidad que forma el municipio de Altamira, para la implementación de proyectos comunitarios.

Diseñar productos (muebles) con un enfoque sustentable en su fabricación y su impacto ecológico

Vincular al sector empresarial y educativo con la participación activa para el desarrollo de la comunidad.

Revisión de la literatura

Sin tomar en cuenta el tipo de investigación, es de gran importancia desde el principio, orientar las reflexiones a fundamentos teóricos, lo cual permitirá desarrollar un proceso organizado de ideas que estén sustentadas en antecedentes, conceptos, y teorías; esto ayudará al investigador a darle forma a los planteamientos. Desde una postura holística hasta la búsqueda de las perspectivas de otros autores para abordar nuestras variables de estudio.

De gran interés es aportar la percepción que se tiene de la pobreza; El Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española define el sustantivo pobreza como “necesidad, estrechez, carencia de lo necesario para el sustento de la vida”. Boltvinik al respecto comenta: i) los términos de pobreza y pobre están asociados a un estado de necesidad y carencia y ii) dicha carencia se relaciona con lo necesario para el sustento de la vida. Esto significa que la pobreza es una inevitable situación de comparación entre lo observado y una condición normativa (Boltvinik, 2000a: P 30).

Por su parte Amartya Sen premio Nóbel de Economía señala que ante todo para la conceptualización de la pobreza hay que definir quién debe de estar en el centro de nuestro interés, en un sentido lógico, la pobreza es una característica de los pobres, como un grupo que forma parte de la sociedad, y en los cuales debemos de centrar nuestro análisis para conocer sus características. Lo anterior no debe significar que se niegue la interrelación e influencia que existe con los no pobres del mismo grupo social.

Sin embargo, la naturaleza del problema planteado, ha sido estudiada desde diferentes autores, foros y gobiernos. Estableciendo como prioridad reducir la pobreza del mundo, sin embargo a la luz de los resultados, los esfuerzos generan pocos resultados, que al contrastarlos con la realidad imperante se convierte una débil esperanza.

En el contexto de éste mundo contemporáneo, donde la era digital, permite la innovación en conceptos que están estrechamente vinculados al ser humano. La pobreza, persiste en diferentes lugares de nuestra aldea global, quizá este sea un argumento de mucho peso para justificar la preocupación mostrada por los científicos y estudiosos, en especial en área de la ciencias sociales.

Para Mathus (2008)

La internacionalización de la pobreza ha traído como resultado, que los organismos internacionales más importantes hayan entrado al debate de la pobreza. Instituciones como el Banco Mundial, la Organización de las Naciones Unidas, a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y distintos bloques económicos se han preocupado por buscar soluciones para este problema El Banco Mundial (1990:324) define la pobreza como la imposibilidad de alcanzar un nivel de vida mínimo. Para llegar a esta definición el Banco Mundial tuvo que responder a las siguientes preguntas: ¿cómo medimos el nivel de vida?, ¿qué queremos decir con nivel de vida mínimo? y ¿cuánta pobreza hay?

La Organización de las Naciones Unidas por medio del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo presentó por primera vez la expresión

pobreza humana, basada en el concepto de capacidades de Sen y definió la pobreza como la negación de opciones y oportunidades de vivir una vida tolerable (PNUD, 1997).

Por lo tanto, los esfuerzos han sido muchos y los resultados se siguen esperando, otra evidencia es aportada en los Documentos de Estrategias para la Reducción de la Pobreza (EERP), herencia de la cumbre entre líderes mundiales, en donde pasan los años y la brecha entre las clases sociales se hace lacerante y; hasta deja de ser percibida por diversos sectores, ya que se incluye como parte del nuevo orden social.

Por ello, establecen autores Knoke y Morazán, (2002) " el eje principal apunta al crecimiento económico, entendido como crecimiento en favor de los pobres. Sin embargo, la receta acerca de cómo lograr el crecimiento es muy similar a la de anteriores programas y contiene, principalmente, la implementación de medidas de ajuste estructural basadas en la liberalización del comercio y de los mercados financieros, una política de estabilización restrictiva y privatizaciones". (2 P.)

Aunque hay muchos ejemplos de países o regiones que crecen económicamente, el desarrollo humano y las condiciones de vida de las personas sigue siendo precario. Esta situación se produce por la forma en que se enfoca como desarrollar una sociedad.

Hay diversas teorías, estrategias y políticas que se recomiendan a los países pobres para que puedan salir de la pobreza, pero la mayoría de éstas son inadecuadas por lo que no producen los efectos esperados.

Para lograr un verdadero e integral desarrollo se debería tener en cuenta el modelo de desarrollo sustentable, que surgió hace solo algunas décadas pero tiene grandes posibilidades de convertirse en la mejor estrategia para lograr un verdadero desarrollo económico y social.

Los pilares en los que se basa el desarrollo sustentable es diseñar e implementar un modelo a nivel local, no imitar o trasladar automáticamente políticas de otros lugares, teniendo como principal objetivo lograr un desarrollo económico y social de

toda la población; pero en equilibrio con el medio ambiente.

Por lo que se buscan estrategias y acciones que siempre respeten esta concepción. Ya que, es posible desarrollar actividades productivas y comerciales que no provoquen daño ambiental y que mejore la calidad de vida de la población local. Este modelo no utiliza políticas asistencialistas, solo en un estado de emergencia. En realidad da herramientas para que las personas puedan mejorar sus habilidades y desarrollarse laboralmente teniendo presente a las generaciones futuras.

Pocas ciudades han implementado el modelo de desarrollo sustentable, el caso más conocido es el de Curitiba (Brasil), tal y como lo menciona Sobrino (2015), "La sostenibilidad de las ciudades es un principio-guía, no una situación a alcanzar. Entendemos el desarrollo urbano sostenible como un principio-guía de política pública, y no como un estado ideal a lograrse lo más rápido posible." (p. 158)

El término de ciudad sostenible, sobresale en la reflexión que pueda orientar los esfuerzos de los proyectos sustentables, como una brújula que permitan incidir en los programas públicos como de la iniciativa privada.

En 1994 en Aalborg (Dinamarca), se generó un movimiento europeo representado en la Carta Europea de Ciudades Sostenibles o Carta de Aalborg, que han firmado más de 400 ciudades, comprometiéndose a adoptar medidas de fomento de la sostenibilidad.

Según el diccionario de la Real Academia, sostenible se refiere a un proceso que puede mantenerse por sí mismo, sin ayuda exterior ni merma de los recursos existentes. Atendiendo a esta definición, la ciudad sostenible perfecta sería aquella que se autoabasteciera energéticamente y que además no desaprovechara sus residuos, sino que los utilizase como nuevas materias primas. Sin embargo; ante los datos del CONEVAL y SEDESOL, se logran identificar que los índices de rezago social, van en aumento de manera alarmante; Siguiendo el ejemplo del Plan Agache de la Ciudad de Curitiba, también conocido como el plan de las

avenidas, menciona: *“El concepto radio céntrico, establece un sistema de carreteras jerárquicas, por avenidas radiales y perimetrales.”*

Desde una concepción particular, llama la atención que se establece lineamientos de reordenación territorial y aprovechamiento de residuos energéticos; pero no puntualiza acciones en el sector social.

Con lo cual, la visión de muchos países es seguir aferrados a antiguos paradigmas; en donde los pensamientos y doctrinas económicas en boga; no combaten el hambre ni la pobreza sino todo lo contrario muchas veces la aumentan.

Debido a esto; el término de sociedad sustentable debe cobrar mayor relevancia como piedra angular en la elaboración de acciones encaminadas a combatir la pobreza. Según, el informe Brundtland “satisfacer nuestras necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas” (ONU, 1987)

Por ello, diseñar a nivel local o municipal políticas de desarrollo humano integrales es la mejor forma de erradicar la pobreza y la desigualdad social, cortar el círculo vicioso en la que muchas veces las personas se encuentran atrapadas. Y generando un panorama desalentador, siendo entonces la única herencia que se va legando a las nuevas generaciones.

Por ello, en el programa de estudios de la asignatura de Formación Sociocultural I, en su primera unidad denominada “Desarrollo Sustentable”; se marca como objetivo: “Reflexionar sobre un modelo de desarrollo alternativo para mejorar su calidad de vida”. En dicha asignatura se establece como evidencia de aprendizaje “Elaborar, a partir de una situación, una propuesta de acciones justificadas desde el enfoque de desarrollo sustentable para una organización dada.”

Dicha situación es la falta de muebles básicos en algunas familias del municipio de Altamira, por lo cual, se establece como propuesta generar muebles sustentables para impactar la calidad de vida dentro del seno familiar (organización), los cuales deben estar orientados a los ejes sustentables.

Tomando como muestra una de las claves del éxito de la empresa Ikea:

Productos funcionales

Es el auténtico sello de Ikea. «Las soluciones inteligentes son uno de los signos de la empresa. Comprender la vida de las personas en su hogar es clave». Así, las soluciones de almacenamiento, sobre todo para casas de dimensiones reducidas, son uno de los puntos fuertes y en los que más esfuerzos invierten la compañía.

Método

La elección de la metodología que se aplica a nuestro estudio, debe partir de la naturaleza de la problemática abordada. Por ello Yakuzi (2005) menciona: la decisión de qué método elegir deben considerarse tres condiciones: (a) el tipo de pregunta de investigación que se busca responder, (b) el control que tiene el investigador sobre los acontecimientos que estudia, y (c) la “edad del problema”, es decir, si el problema es un asunto contemporáneo o un asunto histórico. (p 6.)

Al plantearnos, la relación entre el objetivo general y la pregunta de investigación principal sería entonces: ¿Cómo se puede generar conocimiento mediante el caso práctico de alumnos de la carrera de Desarrollo de Negocios de la Universidad Tecnológica de Altamira, a través del diseño de muebles elaborados con material reciclado; siendo un factor detonante de los ejes sustentables en las zonas vulnerables del municipio de Altamira, Tamaulipas?

Sin embargo, en la búsqueda de generar argumentos suficientes para poder responder a la interrogante planteada, se desprenden otros cuestionamientos que permitirán orientar la construcción de datos que sean significativos.

Preguntas de Investigación

¿Cuáles con las áreas de oportunidad en la comunidad que forma el municipio de Altamira, para la implementación de proyectos comunitarios?

¿Cómo se pueden diseñar productos (muebles) con un enfoque sustentable en su fabricación?

¿Cómo se puede vincular al sector empresarial y educativo con la participación activa para el desarrollo de la comunidad?

Para lograr construir argumentos que permitan una aproximación al objeto de estudio, es imperante la elección adecuada del método. Estableciendo que cada método se aplica en situaciones específicas, como se indica en la tabla 2

MÉTODO	EXPERIMENTO ENCUESTA	ANÁLISIS DE ARCHIVOS ESTUDIO DE CASO
FORMA DE LA PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	¿Cómo? ¿Por qué? ¿Quién? ¿Qué? ¿Dónde? ¿Cuánto? ¿Cuántos?	¿Quién? ¿Qué? ¿Dónde? ¿Cuánto? ¿Cuántos?
¿REQUIERE CONTROL SOBRE LOS ACONTECIMIENTOS?	Sí	No
	No	No
¿SE CONCENTRA EN ACONTECIMIENTOS CONTEMPORÁNEOS?	Sí	Sí/No
	Sí	Sí

Por ello, se toma la decisión de utilizar la metodología de caso, para logra los objetivos planteado, tal y como lo menciona Yin (1994):

1. Diseño del estudio.
2. Realización del estudio.
3. Análisis y conclusiones.

Son las pautas que orientan para lograr encontrar variables causales que nos permitan la obtención de datos de interpretación del caso estudiado.

Resultados.

En relación a los resultados, se puede inferir los siguientes:

Se elaboraron 90 muebles con material reciclado; en donde los alumnos realizaron proyectos sustentables, desarrollando cada una de las etapas orientados a las indicaciones del proyecto.

Se logró involucrar al sector empresarial, gestionando la donación de materiales en este caso madera para palet, con las cuales se realizaron los muebles.

La impartición por parte del ayuntamiento de Altamira; de un curso- taller para la elaboración de muebles con material reciclado.

Involucrar a sectores tales como: Autoridades de la Universidad, Presidente Municipal, representante estatal del SEDESOL, padres de familia; en la entrega oficial de los muebles, incluyendo la elaboración y logística del evento masivo para la muestra de los muebles.

Difusión de una cultura de participación activa en busca de soluciones a problemáticas de la comunidad.

Se realiza una propuesta por parte de la academia de Formación Sociocultural de la carrera de Desarrollo de Negocios ante la Rectoría de la universidad, para ampliar la participación de todas la carreras y lograr en años próximos, el diseño de muebles sustentables, desde camas, salas, comedores, etc. Para contribuir con este proyecto social a más número de familias del municipio de Altamira.

Conclusión

En relación a las interpretaciones causales, se puede inferir que las variables que son de interés para el estudio, se presentan en el objetivo general y en la pregunta principal de investigación; ¿Cómo se puede generar conocimiento mediante el caso práctico de alumnos de la carrera de Desarrollo de Negocios de la Universidad Tecnológica de Altamira, a través del diseño de muebles elaborados con material reciclado; siendo un factor detonante de los ejes sustentables en las zonas vulnerables del municipio de Altamira, Tamaulipas?.

Mediante la asignatura de Formación Sociocultural se aplicó el caso práctico logrando la construcción de conocimientos, los cuales fueron reflejados en la elaboración de un producto que basado en los ejes sustentables lograron impactar de manera significativa a familias vulnerables.

Además, ante las preguntas de investigación se establece; mediante el informe de la CONEVAL (2010), las áreas de oportunidad dentro del municipio de Altamira para la implementación de proyectos comunitario son: Generación de empleo, falta de viviendas dignas como utensilios básicos, apoyo para el estudio, seguridad social, servicios de salud, transporte etc. Siendo estas áreas, la oportunidad idónea para lograr la vinculación entre el sector empresarial y educativo; generando la participación de diversos actores en el desarrollo de comunidad.

Con lo cual, el papel del docente y de los alumnos cobra gran relevancia, ya que con la elaboración de proyectos incluyentes se podrán sumar voluntades; las cuales permitirán aportar soluciones a la comunidad. Ejemplo de esto; ha sido este caso; ya que la detección de la necesidad y la investigación del prototipo del producto son resultado del compromiso de la comunidad universitaria, involucrando a los empresarios en aportar los materiales y los procesos de tratamiento de la materia prima de los muebles. De la misma forma, en el proceso de fabricación se logro la intervención de las autoridades municipales; impartiendo talleres en donde los alumnos, utilizando los materiales reciclados, fueron generando en base a sus prototipos sustentables, los muebles que en un evento masivo se entregaron a las familias.

Logrando una participación activa de los alumnos, motivando y generando una nueva forma de respuesta en referencia a las problemáticas del orden social, buscando propuestas sustentables para dar soluciones específicas.

Sin embargo, se establece como posibles áreas de oportunidad generar investigaciones alternas, para poder cuantificar y cualificar, los resultados obtenidos en su grado de influencia en las comunidades.

En referencia al objetivo trazado con antelación se logró alcanzar; ya que las evidencias reflejan el desarrollo de las competencias deseadas y su aplicación en el contexto específico, en este caso el municipio de Altamira. De tal forma, al motivar la participación de todas la carreras de la Universidad Tecnológica de Altamira, se logrará compartir la experiencia con otras universidades hermanas y generar proyectos que reflejen el espíritu hacedor de los jóvenes universitarios y su compromiso con su comunidad.

Referencias

- Boltvinik J., (1998) "Condiciones de vida y niveles de ingreso en México, 1970- 1995", en J.A. Ibáñez Aguirre, Deuda externa mexicana: ética, teoría, legislación e impacto social, Universidad Iberoamericana, Plaza y Valdés Editores, México, pp. 251-395.
- Checa, Francisco. Reflexiones antropológicas para entender la pobreza y las desigualdades humanas. En: Gazeta de Antropología, N° 11, 1995, Artículo 10.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. Informe de pobreza y evaluación en el estado de Tamaulipas 2012. México, D.F. CONEVAL, 2012.
- INEGI 2010, CONAPO 2010, CONEVAL 2010. Secretaría de Desarrollo Social Informe de pobreza y evaluación en el estado de Tamaulipas 2010. México, D.F. 2010.
- Knoke y Morazán, (2002). Estrategias para la Reducción de la Pobreza: Más allá de la teoría Experiencias prácticas y Posiciones de las Organizaciones de la Sociedad Civil. Documento para el debate en la Conferencia de la GTZ: "Más allá de la Revisión: Reducción de la Pobreza Sostenible y EERP", Berlín Involucradas Südwind Institut. Mayo de 2002.
- Llano Uribe, C. "Ikea un modelo de negocio", revista M&M (2007).
- Macías Teresa. (2014). Para 2016, la expansión de Dupont en Altamira. Expreso. press. p.1.
- Mathus Robles, M.A. (2008). Principales aportaciones teóricas sobre la pobreza, mayo, 2016, de eumed.net/rev/cccss Sitio web: <http://www.eumed.net/rev/cccss/02/mamr.htm>.
- Real Academia Española. (2001). Diccionario de la lengua española (22.aed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>.
- Rodríguez, J. L. (2007). Comunidades virtuales, práctica y aprendizaje: Elementos para una problemática. Teoría de la educación: Educación y cultura en la sociedad de la información. 8(3), 6-22. Recuperado el 13 de octubre de 2008 de la base de datos IRESIE
- Secretaria de Comunicaciones y Transportes (2009): [Puertos de Mexico administracionPortuaria Integral de Altamira] <http://www.puertoaltamira.com.mx/>
- Sen, A., 1981a. Sobre conceptos y medidas de pobreza. En revista de comercio exterior, vol. 42, num. 4, México. 1992.
- Sobrino J. Garrocho C. et al. (2015). Ciudades Sostenibles en México. México D.F. Producción Creativa.
- Yacuzzi, Enrique (2005): El estudio de caso como metodología de investigación: Teoría, mecanismos causales, validación, Serie Documentos de Trabajo, Universidad del CEMA: Área: negocios, No. 296.

PERSPECTIVA DE LA CIUDADANÍA FISCAL EN UN CONTEXTO REGIONAL

Mario Alberto Mexicano Ojeda
Ana Laura Arteaga Cervantes
Vania García Aquiles

Resumen

El presente avance de investigación busca determinar los factores que inciden en el entero de las contribuciones por parte de los ciudadanos desde la perspectiva del concepto de ciudadanía fiscal (Carrasco, 2010).

El estudio se realizó a través del análisis de tres dimensiones establecidas en el cuestionario propuesto por los autores, quienes a partir del estudio realizado pretenden establecer los factores que influyen en la ciudadanía fiscal y por consiguiente al civismo fiscal; la investigación se planteó para desarrollarse bajo la metodología de una investigación cuantitativa, aplicando en esta primera fase el cuestionario a una muestra de 82 contribuyentes sin hacer distinciones de edad, género, régimen fiscal, etc.

Las dimensiones analizadas son: el cumplimiento de obligaciones, transparencia en la información del gobierno y las donaciones efectuadas para fines sociales o de caridad. El resultado obtenido de este primer momento junto con los subsecuentes servirá para comprender mejor el concepto de ciudadanía fiscal, así como su influencia en el desarrollo del civismo fiscal y con esto poder sentar las bases para nuevos estudios que permitan proponer soluciones a problemas recaudatorios del país.

Palabras clave: Ciudadanía, Contribuciones, Civismo Fiscal

Introducción

Existen numerosos autores que han conceptualizado lo que es la ciudadanía, sin embargo, en la mayoría de los discursos el concepto recibe varios significados, debido a la fertilidad del mismo término, mismo cuenta con una serie de respuestas en base a la diversidad de problemas que aquejan a la democracia contemporánea (Aragón, 2012).

Al hablar de la ciudadanía se requiere hacer énfasis en la importancia que tiene dentro del contexto social, de aquí que la sociedad requiera identificar o bien conocer la forma en que las instituciones y el Estado ejecuta las actividades financieras, generando un interés real dado a que son los individuos quienes financian dichas acciones por medio de sus contribuciones (Ferreira Borges y Pereira, 2014).

Es así como la ciudadanía se concibe como un estatus, en el cual se solicita, define y posibilita el paso a temas vinculados con ella como son: la cercanía con los recursos básicos, el ejercicio a los derechos y obligaciones, así como a otro tipo de recursos que la propia ciudadanía materializa (Giraldo-Zuluaga, 2015).

El término ciudadanía, se encuentra conceptualizado desde los griegos, surgiendo la idea de que es el Estado es quien ha pactado un intercambio con el ciudadano. Por lo que es él quien debe garantizar a los ciudadanos derechos (sean políticos, sociales, económicos, etc...), generando la sensación de que vivir en sociedad es algo que vale la pena, pero a su vez el Estado es quien exige que sea el ciudadano el que acate las reglas (viva en un estado de derecho) y que al mismo tiempo contribuya al sostenimiento del propio pacto social (Estévez y Esper, 2009).

La presente investigación hace referencia a la ciudadanía fiscal, cuyo objetivo es analizar y determinar el propio concepto, vista desde la óptica de los contribuyentes en relación con el cumplimiento de sus obligaciones fiscales, considerando dos enfoques: por un lado la parte demográfica y por otro la cultura fiscal, realizada bajo el método cuantitativo, llevado a cabo por medio de la reco-

lección de datos con contribuyentes que acudieron al Servicio de Administración Tributaria en el mes de abril del año en curso, siendo entonces una pequeña muestra de 82 contribuyente para esta primera fase.

Objetivo

Analizar y determinar el concepto de ciudadanía fiscal entre los contribuyentes en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones fiscales, e indagar si existe relación entre variables demográficas y la cultura fiscal.

Preguntas de Investigación

- ¿Cuál es el grado de correlación entre la percepción del contribuyente al concepto de ciudadanía fiscal y el cumplimiento de las obligaciones fiscales?
- ¿Cuál es el grado de correlación entre la transparencia de la información proporcionada por la autoridad fiscal y la percepción del contribuyente sobre la cultura fiscal?
- ¿Cuál es el grado de correlación entre la percepción del contribuyente al concepto de ciudadanía fiscal y las variables demográficas de los contribuyentes?

Hipótesis

Hi 1: La percepción del contribuyente al concepto de ciudadanía fiscal tiene correlación significativa con el grado de cumplimiento.

Hi 2: La transparencia de la información proporcionada por la autoridad fiscal tiene una correlación significativa con la percepción del contribuyente sobre la cultura fiscal.

Hi 3: La percepción del contribuyente al concepto de ciudadanía fiscal tiene correlación significativa con las variables demográficas de los contribuyentes.

Revisión de la literatura

El concepto de ciudadanía es muy amplio, se ha estudiado desde diversas perspectivas, la definición más general considera a la ciudadanía como aquel ejercicio práctico de derechos que son declarados, así como el cumplimiento de lo que la ley imponga (Echagaray, Cerrudo y Brozzone, 2011).

El término ciudadanía conlleva una serie de derechos, específicamente tres como son: derechos civiles, políticos y sociales – económicos, mismos que el individuo ha obtenido gracias al reconocimiento del Estado, quien es el encargado de regular legalmente los derechos.

Se ha llegado a determinada que la ciudadanía es igualitaria y universalista, es decir por medio de ella se regulan las relación individuo – Estado siendo este último quien puede llegar a ejercer el poder debido es quien otorga los derechos anteriormente mencionados a los individuos, por lo que se identifica como una fuente de conocimiento (Horrach, 2009).

La ciudadanía puede ser identificada como un modo en el cual se relacionan los individuos y el Estado, mismo que genera un sentido de pertenencia e identidad uniendo a los individuos formando así una comunidad.

Por lo que tradicionalmente se identifica como parte de un estatus jurídico generando así derechos y obligaciones en relación a la propia colectividad que encontrándose en forma organizada es quien forma el Estado (Tejedor de la Iglesia, 2009).

Para UNICEF citado por Bojórquez (2005) La ciudadanía dota a los individuos de capacidad para establecer y transformar leyes y normas que están dispuestos a vivir, cumplir y respaldar a fin de proteger la dignidad de todos, contemplando así el ámbito tanto objetivo como subjetivo. Siendo el primero el que se relaciona con las condiciones externas que garantice su cumplimiento de los derechos de que gozan las personas.

Siendo estas condiciones de origen legal, institucional y financiero, mientras el segundo se refiere a la habilidad de los individuos para ejercer sus derechos, lo que a su vez implica que los conozcan para poder intervenir en la creación de reglas de conducta y así poder proteger sus derechos. Definiendo entonces a la ciudadanía como la participación en la aplicación y establecimiento de derechos, con conciencia a fin de practicarlos en la vida diaria.

En una sociedad con derechos y obligaciones, el constructo de ciudadanía toma forma y se puede clasificar en tres amplias acepciones según se muestra en la tabla 1.

TIPO DE CIUDADANÍA	CONCEPTO	ACTIVIDADES
CIUDADANÍA CIVIL	Esta se refiere a todos los derechos y obligaciones que permiten al ciudadano la libertad individual.	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Libertad de expresión 2.- Libertad de pensamiento 3.- Libertad de religión 4.- Libertad de propiedad
CIUDADANÍA POLÍTICA	Es el derecho a ser elegido y poder elegir a las autoridades.	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Derecho a ser elegido 2.- Derecho a elegir 3.- Derecho a ser autoridad
CIUDADANÍA SOCIAL	Es el derecho a participar en forma equitativa en los niveles básicos de vida en su comunidad.	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Participar en la distribución de la riqueza 2.- Tener mejor calidad de vida como ciudadano y ciudadana.

Una vez descrito el concepto de ciudadanía, se procede a identificar lo que para esta investigación es la ciudadanía fiscal, la cual se encuentra dentro de la ciudadanía social, por lo que Ciudadanía Fiscal la entenderemos como la conciencia de las personas, grupos e instituciones, en función de su responsabilidad y compromiso, con la finalidad de construir de una sociedad cohesionada, democrática y justa, reflejado en el ejercicio pleno de sus derechos y obligaciones fiscales (Carrasco, 2010).

Uno del interés más relevante de las instituciones es el poder contar con ciudadanos responsables, que tengan conciencia de sus derechos y obligaciones fiscales. Siendo esta la razón que genera el término de "ciudadanía fiscal" concepto que a su vez incluye la cohesión social y que refleja la pretensión de contar con un elevado grado de consenso de la propia colectividad en torno a proyectos comunes yendo más allá de los temas tributarios y/o de recaudación (Hirsh, 2009).

En México debido a nuestra cultura existe una separación de conceptos entre lo que es ser un buen ciudadano y ser un buen contribuyente; ya que no necesariamente se considera dentro de sus obligaciones el pago de las contribuciones, fenómeno que ha sido estudiado ampliamente por Estévez y Esper (2008, 2009). Por lo que se genera el concepto de "ciudadano a medias", cuyo comportamiento está determinado por una serie de valoraciones, percepciones y experiencias, mismas que lo empujan hacia el incumplimiento fiscal, debido a la percepción de que el Estado no lo vigila.

En contraparte, nos encontramos con ciudadanos que ven como legítimo y un deber el cumplimiento obligaciones tributarias, independientemente de que perciban que la acción coercitiva del Estado en la exigencia en el pago de las contribuciones, prefieren orientarse hacia el cumplimiento de las mismas, independientemente de si llegara existir sanción o no, debido a que lo ven desde un orden moral (Kidder y McEwen, 1989).

Partiendo de esta idea se establece que la ciudadanía fiscal tiene dos grandes elementos que entran en juego para ser ejercida por los ciudadanos

de una región, en primera instancia se consideran los valores que participan con los ciudadanos y en la sociedad así mismo, en segunda las acciones puestas en práctica por parte de la comunidad, de esto se desprende la dualidad que es la estructura de la ciudadanía fiscal, como a continuación se describe.

Figura 1. Estado - ciudadano
Fuente elaboración con información de (Cullen 2007)

EL ESTADO

Garantiza derechos económicos,
políticos y sociales al ciudadano
para hacer de la vida una sociedad
en armonía.



EL CIUDADANO

Debe cumplir con las reglas y
aceptarlas para vivir en un estado
de derecho.

Bajo esta dicotomía entonces la ciudadanía fiscal toma forma para ser estudiada bajo dos perspectivas, por un lado encontramos la parte del ciudadano y en contra parte el Estado; en México el panorama de esta ciudadanía presenta una gran brecha para ser estudiada, es decir, esta se presenta entre la constitución política y la llamada constitución económica que se define como la forma en que el Estado prevé como ha de financiarse.

Esto en función de que el Estado da por hecho que es obligación de todos los mexicanos el colaborar con los impuestos ya que en nuestra carta magna que a la letra dice...

Artículo 31, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que es obligación de los mexicanos contribuir a los gastos públicos, así de la Federación, como del Distrito Federal o del Estado y Municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes. (H. Congreso de la Unión, 2016).

Como resultado de esta situación se puede establecer la aseveración en relación a la ciudadanía fiscal, la siguiente un buen ciudadano no necesariamente debe de ser un buen contribuyente (CEPAL, 1988). Esta frase es muy dura pero poderosa es decir, si como ciudadanos no percibimos mejoras o buenos servicios por parte del Estado al que consideramos proveedor único de estos derechos, es difícil que se participe e incremente el cumplimiento fiscal en la sociedad, sin embargo, es necesario salir de esta situación y romper con esta dualidad la cual implica si no cumplimos no pago, rompiendo este esquema se aumentaría la participación fiscal de los ciudadanos.

Por lo que para que el cumplimiento fiscal se de, intervienen varios factores que afectan al ciudadano en su decisión sobre el cumplir o no las obligaciones fiscales, estos factores son los siguientes:

Tabla 2 Factores que afectan al ciudadano
Fuente elaboración propia con información de (CEPAL. 1988)

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
1.- Voluntad intrínseca de cumplir la ley .	1.- Percepción del trabajo de la autoridad.
2.- Responsabilidad moral de cumplir con las leyes.	2.- Usos de los impuestos.
3.- Sus propios valores.	3.- Beneficios obtenidos.
	4.- Percepción de justicia y equidad que percibe el ciudadano.
	5.- Transparencia

De acuerdo a los estudiosos de este tema se afirma que el trato que el ciudadano recibe por parte de la administración tributaria constituye un factor que estructura su voluntad de cumplimiento. (Esper, 2008).

Tapia (2003) hace referencia al caso específico de México, en donde la idiosincrasia así como por razones antropológicas y genealógicas han heredado en la gran mayoría de la gente una forma atávica de pensamiento de que se roban los impuestos, en la aseveración de “para que pago si se lo van a robar”. Aportando en su estudio nuevas causas que den origen a la evasión fiscal en el caso de México entre las que podemos encontrar las siguientes:

- Se aprecia la existencia de un sector informal de la economía.
- Tratamiento insuficiente del tema en los programas oficiales de educación.

- Las crisis económicas recurrentes, de las cuales nuestro país ha atravesado en diversas ocasiones.

- Controles insuficientes de la autoridad en cuanto a su aparato recaudatorio y fiscalizador, que excluye a grandes consorcios industriales y empresariales, entre otros.

- Dificultades o trabas que impone la autoridad vía la normatividad, aunadas a la carga administrativa en el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

- Escasa atención que se presta a sus promociones y medios de defensa jurídicos.

Estévez y Esper (2009). Hacen referencia a que usualmente, el pago de impuestos que hacen los ciudadanos se atribuye al temor que experimenta ante el riesgo de ser atrapado y castigado por el mismo Estado, concluyendo de acuerdo a estudios de Allingham y Sandmo (1972) que ante la variable coerción es determinante el comportamiento tributario.

Aun cuando sabemos que como ciudadanos es nuestra obligación contribuir para los gastos del Estado, también es cierto que existen múltiples factores que inciden sobre el dicho cumplimiento fiscal. En definitiva, como lo menciona Estévez y Esper (2009): todo aquél que obtiene algún beneficio de la vida en sociedad, debería percibir como algo natural el tener que realizar una contribución equitativa al sostenimiento de esa comunidad.

La ciudadanía fiscal, se encuentra relacionada con el problema de la evasión debido principalmente a que este fenómeno social y de moral pública no es privativo de un país en vías de desarrollo sino que también lo podemos encontrar en países desarrollados (Tapia, 2000). Para autores como De la Garza (1981) y Espinoza (1998), la evasión fiscal no solo implica el no pago, sino que en ocasiones es aprovecharse de errores del fisco o en muchas otras constituye un ilícito al violar la norma fiscal.

Existen estudios donde se señalan las posibles causas de la evasión fiscal (Tapia Tovar, 2000) y muchas de ellas depende de diferentes factores que le dan origen, entre ellos encontramos los fenómenos sociales, como por ejemplo.

- Cultura fiscal.
- Bajo o nulo riesgo de ser detectado

- La no existencia de la conciencia tributaria o ciudadanía fiscal
- Política tributaria como instrumento de presión.
- Contribuciones altas.
- Sistema fiscal poco transparente y poco flexible

De aquí que nace la inquietud de investigar cual es el nivel de cumplimiento fiscal de los ciudadanos Celayenses y si es posible determinar el grado de ciudadanía fiscal en Celaya objetivo principal de esta investigación.

Método

La presente investigación tuvo como objetivo analizar y determinar el concepto de ciudadanía fiscal y esta como se desarrolla entre los contribuyentes al momento de cumplir con sus obligaciones fiscales, así mismo se plantea indagar la relación existente entre variables demográficas y la cultura fiscal.

La investigación se planteó para desarrollarse bajo la metodología de una investigación cuantitativa, diseñada bajo el criterio de control: no experimental, el criterio de temporalidad: prospectivo y el criterio de dimensionalidad: Transaccional Correlacional.

Para el desarrollo de esta investigación se siguió un proceso que consistió en recolectar, analizar y vincular la información a fin de responder a las interrogantes de in-

vestigación. La hipótesis de la presente investigación se centró en caracterizar la percepción de la cultura fiscal en los contribuyentes de la ciudad de Celaya, Gto. Y si esta percepción está influenciada por factores tanto demográficos de los mismos.

El formato del cuestionario fue desarrollado en una escala tipo Likert de cinco puntos:

1. Nunca
2. Casi nunca
3. Ocasionalmente
4. Casi siempre
5. Siempre.

Para esta primera fase se consideró una muestra de 82 contribuyentes que utilizaron los servicios del Servicio de Administración Tributaria en el de Abril 2016 sin hacer ninguna distinción en cuanto al género, sector, escolaridad, edad o ciudad de procedencia.

Resultados

Para el análisis de la información se utilizó el software SPSS en su versión 21, obteniendo los siguientes resultados:

	ÍTEM	CASOS	PORCENTAJE
GÉNERO	HOMBRES	44	53.7%
	MUJERES	38	46.3%
SECTOR	COMERCIO	33	40.2%
	INDUSTRIAL	5	6.1%
	SERVICIOS	44	53.7%
ESCOLARIDAD	PRIMARIA	4	4.9%
	SECUNDARIA	12	14.6%
	PREPARATORIA	16	19.5%
	LICENCIATURA	36	43.9%
EDAD	POSGRADO	14	17.1%
	PROMEDIO	35.15 AÑOS	
COMO ESTA CONSTITUIDA	PERSONA FISICA	76	92.7%
	PERSONA MORAL	6	7.3%
CIUDAD	CELAYA	70	85.4%
	CORTAZAR	8	9.8%
	JARAL DEL PROGRESO	2	2.4%
	VILLAGRÁN	2	2.4%

Con los datos demográficos anteriores encontramos que el 46.3% de los contribuyentes encuestados son mujeres y el 53.7% son hombres; la edad promedio de los mismos es en promedio de 35.15 años; en cuanto al sector al que pertenece encontramos que el 40.2% pertenecen al sector comercial, el 53.7% al de servicios y solo el 6.1% de los mismos pertenece al sector industrial; estos contribuyentes están constituido como Persona Moral; en cuanto a su escolaridad el 61% de los contribuyentes tiene educación profesional y solo el 39% cuanta con educación básica; de acuerdo a la residencia de en su mayoría proceden de la ciudad de Celaya, Gto., con un 85.4% de los casos.

Se midió la consistencia interna de los 9 ítems, agrupados por cada constructo mediante el estadístico de coeficiente alfa-Cronbach obteniéndose para toda la escala 0.802. Asimismo, se calculó el coeficiente alfa-Cronbach para cada dimensión del instrumento y los valores se muestran en la tabla número 4:

Tabla 4. Alfa de Cronbach por dimensión

DIMENSIÓN	ÍTEMS	ALFA DE CONDRACH
CUMPLIMIENTO	1, 2, 3, 4, 5	.850
TRANSPARENCIA	6, 7	.850
DONACIONES	8, 9	.817

Tabla 5 Cumplimiento de Obligaciones

CONSIDERA USTED QUE:	NUNCA	CASI NUNCA	OCACIONALMENTE	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1.- Presenta oportunamente sus declaraciones de impuestos	3.7%	4.9%	13.4%	37.8%	40.2%
2.- Conoce los beneficios de declarar oportunamente	3.7%	4.9%	13.4%	37.8%	40.2%

A las pregunta ¿Presenta oportunamente sus declaraciones de impuestos? y ¿Conoce los beneficios de declarar oportunamente?, el 78% de los encuestados contesta que siempre o casi siempre las presentan oportunamente y conoce los beneficios de declarar en tiempo y forma, contra el 8.6% de aquellos que manifestaron que nunca o casi nunca; como se puede observar existe un alto porcentaje de contribuyentes cumplidos y que además conocen los beneficios que se tiene en presentar las declaraciones en tiempo y forma.

Tabla 6 Información que el contribuyente posee

CONSIDERA USTED QUE:	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACURDO
3.- La información que posee sobre su regmen fiscal es clara y oportuna	4.9%	7.3%	15.9%	32.9%	39.0%

En relación a la pregunta ¿La información que posee sobre su régimen fiscal es clara y oportuna? el 71.9% de los encuestados contesta que están de acuerdo y conocen la información de su régimen fiscal y consideran que dicha información es clara y oportuna, contra el 12.2% de aquellos que manifestaron lo contrario, es decir que nunca o casi nunca conocen la información de su régimen fiscal.

Tabla 7 Carga tributaria

CONSIDERA USTED QUE:	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACURDO
4.- La carga tributaria de su régimen fiscal está de acuerdo a su capacidad administrativa	1.2%	8.5%	24.4%	34.1%	31.8%

De acuerdo a la pregunta ¿La carga tributaria de su régimen fiscal está de acuerdo a su capacidad administrativa? El 65.9% considera adecuada la carga tributaria en relación al régimen fiscal, y por el contrario solo el 9.7% la considera no adecuada. Algo a destacar es que el 24.4% están indecisos en relación a esta pregunta es decir no saben sus obligaciones fiscales y por lo tanto no pueden considerar si son de acuerdo o no su capacidad administrativa.

Tabla 8 Seguridad Fiscal

CONSIDERA USTED QUE:	TOTALMENTE EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	TOTALMENTE DE ACUERDO
5.- Se siente seguro ante alguna verificación del SAT	1.2%	12.2%	25.6%	31.7%	29.3%

Al preguntarles que tan Seguro se siente ante alguna verificación del SAT los contribuyentes contestaron que solo el 61% de ellos se sienten siempre o casi siempre seguros ante alguna verificación de la autoridad fiscal, en relación al 25.6% que están indecisos ocasionado principalmente al desconocimiento de sus obligaciones y por el contrario solo el 14.4% no nunca o casi nunca se sienten seguros ante la autoridad.

Tabla 9 Transparencia de la autoridad

CONSIDERA USTED QUE:	NUNCA	CASI NUNCA	OCACIONALMENTE	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
6.- Sus impuestos se utilizan en forma correcta por el gobierno	2.4%	13.4%	22.0%	24.4%	37.8%
7.- Que la información que presenta el gobierno es transparente	25.6%	23.2%	30.5%	11.0%	9.7%

En relación a las preguntas ¿Sus impuestos se utilizan en forma correcta por el gobierno? Podemos observar que el 62.2% considera que siempre o casi siempre el gobierno utiliza en forma correcta el dinero aportado por los contribuyentes, y solo el 15,6% considera que nunca o casi nunca son utilizados correctamente, en contraste a la pregunta ¿La información que presenta el gobierno es transparente? solo el 20.7% de los contribuyentes encuestados considero que la información que otorga el Gobierno es transparente y el 48.8% considero que nunca o casi nunca el gobierno muestra información en forma transparente.

Tabla 10 Persepción de la donación

CONSIDERA USTED QUE:	NUNCA	CASI NUNCA	OCACIONALMENTE	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
8.- Que dona parte de sus ingresos para fines sociales o de caridad	20.7%	31.7%	26.8%	9.8%	11.0%
9.- Que las donaciones que hace, después las aplica como deducciones de impuestos	41.5%	13.4%	28.0%	9.8%	7.3%

En estas preguntas quisimos indagar el concepto de responsabilidad social que está muy ligado al de la ciudadanía, y observamos lo siguiente: el 20.8% de los contribuyentes encuestados manifiesta que dona parte de sus ingresos para fines sociales o de caridad, en contraste el 52.4% manifestó que nunca o casi nunca lo hacen. De los contribuyentes que donan el 17.1% manifestó que siempre o casi siempre al realizar una donación esta es disminuida de su utilidad al momento de pagar el im-

puesto, en contrario al 54.9% que expresan la no utilización de las deducciones por donaciones en su declaración de impuestos.

Para la validación del instrumento se realizó el “Test de Adecuación de la Medida de Káiser-Meyer-Olkin” [KMO] y la Prueba de Esfericidad de Bartlett, debido a que, con los valores encontrados, se verifica la idoneidad de la estructura de la matriz de correlaciones. Donde,

los valores obtenidos en la prueba KMO con respecto a la adecuación muestral son considerados aceptables, así como los resultados del contraste de esfericidad de Bartlett que también indican la idoneidad del análisis realizado, como se aprecia en las tablas siguientes:

Tabla 11 KMO y prueba de Bartlett

MEDIDA DE ADECUACIÓN MUESTRAL DE KÁISER -MEYER- OLKIN	.689
Prueba de esfericidad bartlett	334.657
Chi-cuadrado aproximado gl	36
Sig.	.000

Para la prueba de hipótesis se utilizó la correlación de Pearson, que mide la fuerza y sentido de relación entre dos variables medidas en al menos escala de intervalo, además si esta es significativa (p diferente de 0); se realizó la correlación, para definir la relación que existe entre las variables estudiadas. Las correlaciones significativas que surgieron de este análisis estadístico se muestran en la tabla 12, los valores muestran que tan fuerte es la co-

rrelación que existe, entre más cercano a 1 este el valor es más fuerte esta correlación. Para este análisis se tomó un valor mayor a .5 para demostrar que existe una correlación significativa entre dos variables.

La variable cumplimiento tiene una correlación significativa con la escolaridad del contribuyente, así como al sector al cual pertenece.

La variable cumplimiento tiene una correlación significativa con el número de trámites realizados por el contribuyente en la visita que realizo a las oficinas de la autoridad fiscal.

La variable Donaciones tiene una correlación significativa con el grado de cumplimiento del contribuyente, así como al grado de percepción de transparencia de la información por parte del contribuyente.

Tabla 12 Correlaciones entre variantes estudiadas

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

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

		CUMPLIMIENTO	TRANSPARENCIA	DONACIONES
EDAD	Correlación de pearson	-.144	-.107	-.080
	Sig. (bilateral)	.196	.339	.473
	N	82	82	82
GENERO	Correlación de pearson	.060	.089	-.056
	Sig. (bilateral)	.595	.425	.616
	N	82	82	82
SECTOR	Correlación de pearson	.271*	-.020	.109
	Sig. (bilateral)	.014	.860	.330
	N	82	82	82
ESCOLARIDAD	Correlación de pearson	.464**	.017	-.010
	Sig. (bilateral)	.000	.877	.928
	N	82	82	82
#TRÁMITES REALIZADOS	Correlación de pearson	.167	-.052	.254*
	Sig. (bilateral)	.135	.645	.021
	N	82	82	82
TIPO DE PERSONA	Correlación de pearson	.048	-.058	.122
	Sig. (bilateral)	.667	.603	.276
	N	82	82	82

CIUDAD	Correlación de pearson	.157	.082	.093
	Sig. (bilateral)	.158	.466	.407
	N	82	82	82
TRÁMITE REALIZADO	Correlación de pearson	-.051	.071	-.073
	Sig. (bilateral)	.648	.524	.514
	N	82	82	82
CUMPLIMIENTO	Correlación de pearson	1	.210	.265*
	Sig. (bilateral)		.058	.016
	N	82	82	82
TRANSPARENCIA	Correlación de pearson	.210	1	.371**
	Sig. (bilateral)	.058		.001
	N	82	82	82
DONACIONES	Correlación de pearson	.265*	.371**	1
	Sig. (bilateral)	.016	.001	
	N	82	82	82

Conclusión

En la investigación realizada se muestra que el concepto de ciudadanía fiscal dependen de varios factores tanto sociales, demográficos y culturales de los contribuyentes, ya que estos al considerar una obligación contribuir con el Estado no ven compensado las aportaciones que realizan con los servicios o productos que el mismo Estado le otorga, ocasionando un sesgo entre el deber pagar y el no pago. Se encontró que entre los encuestados el conocimiento de sus obligaciones está claramente identificado y por consiguiente estas buscan alternativas para cumplir con las mismas, conocen los beneficios que obtienen al pagar en tiempo y forma.

Encontramos también que los contribuyentes aceptan que los mecanismos de información del fisco mexicano a nivel federal son óptimos, debido a que, la información es clara, oportuna y esta se encuentra disponible en todo momento en los portales de internet de diversas instituciones federales, pero al ser un medio un poco informal de comunicación también origina diversos problemas de interpretación y aplicación.

Uno de los aspectos a destacar es que los contribuyentes en su mayoría consideran que la carga tributaria en materia de obligaciones formales (trámites fiscales) está acorde a su capacidad administrativa, pero existió un amplio porcentaje que no opinaba lo mismo, en este punto se tiene que ampliar la muestra y abarcar todo tipo de organizaciones y regímenes fiscales para detectar en un futuro las problemáticas administrativas que se presentan al momento de realizar la determinación y el entero de las contribuciones y que pudieran disminuir la seguridad del contribuyente ante alguna revisión de la autoridad.

El factor transparencia y aplicación de los recursos por parte del Estado constituye un factor que incide en el ejercicio de la ciudadanía fiscal, quedando demostrado que en su mayoría los contribuyentes consideran que los recursos aportados son utilizados correctamente por el Estado, pero que estos no son transparentados en forma correcta. Ocasionando con ello un motivo para no contribuir con el estado, consideramos necesario generar futuras investigaciones para determinar cómo ve el contribuyente la

utilización de sus aportaciones y cuáles son los servicios públicos que más inciden para motivar el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

El ejercicio de la ciudadanía también implica un compromiso con la sociedad motivada principalmente por que los recursos que obtiene el Estado deben ser ejercidos en beneficio de la comunidad, es así que el no pago de la contribución genera una disminución de los ingresos del Estado y por consiguiente el monto de dinero aplicar se ve disminuido. Para Tapia (2003) al menciona que la idiosincrasia del mexicano ya sea por razones antropológicas y genealógicas se ha heredado el pensamiento de robar los impuestos, en la idea de "para que pago si se lo van a robar".

También es verdad que para considerarnos ciudadanos completos es necesario el ayudar a las clases sociales bajas a través de organismos públicos y de la sociedad civil por medio del mecanismo de donativos, en este sentido esta investigación demostró que es bajo el porcentaje de contribuyentes que donan parte de sus ingresos para fines sociales o de caridad y a un es muy poco el porcentaje de contribuyentes que usan las deducciones en la disminución de su carga tributaria. Por lo tanto es necesario generar investigaciones en el contexto mexicano que relaciones la responsabilidad social con el concepto de ciudadanía fiscal que nos permitan cambiar el concepto de "para que pago si se lo van a robar" por el de "Prefiero donar para disminuir mis impuestos".

En conclusión general podemos decir que existen múltiples factores que inciden en el ejercicio de la ciudadanía fiscal, por ejemplo:

- Existencia de un sector informal cada vez en mayor crecimiento.
- La poca o nula Educación Fiscal por parte del Estado o las Instituciones de enseñanza de todos los niveles educativos, ya que el problema no es solo de adultos sino que debemos generar una cultura fiscal desde niños.
- Crisis económicas que afectan el poder adquisitivo de los ciudadanos.

- Cultura del terrorismo fiscal por parte de la autoridad contra los contribuyentes y la exclusión de grandes empresarios por prácticas de corrupción.

Como quedó demostrado en esta investigación la Educación es un factor que incide positivamente en el cumplimiento de la obligación tributaria, por lo tanto las hipótesis de investigación son aceptadas y proponemos seguir investigando en este sentido para así, poder aumentar la escasa recaudación tributaria atreves de educar a la sociedad desde los niveles básicos y generar un compromiso con las Instituciones de Educación como colaboradores en el desarrollo de la ciudadanía (Civil, Política y Social).

Referencias

- Allingham, M. y Sandmo A. (1972). Income Tax Evasion: a Theoretical Analysis. *Journal of Public Economics*, (1), 323-338.
- Aragón, R. Á. (2012). Ciudadanía y derechos sociales: las dificultades de la ciudadanía social (Vol. 9). México: Andamios.
- Bojórquez, N. (2005). Ciudadanía. En C. Y. Corona, *Antología del Diplomado: Derechos de la Infancia, Infancia en Riesgo* (págs. 79 -94). Ciudad de México, México: Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco.
- Carrasco, M. (2010). Ciudadanía Fiscal. *Fiscalidad Número 5*, 25-30.
- CEPAL. (1988). *Ciudadanía en Latinoamérica*. Santiago de Chile.
- Chinchilla, M. (2004). *Medio ambiente y construcción ciudadana*. Santiago de Chile: Mimeo.
- Cullen, C. (2007). *El malestar de la ciudadanía*. Buenos Aires Argentina: La Crujía.
- Garza (De la), S. F. (2008). *Derecho Financiero Mexicano* (28 ed.). México, México: Porrúa
- Echagaray, R., Cerrudo, D., & Brozzone, G. (2011). *Ciudadanía fiscal propuesta didáctica para docentes del nivel secundario y educación de adultos*. Administración Federal de Ingresos Públicos.
- Esper, S. (2008). *La relación entre el pacto social y el sistema tributario: la subjetividad del ciudadano fiscal argentino*. Documento de Trabajo del Instituto, 9/2008. Buenos Aires, Argentina: AFIP.
- Esper. (2008). *La relación entre el pacto social y el sistema tributario*. Buenos Aires Argentina: AFIP.
- Espinoza, J. (1998). *La Evasión Fiscal*. México: Porrúa.
- Estévez, A. M., & Esper, S. c. (209). *Ciudadanía fiscal y nuevas formas de relacione entre contribuyentes y administración tributaria*. Saberes (1).
- Estévez, A. y Esper S. (2008). *Ciudadanía fiscal en América Latina: El contrato incumplido*. Recuperado http://repositorio.ub.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2041/alejandro_esteves.pdf?sequence=1
- Ferreira Borges, E., & Pereira, J. M. (2014). *Educación Fiscal y Eficiencia Pública: Un Estudio de sus Relaciones a Partir de la Gestión de Recursos Municipales* (Vol. 8).
- Brasilia, Brasil: *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*.
- Giraldo- Zuluaga, G. A. (2015). *Ciudadanía: aprendizaje de una forma de vida* (Vol. 18). Cundinamarca, Colombia: Educación y Educadores.
- Hirsh, N. (2009). *La creación y afianzamiento del concepto de ciudadanía fiscal: Los programas de educación fiscal*. Sistema de Rentas Internas del Ecuador. Perú: sri.
- Horrach, M. J. (2009). *Sobre el concepto de ciudadanía: historia y modelos*. *Factótum Revista de Filosofía* (6), 1-22.
- Kidder, R. Y Mcewen C. (1989). *Taxpaying behaviour in Social Context: A tentative typology of tax compliance and noncompliance*. En J.Roth, J., Scholz y A. Witte (Comps.). *Taxpayer Compliance*, Vol. II. USA: University of Pennsylvania Press.
- Tapia Tovar, J. (2000). *La Evasión Fiscal: Causas, Efectos y Soluciones*. México: Porrúa, 1ra. Edición.
- Tapia Tovar, J. (2003). *La Evasión y la Defraudación Fiscal*. México: Tax Editores Unidos S.A de C.V.
- Tejedor de la Iglesia, C. (2009). *Ciudadanía*. *Factótum Revista de Filosofía* (6), 1.
- H. Congreso. U (29 de 01 de 2016). *Constitución Política De Los Estados Unidos Mexicanos*. México: Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. .

PROPUESTA DE UN MODELO PARA EL ESTUDIO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

José Ramiro Alemán López⁴
Evangelina Tapia Tovar⁵

Introducción

El propósito de este trabajo es proponer un modelo de estudio de la Responsabilidad Social Empresarial tomando como referencia dos antecedentes: el Modelo de Desempeño Social de las Empresas de Archie B. Carroll (1979), y la Norma ISO 26000 (IMNC. A.C., 2011).

Para ello se exponen los resultados de una investigación realizada en el año 2012 en la Universidad Autónoma de Aguascalientes denominada "Gobierno Empresarial en la Industria de Aguascalientes", cuyos resultados se aplicaron para poner a prueba, de una manera empírica, la consistencia de las categorías centrales que forman parte del modelo y que son: una concepción social de empresa de la cual se deriva su actitud y postura frente a la Responsabilidad Social; una gobernanza que implica una organización de gobierno colegiada, con una organización y tratamiento transparente y ético de la información y en comunicación con una red diversificada de "partes interesadas" en sus actividades empresariales y, finalmente, una serie de materias y asuntos en que la empresa hace efectiva su Responsabilidad Social.

Partimos de una concepción amplia de la Responsabilidad Social, que considera la función de la empresa más allá de sus fines lucrativos y del cumplimiento de obligaciones legales; que tiene el compromiso de restituir y retribuir tanto a la sociedad como al medio ambiente los costos sociales que producen sus funciones y, que limita y controla su acción de aprovecharse de defectos en la normatividad económica, para no resarcir costos sociales derivados de su actividad.

El objetivo de la investigación fue hacer un estudio exploratorio y descriptivo sobre el estado actual que guardan las prácticas de responsabilidad social en las empresas de Aguascalientes y sobre las concepciones de los empresarios sobre sus alcances y desarrollos futuros.

La hipótesis de la investigación fue, que el empresario en Aguascalientes, tiene la concepción predominante que el objetivo de la empresa y de su gobierno empresarial es principalmente la obtención del lucro, pero identifica algunas acciones de responsabilidad social que favorecen el entorno socioeconómico y que pueden resultar benéficas con un efecto favorable en su principal objetivo. (Concepto de empresa de "Entorno Lucrativo"). Se esperaba, entonces, una mayor aceptación de la responsabilidad social en relación a participar en un entorno económico que favorezca el lucro y sólo indirectamente produzca un beneficio social.

El tipo de estudio fue exploratorio, descriptivo y transversal.

El método fue no experimental, con aplicación de técnicas de encuesta y uso de la correlación Rho Spearman. La muestra fue de 130 empresas de un universo de 508 unidades económicas del sector manufacturero con más de quince trabajadores (nivel de confianza de 94%), distribuidos por tamaño según número de trabajadores: 60 pequeñas (16 a 100), 31 medianas (101-250), 20 grandes (251-500) y 19 macro (más de 500).

Revisión de la literatura

¿La Responsabilidad Social Empresarial, se involucra o no en el desempeño económico de las empresas?

Milton Friedman es representativo del NO al involucramiento del desempeño económico con la responsabilidad social. En su ensayo sobre la Responsabilidad Social (Friedman M., 1970), sostiene que el único fin de la empresa es el lucro, la máxima ganancia, lo cual supone una racionalidad y perfeccionamiento del mercado, aspecto que, algunos teóricos, como Simon (1989), Polanyi (2014), Coase (1994), Williamson (2000), cuestionarán al demostrar la inconsistencia del mercado y de la información, así como la competencia imperfecta. Estos enfoques superarán teóricamente los supuestos de una función exclusiva y única de la empresa centrada en un máximo beneficio bajo condiciones de competencia, información y cálculos perfectos.

La incorporación de la RSE a la definición y organización de la empresa, sólo tiene sentido si se acepta el presupuesto de la imperfección del mercado y de la competencia imperfecta, asimismo, requiere la premisa de que están incrustados lo económico y lo social, como sostenía Granovetter (2013).

Para adoptar un enfoque social de la organización empresarial, es central una concepción ampliada y diversificada de las “jerarquías”, para enfrentar las “imperfecciones del mercado”. Esta tesis está basada en la idea de las obras: La naturaleza de la empresa (Coase R., 1996), y Mercados y Jerarquías: su análisis y sus implicaciones anti-trust (Williamson, 1991). En ambas se sostiene la distancia existente entre la teoría económica defensiva del mercado y la problemática de la gestión y organización empresarial (las jerarquías), ya que las decisiones empresariales, tienen una naturaleza distinta al planteamiento teórico económico, que para constituirse en una ciencia positivista, se alejó de los aspectos sociales.

Ronald Coase, en Naturaleza de la Empresa, sostiene que el rasgo característico de ésta es el desplazamiento de las transacciones coordinadas por el mercado a las transacciones coordinadas por una organización encabezada por el empresario, de esta forma, el mercado no es el único instrumento coordinador, sino también lo es la empresa. Así se cruzan dos formas de mecanismos de regulación de los costos de transacción, el mercado y la empresa (Coase R., 1996).

Existe una tensión en la decisión de la empresa entre transacciones de intercambio en el mercado y transacciones organizadas, en esa disyuntiva se definen los límites de lo económico y lo empresarial. Sin embargo, esta relación no significa una separación irreconciliable, pues las relaciones empresariales no están en absoluto aisladas del resto del mundo económico, pero tampoco de las formas diferentes en que los Estados regulan las transacciones de mercado y de organización.

Así entonces, para una concepción de la Responsabilidad Social Empresarial, es indispensable tomar en cuenta esta distinción y a la vez relación; para ello es necesario preguntarse: ¿La Responsabilidad Social es aplicable únicamente a los mecanismos de organización, es decir a la empresa, o si es extensiva a los mecanismos del mercado? Con estos cuestionamientos se comienza a conceder en la doctrina económica y administrativa importancia a un enfoque social de la empresa, desde tonos más tenues y precavidos, hasta el concepto de más alto compromiso social con su comunidad y la sociedad en un sentido más amplio.

La existencia de una norma internacional como la ISO 26000 (IMNC. A.C., 2011); las declaraciones internacionales respecto al comportamiento de empresas multinacionales (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001), (Organización Internacional del Trabajo (OIT, 1998); entre otros documentos de alcance mundial, sostienen que el desempeño empresarial también se mide por sus impactos y consecuencias en el entorno social. Sin embargo, este movimiento simbólico internacional, no se ha legitimado plenamente en las acciones reales de las empresas, o bien su adhesión a estos principios internacionales ha sido fundamentalmente virtual.

En el Libro Verde se definió la responsabilidad social empresarial así:

“La responsabilidad social de las empresas, es esencialmente un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio” (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001: 4).

Este concepto supone una forma de autocontrol de las empresas evitando los daños a la sociedad y al medio ambiente, mediante un auto-convencimiento derivado de los retos de un entorno mundial y de una conciliación entre el interés privado y el social y asume además,

que la responsabilidad social es una forma de regulación sólo de las transacciones de organización o empresariales, no de las del mercado, éstas permanecen como un mecanismo auto-regulado.

El concepto de Responsabilidad Social de forma voluntaria, tiene la desventaja de suponer que solamente es aplicable a una organización interna limitada en su integración vertical, sin embargo las empresas pueden estar organizadas mediante otras variantes que impliquen transacciones económicas y formas de cooperación con otras empresa, o bien que las empresas formen parte de organizaciones económicas más amplias. De esta forma la acción voluntaria de Responsabilidad Social quedaría limitada al gobierno individual e interno de la empresa.

Otro enfoque de la Responsabilidad Social está relacionado con una simbiosis entre la ética y la estrategia de negocios. Inicialmente fue de carácter instrumental, es decir, una relación ética con aquellos grupos de interés sin los cuales la empresa no existiría (Stanford Research Institute, citado por Freeman, 2010: 31) es decir, una responsabilidad social limitada a un núcleo necesario de stakeholders que pueden ser afectados por las decisiones de la empresa. Se trata entonces de una actitud, por una parte ética que toma en cuenta los daños a otros, pero por otra parte, estratégica porque selecciona aquellos grupos estratégicos para la economía de la empresa. Este enfoque Freeman lo amplía a “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la realización de los objetivos de una organización” (Freeman, 2010: 25).

Una diferente perspectiva es que la Responsabilidad Social, está más allá de grupos de interés, pues está enmarcada en el riesgo global. Los grupos de interés se fragmentan y se diluye en “partes interesadas”. La Responsabilidad Social bajo esta perspectiva, parte de una estrategia mundial por las afectaciones potenciales o evidentes que se pueden ocasionar a individuos, grupos y entornos locales y globales. Se cambia el concepto de grupo a “partes”, porque los involucrados no necesariamente forman un grupo como integrantes y no siempre los afectados tienen una cohesión entre sí, así también, porque puede haber afectados que no son actores sino condiciones de peligro general, como el medio ambiente.

Este enfoque dirige su atención en hacer que la empresa defina una estrategia reflexiva, identificando las “partes

interesadas” a través de los daños y beneficios potenciales o evidentes que se pueden provocar como resultado de decisiones u omisiones, presentes o futuras (Beck, 2006).

El enfoque del riesgo nos lleva a un camino ideal, que implica una organización mundial con intereses comunes articulados y consensados, lo cual sería deseable, sin embargo, bajo esa perspectiva, el alcance real de las empresas se hace complicado y distante en los movimientos de orden global, pues resulta complejo observar el papel de la empresa en las transformaciones más profundas y estructurales del Sistema- Mundo (Wallerstein, 2013).

La Corrupción Regulatoria y la RSE

En el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) confluyen múltiples disciplinas y diversos enfoques. La RSE adquiere fuerza cada vez que se presentan las crisis económicas derivadas de actos de corrupción empresarial (como los casos de Enron, Permalat, entre otros); de impacto global o en el sistema financiero internacional (por ejemplo, la Crisis de 2008). Bajo estos acontecimientos, se resalta una moralización o ética de la economía, para prevalecer la creencia de una resistencia y superación capitalista de las crisis.

Entendemos por “corrupción regulatoria”, el uso “legitimado” del riesgo o daño a las personas y a la sociedad frente a las limitaciones económicas, de mercado, o al ocultamiento o parcialidad de información verídica que proporcionan las empresas a las instituciones reguladoras del Estado y a la Sociedad Civil. La corrupción regulatoria supone un daño moral o social legitimado por una regulación imperfecta por parte del Estado, debido a la información insegura, oculta o dudosa sobre la cual se legisla o regula, aceptando los efectos sociales sin responsabilidad del decisor; se trata de una regulación corrupta de los costos sociales.

Algunos ejemplos de corrupción regulatoria son los “daños morales”, los “apalancamientos financieros” y todo un conjunto de conceptos que interpretan los daños sociales que se han provocado y que se han concebido, como riesgos calculados, legítimos, o hasta incluso naturales de la actividad económica.

Estas modalidades de acciones empresariales que producen daños sociales sin responsabilidad para los agentes económicos, Williamson los considera como oportunismo (Williamson, 1989:73). Desde nuestra perspectiva, se trata de una corrupción regulatoria, porque la incertidumbre se manipula para que la empresa se organice, se desarrolle y prospere asumiendo los riesgos con efectos sociales sin una responsabilidad social que sea reconocida por ella misma. El oportunismo no se trata de un aspecto conductista de la acción humana, sino de regulaciones de un uso corrupto legitimado del riesgo, una impunidad sistemática frente al daño social.

De esta forma, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no se puede concebir como la respuesta de la empresa a un daño particular por una acción particular, sino una respuesta al daño social generalizado y sistémico de la actividad económica empresarial a la sociedad en su conjunto, más allá de los grupos de interés directos con quienes se relacione una empresa específica.

El concepto de RSE de la Norma ISO 26000.

La Norma ISO26000 desarrolla un concepto amplio de la Responsabilidad Social, define la Responsabilidad Social aplicada a todo tipo de organización, la cual debe cumplir con la legislación aplicable, pero además, tomar en cuenta y hacerse responsable de los impactos que su actividad produce en sus “partes interesadas” y en el medio ambiente de manera ética y transparente, tomando como referente la normativa internacional y extender estos principios a toda la organización interna así como a aquellas organizaciones con las que se relacione. (IMNC. A.C., 2011: Cap. 2, Apdo. 2.18).

De esta forma ya no se trata de una concepción voluntaria en un sentido simple. Este concepto trasciende las obligaciones legales de la empresa y la compromete a que sea restitutiva de los daños que ocasiona y retributiva hacia la sociedad y al medio ambiente; que se regule con un forma de gobernanza que tome en cuenta a los grupos de interés; que sus acciones correspondan con la normativa internacional y además sea un vínculo que extienda la Responsabilidad Social a otras organizaciones asociadas con sus actividades.

La Responsabilidad Social: gobernanción y gobernanza.

Oliver Williamson aplica el concepto de gobernanción como la forma de regular y asegurar que las transacciones económicas se cumplan de acuerdo a sus contratos.

La gobernanción tiene estructuras y formas diferentes según distintos tipos de transacciones, puede ser una gobernanción basada en el mercado, unilateral, bilateral, trilateral, unificada dependiendo de la complejidad de la transacción y de la imperfección del contrato. (Williamson, 1989, Cap. III.).

En cambio, la gobernanza en un sentido literal, se entiende como el “Arte o manera de gobernar que se propone como objetivo el logro de un desarrollo económico, social e institucional duradero, promoviendo un sano equilibrio entre el Estado, la sociedad civil y el mercado de la economía” (RAE, 2014)

El concepto de gobernanza se relaciona con la “corrupción regulatoria” en el sentido que aquella es un mecanismo que la controla y limita, tanto en el mercado como en la organización. La corrupción regulatoria requiere equilibrarse a nivel social entre Estado, Economía, Mercado y Sociedad Civil.

La gobernanza es el gobierno que procura regular, equilibrar y minimizar la corrupción regulatoria y evitar que los riesgos y los daños sociales, sean legitimados como costos sociales necesarios. La gobernanza se da tanto en sentido interno, como externo, es decir, se trata de ser gobernado y autogobernarse regulando los efectos negativos de las decisiones que afectan a los demás.

De esta manera, la gobernanza y la responsabilidad social son dos conceptos equivalentes que se articulan: gobernar responsablemente, evitando la corrupción de los daños que provocan las propias decisiones de la sociedad y evitando asumir los costos sociales como si fueran necesarios y legítimos.

Algunos modelos de RSE

En este trabajo, se parte del Modelo Tridimensional de Desempeño Social de las Empresas, de Archie B. Carroll (Carroll: 1979), de manera inicial, pues se comparte con este autor que la RSE es una articulación de una postura o concepto de empresa (Filosofía); una definición de alcances de la responsabilidad de la empresa limitados al lucro o más allá de ese propósito (Categorías de Responsabilidad Social) y una composición de problemáticas sociales que pueden ser o no materia de participación

de las empresas, según la definición que tenga ésta de sí misma y su alcance social (Materias o Asuntos de Responsabilidad Social).

Archie Carroll diseñó un modelo tridimensional de Responsabilidad Social considerando cada una de las tres dimensiones generales. Enseguida se compara su modelo con el de la Norma ISO 26000 y con el que se propone como Modelo para estudios de RSE a nivel empírico.

Tabla 1. Modelo de RSE de Carroll
Fuente: Carroll, A.B. (1979).

PRINCIPIOS DE R SOC.	INTEGRACIÓN DE LA R.S	MATERIAS DE R. SOC.
Redición de cuentas	Debida Diligencia	Consumidores
Transparencia	Selección de Materias	Medio Ambiental
Comportamiento Ético	Esferas de influencia	Derechos Humanos
Respeto a Stakeholders	Prioridades de Asuntos	Prácticas de Operaciones
Legalidad	Integrar a la organización	Prácticas Laborales
Normativa Internacional		Desarrollo de Comunidad
Derecho Humanos		Gobernanza

Tabla 2. Modelo de la Norma ISO 26000
Fuente: IMNC. A.C. (2011)

PRINCIPIOS DE R SOC.	INTEGRACIÓN DE LA R.S	MATERIAS DE R. SOC.
Redición de cuentas	Debida Diligencia	Consumidores
Transparencia	Selección de Materias	Medio Ambiental
Comportamiento Ético	Esferas de influencia	Derechos Humanos
Respeto a Stakeholders	Prioridades de Asuntos	Prácticas de Operaciones
Legalidad	Integrar a la organización	Prácticas Laborales
Normativa Internacional		Desarrollo de Comunidad
Derecho Humanos		Gobernanza

Tabla 3. Propuesta de Modelo Para Proyecto de Investigación Fuente: Elaboración propia con base en los modelos de Carroll y la Norma ISO 26000.

ACTITUD SOCIAL	GOBERNANZA	MATERIAS DE R. SOC.
Lucrativa	Gobierno Documental	Consumidores
Entorno Lucrativo	Gobierno Colegiado	Medio Ambiente
Restitutiva	Gobierno Informado	Derecho Humano
Retributiva	Gobierno Transparente RED DE STAKEHOLDERS Nuclear Extendida Compuesta	Prácticas de Operación Desarrollo de Comunidad Gobernanza

Método

Con base en los modelos de Carroll y la Norma ISO 26000 se propone un modelo de RSE para el desarrollo del proyecto de investigación que fundamentó el artículo.

Propuesta de Modelo de RSE

De los modelos de Carroll (1979) y de la Norma ISO 26000 (IMNC. A.C., 2011), se propone un esquema de análisis basado en las siguientes dimensiones principales de la RSE:

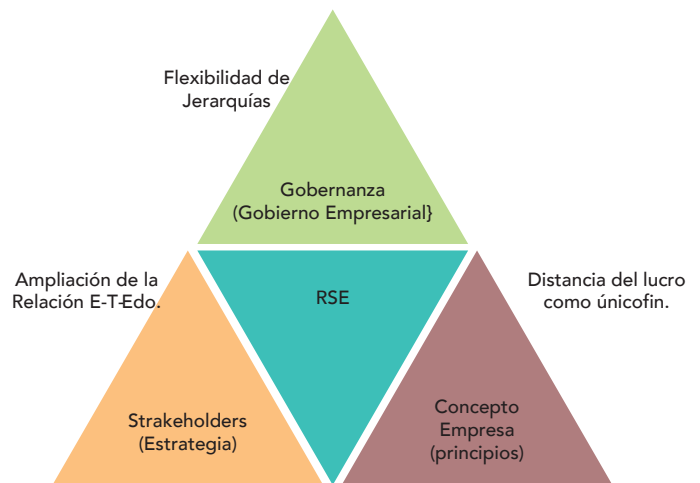
1.- Un Concepto social de empresa (o Actitud hacia la RSE), cuya visión se transforma alejándose de una concepción exclusivamente lucrativa (Actitud Lucrativa) de empresa, para impactar en el entorno económico donde ésta lleva a cabo sus operaciones, (Entorno lucrativo) hasta una concepción social de empresa (Concepción Retributiva) con principios éticos y de valores que acompañan la obtención del beneficio y del lucro.

2.- El concepto de Stakeholders, que se aleja de las relaciones industriales tradicionales entre Estado, Trabajadores y Empresa (E-T-Edo) y amplía sus relaciones con un entorno social y de las “partes interesadas” en sus actividades económicas considerando Proveedores, Clientes, Trabajadores, Accionistas, Comunidad, entre otros.

3.- Un concepto de Gobernanza, que contiene los instrumentos mediante los cuales la empresa se aleja de un gobierno tradicional basado en la jerarquía y la autoridad directa y se flexibiliza sus jerarquías admitiendo dispositivos documentales novedosos de gobierno interno y externo (Gobierno Documentado); fomenta el trabajo colegiado (Gobierno Colegiado) y fortalece su sistema de información en la toma de decisiones en las cuales se toma en cuenta los efectos positivos y negativos de sus decisiones hacia las “partes interesadas” (Gobierno Informado), así también, cómo hace pública información de la empresa mediante reportes o contabilidad de carácter social (Gobierno Transparente).

4.- Las materias de Responsabilidad Social, se toman de la Norma ISO 26000, ya que son compatibles con las que propone el modelo de Archie B. Carroll. Sin embargo, se precisan sus componentes con indicadores con el propósito de facilitar la elaboración de un índice de empresa socialmente responsable.

Figura 1. Dimensiones del concepto de RSE.
Fuente: Elaboración propia.



Concepto Social de Empresa

Miryam Cardozo propone cuatro variantes de postura empresarial sobre su involucramiento en la responsabilidad social. (Cardozo, 2003: 167-170).

1.- El Lucro es el objetivo único y el logro máximo del beneficio, la responsabilidad de la empresa es exclusiva hacia los inversionistas, los socios o accionistas. Esta postura Cardozo la relaciona con Milton Friedman (Friedman, 1970).

2.- El Lucro es el objetivo primordial pero adicionalmente en el contexto de su búsqueda, produce efectos sociales benéficos. El bien individual por sí mismo produce efectos agregados que benefician a la colectividad. En el contexto de la búsqueda del beneficio individual se derivan beneficios sociales. Esta postura podemos ejemplificarla con Williamson en relación con la gobernanza de las transacciones económicas, pues se trata de una regulación que busca primordialmente la reducción de costos de transacción y los beneficios sociales se derivan de garantizar el cumplimiento de contratos, fortalecer la organización de la empresa, mantener la productividad y los empleos.

3.- Otra variante en el concepto social de la empresa que describe Cardozo, además de los efectos sociales derivados del propósito principal del lucro, se tiene la responsabilidad adicional de reparar daños y restituir las consecuencias sociales provocadas por la actividad económica. La responsabilidad social, en este caso, es una respuesta ética a los grupos de interés afectados. Esta postura se puede representar con la teoría de los Stakeholders de Edward Freeman (Freeman, 2010)

4.- La Responsabilidad Social, no es tan sólo una derivación del lucro, ni de reparación del daño social, sino que es una función y compromiso social adicional a la búsqueda del lucro, es un objetivo en sí mismo. Esta variante puede ser representada por las declaraciones internacionales en diversas materias de responsabilidad social como derechos humanos, medio ambiente, derechos laborales, entre otros, así también por la Norma ISO 26000.

Estas variantes de postura sobre la Responsabilidad Social, las identificamos respectivamente en el orden de exposición como Lucrativa, de Entorno Lucrativo, Restitutiva y Retributiva.

Stakeholders, Grupos de Interés o Partes Interesadas

Con el concepto de stakeholders, grupos de interés o “partes interesadas”, se amplía el concepto tradicional de sistema de relaciones industriales (ETEdo), centrado en la relación de la empresa con los trabajadores y el estado (Dunlop, 1978), extendiendo la relación a una red social más amplia, con los accionistas, los proveedores, con la comunidad, las organizaciones civiles, las instituciones intermedias de desarrollo de conocimiento y tecnología, entre otros actores.

Las “partes interesadas” son identificadas por la empresa mediante un análisis de riesgos, de afectados y beneficiarios de las acciones y decisiones de la estrategia empresarial. Las “partes interesadas” pueden ser redes Nucleares (clientes, proveedores, socios, trabajadores, dependencias oficiales) o Extensas (cualquier otro actor u organización que no forme parte directa de la transacción económica pero que es tomado en cuenta como beneficiario o afectado por las decisiones de la empresa).

Las “partes interesadas extensas” las dividimos en dos subgrupos, uno que denominamos Extensivas, con las cuales se tiene una comunicación en asuntos constantes y otro Compuestas, en el que se incluyen actores diversos con relaciones inestables o eventuales, en ambos casos son grupos no directamente relacionados, o al menos no permanentemente, con las actividades económicas de las empresas, pero que tienen interés en sus acciones que pueden afectarlos.

Tabla 4. Dimensiones e Indicadores de “Partes Interesadas”
Fuente: Elaboración propia.

INDICADOR “Partes Interesadas”
a) Proveedores
b) Clientes
c) Consumidores
d) Trabajadores
e) Organizaciones Civiles
f) Sindicato
g) Cámaras Empresariales
h) Dependencias
i) Instituciones Educativas
j) Centro de investigación
k) Bancos
l) Socios y Accionistas
m) Comunidad
n) Iglesia
o) Partidos Políticos
p) Cámaras Legislativas
q) otros

Materias de Responsabilidad Social

Como puede observarse en la Tabla 1 y 2, los modelos tanto de Carroll como el de la Norma ISO 2600, tienen componentes muy similares. En las Tablas 3, 4, 5, 6 (ABCD), se presenta el modelo propuesto con un desglose de indicadores empleado en un estudio en 130 empresas manufactureras de Aguascalientes en el año (UAA, 2012), del cual exponemos más adelante sus resultados.

Dimensiones del modelo propuesto

En las siguientes tablas, se detallan las dimensiones e indicadores del modelo propuesto basado en los modelos y conceptos expuestos en apartados anteriores.

Tabla 5. Actitud Social, Stakeholders o "partes interesadas" y gobernanza
 Fuente: Elaborada con base en el concepto de Stakeholders de Freeman (2010) los conceptos sociales de empresa de Cardozo (2013) y el principio de Transparencia de la Norma ISO 26000 (IMNC. A.C. 2011)

DIMENSIÓN	INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA	CÓDIGO	RANGO
Partes Involucradas	1.- Tamaño de red	Promedio		Nuclear	0.01.0.433
				Extendida Compuesta	0.434.0.666 0.667.1
DIMENSIÓN	INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA	CÓDIGO	RANGO
Actitud Social	1.- Lucrativa	Escala 1 a 4		Lucrativa	1
	2.- Entorno lucrativo			Entorno	2
	3.- Restitutiva	Lucrativo		3	
	4.- Retributiva	Restitutiva Retributiva		4	
DIMENSIÓN	INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA	CÓDIGO	RANGO
Gobernanza	1.- Gobierno Documental	Indice de Gobernanza	Donde gn son los valores de cada uno de los 3 indicadores de la Gobernanza y 42 es el puntaje máximo posible	Bajo	0.01.0.433
	2.- Gobierno Colegiado			Medio	0.434.0.666
	3.- Gobierno Informado			Alto	0.667.1
DIMENSIÓN	INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA	CÓDIGO	RANGO
Transparencia	1.- Información pública de la empresa	Indice de comunica- ción	Donde en son los valores cada uno de los 7 reactivos de Transparencia y 18 es el puntaje máximo posible.	Bajo	0.01.0.433
	2.- Reglas de calidad de la información			Medio	0.434.0.666
	3.- Información sobre el gobierno de la empresa	Alto		0.667.1	
	4.- Instancia responsable de la información				
	5.- Supervisión de la información				
	6.- Información Extralegal				
	7.- Medios e instrumentos de información				

Tabla 6.A.Materias de Responsabilidad Social
 Fuente: Tablas 6 A,B,C,D, elaboradas con base en los principios y materias de RS de la Norma ISO 2600 (IMNC. A.C. 2011) y de Carroll A.B. (1979).

DIMENCIÓN	INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA	CÓDIGO	RANGO
Derechos Humanos	1.- Diversidad de Género	Índice de D.H.	Donde hn son los valores de cada uno de los 10 reactivos de Derechos humanos y 29 es el puntaje máximo posible	Bajo	0.01.0.433
	2.- Código de ética			Medio	0.434.0.666
	3.- Contratación de menores de edad			Alto	0.667.1
	4.- Comisión de honor y justicia o D.H				
	5.- Restricciones en la contratación				
	6.- Riesgos de violación a los derechos humanos				
	7.-Seguridad y Protección a trabajadores				
	8.- Sanción de conductas				
	9.-Diversidad en contratación				
	10.- Condiciones para discapacitados				

DIMENCIÓN	INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA	CÓDIGO	RANGO
Prácticas Laborales	1.- Contrato colectivo	Índice laboral	Donde In son los valores de cada uno de los 10 reactivos de Prácticas laborales y 17 es el puntaje máximo posible	Bajo	0.01.0.433
	2.- Comisión de seguridad e higiene			Medio	0.434.0.666
	3.- Comisión de capacitación			Alto	0.667.1
	4.-Involucramiento				
	5.- Restricciones en las contratación				
	6.- Riesgo de violación a los derechos humanos				
	7.- Seguridad y protección a trabajadores				
	8.- Sanción de conductas				
	9.- Diversidad en contratación				
	10.- Condiciones para discapacitados				

DIMENSIÓN	INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA	CÓDIGO	RANGO
Medio Ambiente	1.- Políticos Ambiental 2.- Prevención de la contaminación 3.-Aportación a la sustentabilidad 4.- Contenido de la Política ambiental 5.-Información Ambiental 6.-Estrategias ambientales implementadas 7.-Acciones ambientales implementadas 8.- Educación ambiental 9.- Acciones correctivas ambientales 10.- Intervención en Política estatal ambiental	Indice Medio ambiental	Donde an son los valores de 10 reactivos de medio ambiente y 25 es el puntaje máximo posible	Bajo Medio Alto	0.01.0.433 0.434.0.666 0.667.1

DIMENSIÓN	INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA	CÓDIGO	RANGO
Prácticas de Operación	1.- Índice de información 2.- Código de ética 3.-Matriz de riesgos 4.-Interés en ERS 5.-Competencia empresarial 6.-Ventajas competitivas 7.-Cadena de valor 8.- Innovación empresarial 9.- Certificación en normas 10.- Certificación futura en normas 11.- Redes educativas 12.-Medidas Preventivas contra la corrupción	Indice de Po	Donde en son los valores cada uno de los 12 reactivos de Prácticas de Operaciones y 44 es el puntaje máximo posible.	Bajo Medio Alto	0.01.0.433 0.434.0.666 0.667.1

DIMENSIÓN	INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA	CÓDIGO	RANGO
Prácticas con Clientes y consumidor	1.- Protección al cliente y al consumidor 2.- Gestión de quejas 3.- Respuesta a quejas 4.-Protección a datos personales 5.- Colaboración con autoridades para proteger al consumidor 6.- Garantías de salud y seguridad en el producto 7.- Comunicación de derechos al cliente y al consumidor 8.- Control y seguimiento de quejas	Índice Pcom	Donde nn son los valores de cada uno de los 13 reactivos de Prácticas con la Comunidad y 31 es el puntaje máximo posible	Bajo Medio Alto	0.01.0.433 0.434.0.666 0.667.1

DIMENSIÓN	INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA	CÓDIGO	RANGO
Prácticas Comunidad	1.- Política social 2.- Relación con fundaciones o asociaciones civiles de ayuda 3.- Gasto en acciones sociales 4.- Seguimiento del impacto del gasto social 5.- Objeto de apoyo social 6.- Programas comunitarios 7.- Enlace de gestión social 8.-Actividades de voluntariado 9.- Proyectos sociales permanentes 10.- Comunicación y difusión de la ayuda social 11.- Convenios con instituciones de ayuda social 12.- Medios de ayuda social 13.- Intervención en conducta social	Índice Pcom	Donde mn son los valores de cada uno de los 13 reactivos de Prácticas con la Comunidad y 31 es el puntaje máximo posible	Bajo Medio Alto	0.01.0.433 0.434.0.666 0.667.1

DIMENSIÓN	INDICADOR	FÓRMULA	DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA	CÓDIGO	RANGO
Índice ERS	1.- Índice de Gobernanza 2.- Índice de Derechos humanos 3.- Índice laboral 4.-Índice de Medio ambiente 5.- Índice de Prácticas de operacines 6.- Índice de Prácticas con Consumibores 7.- Índice de Prácticas de comunicación		Donde (in*wn) son los valores de cada uno de los índices multiplicados por su ponderación	1=0.20 2=0.10 3=0.20 4=0.20 5=0.10 6=0.10 7=0.10	0.01.0.433 0.434.0.666 0.667.1

La ponderación del índice se da como resultado de haber realizado una corrección entre los siete índices, siendo las variables ponderadas con 0.20 las de mayor peso porque sus valores numéricos fueron los mayores (superiores a 550) en las correcciones con nivel de significación 0.01 del coeficiente r de Pearson y Spearman

Resultados

Las prácticas de Responsabilidad Social no son homogéneas, por lo que a continuación se realizará un análisis con el fin de particularizar las características predominantes a través de un desglose de los aspectos que conforman la responsabilidad social con el fin de obtener algunas regularidades o posibles tipificaciones.

Tabla 7. Correlación entre Responsabilidad Social y sus principales conceptos.
Fuente: UAA (2012).

RESPONSABILIDAD SOCIAL
Índice de ERS.
CONCEPTO SOCIAL DE LA EMPRESA
.380
ÍNDICE DE GRUPOS DE INTERÉS (tamaño de red)
.513
ÍNDICE DE GOBERNANZA
.717

Comenzaremos por analizar las particularidades de la Responsabilidad Social según el Concepto Social de la empresa. El índice de responsabilidad social (Ers) tiene una correlación Rho Spearman positiva con un nivel de significación de 0.01 con respecto al Concepto de empresa, lo que significa que es más alta en la medida en que se tiene un concepto que se aleja del concepto friedmaniano de lucro empresarial y se aproxima a un concepto social ya sea restitutivo o retributivo de la empresa. Así observamos en la Tabla 8, que la Concepción de “Entorno lucrativo” se ubica en índices que van de bajo a medio de RSE, presentando una excepción en 15 (26.3%) de 57 casos.

El Enfoque restitutivo, presenta una tendencia a ubicarse con índices Ers de medio a alto, a excepción de una empresa. Finalmente la concepción retributiva de la empresa tiene un índice de responsabilidad social de medio a alto, destacando los niveles máximos de responsabilidad social en 32 (76.2%) de los 42 casos y ningún caso en el nivel bajo. Lo que significa que la definición que de sí misma tenga la empresa en su función social, influye y compromete en sus acciones y prácticas sociales a la empresa.

Tabla 8. Responsabilidad Social y Concepto de Empresa.
Fuente: UAA (2012).

CONCEPTO DE EMPRESA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL				
Concepto de empresa	ÍNDICE ERS			
	BAJO	MEDIO	ALTO	TOATAL
Entorno Lucrativo	12	30	15	57
Restitutiva	1	12	18	31
Restitutiva	0	10	32	42
TOTAL	13	52	65	130

El segundo aspecto a analizar, es el involucramiento de grupos de interés como parte de la estrategia empresarial. Como podrá observarse, es un factor igualmente decisivo en el nivel de responsabilidad social de la empresa. El índice Ers tiene una correlación Rho Spearman positiva con el Tamaño de Red, con un nivel de significación de 0.01 (valor crítico de .513).

El tamaño de red nuclear tiende a corresponder con los niveles bajo y medio de responsabilidad social, en 42 casos (89.4%) de los 47 que componen este grupo. El tamaño de red extensivo, se carga hacia los niveles medio y alto del índice Ers, (98%), con un ligero predominio del nivel más alto, en 26 (52%), de los 50 casos. En cuanto el tamaño de red compuesto mantiene la tendencia de ubicarse en los niveles medio y alto del índice Ers, con 28 (84.8%) de los 33 casos del grupo.

Tabla 9. Responsabilidad Social y “Partes Interesadas”
Fuente: UAA (2012)

PARTES INVOLUCRADAS (Tamaños de Red) Y RESPONSABILIDAD SOCIAL				
Tamaño de Red	ÍNDICE ERS			
	BAJO	MEDIO	ALTO	TOATAL
Nuclear	12	24	11	47
Extensivo	1	23	26	50
Compuesto	0	5	38	33
TOTA	13	52	65	130

Se puede comprender el comportamiento de estos datos partiendo de la idea central de que la gobernanza como los “grupos de interés” o “partes interesadas” son conceptos recíprocos e interdependientes, por esa razón en el modelo propuesto se consideran como dimensiones que se retroalimentan entre sí; así también la gobernanza tiende a alejarse del sentido estricto de las jerarquías en la organización e incorporar la colaboración como una forma de coordinación entre empresas diferentes; igualmente, el concepto de “partes interesadas” se aleja del concepto de entorno limitado al núcleo clásico de relaciones entre la empresa, los trabajadores y el estado y ambos acontecimientos tienen correspondencia entre sí. En este sentido podríamos decir, que las categorías de gobernanza y de stakeholders son complementarias. El tercer aspecto a analizar es la Gobernanza.

El índice de Ers es creciente en la medida en que lo hace la gobernanza, pues tienen una correlación Rho de Spearman positiva con un nivel de significación de 0.01 y un valor crítico de .717. Así tenemos, que los casos del nivel bajo de gobernanza, tienen a su vez índices de Ers de bajo a medio en 50 (89.3%) de 56 empresas.

Asimismo, las empresas con nivel regular de gobernanza, tienen a su vez niveles de responsabilidad social de medio a alto en 45 (97.8%) de las 46 empresas del grupo, predominando en este grupo, el nivel alto de Ers con 31 casos (67.4%) de los 46 ubicados en el nivel regular de gobernanza. Por otra parte, el nivel más alto de gobernanza presenta una decisiva relación con respecto al nivel de responsabilidad social al entrar el 100% de los casos (28 empresas) en el nivel más alto del índice de Ers.

Tabla 10. Responsabilidad Social y Gobernanza
Fuente: UAA (2012)

GOBERNANZA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL				
Índice de Gobernanza	ÍNDICE ERS			
	BAJO	MEDIO	ALTO	TOATAL
Bajo	12	38	11	47
Regular	1	14	26	50
Alto	0	1	38	33
TOTA	13	52	65	130

Conclusión

En conclusión, se puede afirmar, que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es una conjunción articulada de diferentes categorías, pues es un fenómeno que se presenta en la medida en que el Concepto o definición de la Empresa se aleja de una concepción cerrada del entorno lucrativo y se aproxima a una concepción retributiva; así como en la medida en que amplía el reconocimiento de sus “Partes Interesadas” desplazándolas de una Red Nuclear de “Grupos de Interés” a una Red Compuesta; y que incorpora la Gobernanza a una organización jerárquica más flexible y diversificada en el gobierno empresarial.

Se puede sostener que en el modelo propuesto, basado en las categorías teóricas centrales de la Responsabilidad Social que son: el Concepto de Empresa, los “Grupos de Interés” o Stakeholders y la Gobernanza; esta última es la que tiene el mayor peso en la correlación con respecto al índice de Responsabilidad Social, lo que le otorga un papel central en el Modelo.

Referencias

- Beck, U. (2006). *La sociedad del riesgo global*. España: Siglo XXI de España Editores.
- Cardozo, M. (2003). *Las empresas y su responsabilidad en el campo social*. (C. Mexiquense, Ed.) *Economía, Sociedad y Territorio*, Enero-Junio IV (13), 163-187.
- Carroll, A. B. (1979). A three dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4 (4), 497-505.
- Coase, R. H. (1994). *La empresa, el mercado y la ley*. Madrid: Alianza.
- Coase, R. (1996). *La naturaleza de la empresa, en La naturaleza de la empresa, orígenes, evolución y desarrollo*, O. Williamson y S. Winter (Coordinadores). México, Fondo de Cultura Económica. pp. 29-48
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde*. Bruselas: Informe 18 de julio de 2001 COM 2001 366 final.
- Dunlop, J. T. (1978). *Sistemas de relaciones industriales*. Barcelona: Península.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic Management. A stakeholder Approach*. New York: Cambridge University Press.
- Friedman, M. (1966). *Capitalismo y Libertad*. Madrid: RIALP.
- Friedman, M. (1970). *The social responsibility of business is to increase its profits*. New York: New York Time Magazine.
- Granovetter, M. (2013). *Acción económica y estructura social. El problema de la incrustación*. En F. Requena, *Análisis de redes sociales, orígenes, teorías y aplicaciones (Monografías, núm. 198 ed., págs. 231-269)*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, Siglo XXI.
- IMNC. A.C. (2011). *Norma ISO26000 nmx-sast-26000-2011. Guía de Responsabilidad Social*. México: Instituto Mexicano de Normalización y Certificación A.C.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (1998). *Declaración de la OIT relativa a los principios y los derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2015, de <http://www.ilo.org/http://www.ilo.org/declaration/thedeclaration/textdeclaration/lang--es/index.htm>
- Polanyi, K. (2014). *Los límites del mercado. Reflexiones sobre economía, antropología y democracia*. Madrid: Capitan Swing Libros S L.
- RAE. (Vigésima tercera edición de Octubre de 2014). *Real Academia Española*. Recuperado el 29 de mayo de 2016, de <http://dle.rae.es/?id=JHRSmFV>
- Simon, H. (1989). *Naturaleza y límites de la razón humana*. México: Fondo de Cultura Económica.
- UAA. (2012). *Gobierno empresarial en la Industria de Aguascalientes (Proyecto de Investigación)*. Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes, Departamento de Sociología.
- Wallerstein, I. (2013). *Análisis de Sistemas-Mundo*. México: Siglo XXI.
- Williamson, O. (2000). *La integración vertical de la producción. Consideraciones acerca de las fallas del mercado*. En G. Carroll, & D. Teece, *Empresas, Mercados y Jerarquías (págs. 15-30)*. México: Oxford University Press.
- Williamson, O. (1989). *Las instituciones económicas del capitalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Williamson, O. (1991). *Mercados y Jerarquías, su análisis y sus implicaciones antitrust*. México: Fondo de Cultura Económica.

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL MARKETING CON EL CONSUMIDOR

Aleida Azamar Alonso
Erick A. Jiménez Morales

Introducción

Actualmente los consumidores manifiestan un profundo rechazo al enfoque puramente económico de la actividad empresarial. Debido a ello han presionado a través de movimientos sociales como el consumerismo para impulsar un cambio en la estrategia y los paradigmas de la relación que las empresas mantienen con el conjunto de la sociedad y que transmiten a través del marketing.

De esta forma resulta importante rescatar el concepto de Responsabilidad Social del Marketing (RSM), ya que se puede considerar como la ética de comunicación hacia los consumidores.

Por lo que la hipótesis de esta investigación es que la RSM es un elemento necesario para el desarrollo de una cultura de consumo que prevenga de posibles excesos por parte de los empresarios y que ayude a los consumidores en el entendimiento de las responsabilidades de la actividad comercial, sin comprometer con ello la capacidad económica de la empresa.

El objetivo de este trabajo es revisar los elementos que componen a la RSM, así como las formas en que se ejerce la RSM durante los procesos de producción, venta y postventa de los bienes y servicios con la finalidad de establecer las ventajas que representan en la vida diaria.

Asimismo, la pregunta de investigación es: ¿La comunicación que tienen los productores en el proceso de consumo es suficientemente clara, precisa e incluyente? ¿Qué papel juega el Estado en la regulación de dicha comunicación?

La metodología de este trabajo consiste en la revisión bibliográfica de los principios del marketing; asimismo, se revisa si en las recomendaciones institucionales de legislación para la protección a los consumidores se valoran las dimensiones que constituyen a la RSM.

Como resultado de este trabajo se encontró que las instituciones que evalúan la conducta empresarial consideran de suma importancia el concepto de las RSM.

Por lo anterior, se concluye que la RSM es un proceso que sigue en construcción y que tiene un importante respaldo jurídico local e internacional, pero en la práctica aún falta integrarlo de forma más adecuada en el proceso de producción, venta y postventa.

Objetivos y descripción del problema

Actualmente las empresas productoras de bienes y servicios finales de todo tipo se enfrentan a cierto nivel de expectativa por parte de los consumidores; estos últimos esperan un mayor nivel de calidad, responsabilidad y veracidad en la comunicación de los empresarios, lo que también implica un mayor compromiso con el bienestar de los compradores.

La presión que ejerce la colectividad ciudadana hacia las empresas se transmite a través de las instituciones e instrumentos encargados de salvaguardar y mediar entre los mercados y los individuos .

Por otra parte, la demanda social de los consumidores también se observa en el rechazo público que obtienen las empresas debido a que por medio de algunas de sus actividades productivas generan daños principalmente económicos, ambientales y sociales. Lo anterior es más notorio desde principios de este siglo ya que las redes sociales y la multitud de portales públicos en internet han servido para expresar quejas sobre diversas prácticas empresariales.

En esta situación es que el marketing se ha convertido en una herramienta indispensable para mediar entre compradores y empresas generando para éstos últimos una imagen con la que se puede dialogar.

Los consumidores modernos esperan algo más que una comunicación clara y precisa sobre las bondades de los bienes y servicios que están adquiriendo, más bien exigen que las empresas se involucren con la sociedad de forma que puedan ayudar a resolver los principales problemas que les aquejan.

Es decir, las personas demandan que se establezca un interés adicional al de sólo resolver necesidades inmediatas, también requieren que se vele por sus intereses en el largo plazo, algunos de estos serían: la protección ambiental y el bienestar de la población en general -definido como

un mejoramiento en las condiciones económicas, ambientales y de cualquier otro tipo que se logren a través de esfuerzos privados o públicos-. Lo anterior es función de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), definida de la siguiente forma:

“las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad” (Bowen, 1953, p. 6).

No obstante, el interés que se aborda en este trabajo es el de la Responsabilidad Social en la tarea de comunicación y mercadeo de los Bienes y Servicios (B y S); es decir, la Responsabilidad Social del Marketing (RSM) se encuentra íntimamente relacionada con la RSE.

Lo que se investiga en este trabajo es la función de la RSM en el proceso de compra-venta de B y S, aduciendo este último al acto de consumo como una estructura necesaria de la sociedad, por lo que se deben reconocer las pautas que dan margen a los derechos del consumidor en cualquier circunstancia y a las obligaciones de las empresas.

En 1976 se decreta en México la Ley de Protección a los Consumidores, la cual se enfocaba en promover y proteger los derechos del consumidor mexicano, ello se lograría mediante acciones y normativas emplazadas a través de la Procuraduría Federal del Consumidor (PFC), la cual es un organismo descentralizado e independiente de la Secretaría de Economía del Gobierno Federal en el país.

Elementos teóricos de la Responsabilidad Social

La metodología de esta investigación depende de la revisión sistemática sobre la conceptualización de los elementos que componen a la RSM, partiendo de una valoración analítica sobre los términos de Responsabilidad Social (RS), marketing y consumo. A partir de lo anterior se profundiza en la revisión teórica de la RSM, para definirla con claridad y en su debida extensión.

Actualmente se asume que la mayor parte de las personas no se comportan como consumidores pasivos debido a que se enfrentan a los productores y a la comunicación que emana de éstos; es así que se ha creado el movimiento de defensa para el consumidor: el consumerismo (Aaker y Day, 1974; Kotler, 1972). Se puede considerar que dicha acción es la observación pública y crítica de las relaciones existentes entre la oferta y la demanda de B y S.

La base de este movimiento señala que el principio que rige las relaciones de mercado es la soberanía del consumidor, lo que implica que quienes están interesados en adquirir cualquier tipo de B y/o S lo hacen por su propia capacidad de elección, lo cual se determina por sus gustos y preferencias, así como por la cantidad máxima de recursos económicos que poseen para adquirir dichos B y S -esto es la restricción presupuestaria- (Penz, 1986).

Ramírez, Navarro y Trujillo (2002) señalan que la palabra consumerismo es un neologismo derivado de la palabra inglesa consumerism refiriendo al acto del consumo como una acción social necesaria en la vida diaria.

No obstante, el mercado local o internacional de la compra-venta de B y S se caracteriza por la asimetría en las relaciones entre productores y consumidores, exponiéndose a que la verdadera soberanía descansa en la práctica de producción debido a la escasez de regulaciones o imposiciones legales sobre los productores.

Lo que se ofrece no es una respuesta precisa a lo que la sociedad demanda; esto último es por la cantidad de B y S en el mercado que se anuncian con la intención de resolver problemas que real-

mente no existen o que únicamente solucionan necesidades inmediatas sin atajar problemas de fondo (Ramírez, Navarro y Trujillo, 2002).

El consumerismo intenta reivindicar la posición del consumidor como un ente que debe ser valorado en todas sus dimensiones y no solamente en aquellas que le inviten a adquirir bienes que satisfacen sus demandas inmediatas.

En este sentido es que el marketing interviene como un enlace entre los consumidores y los productores. Su función es la expresión, comunicación y localización de los bienes para las necesidades de la sociedad, aunque entendiéndose al mismo tiempo que es una extensión de las empresas para incrementar sus beneficios económicos al desplazar una mayor cantidad de productos.

No obstante, actualmente el marketing se está transformando, cambiando sus objetivos en respuesta a las demandas de la sociedad y a otras instituciones públicas. La presión que se ejerce sobre dicha actividad es con la intención de que se incorpore un proceso de Responsabilidad Social a su práctica.

Esta demanda social se presenta como una actitud y opinión general hacia los B y S y es de rechazo o aceptación ya que el consumo -es una expresión social para satisfacer las necesidades- puede ser expresado en forma de criterio de selección, pero también como una acusación pública, un reclamo personal e incluso una protesta no sólo hacia una empresa, sino dirigida a todo el mercado. En este último caso el consumidor agravado discute la falta de soberanía que existe en los mercados, buscando equilibrarla a través de la presión sobre el Estado para que actúe a favor de la sociedad (García de la Cruz, 1995).

Se puede argumentar que la denuncia del consumidor se fundamenta en el hecho de que el marketing -entendido como la respuesta observable de las empresas a las demandas más importantes de la sociedad- no respeta el principio de la soberanía del consumidor. Es decir, el consumerismo intenta crear un escenario en el que se equilibre el interés económico de las empresas con el del bienestar de la sociedad (Schwalb, 2009).

Y es que tal y como lo señala García (1997) las primeras críticas hacia el marketing se enfocaron en aspectos técnicos de su realización y aplicación, sin considerar el trasfondo o los problemas sociales ya que éstos no se abordaban.

³Entendiendo el bienestar social como el mejoramiento de las condiciones económicas, ambientales o de cualquier otro tipo que se logren a través de esfuerzos de las empresas que proveen bienes y servicios.

Actualmente la crítica ya no es sobre una cuestión tan general como los precios o la irrealidad del diseño, ahora es de índole ideológica y se está denunciando la campaña de modelación de gustos y preferencias para adaptarlos al ritmo de oferta del mercado. Esto revela que el consumidor ha dejado de ser un elemento moldeable y sumiso, exigiendo un cambio en el marketing ya que lo identifica como un componente social cuyo rol afecta de diversas formas a la sociedad (Schwalb, 2009).

El impacto de lo anterior se observa de forma inequívoca en la manera en que se comunican las ideas, ya que la mayor parte del contenido que las empresas difunden se enfoca en respetar la diversidad social y humana, procurar el cuidado del medio ambiente y en presentar una solución de largo plazo a los problemas de la sociedad.

Por otra parte, la misma presión de los consumidores ha servido para cambiar los fundamentos teóricos del marketing, para ampliar sus funciones y para reconocer a la sociedad en su conjunto. La primera definición de marketing fue propuesta en 1935 por parte de la Asociación Nacional de Profesores de esta materia (NAMT) y fue adoptada en 1948 por la Asociación Americana del Marketing (AMA), sin cambiar ni una palabra hasta cincuenta años después. Dicha definición dice lo siguiente:

“El marketing es la realización de actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios desde los productores a los consumidores” (AMA, 2008, p.2).

La primera modificación en esta definición se produce en 1985, quince años después del primer movimiento del consumerismo, seguida de algunos cambios en la misma sentencia en el año 2004

y 2007, llegando a la siguiente sentencia como la definición más amplia del marketing hasta la fecha:

“El marketing es la actividad, grupo de instituciones y procesos para la creación, comunicación, entrega e intercambio de ofertas que tienen valor para los clientes, socios y la sociedad en general” (AMA, 2008, p.2).

Es así que la función del marketing se está expresando de forma más amplia, diversa y en reconocimiento de varios elementos que componen a la sociedad y dejando de centrarse solamente en el aspecto económico. A pesar de lo anterior, sigue sin aparecer en su conceptualización la intención final del marketing como un elemento transformador de la sociedad y tampoco se externa la responsabilidad de esta actividad hacia el mejoramiento social o hacia la conservación del medio ambiente (Gundlach, 2007; Lusch, 2007).

El marketing y su relación con la sociedad

Schwalb y García (2013) consideran que la demanda de la sociedad se emprende con la intención de obtener un tipo de marketing con más compromiso social debido a que su función debe de ir más allá del diseño; sin embargo, no se tiene claridad sobre los elementos a los que debería apelar el marketing para adquirir el nivel de RS que exigen los consumidores.

Schwalb (2013) expone estos elementos de la siguiente forma:

I. Calidad de los productos y servicios:

Se pueden considerar todos los elementos perceptibles e imperceptibles que componen al bien o servicio que se está poniendo a la venta. En su conjunto representan la totalidad del bien y son los elementos que verá de forma inmediata el consumidor. Por nombrar algunos de estos componentes se pueden señalar: el color, tamaño, olor, sabor, garantía, etc.

Por otra parte, los servicios comprenden al profesionalismo y prestigio de quienes lo proveen: la fiabilidad y la accesibilidad que tienen.

En ambos, casos la calidad de los B y S depende en gran medida del precio de éstos, así como de la capacidad y experiencia de la empresa.

II. Calidad de la atención al cliente:

En esta categoría se observa la atención y el cuidado con el que la empresa atiende las necesidades del cliente en el tiempo que este último se encuentra dentro del establecimiento, es un servicio que acompaña al B y S pero que no se vende por separado.

En este punto se puede considerar la distribución y comercialización de los productos, así como la instalación de los mismos en caso de que se requiera. En suma, es la cantidad de actividades que las empresas pueden ofrecer para que un cliente se sienta lo suficientemente atraído para adquirir dicho bien.

De esta forma se puede entender que la calidad de estos servicios depende de la capacidad de empatía de quienes los realizan, siendo éstos vistos como la propia empresa.

III. Publicidad y prácticas de promoción:

Este aspecto contiene todos los factores sobre la venta y promoción que realizan las empresas para generar un mayor nivel en su comercialización, así como para generar empatía con los consumidores.

Los elementos que corresponden a este punto serían: cualquier tipo de venta que se realiza –personal o de alguna otra forma–, así como los medios de comunicación social y de servicios que puede ofrecer la empresa.

La calidad de esta dimensión depende de la transparencia con la que la empresa se maneja al transmitir su mensaje y en la forma, en sí es verídica sobre las características de los B y S que ofrece.

IV. Información al consumidor:

En este punto se refuerza lo comentado en la dimensión III debido a que se trata de todos los elementos que corresponden a la información que el consumidor puede obtener sobre los B y S que adquiere sin tener que recurrir a los medios masivos de comunicación.

Aquí se considera cualquier tipo de información personalizada que la empresa ofrece, tales como: etiquetas, trípticos, información personal, así como la publicidad mencionada en el punto anterior.

La calidad de este tipo de información depende de la claridad y cantidad que se le proporciona al comprador.

V. Gestión de los daños o perjuicios que los bienes y servicios podrían ocasionar al medio ambiente:

Esta categoría es la que involucra todas las medidas realizadas por las empresas en relación con su

compromiso para la protección al medio ambiente dependiendo de su nivel de impacto ambiental debido a la actividad productiva realizada.

Generalmente se consideran las campañas de concientización, así como las llamadas de solidaridad pública para la realización de servicio al bienestar social, tales como: campañas de reciclaje, siembra de árboles, limpieza en ciertas zonas de la ciudad, entre otras cosas.

La calidad de este tipo de medidas depende de la efectividad con la que son planeadas y planteadas, la forma en la que se involucra al público y la forma en que se ejecutan sin generar ningún otro efecto adverso o excluyente.

VI. Precios y créditos:

En esta dimensión se observa la capacidad de las empresas por generar altas expectativas respecto a la calidad de los bienes ofrecidos para que los consumidores sientan que deben pagar determinado precio o endeudarse para obtenerlo.

Estos elementos dependen del tipo de B y S que se provee, pues debe existir un mínimo de durabilidad, capacidad técnica, diseño y función para que ésta pueda ser considerada en el estándar mínimo de aceptación para su consumo, de forma que haya claridad en los términos de lo que se va a pagar y lo que se va a obtener.

VII. Respeto por la privacidad del consumidor:

Este punto se trata de observar todos los instrumentos utilizados por las empresas para incrementar su nivel de ventas sin considerar la privacidad del consumidor.

Los elementos que lo integran son las llamadas no solicitadas para ofrecer B y S, además del correo electrónico, las visitas no anunciadas, el envío no solicitado de productos, así como cualquier tipo de venta intrusiva.

La calidad de este punto se evaluará en la medida en que las empresas no recurran a estas técnicas

para incrementar la distribución de sus productos o servicios.

VIII. Ética y compromiso social:

Finalmente, esta dimensión hace referencia específica a la actividad del marketing como punto de diálogo entre las empresas y los consumidores. Considera elementos abstractos (que no son medibles o completamente objetivos) como la competencia leal y la justicia para el consumidor.

En este sentido se busca establecer la calidad y el impacto que el marketing tiene sobre la sociedad en su conjunto, pero también a nivel individual, al entender las necesidades y los problemas que diferencian a cada persona.

Fundamentalmente se perciben las dificultades éticas que aquejan a los consumidores en cualquiera de las categorías anteriores ya sea de forma simultánea o única.

La calidad de este punto depende de la claridad con la que se expresan los mensajes, la forma en que se resuelven y la capacidad de las empresas para mantenerse íntegra en sus actividades, así como en los B y S que ofrecen.

Estos elementos hacen referencia a la protección y seguridad del consumidor que pueden brindar las empresas respecto a los B y S adquiridos. Por otra parte, se debe cubrir la excelencia en el servicio y la atención que reciben los clientes, así como las políticas de reclamo o la devolución en caso de que los productos no cumplan con lo que se ha enfatizado en la comunicación.

Lo mencionado en los puntos anteriores se puede sintetizar en lo propuesto por Schwalb (2009, p.16) ya que propone la siguiente definición para la RSM:

“Una filosofía basada en principios y valores de contenido ético que debe guiar la actividad del marketing. La RSM implica que todas las personas e instituciones que desempeñan alguna actividad vinculada al marketing o de soporte al mismo, deberían tomar decisiones considerando no sólo las metas de venta, de utilidades y de participación de mercado de

la empresa, sino también, y de manera prioritaria, las necesidades y deseos de corto y largo plazo del consumidor, contribuyendo así no sólo a mejorar su bienestar, sino también a elevar la calidad de vida de la sociedad”.

De esta forma las RSM es un elemento sustancial en el desarrollo activo de la empresa; primero, como intérprete de las necesidades y preferencias de la sociedad; después, como fundamento integral en la adopción de la diversidad que compone a la sociedad; y finalmente, como proceso que involucra a todos los agentes sociales, institucionales y privados que realizan la actividad de consumir.

Desde luego el abordaje teórico de la RSM involucra elementos que se encuentran más allá de una definición. Es así que también se muestra la posición del principal instrumento de diagnóstico de la RSE en México, el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) creado en el año 2001; así como el Global Reporting Initiative (GRI) creado en 1997, la cual es una institución de evaluación de referencia global.

Tabla 1. Dimensiones de la RSM consideradas por los instrumentos de diagnóstico de la RSE en México
Fuente: Elaboración propia con datos de CEMEFI y GRI.

Dimensiones de la RSM	CEMEFI	GRI
Calidad de los productos y servicios	Sí	Sí
Calidad de la atención al cliente	Sí	Sí
Publicidad y prácticas de promoción	Sí	Sí
Información al consumidor	Sí	Sí
Gestión de los daños que los bienes y servicios podrían ocasionar al medio ambiente	Sí	Sí
Precios / créditos	Sí	Sí
Respeto por la privacidad del consumidor	Sí	Sí
Ética y compromiso social	Sí	Sí

En ambos casos se consideran casi todas las dimensiones que corresponden a la RSM, lo que significa que existe una evidente muestra de que dichos elementos constituyen un fundamento en la RSE y que debe valorarse cuidadosamente al momento de la actividad productiva y de postventa.

Por otra parte, las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección al Consumidor (2001), así como las Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) para las Empresas Multinacionales (2000) consideran siete de las ocho dimensiones de la RSM; mientras que la Norma Internacional ISO 26000 (2010) aborda todas las dimensiones de la RSM.

Por lo que se puede señalar que la validez teórica de la RSM adquiere una presencia notable en el proceso de evaluación de las prácticas empresariales, ya que se encuentra sustentada en las instituciones de regulación de la RSE nacional e internacional, así como en los instrumentos internacionales de recomendación para la práctica industrial y productora.

Resultados

El consumo debe ser entendido más allá de una simple práctica de compra de determinados bienes y servicios, pues a través de éste la sociedad se enfrenta a las empresas exigiendo que se respete la integridad y capacidad en su soberanía como consumidores.

El resultado de esta investigación demuestra que existen elementos normativos nacionales e internacionales que amparan al consumidor y que piden a las empresas la puesta en práctica de un nivel de ética básico y necesario para que lleven a cabo su labor.

En México existen varios elementos que ayudan a defender los derechos del consumidor de forma diaria; además, se promueve el consumo responsable y la práctica ética que deriva en el incremento de la calidad de la soberanía del consumidor.

Asimismo, México es uno de los pocos países en América Latina con una Procuraduría Federal del Consumidor (PFC), la cual, como organismo desconcentrado del gobierno federal realiza actividades de análisis, observación e imposición de sanciones administrativas y económicas para las empresas que no cumplan con su RSE.

Por otra parte, la RSM no se encuentra reglamentada en México de la misma forma que lo que está la RSE, pero de igual manera la PFC está habilitada para sancionar las prácticas inadecuadas en la actividad del marketing.

Adicional a lo ya mencionado, el CEMEFI –de origen mexicano- es el único instrumento de diagnóstico en América Latina para la RSE que considera para su actividad las ocho dimensiones del marketing socialmente responsable. Lo que significa que en México existe una valoración sustancial sobre el papel de la sociedad en los mercados y los derechos del consumidor.

Conclusión

La crítica realizada por la sociedad a través del consumerismo ha tenido importantes efectos sobre el proceso de compra-venta de B y S. Primero, porque gracias a la presión realizada se ha reconocido la necesidad de integrar la responsabilidad social a la práctica del marketing.

Por otra parte, se ha generado la conciencia de reconocer la diversidad de la sociedad en cuanto a las demandas de consumo, a las necesidades que se derivan de cada segmento económico y/o a las características de cualquier elemento físico, geográfico, etc.

La RSM es un elemento que debe integrarse completamente a la actividad productiva empresarial y ha de ponerse en práctica en todos los niveles de consumo tanto de B y S, como del contenido necesario para la compra-venta de estos. Es decir, tanto en los momentos en que se realiza una búsqueda de productos como en el servicio postventa.

Por otra parte, se debe considerar que la RSM es un elemento que puede parecer arbitrario en su ejecución y determinación pues las dimensiones sobre las que se mide dependen en gran medida de elementos culturales y de la normatividad local para que pueda ser implementada de forma precisa. Por lo que este análisis pretende establecer un paralelismo lógico entre la práctica productiva y el desarrollo de una cultura de responsabilidad de consumo.

Para el caso de la RSM la intención no es establecer reglas sino presentar consideraciones, pues las primeras son excluyentes y las segundas dan espacio a la reflexión. Por lo cual la RSM contiene una serie de posiciones integradas a la práctica de los productores con la finalidad de vincularse efectivamente con la población meta sin importar la diversificación de ésta, ya que su objetivo se encuentra en la implementación de un proceso efectivo de evaluación de propósitos que resultan en una actividad productiva más eficiente que beneficia a todos los agentes.

Lo señalado hasta el momento es una breve conclusión del trabajo, pero debe servir para precisar que al hasta el día de hoy no existe una comunicación lo suficientemente efectiva entre los consumidores y los productores, por lo que no se tiene una verdadera inclusión que es lo que busca la RSM: mejorar la falta de vinculación entre los intereses reales de la población, la comunicación de las empresas y la práctica productiva de la misma, tanto para obtener beneficios económicos como para mejorar su entorno inmediato.

No existen atajos para resolver este problema, pues se debe abordar desde una perspectiva de largo plazo en la que población esté enterada de sus derechos y, por otro lado, que las empresas generen un ambiente saludable para el desarrollo de su relación con los consumidores.

Referencias

- Aaker, D., (1974), *Consumerism. Search for the consumer interest*, New York: The Free Press.
- American Marketing Association (AMA), (2008), *The American Marketing Association Releases New Definition for Marketing*, Ed. American Marketing Association: EUA.
- Bowen, H., (1953), *Social responsibilities of the businessman*. Harper & Brothers: New York.
- Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) (2009), *Indicadores ESR Empresa Socialmente Responsable*. Recuperado de <http://www.cemefi.org/esr/> [consultado 01/02/2016].
- García de la Cruz, J.J. (1995), *La defensa de intereses ante las autoridades públicas. ¿Acción colectiva o acción individual?* *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 69, 39-68.
- García, I. (1995), *Un Estudio sobre las Actitudes del Consumidor Vasco hacia la Práctica del Marketing*, Tesis Doctoral, Ed. Universidad de Deusto, San Sebastián: España.
- García, I. (1997), *Una Introducción al Debate Marketing-Consumerismo*. Ed. Universidad de Deusto, San Sebastián: España.
- Global Reporting Initiative (GRI) (2006), *Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad, Versión 3.0*, Ed. GRI: Ámsterdam.
- Gundlach, G. (2007). *The American Marketing Association's 2004 Definition of Marketing: Perspectives on Its Implications for Scholarship and the Role and Responsibility of Marketing in Society*. *Journal of Public Policy & Marketing*, 26, (2), 243-250.
- International Organization for Standardization (ISO) (2010), *Norma Internacional ISO 26000. Guía de Responsabilidad Social*, ISO: Ginebra, Suiza.
- Kotler, P. (1972). *What Consumerism means for Marketers*. *Harvard Business Review*, 50, (3), 48-57.
- Lusch, R. (2007), *Marketing's Evolving Identity: Defining Our Future*, *Journal of Public Policy & Marketing*, 26, (2), 261-68.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2001), *Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor (ampliadas en 1999)*, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo: Ginebra, Suiza.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2000), *Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales*, OCDE: París, Francia.
- Penz, G. (1986), *Consumer Sovereignty and Human Interests*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Ramírez Pérez, A.; Navarro, Clemente J. y Trujillo M., (2002), *Consumerismo y movimiento de los consumidores. Valores, actitudes y comportamiento consumeristas de la población andaluza*, *REIS: Revista española de investigaciones sociológicas*, 99, 145-178.
- Schwalb, M. M. (2009), *Un estudio de la valoración del consumidor limeño sobre la Responsabilidad Social del Marketing*, Tesis Doctoral, Ed. Universidad de Deusto: San Sebastián, España
- Schwalb Helguero, María Matilde & Iñaki García Arrizabalaga (2013), *Dimensiones de la responsabilidad social del marketing*, *Revista Venezolana de Gerencia*, 18, (63), 434-456.

LA ACTIVIDAD MINERA EN MÉXICO, RESPUESTA SOCIAL Y RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL

Aleida Azamar Alonso.

Introducción

El continuo incremento de proyectos mineros en México responde a diversos factores, uno de los más importantes es apelar a los aparentes beneficios económicos que generan las macroactividades de explotación minera, las cuales son financiadas con capital privado nacional y extranjero. En este sentido, el aumento de dichos niveles de aprovechamiento ha generado graves problemas sociales ya que el Estado no ha implementado una normativa adecuada que pueda prevenir los efectos negativos derivados de estas actividades.

Es por ello que la hipótesis que guía esta investigación es que la normatividad minera en México es insuficiente para disminuir los conflictos sociales que se han originado entre las comunidades afectadas y las empresas, por lo que las mineras en el país deberían de aplicar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial con la finalidad de mejorar las prácticas productivas para conducir a niveles de desarrollo en los que no se perjudique a la población ni al medio ambiente.

El objetivo de este trabajo es valorar si existe un nivel de responsabilidad social por parte de las empresas y del Estado mexicano sobre la masiva cantidad de proyectos mineros que existen en el país, para ello se estudian tres casos en donde se han desarrollado diversos niveles de conflicto social. Por otra parte, se plantean las siguientes preguntas: ¿Comunican las empresas y el Estado a la población los impactos reales de la práctica extractiva? ¿Se documentan de forma adecuada y se exponen públicamente los beneficios económicos que obtienen las empresas por el extractivismo? Como marco teórico se parte de la conceptualización de los movimientos sociales como una respuesta organizada de la población ante la falta de una práctica ética de las empresas extractivas en su actividad. Por otra parte, se considera también la definición aplicada de la Responsabilidad Social Empresarial como un elemento necesario en el proceder empresarial.

Por otro lado, los resultados muestran que existe una orientación por parte del Estado mexicano para favorecer a entes privados que ejercen actividades extractivas mineras en el país sin considerar el daño social que se ocasiona. Se concluye, que el daño del extractivismo minero abarca al conflicto social y redundante en cuestiones laborales, ambientales y perjuicios a la salud, entre otros.

Descripción del problema: la actividad extractiva en México

La estructura social y económica de las naciones modernas es muy parecida a la de antaño ya que sigue existiendo el deseo de continuar expandiendo el sistema económico a partir del sacrificio en los componentes: social y ambiental, cuestiones que dependiendo de la zona geográfica y la orientación política-económica del Estado pueden ser más intensivas.

La regulación de las operaciones extractivas -cuya naturaleza puede definirse como un ejercicio de apropiación y usura-, dependen del Estado. No obstante, en este caso el papel del Estado inicia al margen del desarrollo capitalista de las industrias extractivas, ya que en su proceder está regular los principios legales que le permiten al capitalismo desarrollarse sin interrupciones; la relación de estos dos es indisoluble, pues del Estado dependen las leyes y, actualmente, los controles económicos que permiten la existencia del extractivismo.

No obstante, nos podemos preguntar: ¿Por qué se sostiene una mínima resistencia social ante condiciones tan coercitivas? En primera instancia, la mayoría de estas resistencias se dan en zonas que se encuentran más alejadas de los centros poblados; en segundo lugar, se presentan en comunidades donde la educación es limitada y con poco alcance.

Esta segunda condición es interesante, la CEPAL (2003) ha señalado que en el proceso de desarrollo la educación es determinante para terminar con el ciclo de pobreza; sin embargo, Ratinoff (1994) ha comentado que en una sociedad cuya necesidad funcional es la eficiencia productiva, los problemas sociales girarán en torno a procurar las condiciones necesarias para mantener en funcionamiento el sistema económico. Es decir, que desde el sistema educativo se fundamenta el orden implícito del sistema económico dominante.

Llama la atención que las zonas que presentan una resistencia más férrea a los proyectos extractivos es en donde el índice educativo suele ser notablemente más bajo debido a la falta de infraestructura y personal capacitado, por lo que esta fortaleza con la que se enfrentan a las compañías extractivas responde a una necesidad básica de supervivencia. Ratinoff (1994) afirma que es una rebeldía producto de la exclusión involuntaria de la formación educativa-productiva del Estado.

Composto (2012), señala que, a pesar de las dificultades previamente señaladas, los efectos positivos de la protesta social derivaron en la creación de movimientos sociales que ayudaron a la transición de los modelos políticos en diferentes zonas de Latinoamérica.

Marco teórico: Los movimientos sociales como respuesta al extractivismo

Composto (2012) menciona que, desde los años del despojo colonial, los pueblos autóctonos de Latinoamérica se encuentran en continuo conflicto con los gobernantes por diversas causas, es hasta la última década del siglo pasado que los movimientos en contra de las actividades extractivas se manifiestan de manera importante sobre la región, dichos movimientos sociales se ven reforzados por la participación de ciudadanos que no pertenecen a los pueblos autóctonos.

La mayoría de los conflictos entre el Estado y las comunidades se debe a que no se consideran las cosmovisiones y diferencias de cada uno de estos lugares; se impone un modelo político ajeno a las necesidades de la población. Gonçalves y Walter (2001) denominaban a éste conflicto “tensión de territorialidades”, caracterizado por la asimetría de las fuerzas participantes.

Ratinoff (1994) menciona que los Estados cuya prioridad es de índole productiva, no buscan formar ciudadanos con conciencia crítica, es por ello que la mayoría de los conflictos sociales se desprenden de la transformación de las relaciones sociales, económicas y políticas en meros instrumentos de proceder industrial, limitando los vínculos comunes entre los individuos, subsumiendo las economías regionales en el mercado internacional, poniéndolas en riesgo al enfrentar condiciones de competencia para las cuales no están preparadas ni cuentan con apoyo del Estado y, finalmente, afectando la diversidad cultural que caracteriza a la región, así como al propio medio ambiente en el cual se desenvuelven (Galafassi y Dmitriu, 2007).

La relación económica prima sobre el beneficio social y la diversidad cultural al obligar a los individuos a desposeerse de sus tierras; asimismo, al insertarlos en el sistema de trabajo se les enajena cultural y socialmente. En respuesta a ello surgen movimientos sociales que se extienden rápidamente hacia la perspectiva internacional (Seoane, 2006).

La mayoría de estos movimientos fundamentan su lucha en una cuestión socio ambiental (Harvey, 2004; Leff, 2004; Martínez, 2004; Svampa, 2008).

Estos movimientos se restringen a combatir el avance de las prácticas extractivas, su motivación es histórica y mantienen una actitud defensiva. Su origen tiene base en la memoria de los pueblos que ya fueron desposeídos, la práctica del extractivismo evoca reminiscencias de violencia y colonialismo (Composto, 2012).

La aguerrida defensa de las tierras y bienes comunes de los pueblos latinoamericanos amenazados por los proyectos extractivos genera empatía en los centros urbanos, tanto nacionales como internacionales, pues se transmite la idea de que el riesgo generado por el extractivismo no es un asunto particular y puede terminar afectando a otros individuos. Al respecto se puede mencionar lo comentado por Eckart y Boege (2010), señalan que en 2010 había 42 pueblos indígenas en México afectados por esta actividad (véase tabla 1).

Se posibilita la creación de un espacio que pueda servir para discutir y cuestionar la legitimidad de estos proyectos. La importancia de dichos movimientos en el contexto internacional es la de representar el costo social, ambiental y económico que implica la práctica del extractivismo, pues la pérdida de su identidad, tierras e individuos es el pago para alcanzar la modernidad.

Tabla 1. Pueblos indígenas en México afectados por los proyectos extractivos mineros
Fuente: Elaborado por Eckart, Boege (2010).
Mostrada en la página

PUEBLO INDIGENA	TERRITORIO DE LOS PUEBLOS INDIGENAS (HECTÁREAS)	EXTENSIÓN DE LAS CONCESIONES MINERAS	PORCENTAJE DE TERRITORIO
CHATINO	223,077	65,667	29.4
CHICHIMECA JONAZ	4,396	615	14.0
CHOL	796,544	1,993	0.3
CHONTL DE OAXACA	135,933	5,222	3.8
COCHIMI	7,599	522	6.9
CORA	367,047	121,028	33.0
CUCAPÁ	153,688	62,214	40.5
GUARIJIO	83,014	27,699	33.4
HUASTECO (TENEK)	250,611	2,805	1.1
HUAVE	106,879	6,237	5.8
HUICHOL	832,951	63,285	7.6
KANJOBAL	29,918	59	0.2
KIKAPOO	7,040	4,598	65.3
KILIWA	27,557	23,479	85.2
MAME	35,796	2,377	6.6
MAYA	7,441,968	69,912	0.9
MAYO	321,124	33,174	10.3
MAZAHUA	125,482	12,477	9.9
MAZATECO	315,254	727	0.2
MIXE	681,045	7,845	1.2
MIXTECO	1,702,341	92,538	5.4
NÁHUATL DEL SUR DE VERACRUZ	96,293	4,759	4.9
NÁHUATL GUERRERO	665,574	45,617	6.9
NÁHUATL DE SAN LUIS POTOSI	948,680	38,313	4.0
NÁHUATL ZONGOLICA	384,988	3,151	0.9
NÁHUATL DE DURANGO	36,582	5,578	15.2
NÁHUATL DE MICHOAC	76,218	39,742	52.1
OTOMÍ	489,646	30,748	6.3
PAIPÁI	68,326	66,360	97.1
PAME	104,479	3,005	2.9
PIMA	53,767	27,349	50.9
POPOLUCA	103,446	39,373	38.1
OUICHÉ	32,414	279	0.9
SERI	212,222	5,255	2.5
TARAHUMARA (RARÁMURI)	264,891	634,457	24.0
TEPEHUÁN (ODAM)	1,182,536	272,536	23.0
TLAPANECO	294,429	74,055	25.2
TZELTAL	924,774	459	0.0
TZATZIL	774,323	7,115	0.9
YAQUI	449,320	9,318	2.1
ZAPOTECO	1,775,199	280,272	15.8
ZAQUE	674,455	19,255	2.9

La Responsabilidad Social Empresarial

La actividad minera intensiva en México se ha realizado desde hace más de quinientos años, se desarrolla principalmente en zonas alejadas de los centros poblacionales más importantes en donde la población que reside allí se ve afectada a nivel social, económico y ambiental.

Ante esta situación la administración federal durante el siglo XX implementó un marco regulatorio para la industria minero-metalúrgica cuyo fin era establecer un mayor control hacia estas actividades y armonizar su práctica en conjunto con los derechos sociales de la población. Sin embargo, la regulación de la actividad empresarial minera es solamente una parte de las medidas necesarias para poder mantener un equilibrio entre la comunidad y la industria, por lo que es necesario el desarrollo de valores éticos que fomenten la cooperación entre todos los agentes involucrados en el proceso, este aspecto se fortalece a través de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Se puede señalar que la RSE es una forma de realizar actividades productivas o de prestación de servicios buscando el mejoramiento social, el respeto a los derechos laborales y al medio ambiente, sin descuidar con ello el beneficio económico de la propia empresa que la ejerce. En términos prácticos son valores que se llevan a cabo día a día dentro de las empresas, y no solamente medidas ocasionales que responden al interés de conseguir una respuesta positiva en algún sector de la población.

Se debe considerar que la RSE es el conjunto de los objetivos, la visión y las políticas empresariales orientadas a favorecer la relación con la población circundante, todo ello aplicado de forma transversal en la gestión de la propia organización.

De esta forma, no se debe confundir a la RSE con una cuestión caritativa ya que se enfoca en fortalecer la competitividad de las empresas y en el largo plazo debería generar menores costos operativos, así como un incremento en los beneficios derivados del mejoramiento en la calidad de la imagen de la empresa (Glavic, 2005).

En este sentido, la RSE se puede considerar como la contraparte de la normatividad legal ya que es una herramienta de gestión que se encarga de los aspectos que normalmente no se toman en cuenta durante el planteamiento organizacional, tales como: el impulso a la educación, la protección a los derechos de la población y el mejoramiento en la calidad de vida de las personas, todos estos elementos son fundamentales para consolidar la sostenibilidad de los negocios en el largo plazo (Vivas y Riveiro, 2002).

Y es que el crecimiento, así como la supervivencia de las empresas necesitan no sólo de la generación de la ganancia, puesto que las repercusiones de su actividad trastocan los puntos más profundos de las relaciones sociales y ambientales. Por ello, es que se exige que las estrategias implementadas para la gestión organizacional incluyan medidas de protección a las comunidades, pues de ellas depende gran parte de la capacidad productiva de la empresa, esto es porque una buena parte de la mano de obra es de la población inmediata o cercana al lugar; por otra parte, también los recursos primarios suelen estar cuidados por la población.

Sin embargo, la aceptación social de la comunidad no es el único componente que le da base a la RSE, también se debe buscar estar en armonía con la sustentabilidad ambiental. Para ello, es necesario implementar un esquema productivo que pueda satisfacer los estándares de continuidad, conformidad y desarrollo. Es así que la RSE se orienta específicamente hacia la creación de una estructura corporativa comprometida con la sociedad, el medio ambiente y la economía, precisando que la actitud debe ser permanente, pues de ésta depende la capacidad de supervivencia de la empresa.

Sobre el enfoque de sustentabilidad y la RSE Andrés Gómez-Lobo señala lo siguiente:

En la economía internacional de hoy, tener altos estándares ambientales puede ser una forma de acceder (o evitar barreras) a los mercados de los países desarrollados. Además, en general existe una relación estrecha entre el desarrollo tecnológico y los impactos ambientales de las actividades

productivas. Las tecnologías de punta generalmente son las más “limpias”. Esto implica que, en ocasiones, normas ambientales más estrictas pueden promover un aumento en la productividad de las empresas al estar éstas forzadas a utilizar tecnologías y formas de gestión de última línea (2002, p.40).

Por lo que la idea sobre la RSE y la sustentabilidad reside en apropiarse de la comunicación que la sociedad y la naturaleza puedan transmitir y convertir dicha información en un formato organizacional simple que la empresa pueda aplicar. Por lo que la estructura que combina la maximización del beneficio, del bienestar social y de la protección ambiental se puede considerar como el propósito nuclear de la RSE (Takala, 2006).

Objetivos del trabajo y metodología

El objetivo principal de este trabajo es valorar la responsabilidad social de las empresas ante los perniciosos efectos del extractivismo en tres comunidades afectadas por dicha actividad en el país. Por otra parte, se destaca la respuesta social de las comunidades a través de movimientos sociales organizados que buscan generar una respuesta del Estado para que se cumpla la RSE de las industrias extractivas.

Para exponer de forma más precisa este problema se presentan algunos datos de producción para establecer si existe un interés económico-productivo para emprender actividades extractivas intensivas sin considerar los daños sociales que puedan generarse en el proceso.

Para realizar la identificación de los elementos que componen estos objetivos se ha vinculado el problema del extractivismo minero en México y la repuesta social ante estas actividades como la protesta y las demandas de respuesta hacia el Estado para la resolución de estos conflictos. En este sentido, la investigación tiene un carácter descriptivo con abordaje teórico en primera instancia, para después describir de forma específica el desarrollo del problema.

Resultados de la investigación: la minería en México en tres casos de estudio

México se encuentra en los primeros lugares del mundo en cuanto a diversidad y riqueza natural ; no obstante, también es uno de los países con más daño y degradación al medio ambiente (Greenpeace, 2009), parte de este daño responde al efecto de la gran cantidad de proyectos extractivos activos en el país.

Asimismo, la desvinculación del Estado con los problemas ambientales que se generan es producto de la falta de un plan integral de sustentabilidad que promueva la vinculación y regulación de las actividades extractivas.

En el caso de los proyectos mineros en México se pueden señalar al menos treinta y siete conflictos , algunos de los cuales datan desde 1996, varios de ellos persisten hasta la actualidad y, en varios casos, la producción minera se encuentra activa. A partir de las siguientes páginas se hará un recuento de algunos conflictos mineros en el país, explicando las particularidades de la disputa y los actores que han intervenido en éste, además de sus posibles derivaciones.

Al respecto Greenpeace (2009, p.3) señala lo siguiente: México [...] se cuenta entre los primeros cinco países megadiversos del planeta, es decir, aquellos que albergan la mayor parte de las especies. México es el país con el mayor número de especies de pinos, encinos, cactáceas y reptiles, el segundo en mamíferos y el cuarto en anfibios, además, alberga a 12 de cada 100 especies conocidas del planeta. Cuenta con más de 23 mil especies de plantas, de las cuales más del 50 por ciento sólo existen aquí, es decir, son endémicas. Además, cuenta con abundantes recursos tales como mar, litorales, petróleo, diversos metales, irradiación solar y viento.

Proyecto Zaniza

Este proyecto minero se encuentra ubicado en el municipio de Santa María de Zaniza, en la zona sur del Estado de Oaxaca, a 180 kilómetros de la ciudad. Es un conflicto que data de 1999; no obstante, los daños provocados por la ejecución de labores de exploración se ubican en 1997.

La magnitud de estos daños fue tal que el permiso otorgado para la explotación de la mina fue revocado antes de la entrada en operación del proyecto. La empresa encargada de las labores de exploración y explotación es Altos Hornos de México y Subsidiarias (AHMSA).

El interés de AHMSA se ve reflejado en el beneficio que puede brindar la explotación del yacimiento de Zaniza, ya que se estima que existen más de 900 millones de toneladas de hierro en la zona, uno de los yacimientos más grandes del mundo; sin embargo, se debe probar la existencia de al menos 500 millones de toneladas para que el proyecto pueda ser rentable en el plazo de 25 años que se planea darle uso.

Los estudios realizados hasta el momento han determinado la existencia de 460 millones de toneladas de mineral (Vera, 2002).

Tabla 2. Beneficios calculados en el año 2002 para el proyecto Zaniza

PRECIO PROMEDIO (DÓLARES)	118.06
VOLUMEN (MILLONES DE TONELADAS)	460
TOTAL (MILLONES DE DÓLARES)	54,307.6

²El informe Estudio sobre las industrias extractivas en México y la situación de los pueblos indígenas en los territorios en que están ubicadas estas industrias de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) (2013) señala, refiriendo a cifras del Observatorio de Conflictos Mineros, que en México hay 19 conflictos mineros y más de 200 conflictos ambientales. No obstante, esta cifra se encuentra desactualizada y actualmente en la página http://mapa.conflictosmineros.net/ocmal_db/ se observa que los conflictos mineros de México suman 37, siendo el más elevado en América Latina.

³De acuerdo con la investigación realizada por Noticiasnet (2012) se ha recabado la siguiente información que no consta en ningún documento mexicano, ya que oficialmente el gobierno no reconoce este caso como un conflicto minero. Cuando el Grupo Acerero del Norte (GAN) hacía exploraciones en este pueblo indígena zapoteca, niños, jóvenes y adultos fueron testigos de las afectaciones por la contaminación en ríos y arroyos. Disponible en <http://www.noticiasnet.mx/portal/oaxaca/general/grupos-vulnerables/127268-zaniza-mineria-%C2%BFentre-dios-diablo> [consultado 10/02/2015]

El proyecto se encuentra detenido desde 2002; sin embargo, en el año 2005 AHMSA anunció que se reiniciarían labores de exploración con el fin de iniciar la explotación en el 2006. A raíz de ello se han tomado una serie de medidas legales por parte de los pobladores con la intención de evitar dicho proyecto.

Debido a la cercanía de las comunidades en la zona de Zaniza, los conflictos entre los pueblos por problemas de limitación entre sus territorios restringen la capacidad a reaccionar en contra de las labores mineras, por lo que se ha señalado a AHMSA como artífice de los enfrentamientos entre la población, ya que estos han tenido mayores inconvenientes durante el mismo tiempo que han sucedido los problemas legales con AHMSA.

Lo anterior demuestra cómo se ha enajenado a los pueblos, eliminando la posibilidad de un frente común para enfrentar a la compañía minera, esto es parte natural de la usurpación.

Los habitantes del lugar han denunciado un clima de incertidumbre, violencia e intimidación en su contra, e incluso se acusa a AHMSA de ser responsable en la masacre de al menos 25 personas oriundas, como factor de intimidación para permitir la entrada en activo de la mina.

Por lo anterior, podemos señalar que los movimientos sociales que nacen a raíz de este proyecto son de carácter ambiental y se sustentan en las irregularidades presentadas durante las labores de exploración.

Es decir, no existe una vinculación entre la comunidad y la empresa para resolver un problema que daña a los habitantes del lugar, más bien la situación se orienta hacia el conflicto y se ha escalado incluso hasta el asesinato, por lo que en este caso es obligatoria la intervención del Estado.

Minera Caracol, Chicomuselo

Chicomuselo es un municipio en el estado de Chiapas, con una amplia variedad de ejidos. Dentro del municipio se encuentra un gran depósito de barita, el cual se ubica en el ejido de Grecia; éste es un material de alta demanda en la perforación de pozos petroleros por su cualidad de evitar hacer chispas durante los procesos de rozamiento y perforación.

Los beneficios esperados de los yacimientos de barita registrados ascienden a más de 7 mil millones de dólares (sólo considerando los proyectos con datos disponibles). Se ha estimado que todas las minas en la región se encuentran ubicadas sobre la veta de Barita más grande del mundo (Castro, 2009). Estos se presentan en la tabla 3.

Tabla 3. Proyectos mineros por mineral, volumen de reservas y valor de mercado de la empresa Minera Caracol (Blackfire Exploration) en Chicomuselo (Millones de dólares, millones de toneladas)

NOMBRE DEL PROYECTO	HECTÁREAS	MINERAL	VOLUMEN (millones de toneladas ND)	VALOR* (millones de dólares)
SIETE MULAS	414	Antimonio y Oro Barita	ND	ND
EL LEÑADERO	35	Antimonio con Oro	ND	ND
EL DESTINO	284	Barita Antimonio con Oro	22.4	ND
SOR JUANA	4768	Barita y Titanio	4.32s	3,584
LA CRISTINA	284	Antimonio y Oro	ND	691.2
LA MULITA AMPLICACIÓN	56		ND	ND
LA REVANCHA	1050	Barita	6.48.s	1036.8
LA REVANCHA 2 A	11388	Barita	5.4	864
LA REVANCHA 2 B	1437	Barita	3.8	608
LA REVANCHA	500	Barita	6.9	1,104
			TOTAL	7,880

Impactos ambientales y sociales

Los impactos ambientales se pueden extender hacia la deforestación, el uso intensivo de explosivos, la sobreexplotación de mantos acuíferos -en este caso sólo se cuenta con información para la mina Ampliación la Revancha y se tiene un cálculo de 365 mil metros cúbicos anuales según estimaciones de la propia empresa- (SEMARNAT, 2005).

Además del costo de los recursos naturales como el agua, también se expone que uno de los puntos centrales en estos conflictos deriva de la práctica minera a cielo abierto, pues este proceso es sumamente agresivo con el medio ambiente ya que se deja un cráter de dimensiones importantes, en algunos casos llega a tener kilómetros de diámetro, dañando de forma irreversible el suelo y ello ocasiona que no se pueda utilizar para alguna otra actividad; además, contamina las capas más profundas del terreno incluyendo depósitos de agua subterráneos.

En este sentido, una de las actividades que mayores efectos nocivos causan a los mantos acuíferos locales y por extensión a las comunidades que deben alimentarse de estos, es la lixiviación -es la técnica que utiliza para el tratamiento del material-. La lixiviación por cianuro de sodio consiste en sacar el mineral de una pila de rocas para ser procesada en piletas, lleva una mezcla de 16 toneladas de cianuro y 32 millones de litros de agua.

El cianuro es usado para la extracción de metales desde 1887 como un químico reactivo para disolver el oro en agua por lo que es un procedimiento barato y eficiente (el 99% del oro es separado de la roca), pero es un elemento tóxico para la salud y el medio ambiente (Vargas, 2007).

El consumo de agua en este procedimiento es de un millón de metros cúbicos anuales para depurar la roca, el agua usada ya no podrá utilizarse para consumo humano o riego; además de que llevará a la sobre explotación de los mantos acuíferos de la región y a la falta de abastecimiento para el consumo local.

⁴En 1995 la ONU advirtió lo siguiente: los efectos del proceso de la minería pueden incluir alteración de la hidrología local y los cursos de agua, contaminación del agua superficial y subterránea con drenajes ácidos de mina, sedimentos, afluentes mineralizados o residuales, destrucción del hábitat, cambios en las formas del paisaje e inestabilidad de la tierra (UNEP, 1995).

Conflicto legal

En el 2005 se inician conversaciones entre el municipio de Chicomuselo, el ejido de Grecia y la empresa Blackfire Exploration, llegando a pocos acuerdos y fomentando un marco de tensiones entre los implicados en el proceso. La empresa es de origen canadiense y recibe apoyo constante por parte de su embajada a nivel político.

El proyecto inicia operaciones en el 2007 y mantiene un ciclo de actividades marcado por los problemas con los residentes. Entre los conflictos destacan varias quejas de contaminación a los ríos locales que alimentan de agua potable a las comunidades del municipio en Chicomuselo, afectación en la zona por la construcción de una carretera que permite viajar de forma más directa hacia la mina y la violación del marco legal, ya que durante la construcción de la carretera la empresa Blackfire encontró barita en los alrededores del pueblo Nueva Morelia, -dicha carretera atraviesa al pueblo - la empresa procedió a extraerlo sin tener una concesión minera al momento de hacerlo e incluso siguió haciéndolo aún después de terminar la carretera y sin tramitar el permiso ante el pueblo de Nueva Morelia (Moore y Colgrove, 2013).

Coincidiendo con las particularidades de la zona y en pleno ejercicio del derecho ejidal se decidió realizar acciones de bloqueo por parte de los habitantes para impedir que se siguieran cometiendo actos que contravenían los acuerdos que se tenía con la empresa Blackfire. No obstante, se acusó a las personas que protestaban de causar daños a la operación de la mina e incluso la embajada canadiense participó exigiendo zanjar responsabilidades ante los gobiernos locales (Moore y Colgrove, 2013).

Finalmente, en 2009 la Secretaría de Medio Ambiente del gobierno de Chiapas clausuró las operaciones de la mina alegando violaciones a diversas medidas de protección ambiental; sin embargo, antes de que esto sucediera, Mariano Abarca Roblero, uno de los principales activistas que participaban en contra de las operaciones en la mina fue asesinado. La familia del activista atribuye el crimen a la empresa, pero no se ha podido comprobar y tampoco se han desarrollado averiguaciones al respecto (Moore y Colgrove, 2013).

La empresa Blackfire se encuentra totalmente respaldada por la oficina diplomática de su país, por lo que puede considerarse un proceso de apropiación con el fin de aumentar la cantidad de recursos disponibles para la explotación. Asimismo, los ejercicios de violencia sobre la población no pueden ser documentados debido a que los vecinos carecen de cámaras o grabadoras para documentar los abusos por parte de la empresa y no pueden comprarlas por la gran pobreza de la zona.

Buena Vista del Cobre

En el Estado de Sonora se encuentra un importante río llamado igual que la capital, en la ruta del mismo confluyen siete municipios, el río finaliza en la capital del Estado, Hermosillo. La importancia para la zona es elevada debido a que el cauce del río brinda agua para las actividades del lugar, mayormente basadas en actividades agrícolas; además, alimenta los pozos de agua potable de la población de los municipios.

Asimismo, Hermosillo se conjuga con el río San Miguel y el agua de ambos alimenta a la capital del Estado, culminando su recorrido en las llanuras del golfo de California y en épocas de crecidas, en el pacífico (Valdez-Zamudio, 2005).

En la población de Cananea se encuentra la segunda mina de cobre más grande del mundo en términos de producción y la más grande del mundo en cuanto a reservas minerales, Buenavista del Cobre. Aunque dicha mina es la más antigua en operación en América del Norte, su actividad como parte de grupo México comienza en 1990 (GMX, 2013).

Tabla 4. Producción minera y reservas de cobre de la mina de Buenavista del Cobre
Fuente: Elaboración propia con datos de GMX, 2013

		PRODUCCIÓN	
		MINERAL PROCESADO	COBRE CONTENIDO
		MILES DE TONELADAS	
BUENAVISTA DEL COBRE		25,277	115,8
		RESERVAS	
		MINERAL	COBRE CONTENIDO
		MILLONES DE TONELADAS	
BUENAVISTA DEL COBRE		5,671.9	23.14
		AÑOS DE OPERACIÓN	
BUENAVISTA DEL COBRE		200	

Además de cobre, la minera es capaz de producir oro, plata y recientemente sus estudios de exploración han obtenido reservas de Zinc. La minera es capaz de producir hasta 76, 700 toneladas diarias por lo que necesita el uso de una presa que alimente el proceso químico de limpieza y requiere tal nivel de material para resguardar los desechos antes de su tratamiento.

Además de esta presa se requiere una segunda presa con el triple de tamaño que pueda ser usada en caso de un accidente para contener el derrame tóxico de los materiales químicos. No obstante, esto no se da de esta forma en esta minera, además no parece presentar un plan de contención en caso de un accidente.

Derrame de ácido en el Río Sonora

De acuerdo con Lammers (2014, p.27-28) sucedió lo siguiente:

Después de producirse el accidente en la instalación del tubo, la sustancia tóxica viajó cerca de 18 kilómetros por el Arroyo Tinajas hasta llegar al Río Bacanuchi, afluente del río Sonora. La Semarnat confirma que la mancha tóxica recorrió después 254 kilómetros (es decir, las extensiones de los ríos Bacanuchi y Sonora juntos) hasta llegar a la presa El Molinito, la cual surte de agua a la capital, Hermosillo. Por si fuera poco, la crecida del río ocasionada por el huracán Odile inundó de agua contaminada los pozos situados en los márgenes.

El alcance tan masivo del accidente se debe a la irresponsabilidad de la empresa que según la SEMARNAT (2014, p.3):

“El derrame se ocasionó por la falla en el amarre de un tubo de polietileno (tubificación) en una de las piletas de lixiviados y por la falta de una válvula en la pileta de demasías, imputable a la empresa.”

Y que además no consideró relevante informar a las instituciones gubernamentales sobre el incidente hasta 24 horas después.

Además de los siete municipios y la capital de Sonora, SEMARNAT (2014) estima que este derrame ha afectado a tres cuerpos de agua y una importante presa: Arroyo Tinajas (17.6 Km), Río Bacanuchi (64 Km), Río Sonora (190 Km), Presa el molinito (la cual fue cerrada de forma precautoria).

Al estudiar la contaminación de estos sitios se estimó que contenían las siguientes sustancias contaminantes: cobre, arsénico, aluminio, cadmio, cromo, fierro, manganeso y plomo, mismas que estaban fuera de la norma máxima ecológica generando un riesgo a la salud.

Medidas de contención y limpieza

Ante esta situación Grupo México, dueña de la minera Buenavista del Cobre no fue imputada legalmente de la responsabilidad total del accidente; sin embargo, ha sido conminada a asumir el costo de la limpieza en el río, así como a brindar atención médica y económica a los habitantes de la zona por lo cual ha establecido un fideicomiso de 2,000 MMD para este fin. Asimismo, se ha solicitado apoyo de expertos internacionales en prevención y tratamiento de desastres y por unidades especializadas del gobierno para la limpieza del sitio.

También, se realizaron revisiones en la minera Buenavista del Cobre encontrando 55 anomalías e irregularidades que le hacen acreedor a la multa de 23 millones de pesos; además de la solución de estos problemas, los cuales serán adicionales a los 2,000 MDD del fideicomiso.

Por otra parte, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) afirma que la minera está obligada a indemnizar y a dar seguimiento médico durante 15 años a todas las personas afectadas por el incidente.

En este accidente, la presión social de los pobladores y de los medios de comunicación internacionales obligaron al Estado a realizar procesos de revisión y saneamiento, lo que se vio reflejado en el mantenimiento del programa de apoyo a la población por parte del gobierno y la empresa.

Sin embargo, las operaciones de Buenavista del Cobre no han parado y los problemas de seguridad no han sido resueltos en su totalidad, lo que provoca una considerable duda sobre la posibilidad de que pueda suceder un problema similar en el futuro.

Conclusión

La RSE juega un papel importante en el desarrollo productivo y en la supervivencia de las empresas, esto se debe a que existe un delicado balance entre las necesidades de la población, las de la naturaleza y el interés económico de la industria.

Hasta el momento se ha observado que existe una regulación minera que se aplica de forma limitada en los casos estudiados; sin embargo, está presente la falta de capacidad empresarial para dominar la situación y entablar un diálogo con la población con la finalidad de encontrar una vía que favorezca el desarrollo de todos los involucrados.

En términos más prácticos, las empresas mineras implicadas carecen de un programa adecuado de RSE, es por ello que han llegado al cierre parcial o total de sus actividades; además, de que se han creado una imagen poco deseable entre la población, por lo que tendrán mayor dificultad para poder emprender proyectos en otras áreas.

Por otra parte, el Estado no ha mantenido una RS hacia la población, pues en la mayoría de los casos ha actuado a favor de las empresas en un primer momento y después se ha alejado hasta llegar a un terreno neutro, en el cual las empresas se enfrentan en mejores condiciones económicas a las comunidades afectadas, las cuales únicamente demandan la protección de sus derechos.

En este sentido, el estudio de los casos mencionados anteriormente en México arroja una notable incidencia de situaciones violentas en contra de los individuos que se niegan a aceptar la degradación de las condiciones socioambientales que las empresas extractivas originan, por lo que éstas emplazan amenazas contra los habitantes de la región con el único fin de mantener activas sus empresas durante un periodo de tiempo más largo.

El proceso de desarrollo extractivista se encuentra ligado al propio proceso de usura y despojo histórico que el capitalismo presenta en su núcleo. Es así que la existencia de condiciones legislativas para la promoción y progreso de ambos lleva a una conclusión en la que el Estado se convierte en partícipe de estas actividades bajo conocimiento de causa y con el fin de aumentar también los beneficios obtenidos por dichas operaciones, aunque en México ese beneficio sea minoritario.

En los casos revisados se han registrado varias sentencias a favor de los pueblos en resistencia; sin embargo, las mineras involucradas no han detenido sus actividades de explotación.

Las iniciativas populares para detener las actividades mineras, así como los procesos legales iniciados en contra de las empresas se presentan con la intención de evitar daños y perjuicios ambientales que no pueden ser remediados y que tampoco pueden ser costeados ya que las poblaciones cercanas a las zonas de explotación extractiva presentan un perfil económico muy bajo, además de que subsisten por el uso de los medios naturales del lugar.

En el caso de México existen 37 conflictos mineros activos, de los cuales hay varios con casi veinte años de procesos legales que aún no se han resuelto a pesar de conocerse diferentes niveles de corrupción, tanto en los gobiernos nacionales como en las entidades internacionales, ello demuestra el alcance y poder de las empresas extractivas.

Sin embargo, las comunidades nativas de las regiones en donde el extractivismo se manifiesta de forma más intensa han demostrado una gran resistencia y organización para contrarrestar de manera eficaz el amplio poder de las industrias extractivas, lo cual se puede observar en la cantidad de recursos legales que las comunidades estudiadas han ganado a su favor para detener las actividades mineras.

Referencias

- Cámara Minera de México (CAMIMEX) (2012), Situación actual de la Minería Mexicana en 2011, CAMIMEX: México
- Castro, G. (2009). La estrategia pro minera del gobierno de Chiapas, *Otros mundos Chiapas*, 2, 1-7.
- CEPAL (2003), Educación, comunicación y cultura en la sociedad de la información: una perspectiva latinoamericana, CEPAL: Santiago de Chile.
- Galafassi, G. y Dmitriu, A. (2007). El Plan 'B' de los Capitales Mineros. A propósito de las notas sobre Inversiones mineras en Argentina, *Theomai*, 15, 1-13.
- Glavic Barrios, M., (2005), Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Minero: ¿Transición Normativa a la Sustentabilidad?, Memoria para optar al Título de Sociólogo, Universidad de Concepción, Facultad de Ciencias Sociales, Departamento de Sociología
- Greenpeace (2009). La destrucción de México, la realidad ambiental del país y el cambio climático, Greenpeace: México, D.F.
- Gonçalves, P. & Walter C., (2001), Geo-grafías: movimientos sociales, nuevas territorialidades y sustentabilidad. Ed. Siglo XXI: México.
- Gómez-Lobo, A., (2002), ¿Qué significa tener "normas" ambientales para un país de US\$ 5.000 per cápita?, *Ambiente y Desarrollo*, XVIII (2-3-4), 40-57.
- Harvey, D., (2004), El nuevo imperialismo. Ediciones AKAL: Madrid, España.
- Leff, E., (2004), Racionalidad Ambiental. La reapropiación social de la naturaleza, Siglo XXI: Buenos Aires, Argentina.
- Martínez Allier, J. (2004), El ecologismo de los pobres. Conflictos ambientales y lenguajes de valoración, Editorial Icaria: Barcelona, España.
- Ratinoff, L., (1994) La crisis de la educación: el papel de las retóricas y el papel De las reformas, *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, vol. XXIV, 3 y 4, 15-96.
- SEMARNAT (2005), Manifestación de impacto ambiental Mina ampliación La Revancha, SEMARNAT: México
- SEMARNAT (2014), Derrame de sulfato de cobre en el río Bacanuchi, (afluente del río Sonora), SEMARNAT: México.
- Seoane, José (Ed.) (2006). Movimientos sociales y neoliberalismo en América Latina, Enciclopedia Contemporánea de América Latina, Editorial Boitempo: Brasil.
- Servicio Geológico Mexicano (SGM), (2012) Anuario estadístico de la minería mexicana, Secretaría de economía, Coordinación general de minería: México.
- Takala, T., (2006), From social responsibility to environmental responsibility-Changes in the Finnish business discourse from 1979 to 1995, *Electronic Journal of Business, Ethics and Organizational Studies*. 1, (1)
- Vera, R., (2002), Yacimientos de carbón y gas en disputa, *Proceso*, 1353, 6 de octubre del 2002.

Páginas consultadas

- Almaden Minerals (2014). Projects Mexico. Recuperado el 11 de Junio de 2014, de <http://www.almadenminerals.com/projects.html>
- Grupo México (2014). Proyectos. Recuperado el 11 de Junio de 2014, de <http://www.gmexico.com.mx/companias/mineria.php>
- Observatorio Latinoamericano de Conflictos Ambientales: Seguimiento y apoyo a comunidades en conflicto (2013). Observatorio de conflictos Mineros. Recuperado el 7 de Septiembre de 2013, de <http://www.olca.cl/oca/index.htm>.

PARTICIPACION COMUNITARIA EN EL DISEÑO DE UN ESPACIO PÚBLICO EN EL FRACCIONAMIENTO CIUDAD YAGUL, TLACOLULA, OAXACA.

Pacheco Calderón Adriana Leticia¹,
María Eufemia Pérez Flores²,
Rafael Alavéz Ramírez².

Introducción

El presente documento aborda la problemática de la responsabilidad social de todos aquellos implicados en la generación de desarrollos habitacionales ubicados en las zonas conurbadas y rurales, alejados de los centros urbanos, y de las consecuencias derivadas de esta situación que generan condiciones de inhabitabilidad urbana, y que en contraste a este concepto Alcalá (2007) describe a la habitabilidad urbana cómo una premisa que “debe incluir necesariamente, aspectos urbanos tales como: la accesibilidad, movilidad, continuidad, permeabilidad, emplazamiento, espacio público; dotación uniforme de infraestructuras, de servicios, de mobiliario urbano, de espacios verdes, de equipamientos, de elementos de patrimonio simbólico cultural y la disponibilidad real de transporte público, entre otros.”

El problema de la vivienda en México se ha “solucionado” a través de programas e instituciones encargadas del otorgamiento de créditos hipotecarios para trabajadores con ingresos bajos, en plazos de pago que van desde los 10 a los 30 años para el pago del mismo.

La cantidad de conjuntos habitacionales actuales son cada vez mayores, con producciones en serie de prototipos de viviendas catalogados de acuerdo al nivel económico de los compradores. La responsabilidad de la construcción de este tipo de asentamientos se debe en orden prioritario a todas aquellas autoridades federales, estatales y/o municipales encargadas de la autorización de las licencias de construcción de los desarrollos habitacionales, muchas veces sin justificantes de planeación urbana, de impacto ambiental y/o e impacto urbano.

Además de la falta de ética de los profesionistas encargados de la gestión de estos proyectos empezando por la planeación, el diseño, los permisos de autorización, la promoción, edificación, etc.. Y finalmente del constructor cuya prioridad principal no es la de proporcionar un servicio profesional a los usuarios de las viviendas, sino la obtención de la mayor ganancia monetaria posible al realizar un trabajo constructivo de baja calidad en el menor tiempo posible. La responsabilidad social está implícita en los procesos de gestión de cualquier proyecto, debiendo considerar los impactos desde el punto de vista social, ambiental y económico, de manera correlacionada permitiendo la sustentabilidad en cada propuesta y/o proyecto.

“La ética implica que en el futuro los que intervienen en el proceso de gestión de la vivienda deban hacer las cosas bien, por el bienestar personal y el de las generaciones futuras. No es aceptable seguir destruyendo la naturaleza, continuar contaminando el ambiente, construir en lugares inadecuados y con materiales no apropiados, diseñar sin sentido y hacer viviendas efímeras. En síntesis, proporcionar o vender un producto que no corresponde a su precio, ni a lo que se requiere. (Cortés, 2001).

El hecho de construir estos fraccionamientos distantes, de grandes dimensiones, sin planeación, carentes de la infraestructura y los equipamientos necesarios para el desarrollo de la vida de esas nuevas comunidades, es sin lugar a dudas un reflejo de las deficiencias en los planes de desarrollo urbano estatales y municipales, de la irresponsabilidad correlacionada entre autoridades, organismos desarrolladores de vivienda y constructores.

En este documento se describe el proceso metodológico de la IAP, en cada una de sus fases aplicadas con los habitantes del Fraccionamiento Ciudad Yagul, Tlacolula, Oaxaca. Para iniciar actividades de autogestión a la necesidad "más sentida" expresada por los mismos habitantes a través del diagnóstico participativo, se obtuvo como resultado la necesidad de tener espacios públicos en mejores condiciones para beneficio de sus habitantes.

A través de un proyecto de diseño participativo se pretende obtener junto con los habitantes del FCY un proyecto comunitario de espacio público el cual desde su concepción les genere un sentido de pertenencia y de motivación para en una etapa posterior, continuar con actividades autogestivas en la búsqueda de hacerlo realidad.

Revisión de la literatura

El proyecto de diseño participativo del espacio Público en el Fraccionamiento Ciudad Yagul (FCY), Tlacolula, Oaxaca. es un proyecto de tipo social comunitario; de acuerdo al autor Crespo(2009) se define a los Proyectos Sociales Comunitarios como: "conjunto de actividades interrelacionadas para alcanzar objetivos, en un tiempo y espacio determinado, combinando trabajo organizado, aprovechamiento de recursos y coordinación de esfuerzos, de modo que sus efectos permanezcan en el tiempo y modifiquen una situación que afecta negativamente la vida de un grupo de personas, produciendo cambios favorables para su desarrollo".

Lo anterior en virtud de que actualmente es urgente la participación de las Comunidades en el desarrollo de proyectos en beneficio común de

sus habitantes, tal y como lo establece la Economía Solidaria, en la que se tratan a este tipo de proyectos como "propuestas para lograr asegurar las necesidades básicas de todos los miembros de una sociedad, y en el proceso movilizar a las comunidades para atender las carencias más apremiantes en infraestructura física, social y ambiental" (Barkin, 2011).

El objetivo del diseño participativo de un espacio público en el FCY, será el primer lugar adecuado y adaptado para la convivencia vecinal entre sus pobladores, que de acuerdo a la SEDATU(Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano), se definen este tipo de espacios como: el lugar de encuentro en las zonas urbanas como plazas, alamedas, áreas verdes, parques, jardines, espacios deportivos, culturales y turísticos, centros de barrio, centros de desarrollo comunitario, calles, zonas aledañas a corredores y estaciones de transporte masivo, entre otros, donde cualquier persona tiene derecho de acceder y se caracteriza por ser un ámbito por y para el ejercicio de la vida en sociedad; representa el lugar idóneo para el desarrollo de actividades deportivas, recreativas, artístico-culturales, de desarrollo personal, de capacidades y de esparcimiento; destinados al uso y disfrute de la comunidad. (PREP, 2015)

"La IAP (Investigación- acción- participación) nace en los años 70, con base en la orientación sociológica de la teoría de la dependencia - Liberación, orientación que fue siendo asumida por las ciencias humanas, las ciencias de la educación, la pastoral y la misma teología.

Uno de sus aspectos claves es el dar el valor que se merece, la acción - la praxis (acciones que conducen al cambio estructural) y el valor que tiene la comunidad toda, aun aquella a la que no se le ha permitido la capacitación el colegios u universidades (la clase pobre).

Metodológicamente la IAP:

Supone un proceso modesto y sencillo al alcance de todos "la ciencia no deja de ser ciencia por ser modesta", pero a la vez que lleve: a la participación procesual, a asumir crítica y estructuralmente la realidad, a la reflexión seria y profunda de sus

Método

causas y tendencias, a conclusiones científicas, a estrategias concretas y realizables, a una planeación, a una praxis - acción renovada y transformadora en la que vaya interviniendo toda la comunidad, a una continua reflexión sobre la praxis para hacerla cada vez más liberadora y transformadora de la realidad".(Pérez,1989) El objetivo primordial de la IAP, es la generación de aprendizaje en los participantes, al obtener una enseñanza de todas las actividades realizadas, en el caso de los habitantes del FCY, se pretende "sembrar" el interés y la motivación necesaria para pasar a la etapa de gestión de su proyecto comunitario, a través del diseño participativo del espacio público.

Y que, a partir de entonces se generen sentimientos de: pertenencia, empoderamiento, seguridad, confianza y sobre todo cohesión social entre vecinos. La realización de proyectos de rescate de espacios públicos a través de la participación comunitaria no es reciente, se han realizado proyectos similares a nivel mundial, como el caso del Proyecto El colegio en Chuquibambilla, Perú en el año 2013.

"Es un proyecto con una fuerte carga social, en el que la comunidad entra a ser parte del proceso, y donde se investigan las necesidades y carencias reales del sitio. El proyecto, debido a sus especificidades contextuales y locales, se desarrolló a través de un proceso participativo con la comunidad. Workshops con los alumnos, talleres con los profesores, jornadas de trabajo con voluntarios y la población han sido los instrumentos para acercar esta comunidad culturalmente distinta a un intercambio de ideas.

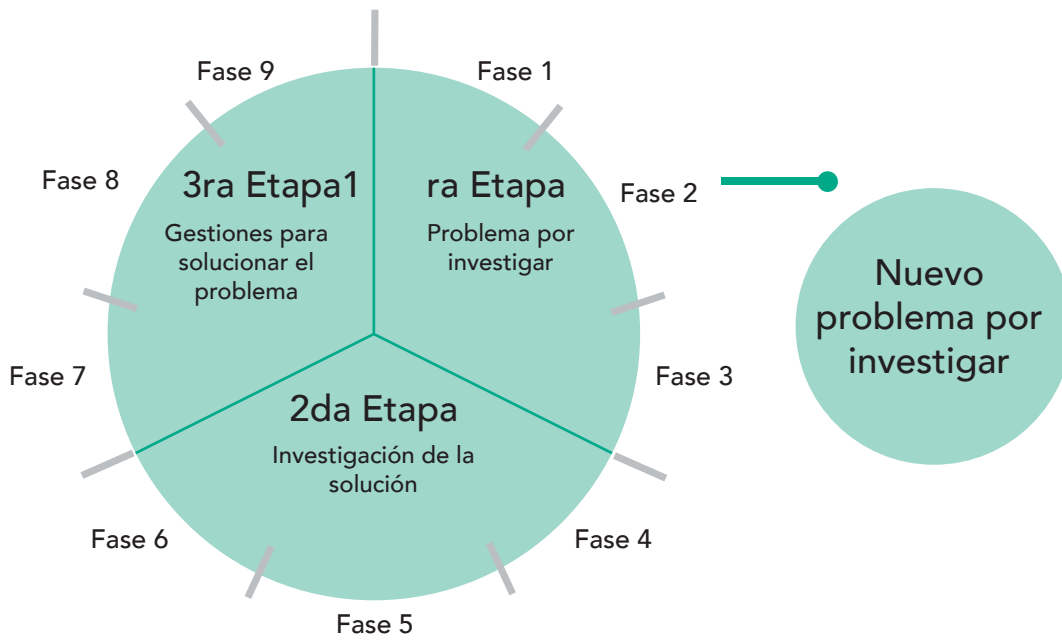
" (Maccaglia, Afonso, & Bosch Arquitectos, 2014). Este tipo de proyectos participativos se han realizado en nuestro país también, lo que se pretende principalmente es generar una cultura de preservación y cuidado de los espacios públicos y/o áreas verdes comunes, a través de un sistema de trabajo colectivo constante que permita la recuperación de aquellos que se encuentran en deterioro y/o abandono con actividades de rehabilitación para el beneficio colectivo de los diferentes sectores de la población.

La Metodología de Investigación-acción-participación (IAP) considera que:"la participación social es una actividad colectiva y organizada en la cual cada miembro de un grupo ha aceptado ejercer funciones para llevar a cabo la tarea de resolver problemas comunes, planteada por ellos mismos de una forma "electiva". (Jiménez, 1988).

Para el desarrollo del presente documento se determinó la participación de la población del Fraccionamiento Ciudad Yagul (FCY) como primordial; de acuerdo a la Ley de Asentamientos Humanos, específicamente en su Artículo 3º, se menciona que "El ordenamiento territorial de los asentamientos humanos y el desarrollo urbano de los centros de población, tenderá a mejorar el nivel y calidad de vida de la población urbana y rural, mediante: La participación social en la solución de los problemas que genera la convivencia en los asentamientos humanos."

La población del FCY, de acuerdo a Censo de Población y Vivienda del 2010 está dividida en tres clasificaciones de acuerdo a la Edad, su característica principal es que se trata de población adulta joven, con hijos pequeños y adolescentes, con una minoría de personas adultas mayores; este dato es determinante para definir las actividades de participación para cada uno de los grupos de edad y las herramientas participativas a utilizar siguiendo el siguiente esquema metodológico referencial.

Figura No.1 Proceso metodológico de la IAP.
Fuente: Jimenez (1988)



Descripción del caso de estudio.

El Fraccionamiento Ciudad Yagul (FCY) se encuentra dentro de los límites territoriales de los Estados Unidos Mexicanos, en la parte sur-este del país, en el Estado de Oaxaca, dentro de la Región de los Valles Centrales del Estado, pertenece al Municipio de Tlacolula de Matamoros. Sus coordenadas geográficas son: Entre los paralelos $16^{\circ}58'45.96''$ de latitud norte; los meridianos $96^{\circ}27'49.49''$ de longitud oeste; altitud: 1,665.00 M.

Figura No.2.- Macrolocalización.
Fuente: www.google.imagenes.com



El FCY está ubicado entre las localidades de Santa Ana del Valle, la Villa de Díaz Ordaz y el municipio de Tlacolula de Matamoros, Oaxaca. No existen vías alternas de acceso directas hacia ellas, ya que la única comunicación entre ellas depende de la carretera de desviación que llega a la localidad de Villa de Díaz Ordaz, siendo esta situación una limitante en la interrelación con otras localidades por la falta de vías de acceso adecuadas. (Figura No.3) El FCY se encuentra a una distancia aproximada de 38 km. de la Ciudad de Oaxaca, y un tiempo aproximado de 40 minutos en vehículo particular y poco más de una hora en transporte público.

Figura No.3.- Localidades cercanas al Fracc. Ciudad Yagul, Tlacolula, Oaxaca.

Fuente: Imagen original tomada del mapa digital de México. (INEGI, 2015) modificación propia.



Se trata de un asentamiento de grandes dimensiones, con un área total de 908,147.69 M2, casi 10 Hectáreas, y un número de 5,758 Viviendas.

Se efectuó a con la participación comunitaria, a través del diagnóstico se pudo identificar el problema más "sentido" por la población, es decir, aquella necesidad más latente para ellos y que en caso de solucionarse pudiera brindar un mayor beneficio a los habitantes.

Como respuesta mayoritaria manifestada por la población adulta se determinó que la carencia de áreas verdes y/o espacios públicos adecuados dentro del fraccionamiento es lo que más necesitan, principalmente por la gran población infantil y juvenil que se tiene, al tener una mínima diferencia entre ellas.

Figura No.4- Plano de Zonificación del Fracc. Ciudad Yagul, Tlacolula, Oaxaca.



1ª. FASE: Identificación de la problemática.

Grupo de trabajo: adultos

El Diagnóstico Participativo es una herramienta metodológica inicial para la solución del problema identificado. Tiene por finalidad clarificar las percepciones, las miradas, las opiniones y los sentidos que tienen los integrantes de la comunidad. Esta herramienta permite enfocar problemas y potencialidades de los habitantes. (Marquez, 2009). Se trató de inducir a los asistentes a la reflexión sobre aquellos problemas que a su parecer presenta el FCY.

El instrumento de investigación aplicado fue la herramienta de participación denominada "Lluvia de Ideas" es una herramienta muy utilizada en proyectos sociales, ya que permite la identificación de sentimientos comunes de los habitantes de un lugar, es decir, a través del razonamiento individual llegan a la reflexión de los problemas y/o situaciones que cotidianamente les implican más conflicto y que a la hora de analizarlas de manera individual coincide con la opinión de los demás, de manera espontánea.

Figura No.5. Diagnóstico participativo en la identificación de la problemática en el Fracc. Cd. Yagul, Tlacolula, Oaxaca.
Fuente: Regiduría de Obras Públicas del Mpio. De Tlacolula, Oaxaca

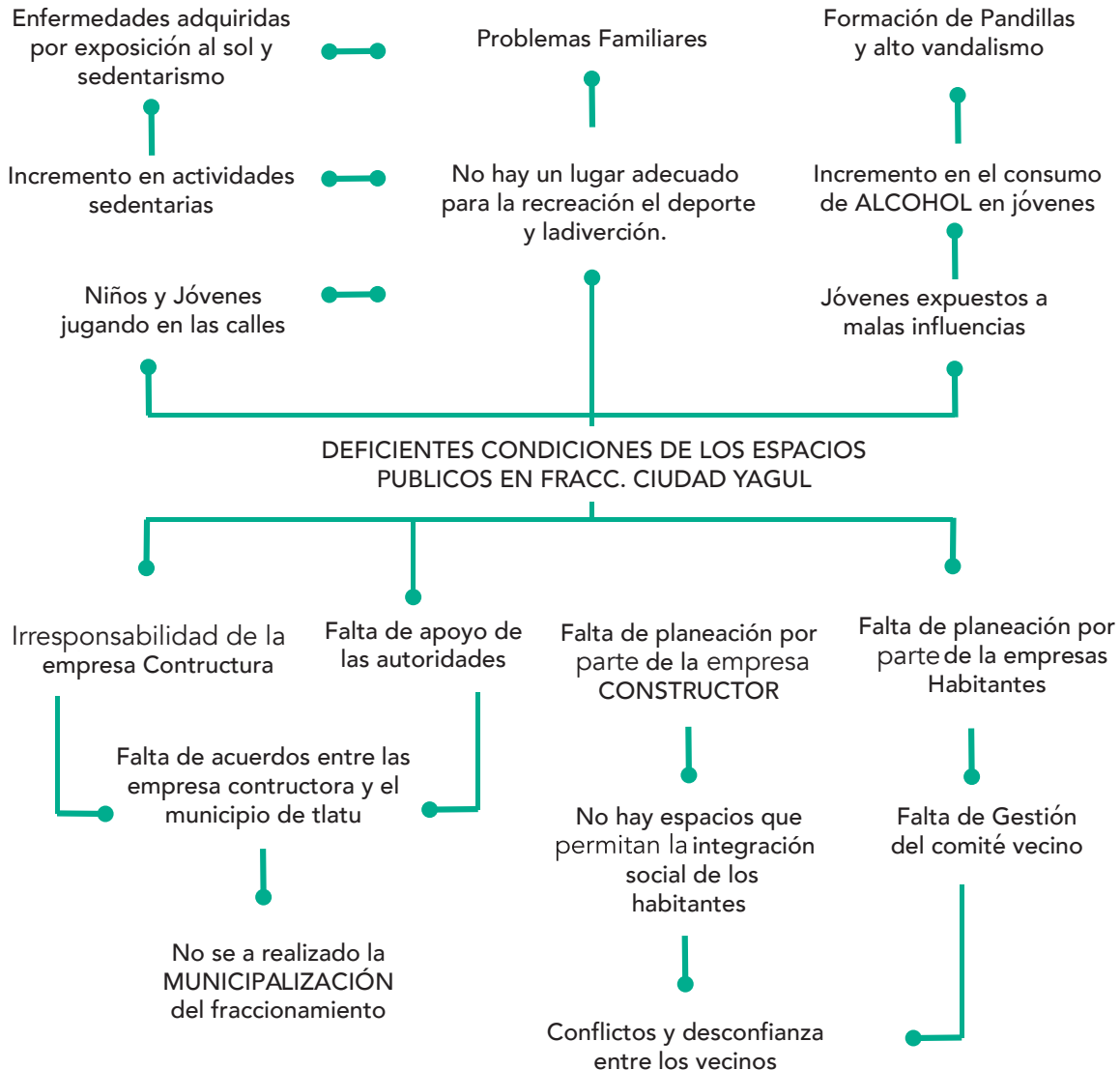


la fase en la que se señalan las causas de la problemática, en bases a sus experiencias, las consecuencias derivadas de esta situación y finalmente la posible solución o soluciones para contrarrestar estas deficiencias. (Jiménez, 1988). Una vez identificado el problema, se colocó una lámina en la que los participantes, tenían que reflexionar y opinar primeramente sobre las causas de las deficientes condiciones de los espacios públicos para la recreación y el deporte en el FCY, seguido de las consecuencias en su vida familiar derivadas de estas condiciones, y para terminar con su propuesta de solución para mejorar esta situación.

2ª. FASE: Investigación de la solución

La segunda fase de la metodología, es el análisis en el que se induce a que los participantes encuentren una explicación del problema, de acuerdo a la metodología es

Figura No.6. Árbol de problemas.
Fuente: Elaboración propia. Generado de los resultados del diagnóstico participativo.



3º. FASE: Gestiones para la solución del problema

Para los habitantes del FCY, el hecho de tener un espacio, al que puedan acceder todos, en el que puedan realizar actividades diferentes a las que realizan actualmente, que les permita salir a interactuar con sus vecinos, que no signifique un gasto adicional en su economía, al pagar servicios de transporte para permitirse un rato de diversión y esparcimiento familiar, etc. Puede ser una oportunidad real a través de este proyecto, en la búsqueda de soluciones se determinó con apoyo de la empresa constructora el lugar en el que se pueda construir este espacio, se determinó entonces el lugar y se hizo un levantamiento del estado físico actual de este espacio. Una vez ubicado el lugar se determinó hacer un proyecto arquitectónico que englobe las propuestas manifestadas por los adultos, jóvenes y los niños quienes realizaron dibujos bajo la metodología de escenario tendencial, teniendo como resultados los siguientes dibujos.

Figura No.7. Diagnostico participativo en niños de 6º grado de primaria.
Fuente: dibujo realizado por el niño Héctor Román Dávila. (2015)



Figura No.8. Diagnostico participativo en niños de 6º grado de primaria.
Fuente: Dibujo realizado por la niña Sandra Romero Gallegos. (2015)



Conclusión

El desarrollo social de las Comunidades es responsabilidad de cada uno de sus miembros, si bien es difícil crear redes de convivencia, lo es mucho más la de grupos con objetivos concretos en el mejoramiento de sus condiciones de vida. El proyecto participativo de diseño de un espacio público en el fraccionamiento Ciudad Yagul, en Tlacolula, Oaxaca pretende ser una “primera piedra” en la cimentación de proyectos comunes posteriores.

A pesar de contar con 13 años del inicio de su construcción, la situación de marginalidad urbana es latente con solo recorrer el sitio, a esta fecha no se tiene ningún proyecto realizado en el mejoramiento de su infraestructura y/o equipamiento. El camino es largo todavía para la implementación y la búsqueda de apoyos financieros para la realización del proyecto, pero el hecho de tener el diseño participativo del espacio público en sus manos como un producto suyo, nacido de sus aportaciones es motivo suficiente para la búsqueda de hacerlo algo real.

Ya que a través de la reflexión durante todo el proceso participativo se ha llegado a la conclusión que es por ellos y para ellos el beneficio final de la gestión de un objetivo común, y que trabajando con responsabilidad cada uno de los interesados puede ser posible el cambio y el desarrollo de su comunidad.

«Satisfacer estas necesidades: materiales, sociales, ambientales y culturales, a través de la participación comunitaria, del trabajo colectivo y del compromiso en la restauración de los ecosistemas y mejoras en su calidad de vida.» (Barkin, 2011)

Referencias

Alcalá Pallini, L. (2007). Dimensiones urbanas del problema habitacional. El caso de la ciudad de Resistencia, Argentina. Boletín del Instituto de la vivienda INVI, 22(59), 35-68.

Barkin, D., & Lemus, B. (2011). La Economía Ecológica y Solidaria: Una propuesta frente a nuestra crisis. Sustentabilidades, 5, 1-15.

Cortés Delgado, J.L. (2001). Reflexiones sobre el problema de la vivienda en México. Casa del Tiempo. Octubre, 7-8.

Crespo M.A. (2009) Guía de diseño de proyectos sociales comunitarios bajo el enfoque del marco lógico. Caracas: Edición mimeografiada del autor.

Jiménez, L. M. (1988). Investigación Acción Participativa con Grupos de Mujeres Campesinas. México, D.F.: Colegio de Postgraduados

Pérez, Ma. De los Angeles.

Maccaglia, M., Afonso, P., Bosch Arquitectos (2014). Escuela en Chuquibambilla, Perú. ArchDailyMéxico. Recuperado de <http://www.archdaily.mx/mx/758032/escuela-en-chuquibambilla-ama-plus-bosch-arquitectos>.

Marquez, F. (2009) Diseño participativo de espacios verdes públicos. Cuadernos del Centro de Estudios en diseño y comunicación.30 (30) 157-167.

PREP. (2015) Programa de rescate de espacios públicos de la SEDATU (Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano. Ejercicio fiscal 2015.

LA ALIMENTACIÓN Y LA RECIPROCIDAD EN LOS ALIMENTOS DE UN GRUPO DE MUJERES DE LA COMUNIDAD EL SANDIAL, SAN ANDRÉS HUAYÁPAM, OAXACA.

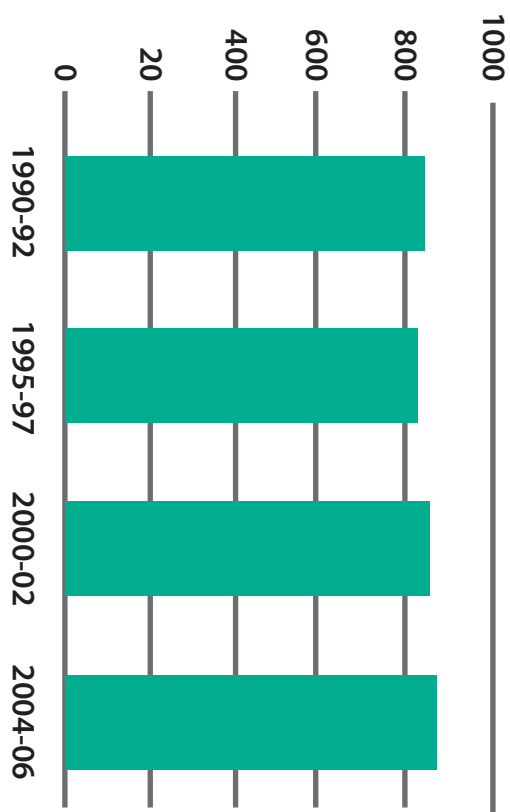
Said Omar Díaz Ortega ¹.
María Eufemia Pérez Flores².

Introducción

Alrededor de una sexta parte de los seres humanos del mundo sufren hambre y subnutrición. Se estima que existen 1020 millones de personas subnutridas, muchas de estas personas son niños y niñas, esta es la mayor cifra de personas hambrientas registrada desde 1970 al 2004 según informe del Proyecto Estratégico para la Seguridad Alimentaria en el 2004. (PESA, 2004)

Para el caso de Centroamérica la situación no es mejor, aunque en la década de 1980 se lograron grandes progresos en la reducción del hambre crónica, el número de personas que padecen este problema aumentó en los periodos de 1995-97 y 2004-06 en todas las regiones, excepto en América Latina y el Caribe. Posteriormente la situación fue igual para esta última parte del continente debido a la crisis alimentaria y económica - financiera generada desde 2008 (Gráfica 1; PESA, 2004)

Gráfica 1.- Número de personas subnutridas en el mundo 1990-2006
Fuente: PESA-Centroamérica 2008



La cadena agroalimentaria ha sufrido en las últimas décadas crisis de índole variada (sociales, ecológicas). La última crisis, asociada al aumento de los precios en el mercado internacional de algunos productos básicos, alcanzó su momento álgido en julio de 2008 y puso de nuevo en la agenda política la necesidad de mejorar significativamente la gestión del sistema alimentario para lograr satisfacer el derecho a la alimentación de una manera sostenible (Ortega-Cerda M, 2010).

El estado y las políticas públicas deben hacer frente a estas crisis y evitar que su población muera de hambre, además debe de proveer en todo momento un acceso físico y económico a alimentos sanos, nutritivos y libre de patógenos.

A esta condición se le llama Seguridad Alimentaria: "existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen en todo momento acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimentarias y sus preferencias en cuanto a los alimentos, a fin de llevar una vida activa y sana" (CONEVAL, 2010).

Partiendo de este principio básico de seguridad alimentaria, cuyo concepto queda corto en la actualidad en el ámbito alimenticio ya que no toma en cuenta factores determinantes de en aspectos culturales, productivos y sociales de la alimentación es necesario actuar tomando como referente el concepto de Soberanía Alimentaria de (Campesina, 2002) el cual nos indica que “el derecho de los pueblos, comunidades y países a definir sus propias políticas agrícolas, laborales, pesqueras, alimentarias y de tierra de forma que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias únicas.

Esto incluye el verdadero derecho a la alimentación y a la producción de alimentos, lo que significa que todos los pueblos tienen el derecho a una alimentación inocua, nutritiva y culturalmente apropiada, y a los recursos para la producción de alimentos y a la capacidad para mantenerse a sí mismos y a sus sociedades”.

En México aún la soberanía alimentaria no cubre varios de sus ejes principales y muestra reflejo de ello son los resultados de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2012 (ENSANUT2012), en su cobertura nacional y estatal que indica lo siguiente: En el ámbito nacional la proporción de hogares con percepción de seguridad alimentaria fue de 30.0%, mientras que 70.0% se clasificaron en alguna de las tres categorías de inseguridad alimentaria: 41.6% en inseguridad leve, 17.7% en inseguridad moderada y 10.5% en inseguridad severa. (ENSANUT, 2012)

Oaxaca se encontró en el tercer lugar dentro de las entidades con mayor prevalencia de percepción de inseguridad alimentaria (ENSANUT 2012), ya que ocho de cada 10 hogares se perciben en inseguridad alimentaria y al menos uno de cada diez hogares manifestó haber padecido hambre en los tres meses previos a la encuesta. La prevalencia de inseguridad alimentaria, en cualquiera de sus categorías, fue de 80.7%, con la siguiente distribución:

42.0% en inseguridad leve, 26.1% en inseguridad moderada y 12.7% en inseguridad severa.

Existen mayores prevalencias de hogares en inseguridad alimentaria en las áreas rurales (84.9%, es decir 44.5% en inseguridad leve, 27.5% en moderada y 13.0% en severa), en contraste con las áreas urbanas (76.2%, es decir 39.3% en inseguridad leve, 24.6% en moderada y 12.3% en severa) (ENSANUT, 2012).

Los hogares que se clasificaron en la categoría de inseguridad alimentaria leve informan, en primera instancia, preocupación por el acceso a los alimentos, sacrificando la calidad de la dieta. Cuando los hogares se encontraron en inseguridad alimentaria moderada, además del sacrificio en calidad, refirieron restricciones en la cantidad de alimentos consumidos. Los hogares en inseguridad alimentaria severa, además de las vivencias anteriores, relataron experiencias de hambre en adultos y en niños.

Todas estas crisis han debilitado la “Soberanía Alimentaria” en los países de Latinoamérica y el Caribe, lo que hace apremiante la atención mediante su estudio como la base fundamental para obtener conocimientos que generen estrategias y conlleven a una verdadera seguridad alimentaria en las naciones y pueblos.

La soberanía alimentaria supone un nuevo sistema alimentario a partir de la reivindicación de prácticas y racionalidades socio-económicas alternativas que hacen parte del modo de vida del campesino: la solidaridad social y la democracia; base que busca garantizar el bienestar colectivo, los conocimientos agrícolas de las comunidades rurales y las relaciones más armónicas con la naturaleza.

También, la soberanía alimentaria contempla que los pueblos y comunidades sean capaces de crear y dirigir sus propias acciones para tener un verdadero derecho a la alimentación y a la producción de alimentos, pero estas labores deben ser social y culturalmente apropiadas a sus circunstancias únicas. (Campesina, 2002)

A lo largo de los años la mejora de las condiciones del estado nutrición y alimentación han sido escasamente atendidas desde el paradigma de la mejora de las capacidades sociales.

Dejando a un lado éstas como una base fundamental para el fortalecimiento del estado de nutrición y sólo enfocándose a los aspectos biológicos o económicos en las comunidades donde se implementan acciones para la mejora de la nutrición y la alimentación.

Según estudio de diagnóstico participativo donde se aplicó la técnica de Rapport y se aplicaron talleres participativos (Taylor, 1994) con el grupo de mujeres de este estudio, la problemática local detectada en la comunidad de El Sandial, fue la falta de acceso a alimentos saludables, en este caso las hortalizas, partiendo de las planeaciones participativas nos inclinaremos para el rescate de los huertos familiares de traspatio que existían en la comunidad, fomentando en primer lugar la organización comunitaria, posteriormente proporcionando capacitación técnica para el cultivo de huertos urbanos de traspatio y de educación alimentaria para el aprovechamiento de los alimentos saludables que se dispongan en la comunidad, propiciando el intercambio de conocimientos para una buena alimentación entre al familias de la comunidad y estableciendo un sistema de intercambio de alimentos cosechados o que se tengan disponibles entre las familias.

Para así abatir la inseguridad alimentaria comunitaria y fomentar una comunidad más sana, con mayor trabajo colaborativo entre sus integrantes y establecer alternativas de alimentación amigables con el medio ambiente y que apoyen a la economía familiar y local.

Para lograr esto formaremos un grupo de personas ya que los grupos que se caracterizan por un trabajo colectivo de tipo horizontal, muestran mayor apertura a tomar en cuenta la participación de sus integrantes, con voz y voto sobre la toma de decisiones, dirección de las acciones y sobre las problemáticas del trabajo colectivo.

Esto significa que se apuesta por el desarrollo solidario de las capacidades a nivel comunitarias, pero a su vez fortalecidas entre otros por programas o proyectos u otros actores externos como una suma de esfuerzos, y que a partir de este desarrollo se logre el ansiado abastecimiento alimentario local y la seguridad alimentaria.

En conclusión se buscara integrar en la comunidad, sobre todo a un grupo de mujeres en un proceso de intercambio de conocimientos locales para una buena alimentación, también un sistema propio de trueque de alimentos producidos en la localidad a través de los huertos urbanos de traspatio pero con lazos sociales bien cimentados, y creando una nueva red social que fortalezca la soberanía alimentaria local fortalecida con conocimientos y educación para la mejora de la alimentación.

Teniendo en cuenta esto, es fundamental el desarrollo de las capacidades sociales dentro de la comunidad como un eje transversal para llevar a cabo todas las acciones encaminadas a una soberanía alimentaria comunitaria, posicionando a las comunidades como actores protagónicos para un desarrollo autónomo, sostenible y equitativo.

Así, se debe pensar el desarrollo local a partir de la generación de una identidad cultural y práctica social fundada en un territorio de identificación colectiva y de interacciones sociales concretas que eventualmente darían cuenta de mecanismos de confianza, solidaridad y cooperación al interior del grupo.

Revisión de la literatura

Soberanía Alimentaria y Desarrollo Solidario

Las prácticas y racionalidades que sustentan el proyecto de soberanía alimentaria contrastan, en gran medida, con las hegemónicas capitalistas que se basan en la acumulación de capital, la maximización de la ganancia en el corto plazo, la concepción de la naturaleza como un conjunto de recursos para ser explotados, la promoción del interés individual basado en el cálculo de costo-beneficio, la competencia en el supuesto libre mercado y la primacía del conocimiento 'experto'. (Marañón.P.B, 2014)

El concepto de soberanía alimentaria enfatiza que los campesinos y otros pequeños productores rurales no sólo tienen el derecho a sobrevivir, sino también a hacerlo en condiciones de dignidad y autonomía definidas soberanamente, o en sus propios términos y a partir de sus propios procesos democráticos.

También es importante tener responsabilidad sobre un consumo responsable, dándole fortalecimiento a la soberanía alimentaria a la capacidad de conocer y elegir que alimentos se consumen de forma inocua y democrática.

Bases importantes para el desarrollo solidario son la solidaridad, la cooperación y el asociativismo. La solidaridad es el trabajo en conjunto, la cooperación es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales y el asociativismo se refiere a la toma de decisiones de manera democrática y libre.

La economía solidaria parte de estos tres pilares fundamentales de trabajo y además de considerar que no existen opciones ni soluciones individuales; antes bien, se caracteriza por el reemplazo –al interior de las relaciones económico-sociales– de los principios individualistas y competitivos por principios solidarios de cooperación. Aspectos que buscaremos fortalecer en la comunidad para lograr los objetivos planteados.

Estas asociaciones, cualesquiera que sean, considerando los emprendimientos familiares, mutuales de productores, cooperativas, empresas recuperadas, asociaciones de consumidores entre otros, reúnen o tienden a reunir características tales como la estimulación o fomentan la unión y el apoyo mutuo entre sus miembros a través de la autogestión, se afirma la vigencia del asociativismo y la cooperación, se despliegan prácticas socio políticas que tienden a la participación democrática en la gestión, al cuidado del medio ambiente, y a la acción solidaria tanto en el ámbito familiar como en el productivo y el comunitario. Partiendo de esto, no existe ciudadanía posible si no se concreta el derecho básico e inalienable al desarrollo de las propias capacidades, a la dignidad de la subsistencia a partir del despliegue de las propias potencialidades y de la participación en el progreso de la comunidad a la que se pertenece (Díaz, 2011)

En la economía solidaria se tiene que iniciar con el concepto de comunidad y el compromiso de la propia comunidad para asegurar la supervivencia y el bienestar de todos sus miembros.

En este sentido la economía solidaria es una economía colectiva y cambia todo en el momento que el individuo decide, o dicho de otro modo, que el individuo junto con los demás miembros de la comunidad, trabajan por el derecho a lo que llamamos una "canasta básica", un conjunto de bienes materiales y servicios sociales que garanticen un nivel de vida adecuado, según las posibilidades de la comunidad, pero nunca por debajo de lo que la comunidad considera una vida digna. La economía solidaria plantea como parte integral, la necesidad de construir redes de intercambio de conocimiento o mercados solidarios.

Estos espacios son muy variados y tiene características complejas y diferentes, dependiendo del mismo proceso de intercambio y las características de los que acuden a ellos. Quizás el más socorrido de los procesos es el "trueque": intercambio con base en la transferencia física de productos (y servicios) entre los actores (Barkin, 2011).

Un factor que define la operatividad del trueque y otros sistemas es el componente de relación social entre las partes, y el reconocimiento del elemento subjetivo en el establecimiento de los términos del intercambio entre ellas.

Todo esto se busca integrar en la comunidad, el sistema propio del trueque de alimentos producidos en la localidad pero con lazos sociales bien cimentados, y creando una nueva red social que fortalezca la soberanía alimentaria local.

Teniendo en cuenta esto, es fundamental el desarrollo de las capacidades sociales dentro de la comunidad como un eje transversal para llevar a cabo todas las acciones encaminadas a una soberanía alimentaria comunitaria, posicionando a las comunidades como actores protagónicos para un desarrollo autónomo, sostenible y equitativo.

Las interacciones intragrupo están basadas más en la confianza y hay una apropiación de incentivos positivos para cooperar a través de las relaciones de reciprocidad. (Moreno, 2010)

Así, se debe pensar el desarrollo local a partir de la generación de una identidad cultural y práctica social fundada en un territorio de identificación colectiva y de interacciones sociales concretas que eventualmente darían cuenta de mecanismos de confianza, solidaridad y cooperación al interior del grupo.

Como práctica social que posibilita confianza y cooperación, la reciprocidad viene a ser el eje articulador significativo de las relaciones sociales, constituyéndose como principio organizador de la vida social. En este sentido, Sahalins (2003) plantea que según el tipo de composición sociocultural de los grupos, es que se pueden dar diversas redes e instituciones y reciprocidad.

Sahalins (2003) llama reciprocidad generalizada a aquel mecanismo de intercambio dado en los grupos familiares, ya sean unidades domésticas o linajes, cuya relación de intercambio no está definida por una retribución sino por la necesidad, no existiendo por lo tanto obligación en la retribución sino que ésta se dará cuando el ayudado esté en condiciones de realizar la devolución, incluso

sin que sea del mismo tipo lo retribuido; así hablamos de una reciprocidad social más que económica. En definitiva, los intercambios son parte de una relación social continua, en tanto no hay demanda de devolución inmediata porque existe la seguridad en los intercambiadores que la donación en algún momento será reciprocada. A su vez, se refiere a una reciprocidad equilibrada para dar cuenta de aquel mecanismo de intercambio directo entre miembros de una comunidad, la que es valorizada -según valor de uso o de cambio- y retribuida obligatoriamente; este mecanismo de reciprocidad incluye mecanismos como comercio, trueque, hasta instituciones de intercambio más específicas, y que no pasan necesariamente por lo material, sino que por lo ritual: la "vuelta de mano", "la minga", etc. (Contreras, 2000)

Estos mecanismos de reciprocidad, su existencia y potencia en las comunidades campesinas, posibilitarán las redes socioculturales que sustenten las organizaciones sociales comunitarias campesinas. Dichas redes, constituidas en organización social, en una perspectiva de "empoderamiento" campesino, permitirían -a través de un refuerzo del capital social como producto cultural- la constitución de actores sociales y políticos en el sector campesino.

Capacidad social

La intervención comunitaria se caracteriza, entre otros aspectos, por la incorporación de los recursos naturales de las personas, familias y grupos de una comunidad, en los procesos de resolución y prevención de los problemas sociales.

A veces, la idea de trabajar en la comunidad y en lo comunitario parece perderse en la complejidad, la imprecisión y la idealización, características sobre las que diversos autores han reflexionado recientemente.

Además se llena de sentido si incorporamos la importancia que el apoyo social tiene en la salud y el bienestar, las transiciones vitales y las situaciones de crisis, y nos situamos desde el marco solidario desarrollando trabajos de redes sociales tanto desde un punto de vista individual-familiar como desde un punto de vista comunitario (entramado de redes), en una determinada población.

Elaborando estrategias concretas que potencien, creen o complementen esos recursos naturales o capacidades sociales, estamos trabajando en los

distintos niveles de la intervención comunitaria, e incidiendo desde cualquiera de estos (Sifontes.Y, 2007).

Area de estudio

San Andrés Huayapam, se localiza en la región de los Valles Centrales del estado de Oaxaca, México; cuenta con una cabecera Municipal de 39 manzanas y 18 colonias de avecindados y una superficie total de 1403 kilómetros.

En cuanto al régimen de propiedad de la tierra, este es comunal. San Andrés Huayapam, es una comunidad Zapoteca que se encuentra a 20 minutos de la ciudad de Oaxaca de Juárez aproximadamente, lugar en donde los habitantes se dedican principalmente a los servicios de turismo, venta de téjate, bebida prehispánica originaria de esta localidad, al cultivo del maíz y a la cría de animales en baja escala, así como a la venta de su fuerza de trabajo en las comunidades cercanas y la capital del estado.

De acuerdo a los resultados del INEGI del Censo General de Población y Vivienda en el 2010, el municipio de San Andrés Huayapam, cuenta con un total de 4879 habitantes. Las mujeres representan poco más del 50% de la población total del municipio, siendo 287 mujeres más que hombres.

La comunidad de El sandial o El Sandillal, pertenece a San Andrés Huayapam, Oax, está ubicada en la parte poniente del municipio. Cuenta con 105 habitantes (46 hombres y 59 mujeres) según el censo de Población y Vivienda 2010, es una de las 12 colonias y fraccionamientos que conforman el municipio.



Localización del Sandial dentro del municipio de San Andrés Huayapam.
Fuente: Sistema de mapeo INEGI 2015.

La localidad es clasificada por (CONAPO, 2010) como una comunidad de alta marginación dentro del municipio de San Andrés Huayapam ya que carece de servicios de drenaje, pavimentado de calles y presentan condiciones de precariedad de la vivienda al tener una de cada tres casas con pisos de tierra. (INEGI, 2010)

Método

Para la obtención de información primaria se usó una encuesta probabilística con preguntas socio-demográficas y socio-económicas centradas en el hogar y los alimentos, preguntas sobre la frecuencia de la ingesta de los alimentos comprados o de autoconsumo, alimentos compartidos, intercambio de los alimentos por otras cosas, regalo y venta de alimentos.

La encuesta que se aplicó fue de corte transversal a la fecha de su aplicación. Se aplicó al total de las familias de la localidad (15 familias). En cada uno de estos hogares se entrevistó a los jefes/jefas de familia quienes debían cubrir con los siguientes criterios: haber habitado en la localidad de estudio por lo menos durante 10 años, ser adultos o adultos mayores, tener consentimiento verbal de su participación voluntaria y ser capaz, física y mentalmente de responder las preguntas. A cada representante de hogar se le hizo una batería de preguntas sociodemográficas como: edad, número de integrantes de la familia, escolaridad, lengua y ocupación; a nivel de hogar las preguntas socioeconómicas fueron sobre las diferentes fuentes de ingresos.

La encuesta incluía un apartado con preguntas sobre la frecuencia de consumo de alimentos según categorías: siempre, equivalente a diariamente y a veces, equivalente a por lo menos una vez a la semana, que se aplicó a las mujeres responsables de la alimentación del hogar o en ocasiones, a los jefes varones del núcleo doméstico, explicándoles que se les haría una serie de preguntas acerca de los hábitos de consumo de alimentos.

El cuestionario incluyó la frecuencia de consumo de los siguientes grupos de alimentos: lácteos, leguminosas, azúcares, bebidas, cereales (incluyendo los derivados de los cereales y tubérculos), frutas, verduras, carnes, embutidos, huevo, pescado, mariscos, grasas y productos de la milpa (Shamah et al., 2006)

Para tal fin, se le preguntó a la persona en el hogar si se consumen o no los alimentos que se refieren en el cuestionario; en caso afirmativo, cuántas veces al día, o la semana, o al mes los consumen.

Si la respuesta fue que se consumía sólo anualmente, no fue registrado en el instrumento.

La encuesta también incluyó aspectos de organización comunitaria, aspectos de reciprocidad y capital social, tomando como base el cuestionario de Capital Social del Banco Mundial (Mundial, 2002), este apartado de cuestionario pretende medir el nivel de reciprocidad con respecto a los alimentos en que se encontraban y constó de 19 preguntas.

Resultados

Contexto socio- económico

Los datos obtenidos demuestran que los encuestados se encuentra en una edad joven media de 36.73 años con un mínimo de 23 y máximo de 59 años. En lo que respecta a la ocupación se determinó que el 73.3% de las mujeres encuestadas tenían como principal ocupación el hogar, mientras que solo el 26.7% eran empleadas dentro de diversos giros comerciales.

Las familias de los encuestados son de mediano tamaño cuyo promedio es de 5.4 (± 1.6) dicho resultado es semejante al encontrado a nivel municipal, (Plan Municipal de Desarrollo 2011-2013).

El número de años de residencia tuvo un rango muy amplio, desde un mínimo de 2 años hasta el máximo de 34 años lo que corresponde al dato de formación de la localidad.

El dato de procedencia de los pobladores nos muestra que la mayoría de las personas son provenientes de otro municipio (Sierra Norte, Sierra Mazateca, Zona Mixe, etc.) que corresponde al 86.7% y solo el 13.3% de las personas son originarias del municipio de Huayapam.

Los servicios de mayor cobertura en la localidad son el uso de gas L.P para cocinar así como la luz eléctrica, en un 100% y 93.3% respectivamente. La presencia de la leña para la cocción de los alimentos aún se observa en el 80% de los hogares de las mujeres encuestadas, a pesar que todas poseen estufa de gas L.P.

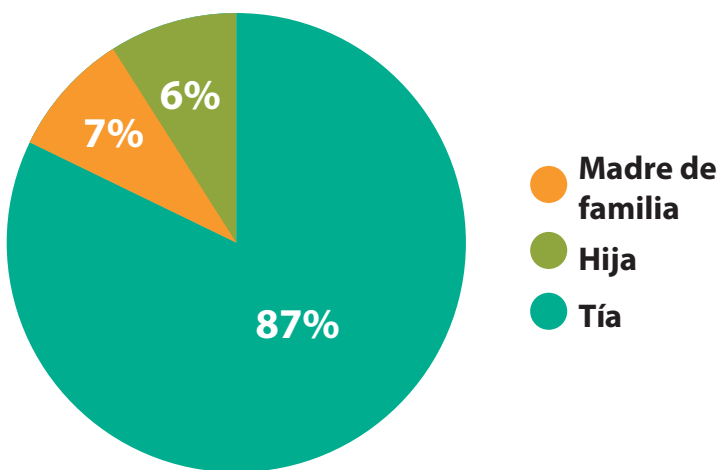
El drenaje es el servicio público de mayor carencia entre las personas encuestas ya que más del 90% carece de este servicio. La eliminación de excretas es por letrina o fosa séptica en un 86.7%, mientras que el 13.3% usa otro sistema como baño seco o wc.

El material de construcción de las casas que predomina es la lámina (46.7%) tanto para techos y paredes, seguido del tabicón (33.3%) y en menor proporción se encuentra el adobe (6.7%), ladrillo (6.7%) y madera (6.7%). Con respecto a la propiedad de la tierra la mayoría no cuentan con tierra propia para la siembra, ya que solo una persona de las encuestadas, comento poseerla para la siembra del maíz.

Organización y alimentación

La persona que en mayor porcentaje realiza la preparación de los alimentos es la madre de familia como lo muestra la siguiente gráfica:

¿Quién prepara la comida en su hogar?



En relación a los apoyos en la alimentación, se halló que solo dos familias cuentan con algún apoyo para alimentación (Oportunidades-Progresa) y las demás carecen del mismo.

Seguridad alimentaria

Con respecto a la seguridad alimentaria, se encontraron indicadores de inseguridad alimentaria, debido a que manifestaron en un 86% que en el último mes ha comprado alimentos de baja calidad porque no le alcanza el gasto, el 100% de las personas manifestaron que en el último mes apar-

te de comprar alimentos de baja calidad compraron menos y el 46% manifestaron que en algún momento del último mes algún integrante de su familia ha padecida hambre o se ha quedado sin realizar alguna comida por falta de alimento.

La práctica de la reciprocidad en la comunidad

El 60% de las personas mencionaron realizar algún tipo de intercambio de alimentos dentro de su comunidad. Este tipo de intercambio de alimentos es por medio del trueque, seguido del regalo de los alimentos. Esto se realiza por voluntad propia de todos los participantes.

El 60% de las personas encuestadas nos indican que en la comunidad se organizan por TEQUIO para realizar algún trabajo, esta práctica se sigue conservando al pasar los años, aunque solo lo hacen cuando son citados por la autoridad local o municipal para realizar alguna actividad dentro de la comunidad. Todas estas reuniones son convocadas por el representante de la localidad. Dichas reuniones se hacen cada mes, la mayoría de estas actividades son de limpieza comunitaria (calles, cunetas, etc.) todas estas de manera obligatoria. Estas reuniones han funcionado porque se han realizados acciones en favor de la comunidad con el trabajo de todas las personas.

Dentro de las preguntas que se realizaron se le cuestiono al entrevistado si estas reuniones habían ayudado a resolver problemas de alimentación y todos dijeron que no y solo una persona realizo una actividad del programa Prospera en favor de la alimentación de su familia.

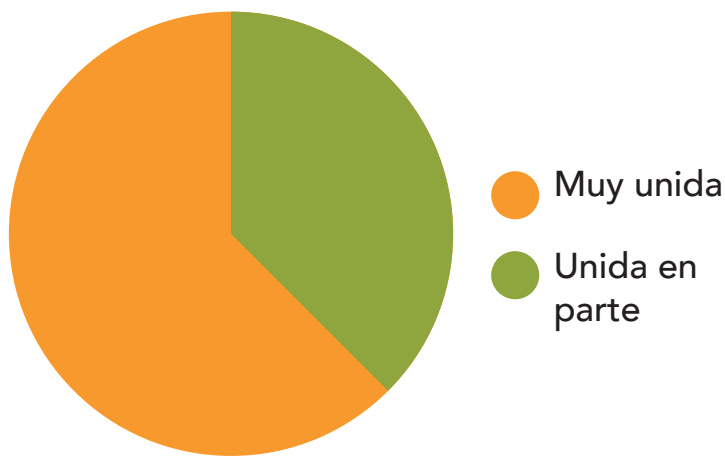
La asistencia en promedio a las reuniones generales de la comunidad es de 53.2 personas del total de las 105 personas registradas por INEGI en el censo general de Población y Vivienda en del 2010.

Se menciona que todas las decisiones tomadas en estas reuniones se hacen por medio de votación de los ciudadanos de El Sandial, y el único requisito mencionado para asistir a las reuniones es ser ciudadano de la localidad pero en general ningún otro más.

Con respecto a la disponibilidad a las acciones solidarias, el 83% de las personas mencionan que están dispuestas a compartir su trabajo y solo el 13.3% están dispuestas a compartir algo de dinero para realizar alguna actividad en pro de la comunidad. Ya que en la comunidad no se reciben ningún tipo de recurso económico para la mejora de la misma. Pero más del 70% comento que existen muchas posibilidades que las personas cooperen con trabajo o dinero en favor de la alimentación en la comunidad.

En cuanto a la confianza que le tienen a sus vecinos el 73.3% mencionó que es "Mucha", pero más de la mitad de los encuestados (60%) consideran que la comunidad es "Unida en parte" dato que se confirma con un sentimientos de unión de "cercanía en parte". Ya que cuando pasa algo todos se avisan por medio de un silbato y/o por casa por casa.

Sentimiento de unión con los integrantes de la comunidad.



Condiciones de alimentación

La información recolectada por el cuestionario de frecuencia de consumo de alimentos por hogar, arrojó los resultados mostrados en la tabla 1.

El 100% de las personas encuestadas manifiestan comprar todos sus alimentos, pero esta lo hace en diversos establecimientos comerciales siendo el principal el mercado con un 80%.

Más de la mitad de las mujeres encuestadas realizan La compra de la despensa alimentaria cada 7 días, seguido de la compra de forma quincenal.

El gasto promedio para la compra de la despensa alimentaria fue de \$656,67 ± \$397,25 pesos.

Las hortalizas son el alimento que se produce y más consume en la localidad con un 67.7% seguido por el frijol en solo un 6.7%.

El 53.3% no cuentan con un huerto de traspatio por diversas causas según comentan las encuestadas en charlas informales.

Tabla 1. Frecuencia de consumo de alimentos y reciprocidad.

ALIMENTO	DIARIAM ENTRE (%)	POR LO MENOS UNA VEZ A LA SEMANA	EXISTE ALGÚN TIPO DE INTERCAMBIO DE ESTE ALIMENTO
MAÍZ	93.3	6.7	NO
FRIJOL	86.7	13.3	NO
ARROZ	40.0	60.0	NO
SOPA DE PASTA	46.7	53.3	NO
PAN DE RES	33.3	66.7	NO
CARNE	73.3	26.7	NO
POLLO	6.7	93.3	NO
CERDO	53.3	46.7	NO
PESCADO	33.3	66.7	NO
HUEVO	53.3	46.7	NO
LECHE	46.7	53.3	NO
LENTEJAS	13.3	86.7	NO
AVENA	80.0	20.0	NO
HABAS	40.0	60.0	NO
ZANAHORIA	46.7	53.3	NO
TOMATE	93.3	6.7	SI
PAPAS	60.0	40.0	NO
CALABACITA	40.0	60.0	NO
CHAYOTE	60.0	40.0	SI
MANZANA	26.7	73.3	NO

Conclusión

La particularidad del municipio donde la mayoría de sus habitantes no son originarios del mismo hace imprescindible el fortalecimiento de la organización aunando a esto la pérdida de conocimientos tradicionales de siembra de traspatio y de hábitos saludables deben de rescatarse por medio de acciones de reciprocidad, solidaridad y cooperación.

Los aspectos de solidaridad y reciprocidad una se encuentran presentes dentro de la comunidad a pesar de los orígenes multiétnicos de sus habitantes, donde cada uno a confluído para crear una nueva red de colaboración, tanto con sus fortalezas y debilidades propias de cada persona. Es importante considerar que los procesos participativos son una oportunidad para el aprendizaje social e innovación, lo que favorece el compromiso con los cambios sociales. En primer lugar, las personas identifican un propósito común generando, compartiendo y analizando información que les permite establecer prioridades y desarrollar estrategias. Además crean nuevas maneras de hacer las cosas con el fin de lograr los objetivos comunes.

La participación puede fortalecer a las instituciones locales en su capacidad administrativa, autogestión, confianza, transparencia, responsabilidad y acceso a los recursos. Esta mayor capacidad de las instituciones es lo que, a su vez, proporciona al proyecto mayor estabilidad.

Aun es necesario fortalecer y mostrar la importancia de la reciprocidad, solidaridad, cooperativismo a los demás habitantes que no participan de ella, como lo mostraron los resultados más de la mitad de las personas aún conservan el Factor C (Razzeto,2011) como un detonante para el desarrollo local.

Mediante la evaluación participativa las personas se dan cuenta si los beneficios y alcances del proyecto se dan en forma equitativa y les permite tomar medidas correctivas cuando sea necesario. Las ideas de justicia y de compromiso en relación con un proyecto se refuerzan mutuamente. La participación aumenta la credibilidad de la evaluación puesto que la gente confía en la información que ellos mismos generan. (Durston, 2002)

Bibliografías

Campesina, L. V. (14 de Junio de 2002). La Via Campesina. Obtenido de viacampesina.org

CONAPO. (1 de 5 de 2010). CONSEJO NACIONAL DE POBLACION. Obtenido de www.conapo.gob.mx

CONEVAL. (2010). Dimensiones de la seguridad alimentaria en México: Evaluacion estrategica de nutricion y abasto. México: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.

Díaz, E. S. (2011). Desarrollo rural, soberanía y seguridad alimentaria. Rosario: Universidad Nacional.

Durston, F. M. (2002). Experiencias y metodología de la investigación participativa. Santiago de Chile: CEPAL.

ENSANUT, 2. (2012). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición. Mexico. D.F.: INSP.

INEGI. (2010). INEGI. Obtenido de inegi.gob.mx

Marañón.P.B. (2014). Buen vivir y descolonialidad.Critica al desarrollo y la racionalidad instrumentales. Mexico DF: UNAM.

Mundial, B. (2002). Cuestionario integrado para la medición del capital social. Washington DC: Banco Mundial.

Ortega-Cerda M, R.-F. M. (2010). Indicadores Internacionales de la soberania alimentaria. Nuevas herramientas para una nueva agricultura. Revista Iberoamericana de Economía Ecológica, 14, 53-77.

PESA. (2004). Seguridad alimentaria y nutricional: Conceptos Basicos. FAO.

COMPROMISO SOCIAL CON LA COMUNIDAD DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS EXPORTADORAS DEL ESTADO DE HIDALGO, COMO PARTE DE SU RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Eduardo Muñoz Bautista
Sofía Emilia López García
Juan Gabriel Figueroa Velázquez

Introducción

La práctica y el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) no es algo nuevo ya que desde la perspectiva de Pérez (2011), históricamente tiene dos períodos: el primero es antes de los años 1950 y la segunda es posterior. En México durante la última década la cultura de la Responsabilidad Social Empresarial ha demostrado tener dos caras la primera orientada a la práctica de la filantropía y la segunda orientada a estándares internacionales que realmente sean de responsabilidad social, siendo numerosos los casos que aún no han logrado inyectar esta filosofía a sus empresas (Díaz, 2011), su principio básico de las (ESR) es el compromiso voluntario que una organización adquiere con la economía, la sociedad y el medio ambiente (Sánchez, 2011).

Objetivo general

Identificar y analizar las acciones de responsabilidad social con el compromiso social con la comunidad de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo desde el punto de vista de los empleados directivos y operativos

Objetivos específicos

- Evaluar las acciones de los lineamientos de la responsabilidad social de una empresa en su compromiso social con la comunidad, de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo en los municipios de Pachuca de Soto, Tulancingo de Bravo, Tepeapulco y Tizayuca, desde el punto de vista directivo y operativo, para que contribuyan a validar las estrategias.
- Proponer estrategias para reforzar el compromiso social con la comunidad de las empresas manufactureras exportadoras fortaleciendo su responsabilidad social de tal forma que contribuya al desarrollo regional del estado de Hidalgo de manera sustentable

Revisión de la literatura

Lara, (2013) define a la (RSE) como: el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común (parr. 2).

La relación económica, social y ambiental determina con claridad que la (RSE) es de índole sustentable, lo que implica que las empresas en sus procesos operativos se vinculen en este quehacer y pase a formar parte integral de sus estrategias de negocio y de su sistema de planeación interna y externa (Cajiga, 2016).

Considerándose un impacto positivo en los grupos o comunidades en las que operan. No obstante Peng (2010) estipula que la industrialización ha provocado cambios en el ambiente (calentamiento global) debido a la deforestación, la contaminación y la erosión de la tierra.

Si bien es identificado el deterioro al entorno natural por la actividad industrial y productiva la cual ha influido en su incremento en este contexto los autores consideran que "es de vital importancia un cambio de paradigmas en los modelos de gestión empresarial para comenzar a remediar esta situación" (Accinelli y De la Fuente, 2013: 243).

Por su parte Román (2008) sostiene que para controlar los efectos negativos empresariales la responsabilidad social (RS) establece compromisos de protección al medio ambiente, integración económica equitativa, mejores condiciones de trabajo y el reconocimiento de los derechos humanos, lo que implica un compromiso ético con la sociedad.

Son diversas organizaciones ocupadas en medir la actividad de la RSE, estableciendo sus criterios como:

- ACERAS.org (Acciones Éticas y Responsabilidad Social)

- European Coalition for Corporate Justice
- Fundación Empresa y Sociedad
- Fundación Codespa
- Fundación Entorno
- FUNDEMÁS (RSE en El Salvador y Centroamérica).
- Gabinet d'Estudis Socials (SCCL).
- Global Compact (Pacto Mundial) de Naciones Unidas.
- Global Reporting Initiative (GRI) (Iniciativa para la Rendición de Cuentas Global).
- Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC)
- International Organization for Standardization (ISO).
- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), con sus líneas directrices en materia de RSC.
- Revista-Sinergia contenidos académicos sobre responsabilidad social.
- WBCSD (World Business Council for Sustainable Development).
- World Confederation of Businesses (WORLD-COB).

En el caso de la ISO, (2009) ha desarrollado metodologías internacionales y propone pautas de actuación en materia de RS bajo la norma ISO 26000.

Delimitando en 7 principios básicos en torno a la responsabilidad social, (rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto y consideración de los intereses de los stakeholders , respeto por la legislación, respeto por las normas internacionales, respeto por los derechos humanos (Pérez, 2011).

Estos principios fincan el marco de referencia para evaluar las acciones y decisiones de las organizaciones en siete esferas de acción que se denominan material (o temas) fundamentales siguientes: gobernanza de la organización, práctica justa de operación, medio ambiente, derechos humanos, prácticas laborales, tema de consumidores, involucramiento de la comunidad y desarrollo social (Veloz, 2011).

El Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC) el cual tiene como objetivo incrementar y fortalecer la competitividad de las organizaciones, conformado por un consejo directivo compuesto por diversas organizaciones tanto públicas como privadas y establece la norma NMX-SAST-26000-IMNC-2011 considerando que pretende ayudar a las organizaciones a contribuir al desarrollo sostenible, coincidiendo totalmente con la norma ISO 26000 Guidance on social responsibility (Orientación sobre responsabilidad social) (IMNC, 2012).

... Richard Edward Freeman lo define como cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa (González, 2007:208)

La empresa como ente económico producen y venden bienes y servicios (Mankiw, 2009) utilizando la fuerza del trabajo humano generando empleo e ingresos económicos. Münch y García (2002) sostienen que la empresa es un "Grupo social en el que, a través de la administración del capital y el trabajo, se producen bienes y/o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad" (:44).

Para Münch y García (2009) las empresas manufactureras son:

... las que producen productos terminados y a su vez se dividen en las que producen bienes de consumo final como: alimentos, prendas de vestir, aparatos y accesorios eléctricos, etc. y empresas que producen bienes de producción que primero satisfacen a la industria de bienes de consumo final como: productoras de papel, materiales de construcción, maquinaria pesada o ligera, productos químicos, etc. (:53).

Por su parte el (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2012) considera que las industrias manufactureras se identifican como actividad secundaria y se encuentran las siguientes: Industria alimentaria, industria de las bebidas y del tabaco, fabricación de insumos textiles, confección de productos textiles, fabricación de prendas de vestir, fabricación de productos de cuero, piel y materiales sucedáneos, industria de la madera, industria del papel, impresión e industrias conexas, fabricación de productos derivados del petróleo y del carbón, Industria química, industria

del plástico y del hule, fabricación de productos a base de minerales no metálicos, industrias metálicas básicas, fabricación de productos metálico, fabricación de maquinaria y equipo, fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y otros equipos, componentes y accesorios electrónicos, fabricación de equipo de generación eléctrica y aparatos y accesorios eléctricos, fabricación de equipo de transporte, fabricación de muebles y productos relacionados, otras industrias manufactureras.

Las empresas actúan en mercados domésticos y también buscan mercados internacionales. Destacando Hill (2001) que la economía global crea oportunidades para que los negocios aumenten sus ingresos, disminuyan sus costos y eleven sus ganancias, así mismo Reyes (2003) establece que la actividad exportadora no sólo beneficia a la misma sino a todo su entorno tanto interno como externo al dar fuentes de empleo y dar una mejor distribución económica.

Lamentablemente las empresas en la actualidad trabajan por intereses económicos únicamente y prácticas nada éticas que llegan a sobreexplotar irracionalmente los recursos naturales y humanos (Romero, 2012), adicionalmente la industrialización ha provocado cambios en el ambiente (calentamiento global) debido a la deforestación, la contaminación y la erosión de la tierra. (Peng, 2010)..

México ha tenido un enfoque limitado en materia de responsabilidad corporativa y presentación de sus informes (KPMG, 2011) claro está que las empresas en la región del estado de Hidalgo no refleja informes de comunicación en materia de ser empresa socialmente responsable, al respecto Trejo (2012) sostiene que en la región del estado de Hidalgo son sólo 4 empresas las que reportan su responsabilidad social, así mismo Muñoz y López (2013) identificaron que de 40 empresas exportadoras sólo tres reportan sus actividades en este contexto dos de ellas son manufactureras y una del área comercial, siendo el total de 37 empresas que no reportan su responsabilidad social 36 del ramo manufacturero y una del comercial (aclarando que los autores no retoman en su estudio las empresas de servicio). Lo anterior refleja

que en el estado de Hidalgo es muy bajo el número de empresas que reportan su responsabilidad social.

Por lo que se determina que el problema de dicho estudio es: ¿Las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo están aplicando acciones de responsabilidad social para mejorar su compromiso social con la comunidad, desde el punto de vista de los empleados directivos y operativos?

Bases teóricas.

El punto de vista teórico de la RSE, ubica mucha discusión respecto a definir cuál debe ser su propio marco, al respecto Pérez (2011: 20) refiere que los trabajos de Garriga y Melé son ilustrativos al sintetizar las distintas vertientes teóricas que han venido estudiando la RSE categorizándolas en cuatro grandes grupos:

- 1) teorías instrumentales;
- 2) teorías políticas; Las siguientes dos sustentan el compromiso social con la comunidad
- 3) teorías integradoras donde la integración social: centrado en la integración social, incluye teorías que consideran que las empresas deben integrar las demandas sociales;
- 4) teorías éticas consideran que la relación entre empresa y sociedad debe incluir valores éticos. A tal efecto la teoría de la ética de las intenciones determina que una acción es definida como moralmente buena, atendiendo a dos reglas la próxima (la conciencia) y la remota (la ley), por lo tanto la intención es la que importa la que hace beneficiosa la manera en que la riqueza es producida (Calvo 2006: 9).

La ISO 26000 delimita 7 principios básicos:

1. Rendición de cuentas,
2. Transparencia,
3. Comportamiento ético,
4. Respeto y consideración de los intereses de los stakeholders,
5. Respeto por la legislación,
6. Respeto por las normas internacionales,
7. Respeto por los derechos humanos (Pérez, 2011). Estos principios fincan el marco de referen-

cia para evaluar las acciones y decisiones de las organizaciones en siete esferas de acción que se denominan material (o temas) fundamentales, el número 7 establece el Involucramiento de la comunidad y desarrollo social, determinando que es ampliamente aceptado que las organizaciones deberían tener una relación con las comunidades en las que operan.

Las áreas clave del desarrollo de la comunidad a las que puede contribuir una organización incluyen la creación de empleo mediante la ampliación y diversificación de las actividades económicas y el desarrollo tecnológico. También puede contribuir a través de las inversiones sociales en la generación de riqueza e ingresos mediante iniciativas para el desarrollo económico local, la ampliación de programas de educación y desarrollo de habilidades, la preservación cultural y proporcionar a la comunidad servicios de salud.

Es importante mencionar que el desarrollo es entendido como el mejoramiento de la calidad de vida de una población y va mucho más allá que la filantropía (Veloz, 2011:170).

Método

La metodología parte de la hipótesis “El Compromiso social con la comunidad de las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo se ve favorecida por las acciones de responsabilidad social desde el punto de vista de los empleados directivos y operativos”

El diseño de la investigación es transversal porque recopilan datos en un momento único, es descriptiva ya que pretende indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población, es correlacional ya que describen relaciones entre dos o más categorías en un momento determinado (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Es de corte cuantitativo, la muestra es de 25 empresas exportadoras en el estado de Hidalgo de 32 situadas en los municipios de Pachuca de Soto, Tulancingo de Bravo, Tepeapulco y Tizayuca ya que es donde se encuentran más concentradas este tipo de empresas en el estado de Hidalgo (Muñoz y López, 2013), obteniendo información de 250 empleados de nivel operativo y 25 directivos ponderando respectivamente el número de empresas según la ubicación (ver tabla 1), mediante una encuesta utilizando un cuestionario con preguntas de escala de Likert con cinco categorías de respuesta de uso muy definido, con totalmente en desacuerdo 1, 2, 3, 4, 5, a totalmente de acuerdo, donde se requiere que los encuestados indiquen el que más se acerca a su realidad (Malhotra, 2008).

Tabla 1. Muestra por número de empresas exportadoras en los municipios de mayor participación

MUNICIPIO	Número de empresas	Número de empresas a encuestar	Porcentaje de la muestra	Porcentaje del universo
PACHUCA DE SOTO	9	8	32.0	22.2
TEPEAPULCO	7	5	20.0	13.9
TIZAYUCA	10	7	28.0	19.4
TULANCINGO DE BRAVO	6	5	20.0	13.9
TOTAL	32	25	100	69.4

El constructo “Compromiso social con la comunidad” se desarrolla con la dimensión “Actividades que se dirigen en beneficios a la sociedad en general” con las variables: Creación de empleos; Generación de riqueza; Participación activa de la comunidad; Educación y cultura; Desarrollo y acceso a la tecnología; Proporcionar servicios de salud Inversión social. Haciendo análisis descriptivo e inferencial univariado chi cuadrada utilizando el programa estadístico Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) por sus siglas en ingles versión 21

Resultados

En cuanto al análisis descriptivo la tabla 2 establece los resultados de las frecuencias, porcentajes, media aritmética y desviación estándar (D.E) que tienen las 25 empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo desde la perspectiva

del sus directivos, con el compromiso social con la comunidad, haciendo referencia en las frecuencias de acuerdo y totalmente de acuerdo el 76% considera que su creación de empleos es de acuerdo a su crecimiento, el 84% sostiene que genera riqueza, en cuanto a las acciones de su participación activa con la comunidad en cuanto a educación, cultura, desarrollo tecnológico, servicios de salud e inversiones en beneficios a la sociedad el 64% lo instituye en su empresa, mientras que el 36% duda hacerlo o no lo hace.

Los estadísticos en general las puntuaciones medias están sesgadas hacia la derecha presentando dispersiones altas. Lo que indica que las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo desde la perspectiva del sus directivos desarrollan acciones en beneficio a la sociedad en general.

Tabla 2. Descriptivos de compromiso social con la comunidad (directivos)

Actividades que se dirigen en beneficios a la sociedad en general	Totalmente en desacuerdo ni de acuerdo ni desacuerdo	%	De acuerdo, totalmente de acuerdo	%	Media	D. E.
¿La empresa crea empleos de acuerdo a su crecimiento?	6	24.0	19	76.0	3.92	1.18
¿La empresa realiza anualmente el reparto de utilidades?	4	16.0	21	84.0	4.28	.843
¿La empresa realiza acciones con la participación de la comunidad para su bienestar?	9	36.0	16	64.0	3.72	1.10
¿La empresa realiza acciones en apoyo a la sociedad en materia de educación y cultura?	9	36.0	16	64.0	3.72	1.13
¿La empresa implementa acciones en apoyo al desarrollo tecnológico de su comunidad?	9	36.0	16	64.0	3.68	1.18
¿La empresa implementa acciones en apoyo a los servicios de salud?	9	36.0	16	64.0	3.64	1.31
¿La empresa realiza inversiones en beneficio a la sociedad?	9	36.0	16	64.0	3.76	1.16

El análisis descriptivo de los resultados en 250 casos de la encuesta a población de empleados de nivel operativo la tabla 3, hace referencia en las frecuencias de acuerdo y totalmente de acuerdo el 72.8% considera que su creación de empleos es de acuerdo a su crecimiento, el 72.4% sostiene que genera riqueza y la comparte entre sus empleados, en cuanto a las acciones de su participación activa con la comunidad en cuanto a educación, cultura, desarrollo tecnológico, servicios de salud e inversiones en beneficios a la sociedad en promedio el 60% lo instituye en su empresa, mientras que el 40% en promedio duda hacerlo o no lo hace.

En cuanto a los estadísticos en general las puntuaciones medias están sesgadas hacia la derecha presentando dispersiones altas. Lo que indica a los empleados de nivel operativo consideran que las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo desarrollan acciones en benefi-

cio a la sociedad en general, en más de la mitad mientras que menos de la mitad no lo realizan.

Tabla 3. Descriptivos de compromiso social con la comunidad

Actividades que se dirigen en beneficios a la sociedad en general

	Totalmente en desacuerdo ni de acuerdo ni desacuerdo	%	De acuerdo, totalmente de acuerdo	%	Media	D. E.
¿La empresa crea empleos de acuerdo a su crecimiento?	68	27.2	182	72.8	3.86	1.01
¿La empresa realiza anualmente el reparto de utilidades?	69	27.6	181	72.4	3.87	1.01
¿La empresa realiza acciones con la participación de la comunidad para su bienestar?	88	35.2	162	64.8	3.69	1.02
¿La empresa realiza acciones en apoyo a la sociedad en materia de educación y cultura?	96	38.4	154	61.6	3.58	1.12
¿La empresa implementa acciones en apoyo al desarrollo tecnológico de su comunidad?	93	37.2	157	62.8	3.65	1.07
¿La empresa implementa acciones en apoyo a los servicios de salud?	89	35.6	161	64.4	3.66	1.08
¿La empresa realiza inversiones en beneficio a la sociedad?	103	41.2	147	58.8	3.60	1.13

Tabla 4. Valor de p, significación estadística y su influencia e impacto en Ho
Fuente: Elaboración propia

Situación de P	Significancia	Ho	Influencia
$p > 0,05$	No Significativa	No se rechaza Ho	No hay influencia entre las variables
$P < 0,05$	Es Significativa	Se rechaza Ho	Hay influencia entre las variables

Tabla 5. Significado de Hipótesis Nula (Ho) y alternativa (H1)
Fuente: Elaboración propia

Hipótesis	Dependencia
Ho:	Las variables son independientes (no hay asociación)
H1:	Las variables no son independientes (existe asociación)

Análisis inferencial univariado, chi cuadrada (de-Pearson) por tipo de empleado ubicando que el nivel de significancia utilizado en esta investigación es $\alpha = 0,05$; como se sabe, si un contraste de hipótesis proporciona un valor "p" inferior a " α "

la hipótesis nula es rechazada, considerando el resultado de manera significativa, cuanto menor sea el valor de P será más significativo el resultado (ver tabla 4). La hipótesis es la proposición no probada que explica tentativamente ciertos hechos o fenó-

menos, diferenciando de dos maneras la hipótesis nula: siendo el estado en que se encuentran las cosas y en el que no se espera ninguna diferencia ni efecto, cuyo símbolo es "Ho" y la hipótesis alternativa siendo un enunciado en el que se espera alguna diferencia o efecto y su símbolo es "H1" (ver tabla 5).

Se presenta el análisis de todos los ítems del instrumento aplicado fungiendo cada una de ellos como variable dependiente y utilizándose como variable independiente los tipos de empleado (directivos y operativos).

La tabla 6 refleja el comparativo del constructo compromiso social con la comunidad sobre la dimensión: actividades que se dirigen en beneficios a la sociedad en general respecto a los dos tipos de empleados en 275 casos (250 empleados de nivel operativo y 25 de nivel directivo), sobre las siguientes hipótesis planteadas:

Ho: El compromiso social con la comunidad es independiente del tipo de empleado.

H1: El compromiso social con la comunidad no es independiente del tipo de empleado.

Identificando el grado de significancia de acuerdo al valor de $p > 0,05$ no es significativa y $P < 0,05$ es significativa.

Los resultados muestran que los empleados directivos y operativos en referencia a las actividades que se dirigen en beneficio a la sociedad en general hay asociación muy fuerte en la mayoría de las variables, rescatando las asociaciones baja en generación de riqueza y muy baja en proporcionar apoyo a servicios de salud no obstante las cuales no son significativas y no hay influencia entre las variables.

Pregunta	Chi cuadrada	Phi	Valor de P	Grado de significación	Influencia	Hipótesis Ho
¿La empresa crea empleos de acuerdo a su crecimiento?	1.980	.085	.739	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza
¿La empresa realiza anualmente el reparto de utilidades?	5.003	.135	.287	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza
¿La empresa realiza acciones con la participación de la comunidad para su bienestar?	3.391	.111	.495	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza
¿La empresa realiza acciones en apoyo a la sociedad en materia de educación y cultura?	1.107	.063	.893	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza
¿La empresa implementa acciones en apoyo al desarrollo tecnológico de su comunidad?	1.427	.072	.839	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza
¿La empresa implementa acciones en apoyo a los servicios de salud?	2.961	.104	.564	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza
¿La empresa realiza inversiones en beneficio a la sociedad?	1.219	.167	.875	No es significativa	No hay influencia entre las variables	No se rechaza

Bibliografías

Las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo, de acuerdo a la percepción de empleados de nivel directivo y operativo en empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo, se determina que poco más de la mitad realiza acciones favorables de responsabilidad social en cuanto al compromiso social con la comunidad mientras que algunas empresas dudan o no lo realizan, especificando que las actividades que se dirigen en beneficio a la sociedad en general son la creación de empleos, generación de riqueza, participación activa de la comunidad, educación y cultura, desarrollo tecnológico, servicios de salud e inversiones en beneficios a la sociedad, Sin embargo se observa que algunas empresas desconocen o no lo lleva a cabo.

Lo que conlleva a dar respuesta a la hipótesis planteada, no rechazándola ya que las empresas manufactureras exportadoras del estado de Hidalgo de los municipios de Pachuca de Soto, Tulancingo de Bravo, Tepeapulco y Tizayuca realizan acciones favorables de responsabilidad social en cuanto a su compromiso social con la comunidad de acuerdo a la percepción de los empleados de nivel directivo y operativo. No obstante se proponen estrategias para reforzar el compromiso social con la comunidad de las empresas manufactureras exportadoras fortaleciendo su responsabilidad social de tal forma que contribuya al desarrollo regional del estado de Hidalgo de manera sustentable

Estrategias propuestas

- 1.-** Dar seguimiento a la Guidance on Social Responsibility (orientación sobre la responsabilidad social) a las empresas exportadoras manufactureras de una región
- 2.-** Impulsar al desarrollo y transformación organizacional considerando que el recurso humano utilice sus capacidades creativas para innovar.
- 3.-** Integrar a los organismos internacionales que apoyan al desarrollo sustentable para mejorar las condiciones ambientales y reducir las desigualdades en el ámbito social y económico
- 4.-** Crear un centro de desarrollo sustentable para dar seguimiento y valoración de vinculación con cada uno de los organismos.

ARTESANÍAS DE LIRIO ACUÁTICO (EICHHORNIA CRASSIPES) COMO UNA ALTERNATIVA PARA LA CONSERVACIÓN EN NACASTE, ALVARADO, VERACRUZ

Ileana Granillo Suárez¹,
Laura Gómez Hernández²,
Elia Méndez García²

Introducción

El lirio acuático (*Eichhornia crassipes*) es una planta acuática flotante nativa de Brasil. Es una especie invasora en 50 países de cinco continentes. En México se distribuye en casi todos los estados, excepto en Baja California Sur, Chihuahua, Zacatecas, Tlaxcala y Yucatán (Miranda y Lot, 1999).

Se considera una plaga acuática muy severa debido a su rápida reproducción sexual y asexual, la cual provoca su esparcimiento en grandes cantidades que traen consigo problemas ambientales, sociales y económicos.

Los problemas ambientales están relacionados con perjuicios a la vida acuática (peces y zooplankton), proporciona un hábitat para especies de mosquitos causantes de enfermedades, afecta a plantas y animales nativos, (CONABIO, 2009).

Sin embargo, se controla y combate utilizándola para diversos fines. A nivel internacional, es utilizado como forraje, en México dentro del Sistema Lagunar de Alvarado, Veracruz (SLAV) es empleado como materia prima para la elaboración de artesanías.

“La Niña del Humedal” es un grupo formado por pescadores quienes mediante una alternativa de manejo sustentable, utilizan la fibra del lirio acuático (*Eichhornia crassipes*) para elaborar productos artesanales con valor utilitario y/o estético, como: abanicos, bolsas, carteras, diademas y tapetes. Esta actividad permite contribuir con un ingreso económico, además de realizar un manejo sustentable del lirio, mejorando las condiciones ecológicas del ecosistema del Sistema Lagunas de Alvarado Veracruz.

Al interior del grupo, se identifican una serie de problemas enfocados al proceso productivo y de ventas, que se resumen en el inadecuado manejo de la materia prima (*E. crassipes*), falta de capacitación técnica para el mejoramiento e innovación de sus productos y búsqueda de nuevos mercados.

En función de la problemática planteada, se realizó una intervención mediante investigación participativa, que buscó derivar y aplicar acciones en fortalecimiento del ámbito organizacional del grupo artesanal la Niña del Humedal.

Revisión de la literatura

Sustentabilidad y responsabilidad social

Retomando lo anunciado por el informe Burtland, nuestro futuro común, citado por Foladori (2009) se considera al desenvolvimiento sustentable, como aquel que responde a las necesidades del presente, sin comprometer los recursos de las generaciones futuras.

En este sentido el grupo artesanal al Niña del Humedal, forman un emprendimiento sustentable, ya que, con el aprovechamiento del lirio acuático, se contribuye a la protección del ambiente, además de contribuir a la generación de un ingreso económico complementario para el grupo de pescadores (Gómez, et al, 2015).

La responsabilidad social cobra interés día a día al interior de las organizaciones, a manera de contribuir a un desarrollo sostenible (Guía de responsabilidad social, 2010). En este sentido, el aprovechamiento sustentable y responsabilidad social, se hacen visibles en la actividad que realiza el grupo de pescadores, en diversas formas, siendo una de las más visibles, la conservación del medio ambiente.

Economía solidaria

La economía solidaria tiene su origen en las respuestas obreras y campesinas al capitalismo del siglo XIX, las cuales tuvieron su representación por medio de cooperativas. Se considera que fue en la década de 1980 cuando esta nueva economía tuvo un auge importante como un movimiento social que propició cambios y transformaciones, y que se ha formado como una ideología mundial en el siglo XXI (Diputación de Barcelona, 2014).

La construcción de este trabajo toma como base la Economía Solidaria. Al respecto, Barkin y Lemus (2011) hacen referencia a que se trata de un campo de estudio o de acción, en el cual se genera la creación de reflexiones y estrategias que propicien nuevas formas de satisfacer las necesidades materiales y culturales de los individuos, en el que la palabra comunidad aporta un importante significado.

Es necesaria la inserción del individuo dentro de la comunidad para crear formas de desarrollo más justas que ayuden a mitigar los efectos de la desintegración social, económica y la degradación de los ecosistemas. Es decir, el individuo y la comunidad tienen que ir de la mano para generar bienestar social y sustentabilidad.

Existen dos campos de estudio cuando nos referimos a la economía vista de esta forma: la economía solidaria y la economía ecológica. La economía solidaria trata del análisis de actividades que van más allá de la visión del individuo como un elemento aislado en la sociedad. La economía ecológica plantea una nueva estructura de la sociedad que propicie una relación de equilibrio entre sus miembros y la naturaleza (Barkin y Lemus, 2011).

De acuerdo con Villoro (2013): la situación ambiental actual se origina por la visión de que la naturaleza era una fuente inagotable de recursos. Sin embargo, actualmente el ser humano se está percibiendo como un integrante más del medio natural, tal y como lo solían hacer los pueblos ancestrales. Este discurso hace referencia al desarrollo sustentable.

Bajo esta perspectiva, el diálogo entre la economía solidaria y la economía ecológica forman una alternativa económica basada en cinco principios fundamentales: autonomía, solidaridad, autosuficiencia, diversificación productiva y la gestión sustentable de los recursos regionales (Barkin et al., 2011).

La autonomía se refiere a la capacidad de la comunidad de ser autogestiva y de crear alianzas con otras comunidades. La solidaridad es el principio en el que todas las personas toman una actitud inclusiva, haciéndose responsables de la toma de decisiones, responsabilidades y beneficios. Todo esto con base en una democracia (Barkin et al., 2011). La autosuficiencia se debe promover en cualquiera de los niveles de la vida social de los participantes.

La diversificación productiva toma la oportunidad de establecer relaciones con otras comunidades para enriquecer la producción y generar oportunidades de crecimiento en diversas regiones (Barkin et al., 2011). Por último, la gestión sustentable de los recursos naturales hace referencia a la reciprocidad entre comunidades, lo cual busca romper las barreras tradicionales que han existido desde hace tiempo, con el propósito de mantener en buen estado el entorno sin poner en riesgo sus características naturales (Barkin et al., 2011).

Con base en las reflexiones de sustentabilidad y economía solidaria, se analiza el caso del grupo de pescadores en la elaboración de artesanías a base de lirio acuático, considerado una plaga como veremos enseguida.

Lirio acuático (*Eichhornia crassipes*)

El lirio acuático es una planta acuática originaria de Brasil (Miranda y Lot, 1999). En México, de acuerdo a su ficha informativa registrada dentro de la Comisión Nacional para el Conocimiento y uso de la Biodiversidad (CONABIO), está catalogada como exótica. Este término se refiere a que no es una planta nativa de México y frecuentemente su dispersión es de carácter antropogénico.

Barbosa y Santamaría (2013) mencionan que existen alrededor de 730 especies de plantas vasculares exóticas que presentan una gran variedad de formas de vida. Entre las cuales están: hidrofitas enraizadas emergentes, de hojas flotantes y de tallos postrados e hidrofitas libremente flotadoras y sumergidas. La particularidad de este tipo de plantas, es que poseen altas tasas de reproducción, adecuación y adaptación.

En el caso del lirio acuático (que se conoce comúnmente con los nombres de Jacinto de agua o lechuguilla y particularmente en el SLAV, como pantano), se trata de una hidrofita libremente flotadora, la raíz es el único órgano de la planta que se mantiene sumergida en el agua, mientras que el tallo y las hojas se suspenden por encima del nivel del agua (Barbosa y Santamaría, 2013).

La CONABIO (2010) menciona que la sobrepoblación de esta especie ocasiona efectos biológicos y sociales. Dentro de los primeros, ocasiona disturbios sobre la vida acuática, perjudica el fitoplancton y a los peces nativos, y a su vez, proporciona un hábitat adecuado para insectos dañinos, causantes de la esquistosomiasis y la malaria. Además de que impide el libre flujo del agua, lo cual afecta la supervivencia de las plantas y animales nativos. Dentro de los segundos, obstaculiza la navegación, genera problemas en proyectos hidroeléctricos y afecta actividades recreativas, como los deportes acuáticos y la pesca.

Con base en el enfoque de economía solidaria y sustentabilidad se analizó el caso del grupo de pescadores que elaboran artesanías con el lirio acuático para valorar si representa una alternativa sustentable para un recurso considerado plaga. A su vez, revisar que puede representar una oportunidad para la construcción solidaria de una alternativa económica.

Método

A continuación, se abordarán las metodologías empleadas para este proyecto. En este caso, el eje principal es la metodología de diseño: Investigación- Acción, debido a que se busca identificar cambios para mejorar el proceso productivo, mediante la inclusión y la participación directa de los involucrados.

Con base en Colmenares (2012), el análisis de información se adaptó su propuesta metodológica en tres etapas. Fase I. Descubrir la temática o caracterizar la actividad productiva del grupo.

El punto central de esta etapa es la realización de un diagnóstico, el cual permitirá contextualizar y aclarar la problemática que se detectó dentro de la comunidad. Para efectos de la presente se caracterizó, mediante la aplicación de cuatro herramientas de diagnóstico participativo y una entrevista.

Estas herramientas son: elaboración de un mapa de recursos naturales, diagrama histórico del comportamiento de la población del lirio acuático, per-

fil de grupo en cuanto a actividades productivas y, por último, una entrevista (Geilfus, 2002). Con los datos arrojados, se elaboró una matriz FODA (Talancón, 2007) para centrarse en las estrategias que se retomarán para continuar con las dos fases siguientes. La matriz FODA, tiene como finalidad detectar el medio interno y externo de una organización (fortalezas y debilidades; oportunidades y amenazas).

Fase II. Co Construcción del Plan de Acción por seguir en la investigación o analizar y definir estrategias pertinentes de mejora del proceso productivo de las artesanías. En esta etapa, se generaron acciones para ir resolviendo los problemas detectados. Estas acciones incluyen: estandarización de la materia prima mediante el cálculo de la biomasa, la esquematización del proceso productivo, identificando las mejoras y por último, la aplicación de tres talleres participativos enfocados a la venta de los productos artesanales.

Estandarización de la materia prima:

para esta estrategia se utilizó la metodología de Stringer, Trettin, Zarnoch y Tang (2015) para la estimación de las reservas de carbono en manglares del río delta de Zambezi, Mozambique en la cual se calcula la biomasa de los árboles de mangle.

Para esto, se realizarán dos muestreos del lirio acuático en época de lluvias en las cercanías de la comunidad de Nacaste, que es donde los artesanos cortan el lirio para la obtención de la materia prima. Se efectuó un primer muestreo en octubre de 2015 y falta uno de la temporada que está por comenzar. Tanto en el primer muestreo como en el segundo, se escogerán 3 manchones del lirio para llevar a cabo el cálculo de la biomasa.

Esquematización del proceso productivo identificando las mejoras.

Esta estrategia se efectuó mediante un taller participativo con los cinco integrantes del grupo. El objetivo estuvo centrado en un diagnóstico del proceso productivo para identificar sus mejoras mediante las opiniones y observaciones de todos.

Esto es que se identificaron las características, los lugares y los tiempos de cada etapa del proceso: materia prima, manejo de la materia prima, obtención y preparación de las fibras, elaboración de la artesanía, las herramientas de trabajo y la venta.

Tres talleres participativos enfocados a la venta de los productos artesanales donde se abordarán los temas de contabilidad para pequeños emprendimientos, administración y determinación de costos y precios de productos.

Fase III. Ejecución del Plan de Acción. En esta fase se elaborará un Plan de Acción, el cual presenta las acciones para realizar las mejoras y transformaciones adecuadas. Con todos los datos que se generarán en la sección anterior se realizará un plan de acción para mejorar el proceso productivo del grupo artesanal.

Resultados

FASE I Descubrir la temática o caracterizar la actividad productiva del grupo.

El día 16 de mayo de 2015, se llevó a cabo la aplicación de las cinco herramientas de diagnóstico participativo al grupo artesanal "La Niña del Humedal", con el objetivo de obtener una caracterización de la situación productiva actual de esta organización.

1. Mapa de recursos naturales

El objetivo de este instrumento fue esquematizar en un mapa la visión que los integrantes del grupo tenían de sus recursos naturales y la distribución de estos en el espacio. Los resultados indican que los artesanos muestran un amplio conocimiento de estos recursos y de la distribución espacial de cada recurso en la comunidad.

Esta situación se debe a que su actividad productiva principal es la pesca, lo cual les proporciona una visión muy clara del ecosistema en el que viven. En la siguiente figura se muestra los principales recursos naturales que identificaron así como lo que obtienen de ellos. (Ver Tabla 1).

Tabla 1 Resultados de la herramienta de diagnóstico participativo Mapa de Recursos Naturales

Recurso Natural	Producto que obtienen y como lo perciben
Jaiba	El grupo la percibe como uno de los principales recursos pesqueros. La pesca de la región es ribereña y artesanal, donde utilizan artes de pesca tradicionales (redes tras-mallo y atarrayas).
Camarón	Lo perciben también como un recurso pesquero principal.
Mangle	El grupo menciona que sus raíces sirven de refugio para las crías de las especies de peces que son empleadas en la pesca. Los pescadores señalaron que también ocupan este recurso para la construcción tanto de las rejillas que utilizan para sus criaderos de jaiba, como de bardas. Reconocen que cortar esta especie está prohibido, pero tienen la necesidad de hacerlo, ya que no disponen de otro material o de recursos económicos para comprar materiales de construcción.
Coco	Lo consideran como un fruto muy rico que pueden utilizar para refrescarse y elaborar alimentos dulces muy sabrosos.
Lirio acuático	El grupo lo percibe como la planta acuática que les proporciona la fibra con la que elaboran sus artesanías.
Manatí	Se refieren a él como una especie que se está protegiendo en el Sistema Lagunar. El manatí que esquematizaron en el mapa es una cría que rescataron hace más de dos años y que la Universidad Veracruzana pretende liberar en los próximos meses.
Agua	Distinguieron la gran importancia del recurso natural más valioso: el agua. Todos coincidieron en que sin este recurso no tendrían de todos los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades e intereses. Además de que mencionan que es lo que mantiene la riqueza biológica y cultural de su región.

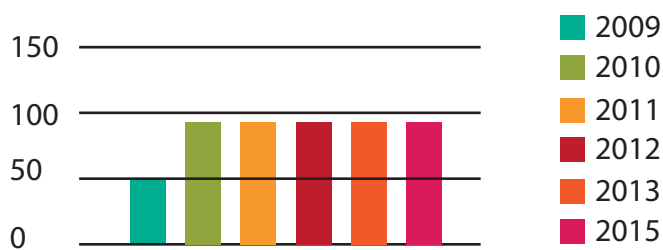
2. Diagrama histórico del comportamiento del lirio acuático (*E. crassipes*).

El objetivo de esta herramienta fue entender los problemas actuales que enfrenta el grupo, respecto al comportamiento de la población del lirio acuático (*E. crassipes*). Se partió desde el punto de vista del integrante del grupo con mayor edad (60 años) hasta el más joven (30 años).

En esta actividad se tuvo una reunión en la que todos los integrantes coincidieron que el lirio acuático (*E. crassipes*) ha estado siempre presente en la época en la temporada de lluvias (en los meses de junio a octubre). Esto, partiendo cronológicamente desde 1951, el año en el que nació el integrante de mayor edad.

De acuerdo a su percepción, todos los años habían sido constantes respecto a la abundancia de individuos pero notaron un cambio en el año 2009, que fue cuando las comunidades de El Nacaste y Los Pajarillos enfrentaron una inundación fuerte y explican que creen que esta variación tiene que ver con el cambio climático. En la siguiente figura se presenta la representación gráfica de esta variación de acuerdo a su percepción. (Ver Figura 1).

Figura 1 Porcentaje de variación de la población de lirio acuático (*E. crassipes*) de acuerdo a la herramienta de diagnóstico
Fuente: Elaboración propia

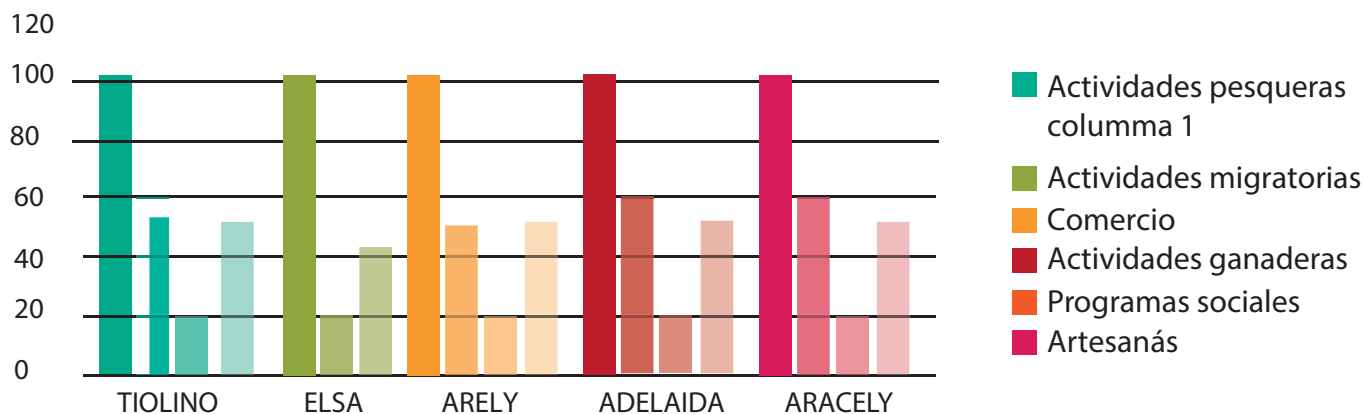


palmente las actividades productivas de las que depende cada integrante, se realizó un taller participativo, donde cada integrante señaló el grado de importancia que le da a las actividades pesqueras, ganaderas, migratorias, programas sociales, el comercio y las artesanías. En la siguiente figura se muestra el análisis de estos datos.

3. Perfil de grupo respecto a la producción

Para entender en sentido general, las características económicas del grupo artesanal, princi-

Figura 2 Porcentaje de importancia de las actividades productivas de los integrantes del grupo artesanal
Fuente: Elaboración propia



La actividad de más relevancia para ellos es la pesca pues es su principal entrada de ingresos. Las actividades ganaderas y migratorias no las contemplan y los programas sociales, el comercio y las artesanías conforman una segunda entrada de dinero.

Matriz FODA

A continuación se muestra el análisis de los resultados anteriores por medio de la matriz FODA, de la cual derivaron las acciones para la siguiente etapa.

Tabla 2 Análisis de los datos de las herramientas de diagnóstico participativo mediante la matriz FODA
Fuente: Elaboración propia

MATRIZ FODA		
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Falta de recursos económicos	Lirio acuático disponible	Variación de la población de lirio acuático
Proceso no definido	Interés de Instituciones Académicas por el proyecto	Calentamiento global
Pocos contactos para continuar con capacitación técnica	Productos que pueden considerarse "amigables" con el medio ambiente	Competencia de otras artesanías
Desconocimiento de la materia prima (biomasa)	Crear lazos e intercambio de experiencias con grupos similares	Escasa valoración de la materia prima a nivel local

FORTALEZAS

Contacto con Instituciones Educativas

Conocimiento de los RN disponibles

Buena difusión

ESTRATEGIAS

Conocimiento de la materia prima (biomasa para registro de producción)

Conocer el proceso productivo y establecer mejoras

Fortalecer la organización interna

Interpretación de los resultados de la entrevista aplicada al grupo artesanal

El día 08 de octubre de 2015 se realizó la aplicación de una entrevista al grupo con el propósito de concluir con las actividades de su caracterización. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: (Ver Tabla 3).

Tabla 3 Interpretación de los resultados de la entrevista aplicada al grupo artesanal.
Fuente: Elaboración propia

ASPECTO	RESULTADO
Proceso productivo	<p>Cada uno tiene una técnica diferente.</p> <p>Una mejora al proceso productivo sería una máquina para planchar.</p> <p>Haciendo un cálculo de cada pieza, necesitan 50 pantanos para una bolsa pequeña, 150 para una bolsa grande y 3 para una diadema.</p> <p>Cada uno tiene su técnica, estilo y forma de tejer.</p> <p>Cuando no hay venta ni pedido su sustento es la jaiba</p> <p>Cuando entra mal tiempo aprovechan para tejer.</p> <p>Desean capacitación para perfeccionar trabajo, creatividad, trato al cliente, cuestiones de mercadotecnia pues a veces piden regateo.</p>
Administración y negocio	<p>Proponen registrar al grupo. Piden facturas (Hay ocasiones). A veces se paga en abonos. Los años varían en venta.</p> <p>Les gustaría contratar a otras personas cuando tienen pedidos grandes.</p> <p>El pedido depende de cada año. (Máximo 400 piezas, mínimo 0).</p> <p>El precio del curso de capacitación que han dado fue para cinco personas, y tuvo un costo de \$3,000.00.</p> <p>Difusión sí tienen.</p> <p>Quieren que el negocio crezca.</p> <p>No hay recursos para trasladarse a eventos.</p> <p>Tienen apoyo de la UV.</p> <p>Han detectado que venden más cosas chicas (diademas, lapiceras y bolsas).</p> <p>Las bolsas grandes casi no se venden.</p>
Medio Ambiente	<p>Los desechos del pantano se queman.</p> <p>De junio a noviembre el pantano es abundante. De diciembre a mayo hay escasez.</p> <p>Cuando no hay, se trasladan hasta Río Blanco.</p> <p>Mejora: colectar cuando hay en abundancia, depende del pedido.</p>

Fase II. Co Construcción del Plan de Acción por seguir en la investigación o analizar y definir estrategias pertinentes de mejora del proceso productivo de las artesanías.

Estandarización de la materia prima.

El día 08 de octubre de 2015 se realizó el primer muestreo para realizar el cálculo de la biomasa del

lirio acuático con la finalidad de estandarizar su manejo. En la siguiente tabla se muestran los datos obtenidos. (Ver Tabla 4).

Tabla 4 Peso fresco, peso seco y longitud promedio primer muestreo

Fuente: Elaboración propia-Datos por recabar en campo

No de manchón	No. de lirios	Peso fresco (en kg)	Peso seco (en kg)*	Longitud promedio (en cm)
1 (costal 1)	170	5 kg		52.75 cm
2 (costal 2)	176	4.5 kg		49.2 cm
3 (costal 3)	179	5.5 kg		54 cm

Esquematización del proceso productivo identificando las mejoras.

El día 09 de abril de 2016, se llevó a cabo un taller con los integrantes del grupo artesanal para discutir sobre el proceso productivo y realizar propuestas para aportar las mejoras. En la siguiente tabla se muestran los resultados.

Tabla 5 Etapas, características y posibles mejoras del proceso productivo

ETAPA DEL PROCESO	CARACTERISTICAS	POSIBLES MEJORAS
MATERIA PRIMA	La materia prima se obtiene del tallo de la planta acuática lirio acuático (<i>Eichhornia crassipes</i>), su longitud tiene que ser de 50 cm en adelante y provenir de una planta con tiempo de crecimiento y de color verde oscuro. El grupo se refiere a esto como que tenga "sazón". No debe estar manchado. En este punto los artesanos indicaron que el lirio de época de lluvias no es bueno para trabajar, pues las condiciones del clima en la región no permiten que seque, ya que generalmente se pudre.	Al principio de la ejecución de este trabajo, se pensaba proponer la época de corte en época de lluvias, ya que es cuando se encuentra de forma excesiva en la laguna; pero esto no se puede realizar por las condiciones climáticas. En este caso, se plantea que el grupo destine una época del año en la que sea factible ir a coleccionar el lirio acuático y que la cantidad sea conforme a la cantidad de producción que se vaya a tener. Aquí es donde el cálculo de la biomasa de la materia vegetal podrá ayudar a estimar la cantidad de materia prima requerida para cada producto.
FIBRAS DE LIRIO	Las fibras de lirio deben de estar secas al 100%, tener un color café, que estén limpias y no picadas (con perforaciones o rastros de insectos).	Tener un lugar adecuado con la temperatura y la humedad necesaria para el secado, que permita que no se maltraten las fibras.
LOCALIZACIÓN DEL ÁREA DE RECOLECCIÓN	La recolección de la materia prima se realiza en la comunidad de Río Blanco, ubicada a 30 min de Nacaste. Únicamente se corta en la región de Nacaste cuando es época de lluvias.	El grupo menciona que el lirio de la época de lluvias no es adecuado para trabajar, pero puede considerarse hacer un corte escogiendo las mejores plantas para trabajar en la zona de Nacaste.

RECOLECCIÓN	<p>El número de lirios que se cortan depende del tiempo y de la cantidad requerida (el máximo que se han cortado son 5,000). La recolección se realiza dentro de la lancha, cortando el lirio mediante machetes o cuchillos. Al respecto y como un dato importante que no se toma en cuenta, es que los artesanos realizan esta actividad con riesgo, pues pueden encontrarse con lagartos o víboras. No existe ninguna norma que regule el manejo del lirio acuático.</p>	<p>Aunque no existe ninguna norma que regule la extracción del lirio acuático a nivel internacional, nacional y local; debido a que la zona de corte se encuentra dentro de una región hidrológica importante y se ubica dentro de las aguas nacionales, es necesario considerar una manifestación de impacto ambiental del proyecto. Esto se plantea a largo plazo, debido a todo el tiempo y el trabajo que conlleva.</p>
<p>CARACTERÍSTICAS DE LA PLANTA PARA CORTE</p> <p>INDICE DE CORTE</p>	<p>Grande y largo (50 cm en adelante). Que tenga "sazón" (que no sea muy nuevo y de color verde oscuro), que no esté de color verde fresco porque se quiebra y que no esté manchado</p>	
HERRAMIENTA Y TIEMPO	<p>La herramienta que ocupan para el corte son cuchillos y machetes. El tiempo estimado para el corte es de 1 a 2 hrs.</p>	
MANEJO DE LA MATERIA PRIMA	<p>El lirio acuático (<i>E. crassipes</i>) se saca de la lancha y se almacena en mazos.</p>	
TRASLADO, CONDICIONES	<p>Se estima que el tiempo de traslado es de aproximadamente de 30 minutos a una hora.</p>	
SECADO DEL TALLO	<p>Para el secado del tallo, se cuelga en mazos o se tiende. El tiempo en época de lluvias no es bueno para que se seque.</p>	<p>Lugar adecuado para el secado, que sea común a todos los integrantes.</p>
EFICIENCIA	<p>El lirio está seco cuando toma un color café claro y no tiene 0% de humedad. Se realiza al tacto.</p>	
OBTENCIÓN DE FIBRAS	<p>El lirio acuático se aplana mediante una máquina improvisada para hacer tortillas. El tiempo que se emplea para realizar esto es de 20 a 30 minutos. Si no se cuenta con esta máquina, se puede efectuar este proceso de forma manual con agua y un trapo húmedo. De esta forma, el tiempo que se requiere es de 1hr o 1hr y cuarto. Para finalizar, se empareja y se corta de acuerdo a la longitud requerida, que varía de acuerdo a la pieza que se vaya a realizar.</p>	<p>Obtener otra máquina de aplanado. Esto, para agilizar el trabajo cuando se impartan talleres de capacitación o se tenga un pedido grande.</p>

ALMACENAMIENTO	Se almacena en cajas o bolsas negras. Las fibras pueden durar bien conservadas hasta por dos años.	Almacenar las bolsas o cajas dentro de un lugar adecuado, puede hacerse un espacio dentro del área de secado.
PIEZAS PRINCIPALES	Bolsas, monederos, tapetes, lapiceras, abanicos y tapetes.	
TEJIDOS	Trenzado, cruzado, ovalado y cuadrado.	
ACABADO	Natural, barniz, insumos, agujas, cola de rata, listones, botones, resistol, pinturas, barniz, velcro e hilo.	

Conclusión

El grupo artesanal contribuye con responsabilidad social a la conservación del medioambiente, a través del aprovechamiento que hace del lirio acuático, ya que representa una alternativa sustentable para darle uso a un recurso considerado una plaga, por lo que parte del diagnóstico fue indagar la biomasa del lirio acuático para asegurar que su empleo no pondrá en riesgo la permanencia del recurso en el ecosistema, es decir, que será sustentable. A su vez, representa una oportunidad para la construcción solidaria de una alternativa económica adicional para los miembros del grupo.

Referencias

- Barkin, D., & Lemus, B. 2011. La Economía Ecológica y Solidaria: Una propuesta frente a nuestra crisis. *Sustentabilidades*, 5, 1-15.
- Bonilla-Barbosa, J., & Santamaría, B. "Plantas acuáticas exóticas y traslocadas invasoras." R. Mendoza y P. Koleff (coords.). *Especies acuáticas invasoras en México*. Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. México (2013): 223-247.
- Cerdá, E 2012. Energía a partir de biomasa. *Revista ICE*, 83, 117-140. http://www.revistasice.com/CachePDF/CICE_83_117140__78E2E154C2BB-213409D09C083013930C.pdf
- Colmenares, A. M. (2012). Investigación-acción participativa: una metodología integradora del conocimiento y la acción. *Voces y Silencios*, 3(1), 102.
- Comisión Nacional para el Uso y Conocimiento de la Biodiversidad [en línea]. CONABIO. 2009. *Eichhornia crassipes*. Ficha informativa. México: Autor. Obtenido el 7 de Marzo de 2015, desde: <http://www.conabio.gob.mx/malezasdemexico/pontederiaceae/eichhornia-crassipes/fichas/ficha.htm>.
- CONABIO. 2000. Ficha técnica para la evaluación de los sitios prioritarios para la conservación de los ambientes costeros y oceánicos de México. México. http://www.conabio.gob.mx/gap/images/1/1b/60_Sistema_Lagunar_Alvarado.pdf.
- Diputación de Barcelona. Área de Desarrollo Económico Local Gerencia de Servicios de Promoción Económica y Empleo Oficina Técnica de Estrategias para el Desarrollo Económico. 2014. *Guía de la economía social y solidaria para la administración local*.
- Foladori, Guillermo (1999). *Sustentabilidad ambiental y contradicciones sociales*. Ambiente y sociedad, Año 2.N. 5
- Gómez, Laura. Mondragón, Demetria. Méndez, Elia. (2015) Aprovechamiento sustentable de Bromelias Epífitas: Propuesta comercial del vivero comunitario "Las Bromelias", Santa Catarina Ixtepeji, Oaxaca. *Revista de investigación académica sin frontera*. <http://revistainvestigacionacademicasinfrontera.com>
- Geilfus, F. (2005). 80 herramientas para el desarrollo participativo. IICA.
- Hercogamia, *Morfología de Plantas Vasculares*, 2008, <http://www.biologia.edu.ar/botanica/tema23/tema23-5hercogamia.htm> [Consulta: viernes, 24 de diciembre de 2015].
- Martínez, R. 2012. Aprovechamiento de la biomasa, para la generación de energía eléctrica. Tesis de licenciatura. Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, Instituto Politécnico Nacional.
- Miranda, M. & Lot, H. 1999. El lirio acuático, ¿una planta nativa de México?. *Ciencias*, 53, 50-54. <http://revistas.unam.mx/index.php/cns/article/viewFile/11665/10990>
- Norma Internacional ISO26000 (2010), guía de responsabilidad social.
- Stringer, C. E., Trettin, C. C., Zarnoch, S. J., & Tang, W. (2015). Carbon stocks of mangroves within the Zambezi River Delta, Mozambique. *Forest Ecology and Management*, 354, 139-148
- Talancón, H. P. (2007). La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e investigación en psicología*, 12(1), 113-130.

MODELO CONCEPTUAL PARA MEDIR LA CONTAMINACIÓN DEL FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO

Erika Lourdes González Rosas,
Denny Ligia Galindo De la Serna,
Lorenzo Manzanilla López de Llergo

Introducción

Anualmente el turismo atrae a cientos de miles de visitantes nacionales e internacionales a Guanajuato por su importancia histórica y sus bellas e interesantes atracciones turísticas como las momias, los museos, túneles, etcétera. Sin embargo, existe un período del año en el cual el turismo se incrementa en gran proporción con respecto a la cantidad de personas que ingresan a la ciudad en un tiempo de aproximadamente dos semanas y media.

Esto se manifiesta en el Festival Internacional Cervantino que ofrece grandes espectáculos artísticos y conferencias con tema cultural e incluso científico; además, de que como festival multiartístico es el más importante de América Latina reconocido a nivel mundial.

Se sabe que el crecimiento del turismo durante el (FIC) genera grandes beneficios para la ciudad, cultural y económicamente. Sin embargo, no se toman en cuenta las consecuencias provocadas en el medio ambiente pues se le resta importancia debido a que los impactos positivos en las áreas referidas son mayores que los negativos en el entorno.

Aunque al hablar de sustentabilidad se engloban los ámbitos sociales, económicos y ambientales es importante prestar especial atención a éste último, debido a que, desde la década de los 70's del pasado siglo se incrementaron los impactos negativos ocasionados por el turismo en muchos destinos (Falcón, 2010). Principalmente problemas ambientales que incluyen la contaminación visual, auditiva, del agua, del aire y del suelo debido a la generación de residuos durante el período de estancia de los visitantes. Por esta razón, este estudio realiza una primera aproximación a la sustentabilidad del Festival Internacional Cervantino con respecto al impacto en el medio ambiente y el entorno.

2 Marco Teórico

2.1 El Festival Internacional Cervantino

Desde 1972 el Festival Internacional Cervantino se estableció como la fiesta multicultural más grande de Latinoamérica. El objetivo de su creación radica en la promoción de la cultura y el turismo internacional (Erling, 2010), es por ello que el FIC realiza eventos especiales para sus países invitados.

A pesar de esto, del 33% de los asistentes al FIC que son los foráneos, sólo el 4% representa a visitantes internacionales, ya que el resto proviene de otras partes de la república, y otras partes del estado. (SDT, 2014).

Los beneficios económicos del FIC se dan debido a la derrama económica que generan los visitantes cuyo promedio es un aproximado de 280 millones de pesos por festival (González Rosas, Ovando Trinidad y Martínez Maldonado, 2015).

Además tiene otros beneficios económicos como el crecimiento de empresas de la industria turística como los hoteles y restaurantes, además de que apoya el desarrollo del comercio en la ciudad, desde pequeñas y sencillas artesanías elaboradas por los locales, hasta grandes tiendas y locales en los centros comerciales. Para 2016 se espera ejercer un presupuesto de 431 millones para el festival (La Jornada, 2016).

Como beneficios socio-culturales encontramos el interés de aprendizaje que genera en los jóvenes debido a que en los eventos se tratan temas de relevancia que impactan en la sociedad. También se encuentra el aporte del festival a la globalización y viceversa, pues permite el intercambio de culturas e ideas y el fomento a la participación ciudadana.

Actualmente en las 2 semanas de duración del FIC se efectúan aproximadamente 700 funciones de 150 espectáculos, en los que toman parte más de 3 mil artistas, procedentes de 35 países de los cinco continentes. Participan numerables grupos del estado de Guanajuato que ofrecen diversas presentaciones de espectáculos de música, danza y teatro que se llevan a cabo en los escenarios tradicionales de la ciudad de Guanajuato que son tanto teatros y templos, como ex haciendas, museos, parques y plazas (Club Planeta, 2000).

Para estos eventos se estima una llegada de aproximadamente 137000 visitantes (González Rosas, et al., 2015) lo que implica el 80% de ocupación hotelera total de la ciudad durante el cervantino (a.m. 2013). Aunque solamente el 42% de los visitantes se hospedan en hoteles, pues 24% es excursionista, el 20% se queda con familiares o amigos, el 11% se hospeda en un hostel y el 4% restante renta en alguna vivienda (SDT, 2014).

Para el transporte se tiene que el 44% viaja en autobús, el 40% en auto propio, 4% en auto rentado, 3% en autobús rentado y el porcentaje restante utiliza otros medios de transporte (SDT, 2014).

En el cuadro 1 se muestra el porcentaje de los visitantes que es del 43% del total de habitantes en la ciudad lo que supone genera y utiliza $\frac{3}{4}$ partes (75%) más de residuos y recursos de lo que usualmente se genera y utiliza durante períodos "normales" en Guanajuato.

1 Cuadro Visitantes al FIC 2015

HABITANTES	184,239
VISITANTES (PROMEDIO)	137,000
PORCENTAJE DE LOS VISITANTES EN TOTAL DE LA POBLACIÓN EN GUANAGUATO	43%
PORCENTAJE QUE REPRESENTA DE LA POBLACIÓN ANTERIOR EXISTENTE	75%

Por todo lo anterior se genera un supuesto sobre la sustentabilidad en el aspecto ambiental del Festival Internacional Cervantino y que consiste en que en contraste a los beneficios sociales y económicos, los impactos ambientales son altos debido a los daños provocados por la contaminación que genera el turismo.

Además de que el uso de combustibles fósiles por éste sector provoca una pérdida en los recursos naturales de la ciudad, tomando en cuenta que son recursos no renovables, también, es posible que esto represente un gasto considerable (económicamente) para la ciudad. Además del consumo de energía y agua así como el tratamiento de aguas residuales y limpieza de áreas públicas que hayan sido contaminadas.

Para lograr la sustentabilidad en un evento turístico de la magnitud del FIC existen muchas barreras como lo son la falta de apoyo por parte del comité organizador, carencia de financiamiento, escasez de lugares "verdes" en los que se pueda llevar a cabo y el nulo control de la conducta de los visitantes (DMAITR, 2011). Por lo que difícilmente se lograría un equilibrio sustentable durante la celebración del FIC.

2.2 Sustentabilidad en eventos culturales o turísticos

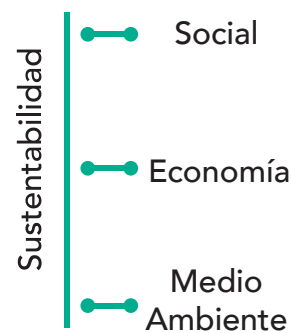
La sustentabilidad indica un equilibrio o la condición de estabilidad en la que el consumo y la renovación de los recursos están en un balance que mantiene las condiciones para que la supervivencia humana pueda continuar para siempre. La definición de sustentabilidad se basa en el logro simultáneo de los tres factores (ver figura 1) que a continuación se describen.

Económica: Forma de las empresas y variables relacionadas con la actividad económica que se pueda mantener a largo plazo.

Social: Principios éticos y equitativos en términos de igualdad de oportunidades y los derechos humanos mediante el mantenimiento y el fortalecimiento de las comunidades locales y sus sistemas de apoyo social y la ausencia de explotación.

Medio ambiente: Conservación de los recursos naturales y gestionados de forma responsable, especialmente aquellas que son no renovables y / o vitales para el soporte de vida, reduciendo al mínimo la contaminación, la promoción de la conservación de la diversidad biológica y la protección del patrimonio natural (Mair, Holmes & Hughes, 2010).

Figura 1 Sustentabilidad
Fuente: Mair et al. (2015: 3)



En otra definición de sustentabilidad se explica que es un proceso de cambio en el que la explotación de recursos, la canalización de inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y los cambios institucionales estén coordinados y aumenten el potencial presente y futuro de la satisfacción de las necesidades y aspiraciones humanas (UN 1987).

Como ya se mencionó el turismo es un motor de arranque para el desarrollo económico y social de muchos países; sin embargo, también crea muchas presiones sobre el medio ambiente y los recursos naturales como por ejemplo, la contaminación del agua, la degradación espacial, manejo inadecuado de desechos, el deterioro del patrimonio natural cultural y similares (Tros & Milhónic, 2011).

Al buscar estudiar la sustentabilidad de festivales y eventos turísticos existen pocos antecedentes no así en los impactos ambientales del turismo. Por ejemplo, para la isla de Hawaii se determinó que se generan 362000 kilogramos de desechos anualmente por la industria turística y se calculó que se utilizan 218000 mega-vatios hora de electricidad. Además de que se contaminan y/o utilizan 1700000 kilolitros de agua y 6000 toneladas de combustible.

Finalmente se concluye que los causantes del 80% de la contaminación ambiental son los restaurantes que contribuyen con el 50% y los hoteles con el 30% (Saito, 2010).

Otro estudio realizado para la costa de Girne en Cyprus del norte se concluyó que los impactos negativos superan a lo positivo del turismo en lo que respecta al entorno. Los impactos que más se perciben son los de contaminación del suelo, agua, aire y visual que se deben al incremento en la generación de residuos y a la inadecuada organización al utilizar los recursos (Vehbí & Doratli, 2009).

En el mismo tenor en una investigación para Sihanoukville en Cambodia se encontró que de 2004 a 2009 hubo un incremento de 51.5% a 70.6% en la contaminación por generación de desechos sólidos debido al turismo. También se registró un incremento del 1.3% en el consumo de agua por parte de la industria turística anualmente desde 1998 a 2008 (SOCS, 2009).

En otro estudio, primero se implementaron diversas contramedidas para detener la contaminación como campañas de educación ambiental, programas de reciclaje y limpieza y la instalación de una planta tratadora de agua. Posteriormente, realizaron un estudio cuantitativo con el objeto de determinar si las medidas ambientales eran percibidas por la población y los turistas.

El resultado de dicha investigación fue que el 75% de los interesados consideran favorables los cambios y congruente seguir con los programas mencionados (Ong & Smith, 2013).

Por otro lado, muchas veces la sustentabilidad no es un tema prioritario en los eventos, por ejemplo en dos festivales en Irlanda (Wexford Festival Opera & Galway Arts Festival) se encontró que sus objetivos están orientados a los resultados en los ámbitos socio-culturales y económicos y la sustentabilidad no es una primacía. (Quinn, 2006).

Finalmente, para el Festival de la Isla Wight (Isle of Wight Festival) se consideraron diversos indicadores para evaluar la sustentabilidad del medio ambiente entre los que figuran el uso de energía

eléctrica, la generación de residuos, el depósito de basura, el uso del agua, el tratamiento de aguas residuales y la utilización de combustible. Para llevar a cabo el estudio se tomó la cantidad de CO₂ (que es un gas de efecto invernadero), kWh y toneladas de desechos que se emite durante el evento y dónde destaca un incremento considerable. (Gallagher & Pike, 2011).

Tomando en cuenta que el festival dura solamente cuatro días se observó que la sustentabilidad del entorno está bastante comprometida.

Aspectos metodológicos

Este proyecto de investigación buscó responder la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se puede medir el impacto de contaminantes en términos de energía eléctrica, agua y residuos sólidos durante el FIC? El objetivo del proyecto fue hacer un estudio del estado del arte sobre la contaminación de eventos culturales o turísticos para determinar un modelo conceptual y medir las variables de consumo de energía eléctrica y agua y de generación de residuos sólidos durante la realización del FIC para establecer el costo-beneficio.

Cabe señalar que esta investigación es heurística y más bien una primera aproximación a los temas de sustentabilidad del Festival Internacional Cervantino con el objetivo de proponer un modelo para medir el efecto contaminante derivado de la realización del festival Cervantino en la ciudad de Guanajuato con mirar a diseñar un proyecto para medir dicho modelo. Para ello se hizo una revisión de la literatura con lo cual se presenta un modelo y metodología para medir empíricamente lo supuesto.

Modelo

Se propone el procedimiento metodológico para la evaluación integral de los impactos del turismo en su contribución al desarrollo local sostenible de Betancourt y Falcón (2010) que servirá para reunir la información cualitativa y cuantitativa y obtener una valoración general de la relación del turismo con el desarrollo sustentable en el FIC y obtener una propuesta de plan de acción.

Se busca en primer lugar el definir cuatro términos de búsqueda básicos que fungirán como indicadores y son los residuos, la energía eléctrica, el agua y las aguas residuales (Saito, 2010).

a. Generación de residuo sólidos: "Cualquier material incluido dentro de un gran rango de materiales sólidos, también algunos líquidos, que se tiran o rechazan por estar gastados, ser inútiles, excesivos o sin valor. Normalmente, no se incluyen residuos sólidos de instalaciones de tratamiento" (BVSDE, 2003).

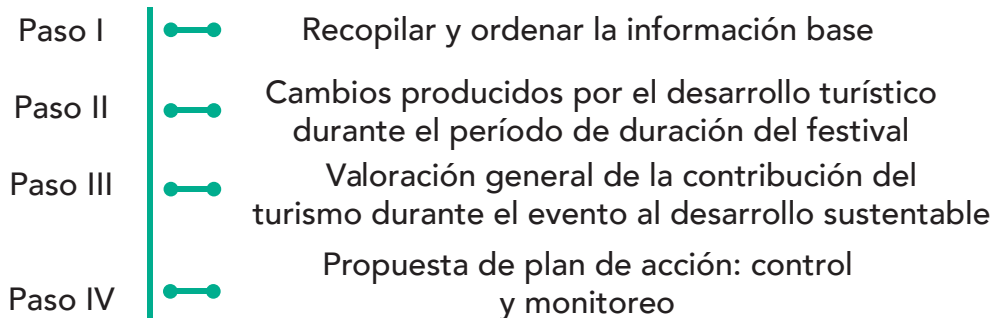
b. Energía eléctrica: "la causada por el movimiento de las cargas eléctricas en el interior de los materiales conductores, por tanto, asociada a la corriente eléctrica (INTEF, 2005).

c. Aguas residuales: "los líquidos que han sido utilizados en las actividades diarias de una ciudad (domésticas, comerciales, industriales y de servicios)" (Cuido el Agua, 2015)

Pasos

La primera parte del método está constituido por cuatro pasos, que se desarrollan con un enfoque principal:

Ilustración 2 Procedimiento propuesto
Fuente: Betancourt y Falcón (2010: 9)



Paso I

Recopilar y ordenar la información base. Tendrá como objetivo obtener información básica mediante entrevistas y encuestas, para después organizar dicha información de tal forma que sea útil para seguir con el procedimiento de investigación (Betancourt & Falcón, 2010).

1. Caracterización turística de la ciudad.

Se obtendrá información de acuerdo a los factores que se evaluarán para determinar la sustentabilidad, y otros aspectos generales que sean de utilidad para la evaluación.

2. Caracterización preturística de la ciudad.

Se investigarán las características de la localidad antes del período de desarrollo turístico del festival, para hacer una comparación y determinar el incremento en las áreas a evaluar.

3. Caracterización posturística de la ciudad.

Se investigará las mismas características mencionadas anteriormente, pero reflejando incidencias tanto positivas como negativas del desarrollo turístico. Este primer paso aportará los elementos necesarios y suficientes para comparar las situaciones en los diferentes períodos de la ciudad, y realizar la valoración de los cambios ocurridos como consecuencia del incremento en la población (turismo) generada por el FIC.

Paso II

Cambios producidos por el desarrollo turístico. El objetivo es conocer los cambios en el medio ambiente, provocados por la utilización de recursos y/o la generación de residuos durante la estancia de los turistas participantes del FIC en la ciudad de Guanajuato (Betancourt & Falcón, 2010).

a. Análisis de los cambios provocados por el turismo según la información cuantitativa.

Debido a la naturaleza de los aspectos a evaluar, los cambios serán principalmente negativos, por lo que las cifras obtenidas se interpretarán en daños en el medio ambiente. La información para el FIC será principalmente obtenida de entrevistas a las empresas de la industria turística y a la presidencia municipal de Guanajuato.

Para trabajar los datos obtenidos cualitativamente se utilizará el modelo propuesto por Saito (2010) en el que se elaboran diferentes tablas para desglosar las cifras obtenidas.

b. Análisis de los cambios provocados por el turismo según la información cualitativa.

Las encuestas elaboradas para obtener ésta información, deberán ser dirigidas a tres grupos de muestras, las empresas de la industria turística, los organizadores del evento y la población general, para así poder evaluar la percepción de la población local sobre los impactos del turismo.

c. Confrontación de la información.

Comparación de datos obtenidos para conocer si existe congruencia entre ellos.

Paso III

Valoración general de la contribución del turismo al desarrollo local sostenible.

Para llevar a cabo éste paso es importante tener claras las condiciones establecidas para que exista sustentabilidad en un evento de dicha magnitud que en éste caso sería el equilibrio entre impactos positivos y negativos generados por los factores

medio ambientales. Para lo cual se deberá desarrollar un instrumento de medición sobre la sustentabilidad del evento FIC. (Betancourt & Falcón, 2012).

Paso IV

Propuesta de plan de acción. Control y monitoreo. En correspondencia con los resultados del paso anterior se propondrá un plan de acción, así como se realizará el control y monitoreo que retroalimente la toma de decisiones en los distintos momentos del proceso (Betancourt & Falcón, 2010).

Para realizar éste paso es necesario establecer estándares en los cuales puedan basarse los organizadores para poder llevar un adecuado control. Dichos estándares pueden ser en éste caso, los límites que no deben sobrepasar los índices de contaminación de suelo y agua, y la utilización de recursos como energía eléctrica, agua y combustible, durante el período de duración del festival.

Hipótesis

Por lo anterior se propone la siguiente hipótesis de investigación

H1: Existe un adecuado manejo de los contaminantes de energía eléctrica, agua y residuos sólidos durante el FIC.

HO: No Existe un adecuado manejo de los contaminantes de energía eléctrica, agua y residuos sólidos durante el FIC.

Reflexiones Finales

Este trabajo tuvo como objetivo hacer un estudio del estado del arte sobre la contaminación de eventos culturales o turísticos para determinar un modelo conceptual y medir las variables de consumo de energía eléctrica, agua y de generación de residuos sólidos durante la realización del FIC para establecer el costo-beneficio.

Como conclusión del análisis del estado del arte se identificó el modelo de Betancourt y Falcón (2010) el cual se utilizará para realizar una investigación empírica de los cambios que enfrenta la ciudad de Guanajuato durante la realización del Festival Internacional Cervantino para determinar el gasto de energía eléctrica, agua, residuos sólidos, medir los niveles de contaminación y sustentabilidad.

Para posteriormente proponer un plan de acción y monitoreo de la situación de sustentabilidad de dicho tema en el festival. Como parte de ese proceso será muy importante definir operacionalmente las variables del manejo de los residuos para lo cual se consultará a los expertos.

Adicionalmente, la sustentabilidad es un tema que apenas se comienza a manejar en los festivales, el FIC tampoco ha mostrado una orientación hacia un manejo integral del evento que abarque lo económico, social y ambiental de manera adecuada hasta el momento, sólo se ha enfocado a los dos primeros.

Es pues necesario que se comience a tratar la parte ambiental de manera formal y profesional en festival y en la ciudad de Guanajuato.

Un primer acercamiento hacia el tema de la contaminación como se ha hecho en este trabajo permite definir que el gasto energético de luz, agua y generación de residuos es fundamental para la ciudad que es lo que se ha estudiado en otros festivales, desde luego queda pendiente el análisis de la contaminación generada por el consumo de combustibles, pero eso es tema de otra investigación.

Este proyecto es significativo porque presenta una primera aproximación al manejo de los recursos contaminantes en la ciudad de Guanajuato durante la realización del festival. El principal limitante es que sólo se presenta la conceptualización del proyecto, sin embargo cómo su planteamiento lo indica es un avance con miras a una investigación empírica.

Referencias

- a.m. Guanajuato (2013). Reportan 80% de ocupación hotelera para FIC. Romero. Periódico a.m. Recuperado el 24 de junio de 2016 de <http://www.am.com.mx/leon/local/reportan-80--de-ocupacion-hotelera-para-cervantino-51376.html>
- Banco Mundial (2013) Energía Eléctrica. kWh per cápita. Recuperado el 23 de junio de 2016, de Datos. Español. Energía eléctrica kWh per cápita: <http://datos.bancomundial.org/indicador/EG.USE.ELEC.KH.PC/countries>
- Betancourt García, M. E. 2000. Esquema para la planificación y gestión integral del turismo desde los territorios: el caso de Camagüey. Ciudad de La Habana. p. 15-16. Tesis en opción al grado de Dr. C. Económicas. Universidad de La Habana
- BVSDE (2003) Gestión de residuos sólidos en situaciones de desastre. Glosario. Recuperado el 23 de junio de 2016, de: <http://www.bvsde.paho.org/bvsade/fulltext/residuos/glosario.pdf>
- Club Planeta (2000) Festival Internacional Cervantino. Recuperado el 23 de junio de 2016 de: http://www.elclima.com.mx/el_festival_internacional_cervantino.htm
- Cuido el Agua (2015) Cuido el Agua.org. Aguas Residuales. Recuperada el 23 de junio de 2016 de: <http://www.cuidoelagua.org/empapate/aguasresiduales/aguasresiduales.html>
- Falcón Rodríguez, M. C., Betancourt García, M. E., & Montes de Oca, R. V. (2010). La evaluación integral de los impactos del turismo en función del desarrollo local sostenible. (Spanish). Retos Turísticos, 9(3), 7-12.
- Gallagher, A., & Pike, K. (2011). Sustainable Management for Maritime Events and Festivals. *Journal Of Coastal Research*, 158-165. doi:10.2112/SI61-001.1
- González Rosas, Ovando Trinidad & Martínez Maldonado (2015). Repercusiones Económicas del Festival Internacional Cervantino. Guanajuato, Guanajuato, México.
- Holmes, Kirsten, Hughes, Michael, Mair, Judith and Carlsen, Jack Events and sustainability. Abingdon, United Kingdom: Routledge, 2015. doi:10.4324/9781315813011
- INEGI (2015) Cuéntame INEGI. Población. Recuperado el 23 de junio de 2016, de Población. Guanajuato, de: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/gto/poblacion/default.aspx?tema=me>
- INEGI. (2015). Cuéntame INEGI. Basura. Recuperado el 23 de junio de 2016, de Territorio. Medio Ambiente. Basura. : <http://cuentame.inegi.org.mx/territorio/ambiente/basura.aspx?tema=T>
- INTEF (2005) La Energía. Recuperado el 23 de junio de 2016 de: La Energía. Tipos de Energía. Energía eléctrica de: http://newton.cnice.mec.es/materiales_didacticos/energia/electrica.htm
- Jackie Ong, L. T., & Smith, R. A. (2014). Perception and reality of managing sustainable coastal tourism in emerging destinations: the case of Sihanoukville, Cambodia. *Journal Of Sustainable Tourism*, 22(2), 256-278. doi:10.1080/09669582.2013.809091
- La Jornada (2016). El FIC rendirá "el mayor tributo en el mundo" a Cervantes. Tejeda, A. Periodico La Jornada. Recuperado el 24 de agosto de 2016 de...
- Mair, J., & Laing, J. (2012). The greening of music festivals: motivations, barriers and outcomes. Applying the Mair and Jago model. *Journal Of Sustainable Tourism*, 20(5), 683-700. doi:10.1080/09669582.2011.636819
- Quinn, B. (2006). Problematizing 'Festival Tourism': Arts Festivals and Sustainable Development in Ireland. *Journal Of Sustainable Tourism*, 14(3), 288-306.
- Richard Sharpley (2000) Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide, *Journal of Sustainable Tourism*, 8:1, 1-19, DOI: 10.1080/09669580008667346
- Saito, O. (2013). Resource Use and Waste Generation by the Tourism Industry on the Big Island of Hawaii. *Journal Of Industrial Ecology*, 17(4), 578-589. doi:10.1111/jiec.12007
- Secretaría De Turismo. (2012). Compendio anual 2012. Recuperado el 23 de junio de 2016, de Compendio de la Actividad Turística Estado Guanajuato 2012: <http://www.observatorioturistico.org/cenDoc/09e8c-Compendio-de-la-Actividad-Turistica2012.pdf>
- SOCS (2009).- State of the Coast for Sihanoukville (SOCS). (2009). State of the Coast for Sihanoukville (SOCS): Draft report (1998-2009). Sihanoukville: Author.
- Trošt, K., & Milohnić, I. (2011). Ma Nagement of Sustainable And Responsible Event Practices In Tourism (Case Study: Ulysses Theatre). *Proceedings Of The International Scientific Conference*, Juraj Dobrila University Of Pula, Department Of Economics & Tourism 'Dr. Mijo Mirkovic', 1733-1750
- Van Hulle, S. H., Audenaert, W., Decostere, B., Hogie, J., & Dejangs, P. (2008). Sustainable wastewater treatment of temporary events: the Dranouter Music Festival case study. *Water Science & Technology*, 58(8), 1653-1657. doi:10.2166/wst.2008.530
- Vehbi, B. O., & Doratli, N. (2010). Assessing the Impact of Tourism on the Physical Environment of a Small Coastal Town: Girne, Northern Cyprus. *European Planning Studies*, 18(9), 1485-1505. doi:10.1080/09654313.2010.492587

LAS PYMES FAMILIARES Y LA SUSTENTABILIDAD ORGANIZACIONAL

Zulema Cordova Ruiz,
Sosima Carrillo,
Loreto María Bravo Zanoguera

Introducción

En el siglo XXI, un mayor interés despierta en el “sector empresarial, las escuelas de negocio, los inversores e incluso algunos gobiernos” (De la Cuesta, 2004), dadas las expectativas y exigencias puestas en las empresas para asumir la responsabilidad de los problemas sociales y las metas políticas (Drucker, 2000), y por la ventaja estratégica que representa la RSE si se incorpora en la gestión organizacional, al considerar su contribución en la reputación e imagen empresarial (Porter & Kramer, 2002, 2006).

La sustentabilidad organizacional es el vínculo que une el entorno físico a las actividades y a políticas económicas, lo que se podría dar por medio del desempeño adecuado de las empresas (Simon, 1989), de acuerdo a lo que se ha considerado como las principales dimensiones de la sustentabilidad organizacional (la Triple Línea Base), que son los factores sociales, ambientales y económicos (Hernani y Hamman, 2013).

La sustentabilidad organizacional ha sido objeto de estudio desde la década de los setentas comenzándose a concebir la idea que situaba a las empresas dentro de un modelo en donde el total del entorno es co-dependiente entre sus varias fuerzas interactuantes, formando un sistema completo que genera una diversidad de recursos (Lovelock, 1979) y por lo tanto su abanico de posibilidades está ligado en función de esa dependencia, a diferencia de la concepción tradicional en que los administradores sólo debían preocuparse por vigilar los recursos e intereses de los dueños de las empresas (Friedman, 1970), al ser los únicos proveedores de lo necesario para el desempeño de las empresas. Al ser dicho entorno de cambio constante, el mundo de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) familiares, es presionado para desarrollar actividades de generación de recursos necesarios para ser sustentables, y “son retadas para adaptarse, generar y generalizar nuevo conocimiento antes que la competencia” (Hernández, Melgoza y Espinoza, 2010).

Revisión de la literatura

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. Y como no serlo si como comenta Davis (2006) este tipo de empresas representan cerca de dos tercios de todas las empresas en todas las economías.

La empresa familiar es aquella cuya propiedad, dirección y control de las operaciones está en manos de una familia. Sus miembros toman las decisiones básicas (estratégicas y operativas) asumiendo por completo la responsabilidad de sus acciones (Soto, 2007). Aunque cada organización tiene sus propios miembros, metas y valores, se ha encontrado que es posible establecer diferencias entre las empresas familiares y las que no lo son.

Estas son algunas características de las pequeñas empresas familiares:

1. Las pequeñas empresas tienden a sobre capitalizarse y a contraer pocas o ninguna deuda y suelen tener alta liquidez ya que con frecuencia sus márgenes de operación y su retorno sobre activos exceden a los de sus competidores. Los negocios familiares suelen estar económicamente subdesarrollados, en el sentido de que no son tan grandes como podrían ser. Frecuentemente ocurre que en cuanto el dueño de estas organizaciones alcanza un bienestar económico no le interesa optimizar el tamaño de su empresa o sus ingresos.

2. Se considera que los negocios familiares tienen una gran ventaja estratégica, ya que no es necesario que produzcan utilidades en el corto plazo para mantener contentos a sus accionistas, por lo que se pueden orientar al largo plazo.

3. Dado que en estas empresas, los subsistemas de empresa y la familia interactúan, no se suelen tomar decisiones puramente racionales que afecten a la empresa, sino que los intereses de la familia también juegan un papel importante.

Se destaca que a pesar de la importancia de este tipo de empresas para la economía de un país, poco se ha realizado para concientizar a sus pro-

pietarios para que tomen acciones pertinentes, evitando en lo posible futuros conflictos para acceder a los recursos necesarios.

Y en el supuesto de que éstos se den, tener la capacidad de resolverlos eficaz y eficientemente para evitar el estancamiento y en el peor de los panoramas la desaparición de las empresas, sino por el contrario que alcancen la sustentabilidad organizacional deseable.

Las empresas no sólo están descubriendo que “con más frecuencia de lo que se quisiera, las competencias de sus líderes no se encuentran a la altura adecuada para hacer frente a las necesidades que el mercado demanda” (Medina, Armenteros, Guerrero y Barquero, 2012), creando la problemática manifiesta en que en la mayoría de los casos son los mismos líderes los que constituyen el obstáculo para un adecuado desempeño de la empresa, que la impulse a alcanzar la sustentabilidad organizacional deseada.

La presente investigación pretende aportar información que sea la base de un pensamiento encausado a la sustentabilidad organizacional en relación a su capacidad para generar recursos necesarios, de los cuales depende el desarrollo de ésta.

Las Pymes familiares y la sustentabilidad

Las Pymes familiares requieren generar recursos para un desempeño adecuado, por lo cual el presente estudio se aborda desde el enfoque de la Teoría de la Dependencia de Recursos, la cual sostiene “que las organizaciones no son capaces de generar internamente todos los recursos, servicios o funciones necesarios para su crecimiento, mantenimiento o supervivencia, entendiéndose por ello la necesidad de participar en un proceso de relaciones y transacciones de intercambio con los distintos actores del entorno” (Ulrich y Barney, 1984), como competidores, proveedores, instituciones, entre otros, quienes se convierten en actores interesados (stakeholders).

El estudio, entonces, se aborda también desde el enfoque de la Teoría de los Stakeholders, la cual establece que los stakeholders son “todas aquellas personas o grupos de personas que tienen, o reclaman, propiedad, derechos, o intereses en una organización y sus actividades, pasadas, presentes, o futuras, y que pueden clasificarse como pertenecientes al mismo grupo: propietarios, empleados, directivos, entre otros” (Clarkson, 1995).

La fusión de ambos enfoques desprenden la idea de que los stakeholders de una Pyme familiar restaurantera dependen de los recursos con los que cuentan, o que pueden generar, mediante las relaciones interactuantes entre ellos o con otros stakeholders, proporcionándoles así la capacidad de ser sustentables organizacionalmente. Las Pymes familiares de no desarrollar capacidad de reacción adecuada, por su escasez de recursos, sus líderes se ven en la necesidad de interrelacionarse con otros stakeholders para acceder a dichos recursos.

Las grandes empresas que cuentan con mayor cantidad de recursos pueden fácilmente internarse en un adecuado desempeño a través de innovaciones, a diferencia de las Pymes familiares que dependen más de los recursos que poseen otros actores externos si es que quieren innovar. Lo anterior en la mayoría de los casos no ocurre, debido a que por sus características (visión a corto plazo,

carencia de conocimientos, carácter familiar, entre otras) los líderes de dichas se resisten a cooperar, o administra de forma tradicional y reaccionando mecánicamente ante las señales enviadas por el mercado (La Rovere y Hasenclever, 2010).

Esta situación también engloba los problemas derivados de la propia gestión empresarial del líder, como stakeholders principal, de los recursos que posee y del sector económico al que pertenece, destacando su importancia dentro de la organización la forma en cómo se dirige a sus empleados, así como su manera de abordar las cuestiones prioritarias para la empresa, indicándole el rumbo hacia un adecuado desempeño que catapultará a la empresa hacia la sustentabilidad (Millán y Marín, 2014).

Se deben revisar y analizar dichos escenarios respecto a su capacidad de entenderlos y asimilarse a encontrar una respuesta, la cual sólo se dará a través de la gestión e interrelación que sus stakeholders deben llevar a cabo hacia una sustentabilidad organizacional (Cardona y Gutiérrez, 2010). De acuerdo a lo anterior, es pertinente afirmar que la sustentabilidad organizacional de la Pyme familiar está directamente relacionada a los recursos que esta genere y a la respuesta que éstos brinden a los escenarios ambientales, sociales y económicos cambiantes.

Las Pymes familiares deben adoptar estrategias encaminadas a generar sustentabilidad organizacional, “que se adapten a su contexto único de desafíos, oportunidades y expectativas de los involucrados (stakeholders)” (Porter y Kramer, 2006).

La sustentabilidad organizacional de estas empresas, según Hernani y Hamann (2013) se fundamenta en la creación de valor para el stakeholder principal, el líder, por medio de actividades que promuevan el uso y aprovechamiento de tecnologías disponibles y un enfoque en el desarrollo económico. Badiru (2010) menciona que “el compromiso con la sustentabilidad está en auge en la actualidad, tanto corporativamente como en las metas personales. Piensa sustentable y estarás destinado a obtener las recompensas de una mejor optimización de recursos, eficiencia operacional y efectividad de procesos”.

Dichos ejemplos se pueden traducir como recursos de ventajas útiles y necesarias para enfrentar a los competidores. Es importante establecer si los líderes de las Pymes familiares están conscientes de tal situación, debido a que de ellas se percibe una imagen de una organización poco profesional de procesos administrativos obsoletos, a negocios pequeños, de recursos escasos y de eficiencia raquítica (Monteferrante, 2006), a pesar de ello, la Pyme familiar es la tipología de empresa de mayor dominio en las actividades comerciales y económicas en la mayoría de los países de Europa y América (Millan y Marín, 2014), por lo cual su importancia se ve justificada. En el hecho en que el líder de la Pyme familiar se reserva los puestos administrativos y la toma de decisiones a sí mismo y/o a su familia exclusivamente, negándole a cualquier persona externa la posibilidad de acceder a alguno de dichos puestos o roles (Giovannini, 2010), dejando de percibir esos recursos importantes y necesarios para la organización, como el know how, solo porque proviene del exterior.

El líder debe estar capacitado apropiadamente para entender su importancia, y no confundirla como una tarea rutinaria. De hecho, una somera y pobre estrategia de la capacidad de servicio puede causar un efecto negativo en la empresa (Longart, 2010). La toma de decisiones queda centralizada entonces en el líder o, en el mejor de los casos en algún miembro de la familia, siendo ellos los que administran la empresa, perdiendo le nuevas ideas innovadoras de alguien externo, que a la postre encaminarían a la empresa a ser más sustentable.

La sustentabilidad organizacional requiere de un continuo aprendizaje de nuevas formas de gestión y liderazgo, encaminadas a adquirir un pensamiento sustentable dentro de la empresa (Lungu, Caraianni y Dascalu, 2013). Según Saldívar et. al. (2012) "...en el 97% de los casos, el fracaso (de la Pyme familiar) se debe a una mala gestión del dueño.

El éxito de una pequeña o mediana empresa está fuertemente condicionado por los conocimientos de su dueño", por lo que las decisiones del líder, que en la mayoría de los casos es el dueño, deben encaminar a la empresa a una visión patrimonial

que busque asegurar el bienestar y la estabilidad de sus stakeholders en el tiempo, convirtiéndola en productiva y sustentable a la vez (Betancourt, et. al., 2011). En ocasiones, los líderes de las Pymes familiares toman decisiones arbitrarias buscando un beneficio a corto plazo, perdiendo de vista el largo plazo, siendo esto en perjuicio de la empresa y de este modo se le niega la posibilidad de ser sustentable, dejando fuera de esa visión a stakeholders esenciales como son los empleados.

Por su parte Bianco (2007) dice: [...] la dificultad en la sustentabilidad de las ganancias competitivas se debe a que, en el supuesto de que la fuerza de trabajo está siendo retribuida por su valor, una reducción en su salario no permitirá que dicha fuerza de trabajo se vea reflejada en la calidad requerida por la empresa que la contrata y presentará una menor productividad del trabajo, lo cual eliminará por completo las ganancias obtenidas de la reducción de los costos por recortes salariales. Por lo tanto, el conjunto de medidas anteriormente reseñado puede ser efectivo ante determinada coyuntura, pero en el largo plazo no es sustentable.

Por lo tanto, las Pymes familiares no generan sustentabilidad organizacional en el largo plazo, debido a dicha visión del líder, tal como también lo afirman La Rovere y Hanseclever (2010): "Mientras las firmas se encuentren presas a una estrategia basada en una visión de corto plazo y se mantienen aisladas, tendrán dificultades en seguir los continuos cambios que tienen lugar en los mercados globalizados". Es aquí cuando se puede decir que las Pymes familiares restauranteras no son ajenas al contexto antes mencionado.

La empresas familiares de servicios turísticos, entre ellas las restauranteras, proveen "servicios convertidos en experiencias" (Pedraja y Yagüe, 2001), los cuales deben ser percibidos por el cliente como tal, por lo que el líder de la empresa enfrenta el reto de poseer todos los recursos necesarios para ofrecer dicha percepción, si es que desea que su empresa permanezca en el gusto de los clientes y ser sustentable. Longart (2010) brinda un ejemplo tangible de lo anterior:

“Los restaurantes que poseen un presupuesto o capital reducido para publicidad y promoción, dependen en una gran parte de un “boca-oído” positivo”.

La sustentabilidad organizacional de las Pymes familiares es un tema transcendental y de importancia y relevancia justificadas en las economías de los países, por lo que en México la situación no es diferente (Saldívar et. al., 2012:), porque “...las micro y pequeñas empresas constituyen, en cualquier país, el grupo predominante de empresas y en algunos casos superan el 90%” (Hernani y Hamann, 2013).

Por lo que “la Pyme tan sólo genera en promedio 3,775 dólares al mes por hombre ocupado, comparado con la gran empresa que genera mensualmente 21,469 dólares, es decir, 5.7 veces más” (Murdock, 2008). Aun así, de cada cien empresas de este tipo que nacen, 90 de ellas no alcanzan los 2 años de vida, siendo este un índice de mortalidad extremadamente alto. Díaz, Corona y Mayett (2012) mencionan que solo 2 de cada 10 comercios de éste tipo resisten los estragos de las crisis, internas y externas, y el resto concluyen con la muerte de la empresa.

Esto contrasta con la existencia de un alto índice de rotación de estas empresas, “que así como desaparecen casi todas las empresas que se crean y mueren en menos de 2 años, se crean una gran cantidad de empresas nuevas” (Cardozo, Velázquez y Rodríguez, 2012).

Hipotesis

La falta de sustentabilidad organizacional de las Pymes Restauranteras familiares en Méxicali se pone de manifiesto en la mortalidad de las mismas.

Objetivo

El objetivo de la investigación es determinar si a través de un enfoque apegado a la necesidad de generar recursos en la empresa, esta puede alcanzar su sustentabilidad como parte de su estrategia organizacional.

Metodologia

Esta investigación es de tipo no experimental, con un diseño de tipo transeccional o transversal co-

rrelacional. El estudio es no experimental en virtud de que no se dará una manipulación de las variables, lo cual es una de las características de este tipo de investigación de acuerdo a lo establecido por Hernández, Fernández & Baptista (2014) que definen a la investigación no experimental como cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o las condiciones.

Señalando que en un estudio no experimental no se construye ninguna situación, si no que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador.

Método

Muestra:

En el caso del cuestionario, la muestra constó de 50 empleados (no familiares) y directivos (familiares) en calidad de stakeholders, provenientes de diez Pymes familiares en la localidad de Mexicali. En cuanto a las entrevistas a profundidad, la muestra constó de 10 directivos (familiares), en calidad de stakeholders de las Pymes familiares parte de la muestra. El tipo de muestra de conveniencia fue compuesta por sujetos voluntarios y la unidad de análisis fue la Pyme familiar restaurantera.

Recolección de datos:

La recolección de los datos se hizo primero mediante un cuestionario que se aplicó a 50 stakeholders de las empresas que conforman la muestra, el cual fue diseñado tomando en cuenta las características propias de las Pymes familiares basado en Manucci (2010) y en Hong (2008), el cual se adaptó para evaluar la sustentabilidad organizacional; después mediante la realización de 10 entrevistas a profundidad a stakeholders de las Pymes parte de la muestra.

El cuestionario consta de una primera sección de reactivos sociodemográficos, además de reactivos divididos en tres dimensiones:

- 1) Sustentabilidad;
- 2) Gestión de recursos externos;
- 3) Gestión de recursos internos.

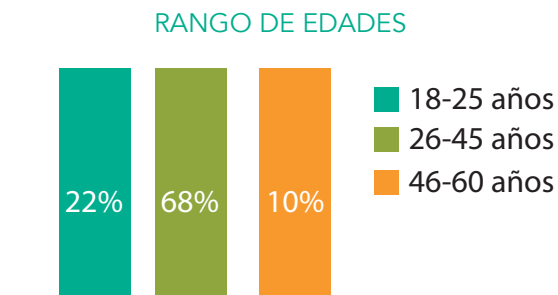
Para validar las medidas en los reactivos del instrumento se verifica la confiabilidad de las escalas a través del estadístico Alpha de Cronbach. Los valores totales de los estadísticos indican la validez de las escalas utilizadas, en donde los grupos de reactivos obtuvieron un valor superior al .72, confirmando con ello la confiabilidad de los reactivos del instrumento.

Resultados

De las 10 empresas participantes en el estudio, 4 ubicadas en la zona centro histórico del municipio de Mexicali y 6 en el oriente de la ciudad. De las 50 personas encuestadas, 20 son en el centro histórico y 30 en el oriente de la ciudad.

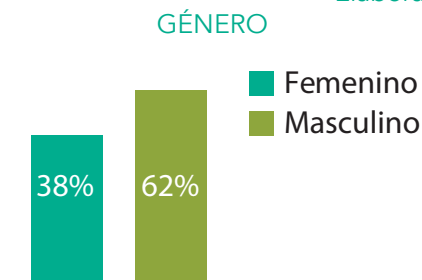
De los encuestados, el 22% son de edad entre los 18 y los 25 años, 68% están en el rango de los 26 a los 45 años y el 10% entre 46 y 60 años.

Grafico 1
Elaboración propia



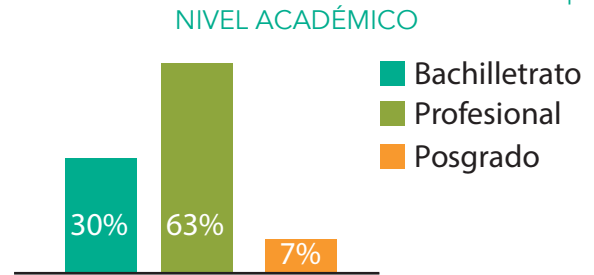
Respecto al género el 38% femenino y el resto un total de 31 personas masculino.

Grafico 2.
Elaboración propia.



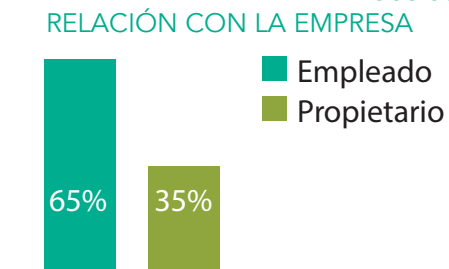
Sobre el nivel de preparación en cuanto a los estudios con los que cuenta el 30% cuenta con estudios a nivel bachillerato, el 63% posee estudios profesionales y tan solo un 7% cuenta con posgrado.

Grafico 3.
Elaboración propia.



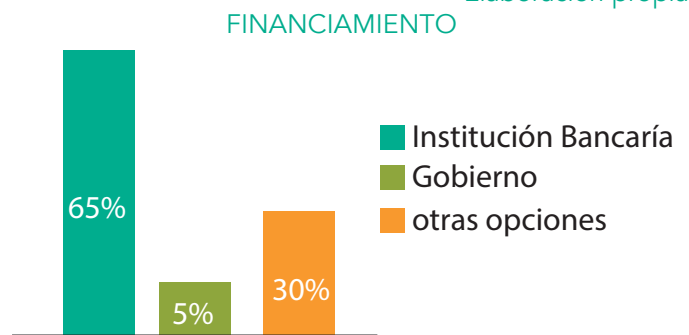
En cuanto a la relación que guardan con la empresa el 65% son empleados y el 35% son propietarios.

Grafico 4.
Elaboración propia.



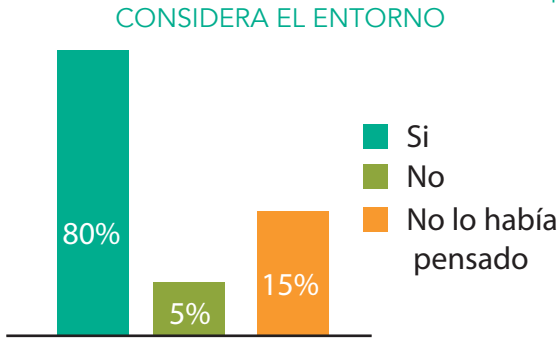
En cuanto al interés de los propietarios por buscar opciones de financiamiento por medio de recursos externos para capitalizar su empresa, tan solo el 5% ha recurrido a gobierno como opción de financiamiento, el 65% ha optado por préstamos en instituciones bancarias y el 30% restante a través de otras opciones como prestamos personales.

Grafico 5.
Elaboración propia.



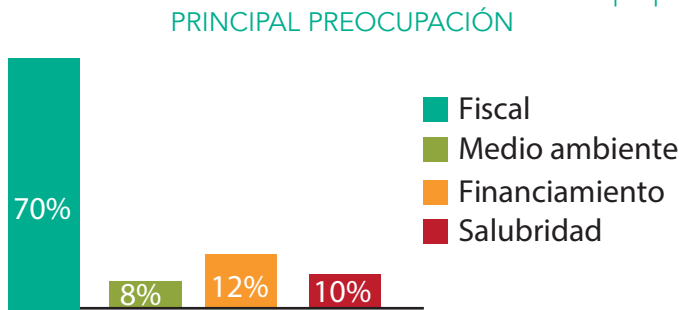
En cuanto al tema de la consideración del entorno para la toma de decisiones internas, pensando en su adaptación a las cuestiones sociopolíticas, económicas, ambientales y tecnológicas, el 80% de los encuestados si lo ven como un factor importante, llamando la atención que para un 15% era algo que no lo había considerado, aun cuando esto repercute directamente en el negocio

Grafico 6.
Elaboración propia.



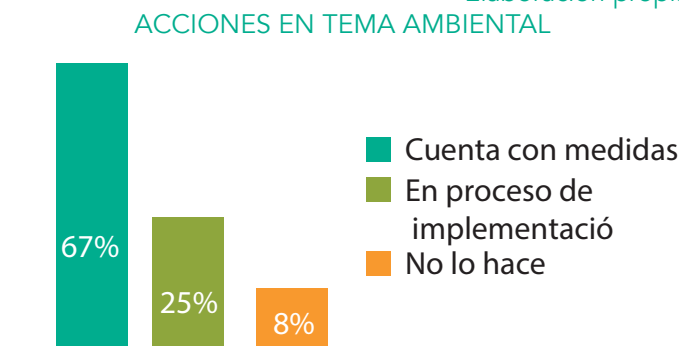
Resultado importante que los propietarios coincidieron en el hecho de que la cuestión fiscal es un tema que les preocupa y es al que más temor se le tiene y es causa de que no haya confianza en la obtención de financiamiento para invertir en el negocio para cuestiones que pudieran ser de interés para su progreso.

Grafica 7.
Elaboración propia.



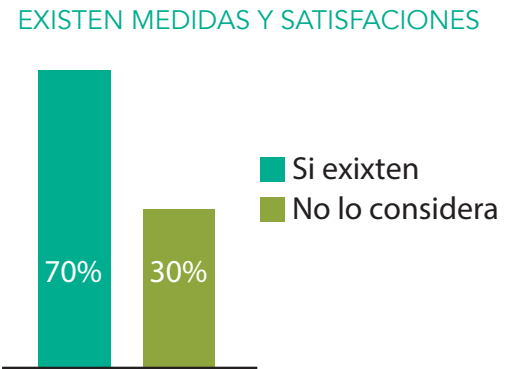
Algo también crucial es el conocer que tantas acciones se toman en materia de cuidado al ambiente dentro de las organizaciones dado el giro al que se dedican y lo sensible que es para el impacto ambiental en el entorno donde se ubican, destacándose que un 67% toma medidas en cuanto la cuestión ambiental, un 25% está en el proceso de adopción de alguna, y el resto no lo tiene considerado.

Grafica 8.
Elaboración propia.



En base a los que sí tienen medidas preventivas se les cuestiono si toman medidas para los casos en los que se infringen las acciones establecidas, obteniendo que el 70% si las tiene contempladas para con ello generar una cultura de apego y respeto y el 30% no lo considera relevante ya que no es factor importante según su apreciación.

Grafica 9.
Elaboración propia.



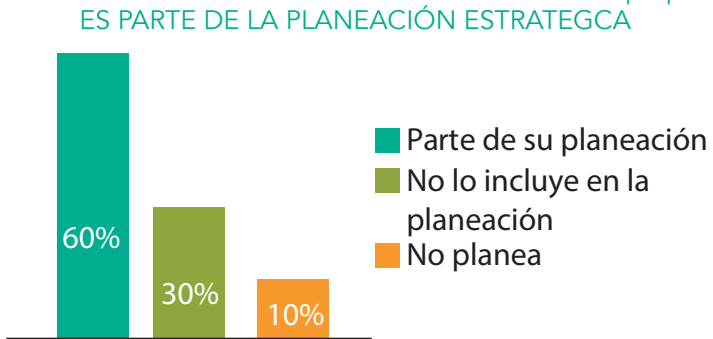
Sobre el cuestionamiento de que si como empresa estaban dispuestas a colaborar en algún programa social que trajera como beneficio un mejoramiento del entorno o medio ambiente en la ciudad y su disposición para actuar activamente en dicho programa hubo una tendencia favorable, pero al penetrar para saber si anteriormente se ha trabajado ya en alguno ninguno lo había considerado, por su tamaño no están familiarizados por el tema y consideran que su capacidad económica no se los había permitido pero platicando sobre las posibles opciones se vio interés en ellos para llevarlo a cabo en un futuro, y sobre todo en involucrar a su gente fomentando los valores hacia el medio ambiente.

Grafica 10.
Elaboración propia.



Se indagó sobre el hecho de ver si el tema de la sustentabilidad organizacional estaba considerado como parte fundamental de su planeación estratégica para los propietarios, destacando que para el 60% de ellos si lo era, el 30% no lo contemplaba como pieza fundamental, y el 10% restante simplemente no planea.

Gráfica 11.
Elaboración propia.



Conclusión

Basado en el análisis de lo anterior nos lleva a pensar que una empresa sostenible es aquella que es capaz de crear su propio valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo y hace considerar además, que es necesario el estudio y profundización de elementos esenciales de su cultura, que le permita trabajar hacia un futuro basado en valores que sean soporte en su desarrollo sostenible, sin dejar de lado que la sustentabilidad organizacional es el vínculo que une el entorno físico a las actividades y a políticas económicas, lo que se podría dar por medio del desempeño adecuado de la empresa.

Si bien se logró identificar que si se le debe dar la importancia debida al hecho de generar recursos para la sustentabilidad organizacional buscando un buen desempeño de la empresa, se ubica la importancia en los recursos internos, y no dejando de lado los externos, esto probablemente debido al grado de interés sobre la empresa que cada uno de ambos grupos de stakeholders posea. En el análisis cualitativo también se identificó la manifestación de un pensamiento encaminado a la sustentabilidad por parte de los líderes de las Pymes familiares restauranteras, en los comentarios vertidos en las entrevistas realizadas.

Actualmente en Mexicali, Baja California, el sector restaurantero se encuentra conformado en su mayoría por las Pymes familiares, las cuales son la base del desarrollo de dicha actividad en la ciudad. Sin embargo, este tipo de empresas enfrentan una serie de obstáculos que dificultan su sustentabilidad y crecimiento, como se pudo manifestar en algunas de las opiniones de sus actores principales. Estas empresas se caracterizan por una escasa formación de desarrollo de las habilidades empresariales, reducida capacidad de producción, insuficientes sistemas de información, problemas de comercialización, pero sobre todo una falta de vinculación con programas gubernamentales para el desarrollo e innovación tecnológica y, en general, un difícil acceso a esquemas de financiamiento ofrecidos por la banca comercial. Ante este panorama resulta primordial identificar los factores, como se hizo en el presente estudio, que condicionan la sustentabilidad organizacional y permanencia en el tiempo, ya que esto permitirá a las Pymes familiares restauranteras diseñar e implementar estrategias efectivas que contribuyan al desarrollo e incentiven la actividad empresarial.

Así mismo es relevante el destacar cuatros aspectos importantes en los que se debe enfocar a fin de generar un impulso en la administración que permitirán su vínculo e importancia con el desarrollo sostenible de la empresa:

- Es pieza fundamental de la estrategia empresarial.
- Determinan el comportamiento deseado de los empleados de la organización.
- Puede llegar a ser el preámbulo de un elemento de control organizacional basado en valores.
- Facilita el hecho de conformar un sistema de estímulos y sanciones.

El resultado del estudio efectuado aporta información interesante hacia la presencia de un pensamiento en el líder de la empresa que esté encaminado a la sustentabilidad organizacional, en relación a su capacidad para generar o allegarse recursos necesarios para el desarrollo de ésta, por lo que la oportunidad de reflexionar, de acuerdo a las opiniones empíricas obtuvieron sobre dicha relación aun reflejando la realidad de un contexto territorial y cultural específico, no pueden ser generalizables a todos los contextos empresariales y que, por lo tanto, para poder entregar lineamientos más cercanos a la realidad de las Pymes familiares restauranteras, cada empresa debe ubicarlos en su contexto específico.

Referencias

- Badiru, A. 2010. The many languages of sustainability: IE's should push for better resource utilization across all. *Industrial Engineer*, 4(11): 30-37.
- Betancourt Ramírez, J. B.; Gómez-Betancourt, E. y López Vergara, M. P. 2011. Aproximación a los factores que influyen en la visión del patrimonio en las empresas familiares colombianas. *Estudios Gerenciales*, 27(120): 165-183.
- Bianco, C. 2007. ¿De qué hablamos cuando hablamos de competitividad? REDES, Centro de Estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Estudios Superiores, 31: 1-25.
- Cardona Acevedo, M. y Gutiérrez Ossa, J. A. 2010. Elementos en el fortalecimiento de los mundos de producción de las pymes en Colombia desde la organización y las políticas. *Pensamiento y gestión*, 28: 107-13.
- Cardona Acevedo, M. y Gutiérrez Ossa, J. A. 2010. Elementos en el fortalecimiento de los mundos de producción de las pymes en Colombia desde la organización y las políticas. *Pensamiento y gestión*, 28: 107-13.
- Cardozo, E.; Velázquez de Naime, Y. y Rodríguez Monroy, C. 2012. El Concepto y Clasificación de Pyme en América Latina. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 7(6): 1657-1667.
- Clarkson, M. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20(1): 92-117.
- Davis, J. (2006). "Dentro del ADN de la empresa", *Harvard Business Review*, vol. 8. Pp. 44-47.
- De la Cuesta, M. (2004). El porqué de la responsabilidad social corporativa. *Boletín económico de ice*. 83, 45 – 58.
- Díaz Guzmán, H.; Corona J., M. y Mayett, M., Y. 2012. Los retos de las empresas familiares ante su continuidad: Caso Tehuacán. *Revista Internacional de Administración y Finanzas*, 6(1): 1-21.
- Drucker, P. (2000). *La gerencia*. Buenos Aires, Argentina: el ateneo, p. 216.
- Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profit. *New York Times Magazine*, September 13, pp. 122-126.
- Giovannini, R. (2010). Corporate Governance, Family Ownership and Performance. *Journal of Managerial Governance*, 14: 145-166. Grupo Europeo de Empresas Familiares (2008). ¿Qué es la empresa familiar? ADEFAM. En http://www.adefam.com/empresa_familiar.aspx
- Hernández, J., Melgoza, R. y Espinoza, J. (2010). Organizational learning in the Mipymes. *Revista internacional Administración y Finanzas*, vol. 3, No. 3, pp. 1-10.
- Hernández, R., Fernández C., y Baptista L.P. (2014) *Metodología de la Investigación* Editorial McGraw Hill, México.
- Hernani Merino, M. N. y Hamann Pastorino, A. 2013. Percepción sobre el Desarrollo Sostenible de las MyPE en Perú. *Revista de Administración de Empresas*, 53(3): 290-302.
- Hong, W. (2008). *Competitiveness in the tourism sector. A comprehensive approach from economic and management points*. Taiwan: Physica-Verlag.
- La Rovere, R.L. y Hasenclever, L. 2010. Innovación, competitividad y adopción de tecnologías de la información y de la comunicación en pequeñas y medianas empresas: algunos estudios de caso sobre Brasil. Instituto de Economía, Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil, pp. 1-16.
- Longart, Pedro (2010). What drives word-of-mouth in restaurants? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(1): 121 – 128.
- Lovelock, J. (1979). *Gaia*. Oxford University Press. Oxford.
- Lungu, C. I.; Caraiani, C. y Dascalu, C. 2013. Education for sustainability: a prerequisite for post- crisis economic competitiveness with possible inference for Romania. *Theoretical and Applied Economics*, 20(5): 53-70.
- Lungu, C. I.; Caraiani, C. y Dascalu, C. 2013. Education for sustainability: a prerequisite for post- crisis economic competitiveness with possible inference for Romania. *Theoretical and Applied Economics*, 20(5): 53-70.
- Manucci, M. (2010). *Contingencias. 5 desafíos de cambio para una nueva década*. Ed. Norma, 1ª Edición, Bogotá.
- Medina Elizondo, M.; Armenteros Acosta, M. C.; Guerrero Ramos, L. y Barquero Cabrero, J. D. 2012. Las competencias gerenciales de desde una visión estratégica de las organizaciones: un procedimiento para su identificación y evaluación del desempeño. *Revista Internacional de Administración y Finanzas*, 5(2): 79-100.
- Millan Nuñez, S. y Marín Vargas, M. E. 2014. Competitividad de las empresas familiares del sector alimentos de tipo gourmet de la ciudad de Ensenada, Baja California. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 9(1): 1055-1060.
- Monteferrante, P. (2006). Empresas familiares: ¿Pulperías o empresas profesionales? *Debates IESA*, 11(2): 12-16.
- Murdock, H. (2008). La globalización, la responsabilidad social y el capitalismo. recuperado el 3 de marzo de 2016, de eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/2008a/hm.htm>
- Pedraja, M. y Yagüe, J. (2001). What information do customers use when choosing a restaurant? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13 (6): 316 – 318.
- Porter, M. E. y Kramer, M. R. 2006. Strategy and Society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12): 78-94.
- Porter, M.E. & Kramer, M.R. (2002). The competitive advantage of the corporate philanthropy. *Harvard business review*, 80(12), 56-68.
- Saldívar González, S. J.; García Rivera, B. R.; Valenciana Moreno, N. y Roa Rivera, R. O. 2012. Competitividad y Gestión de las Pymes. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 7(2): 1152-1156.
- Simon, D. (1989). Sustainable development: theoretical construct or attainable goal? *Environmental Conservation*, 16(1): 41-48.
- Soto, M., (2007). Conferencia "Empresas Familiares" UABC-EIN-GV.
- Ulrich, D. y Barney, J. (1984). Perspectives in Organizations: Resource Dependence, Efficiency, and Population. *Academy of Management Review*, 9(3): 471-481.

Introducción

La presente investigación se llevó a cabo con el objetivo de medir el grado de madurez de la Coordinación Académica de Posgrados de la División de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guanajuato (CAP-DCEA) mediante el modelo de la calidad descrito en la norma ISO 10014:2006. Primeramente, se seleccionó a la organización para llevar a cabo la evaluación, posteriormente se midió el nivel de madurez a través de la metodología de los ocho principios de la calidad que brinda la norma Internacional ISO 10014:2006 en versión Mexicana NMX-CC-10014-IMNC-2008 "Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos".

Como resultado se obtuvo que los enfoques en los cuales la coordinación tiene una calificación, más baja son los de enfoque al cliente, enfoque basado en hechos para la toma de decisiones y el enfoque basado en procesos, mientras que donde se obtuvo la calificación mayor fue en la participación activa del personal.

A manera de conclusión se puede decir que la coordinación académica de posgrados cuenta con un nivel aceptable de cumplimiento de madurez en referencia los ocho principios de la norma, sin embargo en donde se obtuvo la puntuación más baja se pueden considerar como áreas de oportunidad para fortalecer los procesos y alcanzar el máximo nivel de madurez.

Revisión de la literatura

Sin duda, la relevancia actual de los procesos de calidad en sus modalidades de certificación y sistemas guías de autodiagnóstico – en búsqueda de una mayor competitividad – ha propiciado cambios ineluctables en el ámbito cultural, y el devenir propio de las organizaciones que han optado por la implementación de esos procesos, de igual forma, el intento de un pleno desarrollo del potencial de capacidades latentes al seno mismo de la organización, son concomitantes obligadas de modernidad y optimización funcional que han propiciado la proliferación de esfuerzos superficiales que faciliten involucrarse en esta modalidad y pensamiento productivo, con intentos frecuentemente erráticos de ingresar a los esquemas internacionales de requerimientos de estandarización y certificación cualitativa.

Desconociendo la esencia de las implicaciones que para la organización representa la implantación, desarrollo, consolidación y control de esos procesos (Márquez, 2006).

La calidad hoy en día se aplica tanto para el sector manufacturero como para el sector servicios (Kotler, Bowen, y Makens, 2005).

Cada vez es más importante ofrecer bienes y servicios de calidad en un mercado competitivo puesto que los consumidores actuales son más exigentes y tienen una gran noción de lo que implica la calidad.

Es por eso que las organizaciones directa o indirectamente a través de sus procesos de gestión buscan satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, empleados, accionistas y de toda la sociedad en general utilizando todos los recursos de los que dispone.

Es importante para toda organización que lleve a cabo la estandarización de sus procesos así como la documentación de los mismos, debido a que el conocimiento no puede centrarse en una sola persona, pues cuando ésta ya no existe, el proceso y el conocimiento adquirido se pierde y no hay continuidad.

La Universidad de Guanajuato, se ha percatado de la importancia de la estandarización de los procesos y de acuerdo a la reseña histórica del SGC de la UG desde el 2005 ha venido trabajando con la documentación de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) que le ha ayudado a la estandarización con la implementación de su política de “Ofrecer servicios administrativos útiles en tiempo y forma a los alumnos y profesores de la Universidad de Guanajuato, dentro del marco normativo institucional, con el enfoque de mejora continua” y con los objetivos de “Lograr la satisfacción de nuestros clientes buscando cubrir sus expectativas, observando el cumplimiento de la misión institucional” y “ Mejorar continuamente la calidad de nuestros servicios a través de la innovación, trabajo en equipo, para crear valor a nuestros clientes”.

Dicha implementación y estandarización de sus procesos le ha beneficiado, ya que, de acuerdo Echeverría y Gourg (2015) la Universidad de Guanajuato se encuentra entre las 20 mejores Universidades de todo México (15vo lugar) y en segundo lugar en las Universidades de Occidente después de la Universidad de Guadalajara, por lo que la aplicación de la calidad es indispensable para la eficiencia y eficacia en la realización de sus procesos.

Para el apoyo en la formalidad de las organizaciones existentes las normas internacionales las cuales son regulaciones complementarias que apoyar a dar cumplimiento a la estandarización y mejoramiento de los procesos de las organizaciones, en el contexto anterior una de las normas

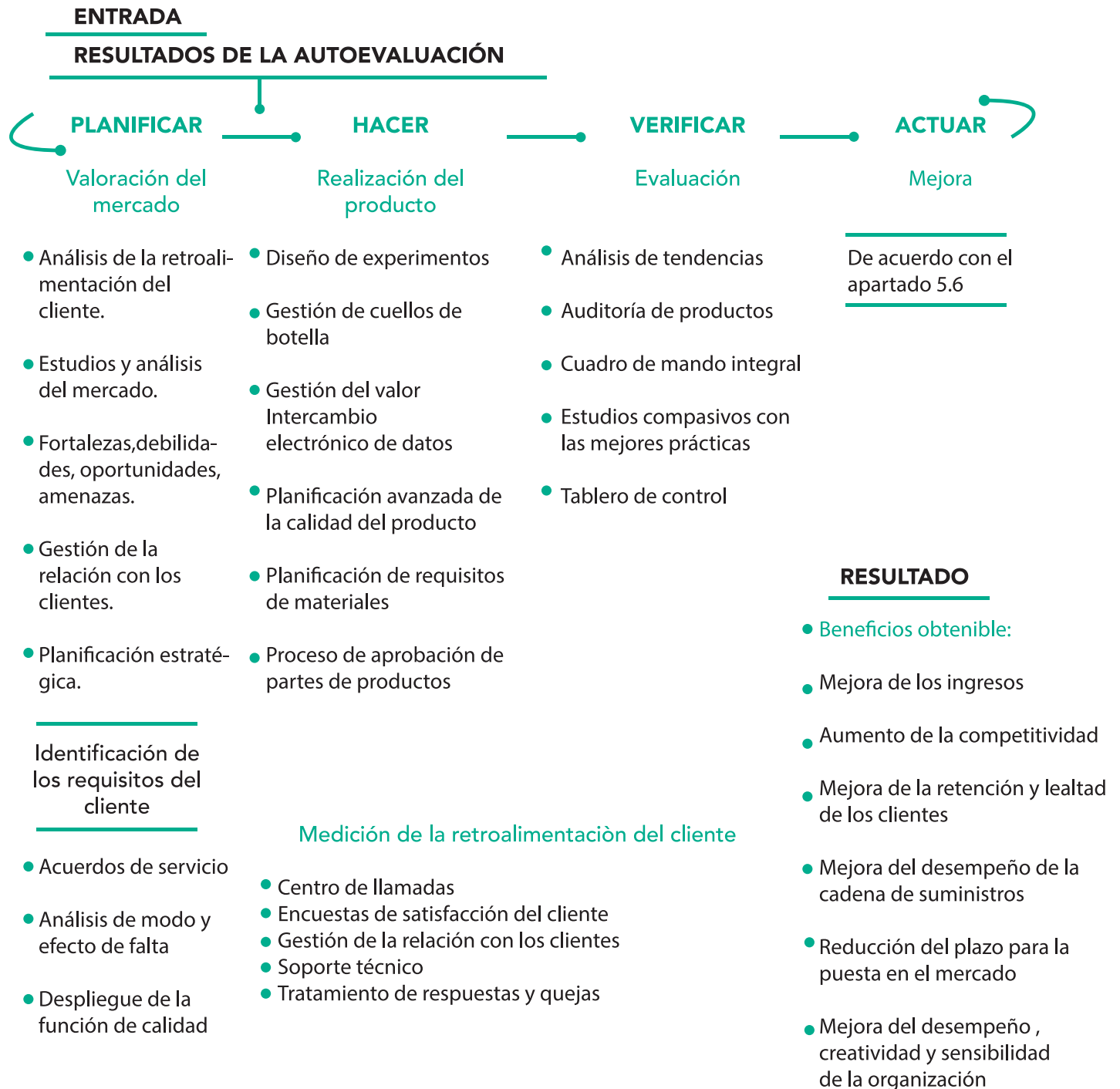
más utilizadas en estos términos es la NMX-CC-10014-IMNC-2008 “Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos”.

Dicha norma establece que la obtención de beneficios financieros y económicos se logra a través de la gestión eficaz de los recursos y de la implementación de procesos que generan valor y rentabilidad para la organización, es entonces que el propósito fundamental de la norma es que la alta dirección realice una autoevaluación sobre los beneficios económicos y financieros derivados de la aplicación de los principios de gestión de la calidad.

Los ocho principios de gestión de la calidad constituyen la base de las normas de sistemas de gestión de la calidad de la familia de normas ISO 9000. A continuación, se presenta una breve descripción de los principios, teniendo como marco conceptual, los fundamentos de los sistemas de gestión de la calidad, según la norma ISO 9000:2005/NMX-CC-9000-IMNC-2005 Sistema de gestión de la calidad– fundamentos y vocabulario.

1. Enfoque al cliente. Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.

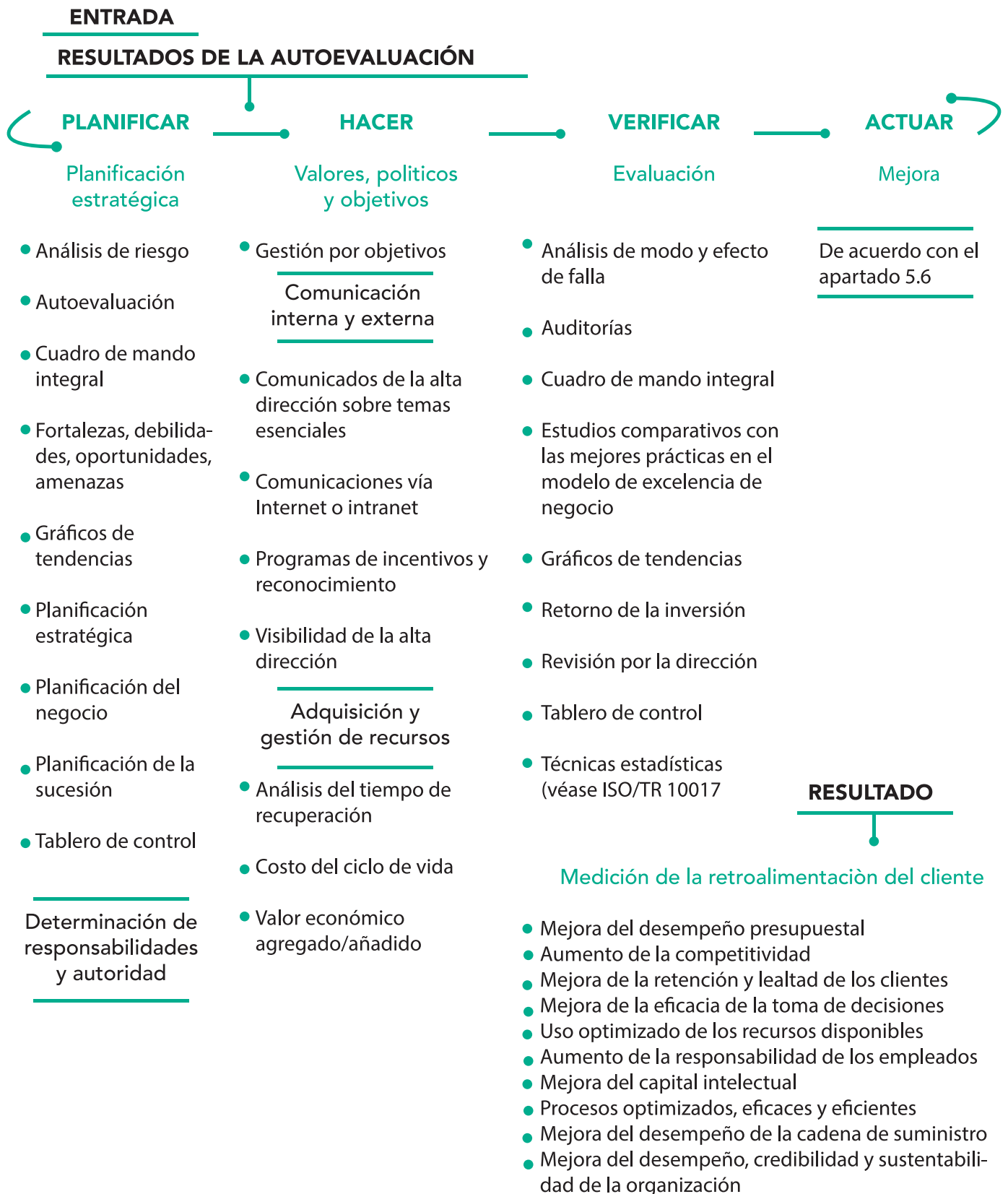
Figura 1. Enfoque al cliente
Fuente: ISO 10014:2008/NMX-CC-10014-IMNC-2008 Gestión de la calidad – Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos.



2. Liderazgo. Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

Figura 2: Liderazgo

Fuente: ISO 10014:2008/NMX-CC-10014-IMNC-2008 Gestión de la calidad – Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos.



3. Participación del personal. El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización, y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

Figura 3: Participación del personal
Fuente: ISO 10014:2008/NMX-CC-10014-IMNC-2008 Gestión de la calidad – Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos.



4. Enfoque basado en procesos. Un resultado deseado sea alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

Figura 4: Enfoque basado en procesos
Fuente: ISO 10014:2008/NMX-CC-10014-IMNC-2008 Gestión de la calidad – Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos.



5. Enfoque de sistema para la gestión. Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

Figura 5: Enfoque del sistema para la gestión
 Fuente: ISO 10014:2008/NMX-CC-10014-IMNC-2008 Gestión de la calidad
 – Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos.



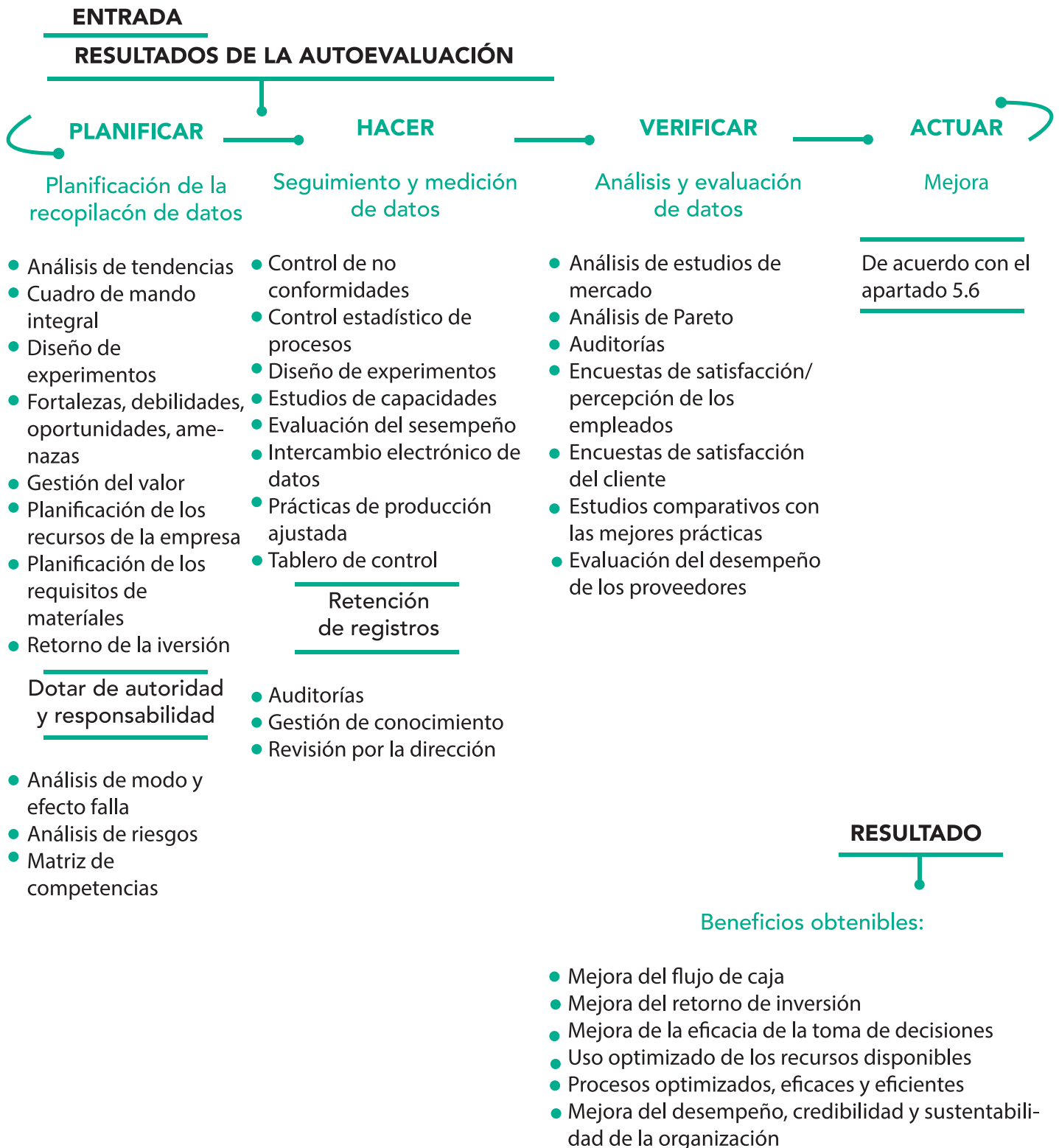
6. Mejora continua. La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

Figura 6: Mejora continúa
Fuente: ISO 10014:2008/NMX-CC-10014-IMNC-2008 Gestión de la calidad
– Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos.



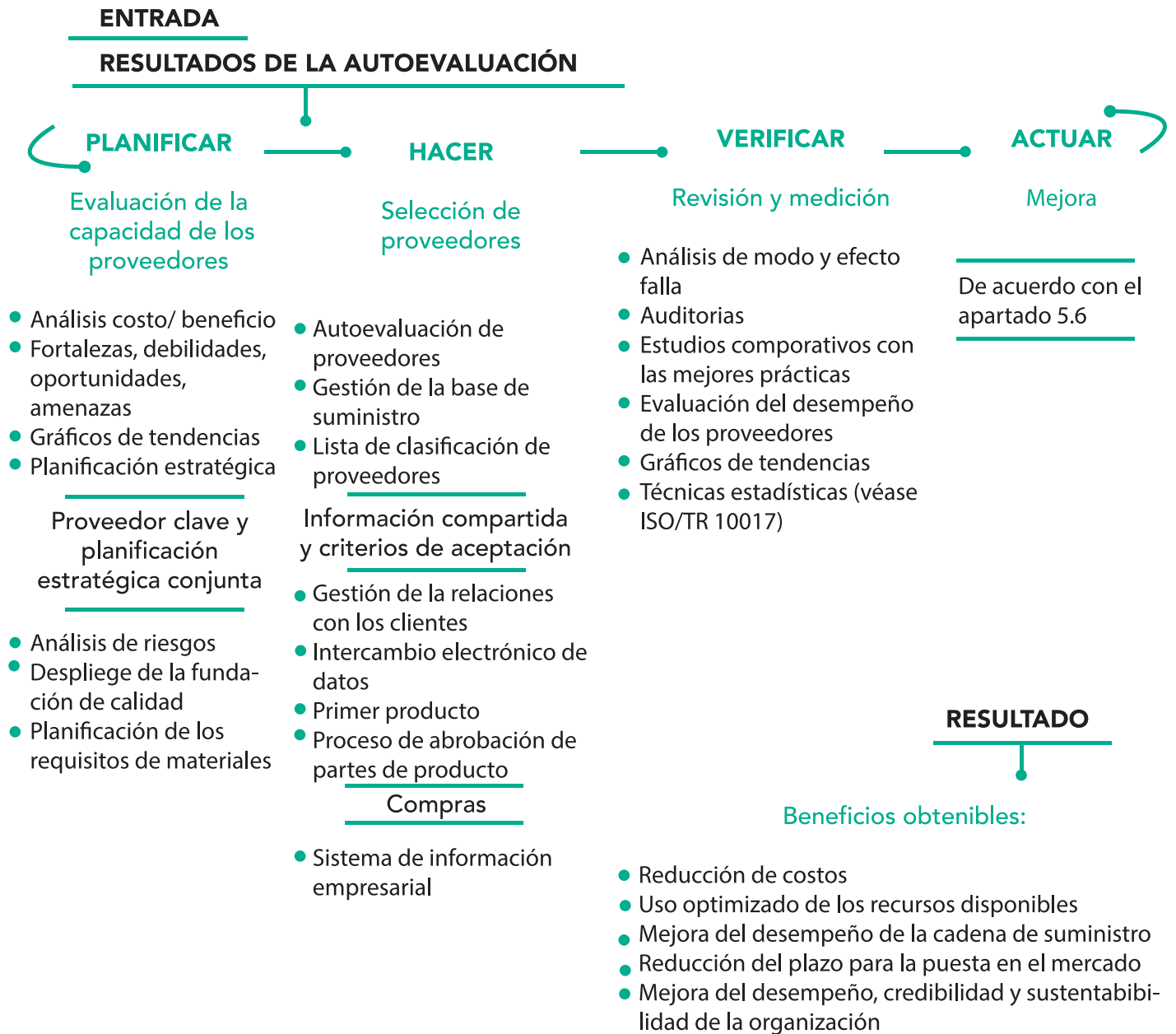
7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisión. Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

Figura 7: Enfoque basado en hechos para la toma de decisión
 Fuente: ISO 10014:2008/NMX-CC-10014-IMNC-2008 Gestión de la calidad
 – Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos.



8. Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor. Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Figura 8: Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor
 Fuente: ISO 10014:2008/NMX-CC-10014-IMNC-2008 Gestión de la calidad
 – Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos.

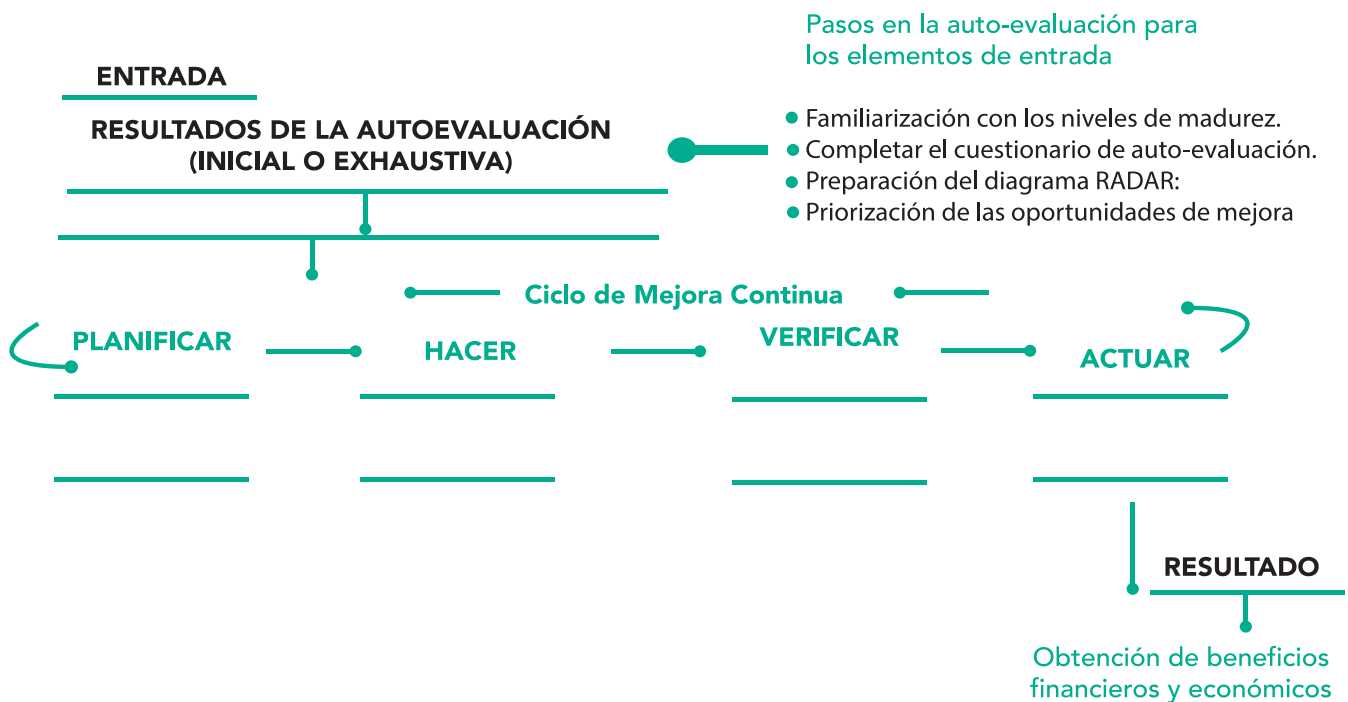


La aplicación de los ocho principios mencionados permitirá determinar el grado de madurez de la CAP-DCEA y emitir recomendaciones para la obtención de beneficios financieros y económicos. Entre los beneficios que se pueden alcanzar se encuentran; Mejora de la rentabilidad, mejora de los ingresos, mejora del desempeño presupuestal, reducción de costos, mejora de flujo de caja, mejora del retorno de inversión, aumento en la competitividad, mejora de la retención y de la lealtad de los clientes, mejora en la eficacia de la toma de decisiones, optimización de los recursos disponibles, aumento de la responsabilidad de los empleados, mejora del capital intelectual, optimización de la eficacia y eficiencia de los procesos, mejora de desempeño de la cadena de suministro

y mejora de desempeño, credibilidad y sustentabilidad de la organización

De acuerdo al modelo genérico del proceso global para la obtención de beneficios financieros y económicos (Figura 9), se muestra el flujo que deben seguir las actividades cuando se aplican los principios de la norma NMX- CC-10014-IMNC-2008 "Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos". Es posible observar que para lograr el éxito de la integración de los ocho principios de gestión se aplica el enfoque basado en procesos y la metodología Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA).

Figura 9: Representación genérica del proceso global para la obtención de beneficios financieros y económicos
 Fuente: ISO 10014:2008/NMX-CC-10014-IMNC-2008 Gestión de la calidad – Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos.



CAP-DCEA es parte de la Universidad de Guanajuato, por lo tanto, no se encuentra exenta de las exigencias y de la calidad implementada en la misma. De este modo, para satisfacer con las expectativas del SGC de la universidad y verificar si CAP-DCEA cumple con el mismo, se realiza la pre-

sente investigación con el propósito de identificar el grado de cumplimiento de ocho principios de la calidad.

Método

La realización del presente estudio cuantitativo de investigación se llevó a cabo por etapas eligiendo a la organización mediante un muestreo no probabilístico conocido como cuotas, que consistió en elegir a la organización de manera incidental por parte del equipo de trabajo.

La organización seleccionada fue la Coordinación académica de posgrados de la División de Ciencias Económicas Administrativas de la Universidad de Guanajuato (CAP-DCEA), por lo que nuestro estudio se limita únicamente a esta Coordinación de la Universidad de Guanajuato.

La determinación del nivel de madurez de CAP-DCEA se realizó de acuerdo a lo establecido en la siguiente metodología:

1. Aplicación del cuestionario para la evaluación inicial a la Coordinadora académica actual de los posgrados en la primera semana de noviembre del 2015.

2. Aplicación del cuestionario exhaustivo a la Coordinadora académica actual de los posgrados en la segunda semana de noviembre del 2015.

3. Análisis de los resultados obtenidos verificando el grado de cumplimiento de los 8 principios de la calidad establecidos en la norma NMX-CC-10014-IMNC-2008 "Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos". En la Coordinación Académica de Posgrados de la DCEA de la UG.

4. Obtención del nivel de madurez de la coordinación académica de posgrados de la DCEA de la UG.

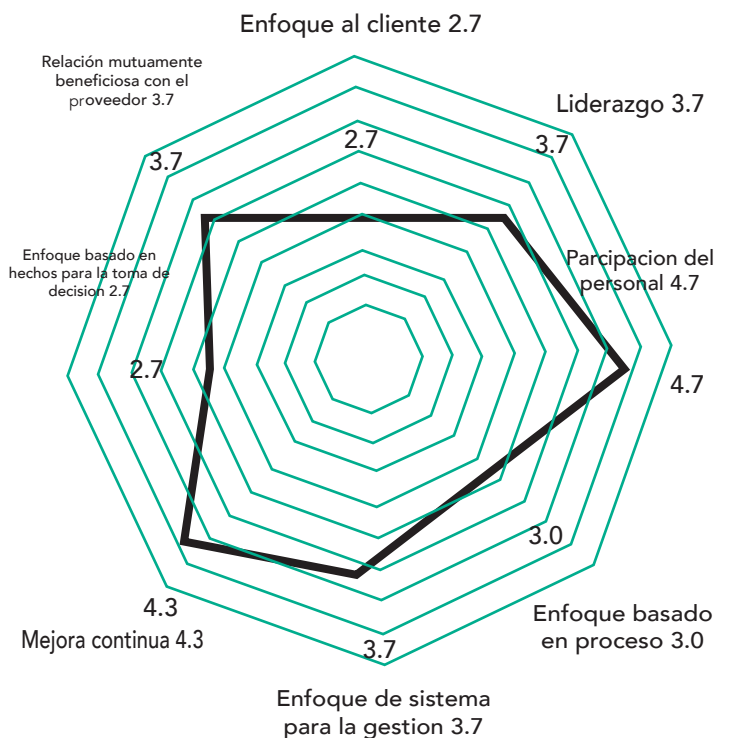
5. Propuesta de mejora en los principios de calidad de puntuación baja de la coordinación académica de posgrados de la DCEA de la UG.

Resultados

La aplicación de los cuestionarios se llevó a cabo en dos etapas, primero la inicial y enseguida la exhaustiva; el informante clave fue la Coordinadora de la CAP, en razón de ser la persona facultada y que posee toda la información necesaria para responder de manera puntual los requerimientos de las herramientas. Una vez aplicados los cuestionarios se procedió a vaciar la información de la encuesta inicial a la base de datos para obtener con ellos el gráfico de radar que facilitara la observación del estado actual e ideal de la CAP en cada uno de los ocho ítems que considera la herramienta (fig. 10). Cabe mencionar que de acuerdo a la herramienta la puntuación máxima esperada puede llegar a ser un 5 y denota la eficiencia total del principio.

Figura 10: Gráfico de radar, principios de gestión de la encuesta inicial

Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta inicial 2015



A partir de los resultados obtenidos se formó la matriz de nivel de madurez para proceder a analizar el nivel de madurez con respecto a los ocho principios de gestión en la CAP, en base a la observación es posible concluir que no todos los ítems analizados se encuentran por encima de la media en valores absolutos y relativos tal como se observa en la tabla 1.

Las áreas con las puntuaciones más altas que se pueden apreciar son mejora continua y participación del personal con un 4.3 y 4.7 respectivamente

(81% y 88%) mientras que las que indican deficiencia son enfoque en el cliente y enfoque basado en hechos para la toma de decisiones ambas con un 2.7 (33%). Por lo tanto, es necesario definir estrategias que ayuden a fortalecer las más bajas observables en la tabla 1, principalmente las de enfoque en el cliente y enfoque basado en hechos para la toma de decisiones ya que estos criterios son los que están principalmente enlazados con los estudiantes, quienes en este caso son los clientes de la organización.

Tabla 1. Matriz de nivel de madurez, relación absoluta VS porcentual, encuesta inicial
Fuente: Elaboración propia, con base a datos de la encuesta inicial (2015)

Nivel de madurez	Descripción	PRINCIPIOS DE GESTIÓN								
		No. Relativo	Cliente	Liderazgo	Personal	Proceso	SGC	Mejora	Decisiones	Proveedor
1	0%									
2	25%	2.6923077	2.6842105							
		45%	45%							
3	50%			3.7	3.71	3.75		3.2	2	
				69.38%	62%	63%		40%	25%	
4	75%		4.6				4			
			76.13%				75.00%			
5	100%									

Una vez aplicada y analizada la encuesta inicial, se procedió con las encuestas exhaustivas, que al igual que la primera, se conforma con los ocho principios de gestión, pero más extensa. Al igual que en el caso anterior se vació la información recabada a la base de datos para obtener con ellos el gráfico de RADAR.

La gráfica de radar muestra en esta ocasión que las relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor y liderazgo obtienen los valores más bajos con un 2 y 2.68 respectivamente, mientras que mejora continua se reafirma como uno de los más altos con un valor de 4 (fig. 11).

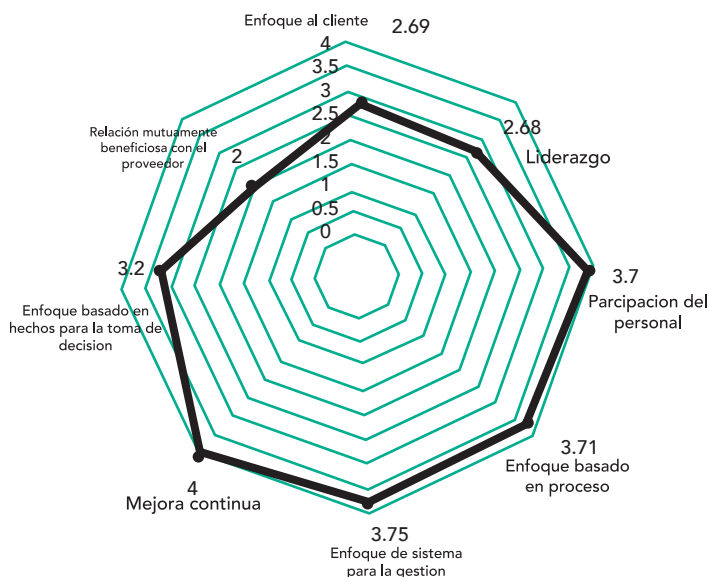


Figura 11: Gráfico de radar, principios de gestión de la encuesta exhaustiva

Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta inicial 2015

Ahora bien de la comparación de las matrices inicial y exhaustiva (tablas 1 y 2) se puede obtener que los resultados del nivel de madurez han variado en términos absolutos, de manera puntual cuatro han cambiado y las otras cuatro se han mantenido; quedando de la siguiente forma 1) enfoque al cliente se mantiene en el nivel 2, 2) liderazgo

pasa de nivel 3 al 2, 3) participación del personal baja del 4 al 3, 4) enfoque basado en procesos se mantiene en 3, 5) enfoque de sistema para la gestión continua en 3, 6) mejora continua se mantiene en 4, 7) enfoque basado en hechos para la toma de decisión sube del 2 a 3 y 8) relación mutuamente con el proveedor pasa del 3 al 2.

Tabla 2. Matriz de nivel de madurez, relación absoluta VS porcentual, encuesta exhaustiva
Fuente: Elaboración propia, con base a datos de la encuesta inicial (2015)

Nivel de madurez	Descripción	PRINCIPIOS DE GESTIÓN								
		No. Absoluto	No. Relativo	Cliente	Liderago	Personal	Proceso	SGC	Mejora	Decisiones
1	0%									
2	25%		2.7						2.7	
			33%						33%	
3	50%		3.7		3.0		3.7			3.7
			61%		50%		61%			61%
4	75%			4.7				4.3		
				88%				81%		
5	100%									

Conclusión

Después de analizar la matriz de madurez con respecto a los ocho principios de gestión proporcionado por la norma NMX-CC-10014-IMNC-2008 "Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos". En la Coordinación Académica de Posgrados de la División de Ciencias Económico Administrativas de la UG, se puede concluir que la organización no se encuentra completamente madura ya que no cumple al 100% los 8 principios de la calidad.

La mayoría de ellos se encuentran por encima de la media en valores absolutos y relativos. En términos generales el nivel de madurez de la CAP-DCEA para la encuesta inicial se encuentra por encima de la media con un 59%, empero en la encuesta exhaustiva no alcanza la media al solo cubrir un 40%.

Es importante que las áreas que se mostraron deficientes sean vistas como áreas de oportunidad pudiendo así aplicar medidas de mejora continua para fortalecerlas, se sugiere canalizar esfuerzos a la cadena de suministro, medición y análisis de resultados, toma de decisiones basadas en los beneficios, conocimiento del cliente, entre otros, sin embargo, se recomienda mantener y/o mejorar el nivel en las demás áreas, para que la organización se consolide y los esfuerzos posteriores se basen en mantener un nivel óptimo de maduración que beneficie tanto a la organización como a sus miembros y sobre todo a sus clientes, los alumnos de posgrado de la división.

Entre las acciones que se pueden realizar para mejorar las áreas que salieron con un nivel de madurez bajo (Cliente, liderazgo y proveedor) son; en el caso de los clientes (alumnos) enfocarse en la satisfacción de ellos y mejorar los servicios tales como hacer más eficiente la inscripción, buscar bajar los costos, mejorar las instalaciones de los salones de clase y el acceso a Internet, en el caso de los proveedores al pertenecer a la División de Ciencias Económicas Administrativas, la coordinación depende de la misma por lo que su proveedor es la división y se debe buscar una relación de comunicación más corta para que ésta pueda darle apoyos tanto económicos como cursos, asesorías entre otros, para beneficiar tanto a los alumnos para los directivos y en el caso de liderazgo se debe buscar tener un nivel de madurez mayor para que CAP-DCEA sea una de las mejores coordinaciones académicas de la Universidad de Guanajuato.

Se puede intuir además que los resultados variaron ya que las encuestas se realizaron con un lapso de tiempo considerable, además de que al ser aplicación directa al personal representativo de la organización, éstos, meramente reflejan su pensamiento crítico sobre la situación de la misma.

Se espera que con los resultados presentados la CAP-DCEA pueda implementar como filosofía de operación la mejora continua en los procesos académicos y administrativos, con la finalidad de tener mejores niveles de competitividad en el sector de la educación, refiriendo a esto a que en este caso el alumno es el principal cliente, y las mejoras y áreas de oportunidad que se detectan beneficiarán directamente a éste.

Referencias

Contreras, M. (2008). Orientación sobre el concepto y uso del enfoque basado en procesos, para los sistemas de gestión. Instituto Mexicano de Normalización y Certificación. AC ISO/TC, 176.

De la Federación, D.O. (2008). Norma Mexicana NMX-CC-9000-IMNC-2008, Sistemas de Gestión de la Calidad-Fundamentos y Vocabulario. Instituto Mexicano de Normalización y Certificación.

De la Federación, D.O. (2008). Norma Mexicana NMX-CC-9001-IMNC-2008, Sistemas de Gestión de la Calidad-Requisitos. Instituto Mexicano de Normalización y Certificación.

De la Federación, D.O (2008). Norma Mexicana NMX-CC-023-IMNC-2008. Sistema de gestión de la calidad-Directrices para la aplicación de la norma NMX-CC-9001-IMNC-2008 en la educación. Instituto Mexicano de Normalización y certificación.

De la Federación, D.O. (2008). Norma Mexicana NMX-CC-10014-IMNC-2008, Gestión de la Calidad-Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos. Instituto Mexicano de Normalización y Certificación.

De la Federación, D.O. (2008). Cuestionario para la autoevaluación inicial. Norma Mexicana NMX-CC-10014-IMNC-2008, Gestión de la Calidad-Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos. Instituto Mexicano de Normalización y Certificación.

De la Federación, D.O. (2008). Cuestionario para la autoevaluación exhaustiva. Norma Mexicana NMX-CC-10014-IMNC-2008, Gestión de la Calidad-Directrices para la obtención de beneficios financieros y económicos. Instituto Mexicano de Normalización y Certificación.

Echeverría, J.F. & Gourg, W. (2015). Las mejores Universidades de México: Ranking 2015. El Economista. Recuperado el 28 de noviembre del 2015 de <http://eleconomista.com.mx/especiales/americaeconomia/2015/07/20/las-mejores-universidades-mexico-ranking-2015>

Joseph, A., Makiariello, & Calvin, K. J. (1994) Management Control Systems. (1ra edición). USA: Prentice Hall,

Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J.B. (2005). Marketing para hotelería y Turismo. (3ª. Ed). México D.F.: Prentice-Hall

Márquez Gutiérrez, A. (2006). Calidad en las organizaciones: fundamentos, análisis y reflexiones. (1ra Ed). México: Universidad de Occidente. PP 6-10. Recuperado el 28 de noviembre del 2015 de http://www.ceaamer.edu.mx/new/mk7/L_10_01_CALIDAD_EN_LAS_ORGANIZACIONES.pdf

Reseña Histórica del SGC de la UG (2015) Universidad de Guanajuato. Recuperado el 28 de noviembre del 2015 de <http://www.sgc1.ugto.mx/index.php/conoce-el-sistema-de-gestion-de-calidad/resena>

ESTRATEGIA DE NEGOCIACIÓN ENTRE JAPONESES Y MEXICANOS

Erika Lourdes González Rosas.
Andrés Ignacio Sánchez.
Martín Pantoja Aguilar.

Introducción

Las negociaciones son situaciones estratégicas, las acciones de una parte dependen de lo que haga el otro e involucran una serie continua de interacciones que van definiendo tanto el resultado como el proceso a través del cual se llega al resultado, las reglas de juego que establecen secuencialmente las partes hasta llegar a definir un procedimiento o proceso que se mantendrá en futuras interacciones entre quienes negocian (Paz 2004). Existen también muchas teorías de negociación, sin embargo aquí analizaremos el estilo que toman los mexicanos y japoneses al negociar y como conclusión de este análisis se propone una estrategia para llevar a cabo negociaciones entre ambas culturas.

Las negociaciones son situaciones estratégicas, es decir, las acciones de una parte dependen de lo que haga el otro, e involucran un resultado (o el acuerdo final) como el proceso a través del cual se llega al resultado, las reglas de juego que establecen secuencialmente las partes hasta llegar a definir un procedimiento o proceso que se mantendrá en futuras interacciones entre las partes (Paz 2004). Si las negociaciones son efectivas genera un ambiente de cooperación y ayuda, generando confianza, esto generando beneficio mutua entre los negociadores (Parra, Santiago, Murillo y Atonal 2010).

Así una negociación es también una estrategia para conseguir un objetivo, durante esta negociación se desarrollan peculiaridades de cada negociador, desarrollando un estilo único o propio de su personalidad o nacionalidad, mismas que implican aspectos como la ubicación geográfica y la cultura (Camacho Gómez, 2014).

Los estilos de negociación alrededor del mundo son muy substanciales debido a que de ello depende el desarrollo de negocios o relaciones diplomáticos o incluso hasta de relaciones personales. Además cuando las relaciones entre los países aumentan es muy importante realizar estrategias para continuar con una buena relación entre los países involucrados, entendiendo su cultura, su historia, costumbres e ideología. También los aspectos emocionales y sentimientos pueden interferir en las negociaciones, de ahí el valor de realizar estudios como éstos para conocer el estilo negociador de cada parte y desarrollar técnicas para lograr una negociación exitosa (Mirabal 2003).

México y Japón tienen una estrecha relación diplomática, económica y cultural. Según datos del INEGI de 2007 a 2015 la inversión extranjera directa de Japón en México se ha triplicado pasando de 453.3 millones de pesos a 1385.7. Este país ocupó el tercer lugar en materia económica para México en IED sólo después de Estados Unidos de América y España (Secretaría de Economía, 2016).

Como se observa hay un aumento en los negocios y relaciones con el país nipón y la tendencia es creciente. Existen algunos antecedentes como el que se realizó al comparar la adaptación de residentes japoneses a la cultura mexicana con algunas "separaciones" de lo que no consideraban positivo (Nakasone, 2014). Por esta razón, se debe revisar las características de negociación entre japoneses y mexicanos a través de modelos o estrategias que orienten a los negociadores.

2.Marco Teórico

2.1 Relaciones entre Japón y México

Las primeras relaciones entre el país nipón y México se citan hasta 1888 con la firma del Tratado de Amistad, Comercio y Navegación. Con este tratado las relaciones entre ambos países aumentaron pero en 1941 fueron interrumpidas por el desencadenamiento de la Guerra del Pacífico. Las relaciones se reanudaron hasta 1952 con la reinstalación de la misión diplomática mexicana en Japón (Reyes, 2009). México fue junto con Perú con quien Japón tuvo más relación con respecto a los países de América (González Rosas, Arredondo Hidalgo y Pantoja Aguilar, 2015).

Después, se firmó el Tratado de Amistad, Comercio y Navegación y posteriormente el acuerdo más ambicioso entre México y Japón, el Acuerdo de Asociación Económica entre México y Japón (AAEMJ) el cual entró en vigor en 2005 marcado con un aumento de relaciones entre los países. Siendo un punto sustancial dentro del tratado el mejorar el ambiente de negocios para lograr una relación cordial entre ambos países (Tokoro 2006). Para México fue el único país asiático con el cual se logró un acuerdo comercial. Japón es pues un socio importante para México y viceversa, por este motivo, se deben desarrollar herramientas para impulsar esas relaciones, incluso si se refieren sólo al estilo de la negociación como éste que se presenta.

Los recientes datos de la Secretaría de Economía informan que el aumento de empresas japonesas en México está en franco crecimiento, lo cual sin duda, traerá consigo una ola de contactos con los mexicanos, intercambios culturales y desde luego negociaciones. Por ejemplo, la IED registrada en 2015 provino de 3,371 sociedades con participación de capital extranjero, en la cual Japón se ubicó en el tercer país con mayor participación con el 4.7%, solo detrás de Estados Unidos (53.1%) y España (9.6%) (Secretaría de Economía 2015).

2.2 Estilos de negociación en Japón

Para realizar una transacción con cualquier cultura, primero es necesario tener antecedentes sobre la forma en que la realiza. Para el caso de Japón

Tanehashi (2010) recomienda considerar la cultura, historia, antecedentes de los negociadores y estilo de negociación de los japoneses, a continuación se presenta cómo analiza este autor las negociaciones en Japón.

1.La influencia de las corrientes de pensamiento en Japón.

Japón es una de las culturas más antiguas y el papel de la religión aún está muy arraigado, ya que no es una cultura monoteísta, sino por el contrario, está llena de muchas religiones y corrientes ideológicas que sin lugar a dudas influyen en su forma de negociar. Las principales religiones son el sintoísmo, el budismo y el confucianismo. Por ejemplo, el respeto a las reglas y a la jerarquía que maneja la cultura japonesa es fruto de la influencia confuciana. Las empresas están basadas en el respeto hacia los superiores que alcanzan una posición de relevancia en la compañía después de muchos años de servicio en diferentes puestos. La edad y la experiencia, por tanto, son dos de las bases del poder decisorio en las empresas (ídem).

2.El sistema de organización empresarial en Japón.

Una característica muy marcada de los japoneses al momento de negociar es su fidelidad de por vida a la empresa que representan. También los estudiantes japoneses están muy enfocados en su formación universitaria ya que la competencia laboral se torna difícil al egresar. Por ello la mayoría de los estudiantes japoneses hacia el final de sus estudios universitarios buscan empresas donde terminar de formarse. Durante esa etapa, a los practicantes se les muestran el funcionamiento de la empresa y se les orienta en trabajos específicos con bajo nivel de dificultad los primeros años. Así hasta que con el paso del tiempo se les asigna mayores puestos de responsabilidad y sueldos. En Japón el aumento del sueldo está directamente relacionado con la antigüedad en la empresa como se observa en el cuadro 1.

Cuadro 1 Sueldo medio mensual según franja de edad en miles de yenes.

Fuente: Japan Statistical Yearbook (2010)

FRANJA DE EDAD	SUELDOS
20-29	235
25-29	283
30-34	331
35-39	379
40-44	424
45-49	447
50-54	451
55-59	422
60-64	305

3. Peculiaridades del mercado japonés.

La globalización ha hecho que el mercado japonés tenga turbulencias ya que al ser difícil la entrada de productos al país debido a los altos estándares de calidad exigidos, esto hace que las empresas japonesas deban producir con altísima calidad. Por ende, la supervivencia de empresas japonesas se da en un mercado muy competitivo. Además, se han abierto otros mercados para la inversión extranjera, siendo los de jóvenes los más cautivos (ídem).

4. Negociaciones con japoneses.

Negociar con japoneses está relacionado con una cultura de colectivismo, alta planificación, orden, formalidad, puntualidad, comunicación efectiva y jerarquías. La personalidad y hábitos de los japoneses se muestran en el cuadro 2.

Cuadro 2 Personalidad japonesa y hábitos al negociar.

Fuente: Elaboración propia con información de Tanehashi (2010)

INDIVIDUALISMO VS. COLECTIVISMO	Los japoneses prefieren tratar los problemas de forma colectiva y llegar a decisiones por consenso.
NECESIDAD DE PLANIFICACIÓN	Elemento muy importante en las empresas niponas.
PROTOCOLO DE NEGOCIACIÓN	Existen estándares como forma de comunicación, temas y formas de vestir.

ORDEN	Al momento de negociar no se saltan ninguna etapa.
TÉCNICAS DE PLANIFICACIÓN	Herramientas kaizen y just in time.
RELACIONES PERSONALES	Son desconfiados, pero esta barrera puede caer con el tiempo y disposición de ambas partes.
IDIOMAS	Algunos empresarios japoneses hablan inglés, en el caso de tratar con idioma diferente es muy importante encontrar un traductor de confianza para ellos.
GESTICULACIÓN	El carácter japonés es ambiguo, casi no hay gesticulación lo que puede incomodar a un negociador no acostumbrado a ello.
PUNTUALIDAD	Son muy puntuales.
QUIÉNES NEGOCIAN	Personal entrenado con un protocolo de decisión.

Se puede observar que una de las principales características de los japoneses no solo al momento de negociar, sino mucho antes, es la planeación la cual es muy importante para ellos. Así, la negociación empieza mucho antes de las reuniones con una investigación de la empresa y del personal con el que negociará. El estilo negociador japonés tiene sus peculiaridades ya que no sólo con mexicanos pueden tener deficiencias al momento de negociar, sino también con estadounidenses quienes argumentan que los japoneses deben adaptarse también al estilo negociador de cada país (Glen, 2013).

2.3 Estilos de negociación en México:

En los contextos culturales, los procesos de negociación se ven influenciados por los patrones de pensamiento, sentimientos, actitudes, costumbres, creencias y valores culturales propios de la naturaleza humana, por ejemplo en México, los negociadores del Distrito Federal tienden a ser más competitivos, pero también más preparados y exigentes con sus contrapartes.

Esto se debe a la ubicación geográfica, el dinamismo y el tamaño de sus empresas. En tanto que las personas del sureste del país son más cálidos menos proclives a los riesgos y se orientan a acciones a largo plazo, lo que hace más lento el proceso. México se distingue por sus contrastes culturales y parece que el estilo de negociación puede variar según el lugar o el origen de las personas. Las características del mexicano son la cordialidad, alegría y ganas de aprender de otros (Camacho Gómez, 2013).

En el cuadro 3 se muestra la personalidad y hábitos de los mexicanos.

Cuadro 3 Personalidad mexicana y hábitos al negociar.
Fuente: Elaboración propia con información de Camacho Gómez (2013)

INDIVIDUALISMO VS. COLECTIVISMO	El mexicano tiende al individualismo.
NECESIDAD DE PLANIFICACIÓN	Poca cultura de planeación. Gusta improvisar.
ORDEN	Tienden a evitar alguna etapa al momento de negociar e ir a los acuerdos que más le interesan a él.
TÉCNICAS DE PLANIFICACIÓN	No se cuenta con una herramienta como tal, sin embargo, los negociadores mexicanos investigan con quién negociarán.
RELACIONES PERSONALES	Desconfiados, pero rápidamente hacen vínculos de confianza, abriendo vínculos de amistad incluso.
IDIOMA	Sólo el 5% de la población mexicana habla y entiende el idioma inglés, al ser en este idioma donde generalmente se hacen las negociaciones es una desventaja.
GESTICULACIÓN	El carácter del mexicano se nota en sus gestos, es muy expresivo.
PUNTUALIDAD	Al no ser muy puntuales, son condescendientes.
QUIÉNES NEGOCIAN	Por lo general, los dueños de las empresas.

Adicionalmente, se muestran como características de los mexicanos la disposición a hacer amistad y la fe de palabra.

5. Aspectos metodológicos

5.1 Objetivo General

El objetivo de este trabajo fue realizar un análisis teórico con la finalidad de identificar las características de negociación de japoneses y mexicanos a través de una investigación cualitativa para proponer una estrategia de negociación para los mexicanos que realizan o trabajan con personas japonesas.

La investigación se basa en un estudio de caso que busca proveer información sobre un tema (Creswell, 2012). Por este motivo se buscó información sobre los aspectos de las negociaciones entre japoneses y mexicanos en todo su contexto con la finalidad de definir cuáles son los factores que inciden en las negociaciones entre personas de ambos países de acuerdo al estado del arte para lo cual se hizo un estudio conceptual.

Esto con el propósito de proponer una estrategia de negociación para mexicanos que hagan transacciones o diplomacia con japoneses. Primero se presenta un análisis para la forma de planeación, protocolos, negociación y sugerencias, finalmente un diagrama que brinda las herramientas para preparar un protocolo de negociación entre ambas partes.

6. Propuesta para negociar entre mexicanos y japoneses.

De acuerdo al contexto histórico, influencia y características negociadora de los japoneses y los mexicanos a continuación se presenta un análisis de las similitudes y diferencias. Primero, en el cuadro número 4 se muestran las variables de planeación de los japoneses al momento de negociar.

Cuadro 4 Variables de planeación entre mexicanos y japoneses
Fuente: Elaboración propia con información de Tanehashi (2010)

VARIABLE	JAPÓN	MÉXICO
INDIVIDUALISMO VS. COLECTIVISMO	Colectivismo	Individualismo Centralizado
NECESIDAD DE PLANIFICACIÓN	Primordial	No esencial, general, vaga, personal No muy claro y flexible
PROTOCOLO DE NEGOCIACIÓN	Claro y rígido	
ORDEN DE NEGOCIACIÓN	Estricto	Puede cambiar de acuerdo a la situación
TÉCNICA DE PLANIFICACIÓN	Técnica marcadas e implementadas al momento de la negociación	No muy clara las estrategias

Una vez analizadas las variables de planeación se observa una diferencia marcada en las técnicas y protocolos donde los japoneses tienen son más formales y estrictos y los mexicanos menos formal y hasta confuso. Ahora se analizan los factores sociales y de personalidad entre los negociadores como se aprecia en el cuadro número 5.

Cuadro 5 Variables de comportamiento en las negociaciones entre japoneses y mexicanos.

RELACIONES PERSONALES	NEUTRO. AMBIGUO.	AFECTIVO
IDIOMA	Japonés	Español
GESTICULACIÓN	Poca	Muchos gestos
PUNTUALIDAD	Puntual	Tolerante a la impuntualidad
QUIÉNES NEGOCIAN	Subalternos	Jefes y dueños de las empresas
TIPO DE ACUERDO	Acta de reunión. Palabra y escrito legal	Palabra y escrito legal

A diferencia de los elementos de planeación en el tema del comportamiento se encuentran similitudes como que tanto el japonés como el mexicano están abiertos a lazos de confianza y amistad. Parece que esto mejorará en la medida que más contacto exista entre los negociadores al desarrollar la comprensión mutua.

Derivado de los análisis anteriores, a continuación se propone una serie de pasos para hacer una negociación entre mexicanos y japoneses y adaptar las necesidades de cada interesado, ver cuadro 6.

Cuadro 6 Plan de negociación entre japoneses y mexicanos.

- 1.- Investigar la historia y cultura de cada país.
- 2.- Comunicarse con saludos neutrales.
- 3.- Construir una reunión para trabajar conjuntamente para manejar diferencias, generando un ambiente de confianza, aceptación y respeto.
- 4.- Intercambiar información gradualmente.
- 5.- Clasificar intereses considerando todas las opciones emitidas por ambas partes.
- 6.- Encontrar criterios objetivos para evaluar y mejorar opciones.
- 7.- Plantear nuevas y mejores alternativas si no se llega a un acuerdo.
- 8.- Generar compromisos claros y con fechas.

El cuadro 7 se muestra una propuesta de sugerencias para realizar una negociación entre ambos. Es un primer paso para una planificación adecuada que conduzca al éxito en el proceso.

Cuadro 7 Sugerencias para mejorar las relaciones de negocios entre japoneses y mexicanos.
Fuente: Elaboración propia con información de Ogliastri (2000)

VARIABLE	SUGERENCIA
INDIVIDUALISMO VS. COLECTIVISMO	Pensar el acuerdo que mejor le convenga a la empresa que representamos
NECESIDAD DE PLANIFICACIÓN	Ambos deben tener un plan de negociación, así no habrá malos entendidos.
PROTOCOLO DE NEGOCIACIÓN	Se debe fijar un protocolo a seguir y de ser preciso, que se adapte al contexto de la negociación.
ORDEN DE NEGOCIACIÓN	No se debe saltar ninguna etapa para no dejar laguna de desacuerdo. Dejar claro los acuerdos en el orden lógico es importante.

Sirve a ambas partes un protocolo de negociación, estandarizar los elementos, los momentos y etapas de la negociación con el fin de llegar a un acuerdo mutuo donde cada parte esté contenta con el resultado. Para negociar con japoneses es necesario desarrollar la paciencia ya que las negociaciones con éstos tienden a prolongarse, por su forma de negociar. (Ogliastri, 1997)

En el cuadro 8 se muestran las sugerencias para la planificación de un proceso de negociación entre mexicanos y japoneses. Como ya se ha descrito es sustancial tener un plan de acción que considere las relaciones personales, el idioma, la gesticulación, la puntualidad, jerarquías y tipos de acuerdo.

Cuadro 8 Sugerencias para planear la negociación
Fuente: Elaboración propia con información de Ogliastri (2000)

TÉCNICAS DE PLANIFICACIÓN	SUGERENCIA PARA NEGOCIAR
RELACIONES PERSONALES	El japonés no debe asustarse por la afectividad del mexicano, pues es un rasgo muy personal.
IDIOMA	Es importante encontrar un traductor de confianza que ambos elijan, ya que ello generara un ambiente de mayor confianza
GESTICULACIÓN	La neutralidad o ambigüedad de los japoneses no debe ser tomada personalmente, el mexicano debe buscar asesoría para conocer la forma de expresarse del japonés.
PUNTUALIDAD	Es muy importante ser puntual, el japonés lo aprecia, de esta manera se abrirá una brecha para un trato cordial y de respeto
JERARQUÍAS	Los japoneses son subalternos y el mexicano debe dar respeto a éste, ya que él representa la empresa con quien desea llegar a un acuerdo
TIPO DE ACUERDO	Aunque ambos coinciden en el valor de la palabra, se debe llegar a acuerdos legales y con plazos congruentes.

Un sistema híbrido de negociación de acuerdo al estilo de cada país ayudará a no causar roces y malos entendidos, por ejemplo, los japoneses asienten como señal de que se está poniendo atención, en México esto es una afirmación y podría tomarse como un cierre de trato, por ello la importancia de documentarse antes de negociar, sobre la cultura, costumbre e historia con el país que se va a negociar.

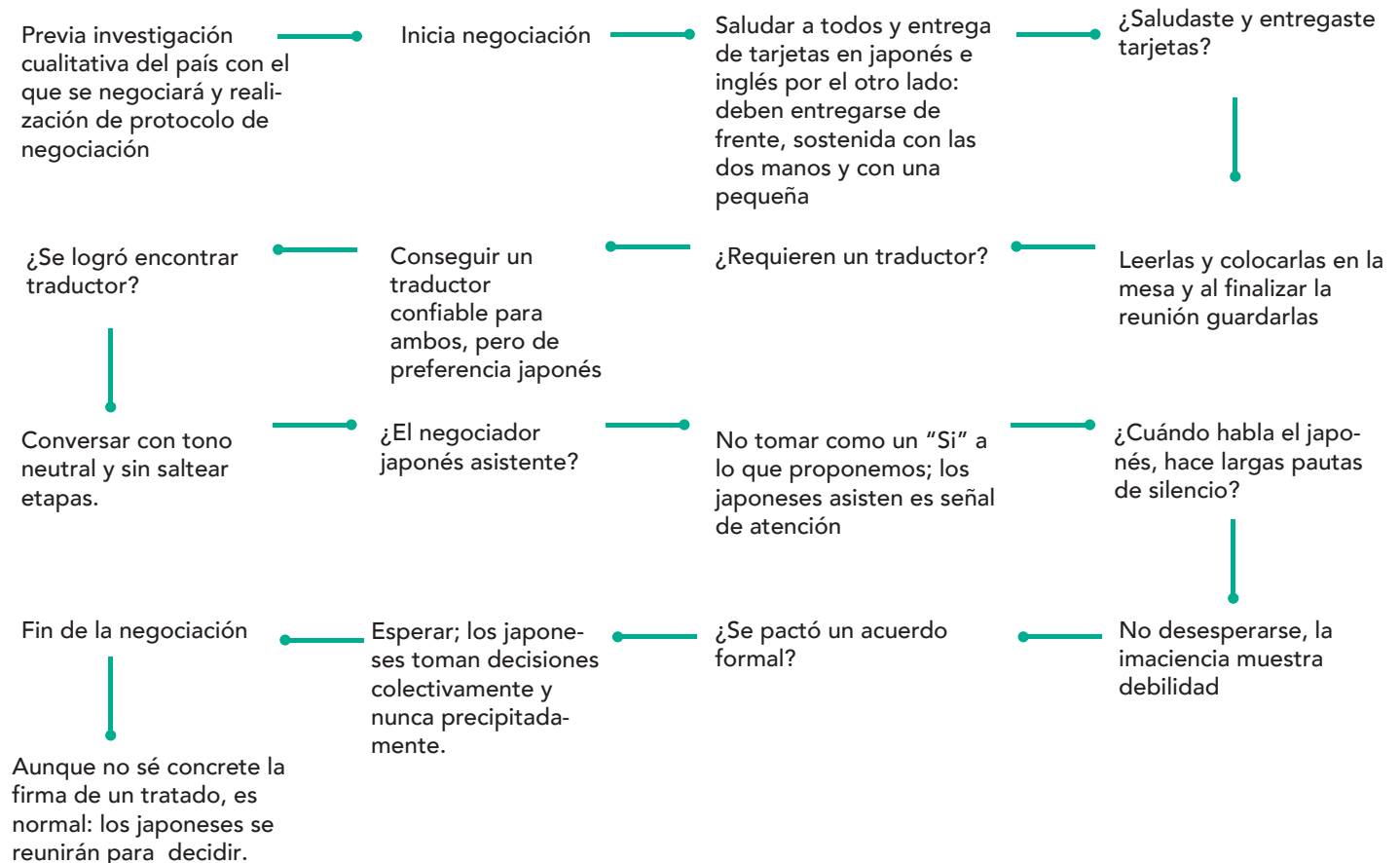
6.1 Estrategia de negociación entre mexicanos y japoneses

Derivado del análisis del plan de negociación, mejoras de negocios, plan de negocios y técnicas de planeación se propone un diagrama de flujo como una herramienta que puede servir a quienes requieran negociar con el país nipón.

Este diagrama de flujo es dinámico (figura 1) ya que hay elementos explícitos que no ocurren en el momento justo de la reunión de negociación, por ejemplo, cuando se da inicio a la reunión ambas partes ya debieron haber investigado la historia, la cultura, tradiciones, costumbres corporales, palabras de uso común etc. Todo esto para tener un mayor panorama sobre cómo manejar situaciones durante la negociación, ya en la reunión es importante ubicar claramente con quién se va a negociar, los japoneses por lo general se reúnen en grupos, así que es importante saludar a todos, sin distinguir rangos. Entregar tarjetas es muy importante, así como leer las que recibimos, como el idioma es una barrera es importante encontrar un traductor neutral, durante la conversación los japoneses asienten en señal de que están atentos, así no debe interpretarse de otra manera.

También, al finalizar las reuniones y si no se llegó a un acuerdo no debe ser motivo de desaliento sino con aras de seguir con la negociación ya que los japoneses toman las decisiones colectivamente para aceptar un negocio o convenio que será firmado después. En cuanto al tono de voz con el que se habla es importante no alzar la voz, es preferible repetir a gritar. Así como mostrar afecto con neutralidad, ser cortés, no ser insistente. Los puntos aquí mencionados se plasman en la figura 1.

Figura 1. Estrategia de negociación entre mexicanos y japoneses
Fuente Elaboración propia con información de Ogliastri (2000) y Rodriguez (2007)



Conclusión

Este trabajo tuvo como objetivo identificar las características de negociación de japoneses y mexicanos para proponer una estrategia para negociar para los mexicanos que realizan o trabajan con personas japonesas. El valor de entender los estilos de negociación entre México y Japón es debido a que las relaciones entre ambos países se han intensificado.

Derivado del análisis de este estudio, se puede concluir que debido a sus grandes diferencias existen muchas barreras para una buena negociación entre las personas de Japón y México que pueden ser culturales, sociales, religiosas y de idioma. En esta investigación, se ha encontrado que las barreras encontradas son el idioma, ya que el japonés no habla español y los mexicanos no saben japonés. También hallamos barreras de comunicación corporal, ya que bien sea la ambigüedad de los japoneses o el exceso de informalidad y afecto del mexicanos son puntos que pueden causar malos entendidos. Adicionalmente las personas deben tener una planeación detallada de las reuniones, conocer el tipo de comportamiento, hacer un plan de negociación y considerar las técnicas para las relaciones personales, idioma, gesticulación, puntualidad, jerarquías y tipo de acuerdo para tener negociaciones exitosas.

Por todo esto, es la importancia de desarrollar una estrategia de negociación íntegra que no solo sea teórica sino probada empíricamente. Para lo cual se puede desarrollar un estudio empírico de tipo cualitativo sobre el estilo de negociar japonés y mexicano como hizo Ogliastri (2000), aunque se concentró más para Latinoamérica y no tanto para México. Este análisis conceptual es el punto de partida para el desarrollo de la medición cualitativa a través de una guía de entrevista.

Podemos concluir que este estudio aporta un apoyo ante la necesidad de herramientas de negociación para el éxito de empresarios mexicanos con sus pares mexicanos.

Referencias

- Camacho Gómez, M. (2013). Culturas negociadoras en México e Italia: una aproximación comparativa. Universidad de Medellín. Revista Semestre económico, 16 (34,) 169-192.
- Camacho Gómez, M. (2014). ¿Cómo negocian los mexicanos? Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. Pensamiento & Gestión, 37 (julio-diciembre), 114-122
- Creswell, J. (2012). Educational Research. Planning conducting and evaluating quantitative and qualitative research. Pearson: Boston.
- Glen, F. (2003). Negociación internacional. La perspectiva transcultural. CIC (Cuadernos de información y comunicación) 140-141.
- González Rosas, E., Arredondo Hidalgo M. & Pantoja Aguilar, M. (2015). El estilo de negociación entre los países de asia y México: diferencias y similitudes. UMR Revista UpGto Management Review, 1 (2) 83-95.
- Mirabal, D. (2003) Técnicas para manejo de conflictos, negociación y articulación de alianzas efectivas. Provincia, 10, Enero Diciembre, 53-71
- Nakasone, T. (2014). Cultural differences between Mexico and Japan: from the perspective of Japanese people in Guadalajara. Portes, Revista Mexicana de Estudios sobre la Cuenca del Pacífico, 8 (Julio-Diciembre), 29-60
- Ogliastri, E. (1999). Una introducción a la negociación internacional. La cultura latinoamericana frente a la angloamericana, japonesa, francesa y del medio oriente. Facultad de administración Universidad de los Andes, 49, Julio, 1-70 33.
- Ogliastri, E. (2000). El estilo negociador de los latinoamericanos. Una investigación cualitativa. Academia Revista latinoamericana de administración, 25, 43-58.
- Parra V, J., Santiago J., E., Murillo M., M. y Atonal N., C. (2010). Estrategias para negociaciones exitosas. Universidad de Guadalajara, Guadalajara, México. Revista e-Gnosis, (8), 1-13.
- Paz, J. I. (2004). Negociacion: competencia general por antonomasia. Revista eia, 1 (febrero), 81-98.
- Reyes, M. E. (2009). Las relaciones económicas entre México y Japón a 120 años del primer acuerdo. Revista mexicana de política exterior, 19-65.
- Rodríguez, A. (2007). Impacto de la cultura en los negocios internacionales, un énfasis en los negocios con México. Daena: International Journal of Good Conscience, 2 (2): 156-228.
- Secretaría de Economía (2015), Inversión extranjera directa en México y en el mundo. Carpeta de información estadística. 17-18. Recuperado el 17 de Julio de 2016 de http://www.economia.gob.mx/files/comunidad_negocios/ied/analisis_publicaciones/Otros%20estudios/carpeta_informacion_estadistica_0415.pdf
- Secretaría de Economía (2016). Inversión Extranjera Directa, Recuperado el 17 de julio de 2016 de <http://www.gob.mx/se/prensa/en-2015-mexico-registro-28-382-3-millones-de-dolares-de-inversion-extranjera-directa>
- Tanehashi, A. J. (2010). Factores culturales y negocios en Japón. Información comercial española, 79-87.
- Tokoro, Y. (2006) México y Japón: una perspectiva del Acuerdo de Asociación Económica. Economíaunam, 3 (7), 47-68.

HACIA UN TRABAJO SOCIAL DEL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

Cruz García Lirios,
Javier Carreón Guillén,
Jorge Hernández Valdés .

Introducción

El objetivo del presente trabajo es especificar un modelo para el estudio de los efectos del cambio climático sobre las disposiciones de usuarios del servicio hídrico municipal, en materia de abastecimiento, tarifas y ahorro de agua.

La especificación del modelo permitirá el estudio de los efectos del cambio climático sobre la salud pública, los recursos y servicios hídricos, así como el consumo.

Revisión de la literatura

Desde sus inicios, el Trabajo Social ha mediado la relación entre la naturaleza y la humanidad (Eito, 2012). El Estado en sus diversas formas y regímenes de gobierno, al asumir que la naturaleza es un escenario de recursos disponibles para el crecimiento económico, ha confinado la intervención del trabajo social al dispendio de los recursos más que a la distribución equitativa o la promoción de la conservación ambiental (Morera, 2010).

Las políticas públicas, a través de las instituciones, auspiciaron la explotación del entorno como eje central de la política económica. Es así como el trabajo social se vio envuelto en una serie de decisiones encaminadas al tandeo de los recursos sin considerar su disponibilidad o las necesidades locales.

Los programas sociales y los lineamientos institucionales en materia de desarrollo local han sido influidos por políticas antropocéntricas en las que la práctica del trabajo social ha sido ajustada al uso intensivo de los recursos más que a su preservación (France, 2011).

De este modo, la gestión y mediación de conflictos entre comunidades por el derecho a los recursos naturales ha sido soslayada por las políticas ambientales y en consecuencia, la intervención del trabajo social se ha mantenido al margen de estos conflictos.

Las políticas antropocéntricas definidas como decisiones y acciones gubernamentales orientadas al crecimiento económico a partir de la explotación de los recursos naturales, han reducido a su mínima expresión las competencias del trabajo social (Zambrano, 2010). En este sentido, los grupos vulnerables, marginados y excluidos que sufren los embates de la distribución inequitativa de los recursos naturales han sido invisibilizados.

La intervención del trabajo social en comunidades y pueblos originarios a los que el derecho patrimonial sobre su entorno les asiste es fundamental para el desarrollo local.

Sin embargo, las políticas sociales de combate a la pobreza se han encaminado en la distribución discrecional de recursos financieros y naturales sin considerar los usos y costumbres de las co-

municipios, sus redes de comercio entre pymes y transnacionales, así como la disponibilidad de los recursos naturales (Barranco, Delgado, Melin y Quintana, 2010).

Este panorama es analizado desde la relación entre naturaleza y humanidad entendida como una relación asimétrica. Al ser considerada la naturaleza un sistema abierto, la escasez de recursos indica la entropía hacia la que se dirige la sociedad y sus formas de gobierno.

Sin embargo, naturaleza, sociedad y gobierno no son entidades en equilibrio desde las que es posible intervenir para adaptarlos a las contingencias de su entorno (Fuentes, Muyor y Galinda, 2010). El desequilibrio no es considerado como una causa de estabilidad y adaptación ya que es el entorno el que influye en el sistema sociopolítico y este al no generar su estabilidad está expuesta a los cambios del entorno.

Por ejemplo, una oferta energética o hídrica mayor a la demanda supone un desequilibrio que será solventado con la regulación de la producción y el incremento del poder adquisitivo. Empero, una mayor demanda energética o hídrica respecto a una escasez de oferta propicia que el sistema económico incremente los precios de los productos y servicios. En ambos casos, el desequilibrio deviene en una estabilidad al interior del sistema evitando la entropía.

No obstante, las políticas públicas y los programas de desarrollo local parecen transitar hacia el establecimiento de un sistema de tarifas que repercute en la relación entre autoridades y usuarios. A medida que el cobro de los servicios públicos se intensifica, los conflictos se incrementan entre los actores implicados.

Es así como las protestas se han transformado en cierres de avenidas y confrontaciones con la policía, actos represivos en manifestaciones que a su vez se han radicalizado al secuestrar unidades federales o boicotear el servicio en zonas residenciales.

¿Qué conceptos pueden utilizarse para explicar los desequilibrios entre naturaleza y humanidad,

los desbalances entre la disponibilidad de recursos naturales y necesidades individuales, las asimetrías entre Estado y sociedad, los conflictos entre políticas de cobro de los servicios públicos y estilos de consumo, a fin de poder anticipar los cambios sociales en una demarcación?

Precisamente, el objetivo del presente trabajo es conceptualizar los desencuentros entre autoridades y usuarios de servicios públicos en Iztapalapa, Ciudad de México D.F. Para tal propósito se discuten los planteamientos de Colli (1990), Feyerabend (1975) y Foucault (2000) en torno a la racionalidad e instrumentalidad científica, Zabłudowsky (1986) y Marx (2000) respecto al Estado, Naranjo (2000) sobre la afectividad, Barking y Lemus (2011); sobre la economía solidaria, Leff (2010; 2011) sobre el diálogo de saberes y Ostrom (2014) sobre el gobierno de los bienes comunes.

De este modo, la hipótesis que responde a la pregunta de investigación estriba en que el desbalance entre la disponibilidad de recursos y los estilos de vida devela una relación clientelar entre autoridades y los usuarios de los servicios públicos, empero también emerge una relación conflictiva con grupos disidentes a las políticas de cobro y tandeo que se han intensificado en los últimos años en la demarcación de estudio. Ello implica que los sistemas racionales y afectivos esgrimidos en el marco teórico y conceptual permitirán explicar las relaciones entre las políticas públicas y los estilos de vida locales.

Una vez establecidos los ejes de discusión, se procederá al diagnóstico del nivel de conflicto entre autoridades y usuarios para diseñar, implementar y evaluar un modelo de intervención en grupos vulnerables, marginados y excluidos respecto a la promoción de salud comunitaria con énfasis en el derecho a los servicios públicos.

Los estudios de los efectos del cambio climático sobre la gestión de abastecimiento, la salud pública, la calidad de vida y el bienestar subjetivo muestran que en la medida en que las sequías, inundaciones o heladas se intensifican afectan el desarrollo local.

En el caso de la gestión pública, los recursos y servicios hídricos se llevan a cabo a partir de una política de oferta que consiste en abastecer los nodos agroindustriales en detrimento de las necesidades de comunidad y zonas residenciales. Administrativamente, la problemática consiste en el establecimiento de tarifas, subsidios y condonaciones del precio unitario de agua.

Mientras que la institución federal establece una tarifa acorde al costo de extracción y distribución de agua, los organismos locales determinan una cuota a partir del nivel socioeconómico de los habitantes, incluso los subsidios sobrepasan el 50%.

Las políticas de tarifas y tandeo en el suministro de servicios públicos han sido implementadas por las autoridades para garantizar el subsidio a las comunidades vulnerables, marginadas o excluidas, aunque la calidad de los servicios públicos se ha reducido a su mínima expresión conforme la densidad poblacional se intensifica.

Ambas políticas, la de tarifas y la de tandeos, están diseñadas desde una lógica racional de disponibilidad asimétrica de recursos en función de los costos que implica su distribución en la demarcación, sin embargo, a medida que el cobro de los servicios públicos se ha incrementado paulatinamente y el tandeo de los recursos se ha intensificado, subyace una dimensión emocional que estriba en la toma de decisiones discrecional y que puede ser observada en la política de subsidios y condonaciones.

Se trata de una relación clientelar entre grupos simpatizantes a las autoridades locales, o bien, una relación conflictiva entre las autoridades y grupos disidentes, aunque ligados a partidos y organizaciones políticas opositoras al gobierno local.

Si la racionalidad tiene como origen el autoritarismo entre gobernantes y gobernados, entonces es menester indagar cuáles serán los efectos de un sistema democrático, participativo y deliberativo en el que las autoridades y los usuarios de los servicios públicos construyan una agenda pública que les implique ser corresponsables de las decisiones en torno al financiamiento y distribución de los servicios públicos.

Si las formas de estado y regímenes de gobierno patrimonialistas han determinado la conformación de instituciones, organizaciones y grupos adherentes a élites gobernantes, entonces es indispensable discutir sus efectos sobre las políticas públicas y programas de servicios públicos.

Si las relaciones de producción tienen su sustento en la economía política capitalista, entonces hubo que observar sus efectos en la explotación del trabajo asalariado para anticipar el advenimiento de sindicatos, gremios y partidos laboristas.

Si la emotividad patológica tiene sus fundamentos en la conciencia perturbada, entonces habría que discernir sus consecuencias en las decisiones y acciones consumistas que enaltecen el antropocentrismo.

Si los grupos vulnerables, marginados y excluidos han sido producto de la racionalidad autoritaria, el patrimonialismo, las relaciones de producción y la conciencia perturbada, entonces es urgente debatir las relaciones que las generaciones del futuro tendrán con sus gobernantes en función de la disponibilidad de recursos naturales y la calidad de los servicios públicos desde el nivel local hasta el ámbito global.

En el caso de los efectos del cambio climático sobre la salud pública, la literatura reporta que la seguridad alimentaria es el factor clave, ya que las sequías, inundaciones y heladas afectan los cultivos, la intensificación de plagas y los correspondientes agroquímicos empleados para reducir las pérdidas en las cosechas.

Los estudios entorno al cultivo de productos agrícolas genéticamente modificados reportan la movilización de agricultores y consumidores con respecto a los derechos de producción y distribución, estándares de calidad y riesgos a la salud pública. En este sentido, se plantean los efectos a la calidad de vida en materia de abastecimiento de agua y alimentos básicos, empero las conclusiones no siempre corresponden con los hallazgos reportados en materia de bienestar subjetivo.

Es decir que un aumento del desabastecimiento y la proliferación de productos modificados genéticamente se incrementan, el bienestar subjetivo emerge como un factor explicativo de los riesgos alimenticios.

Precisamente, son las disposiciones en contra o a favor de los servicios hídricos y los productos genéticamente modificados los temas centrales en la agenda pública relativa al cambio climático.

En paralelo, mientras que en las urbes se desarrollan políticas orientadas por los indicadores de Desarrollo Humano, con énfasis en la calidad de vida y el bienestar, en las comunidades y barrios de la periferia se gestan procesos solidarios ante la escasez y el desabastecimiento del agua.

Desde la perspectiva crítica de la gobernanza, la calidad de vida y el bienestar son referentes de observación de las contradicciones del capitalismo en cuanto a la gestión y la administración del servicio de agua potable y sus efectos en los estilos de vida de los usuarios.

Sin embargo, desde el enfoque solidario de la gobernanza, la austeridad es un estilo de vida que, si bien es propiciado por el desabastecimiento y el incremento de tarifas, es generado por un repertorio de significados de apego al lugar de origen y de cuidado del entorno.

En este sentido, si los recursos y los servicios hídricos son asumidos como bienes comunes entonces la calidad de vida y el bienestar dependen de la conservación del agua y su empleo doméstico-residencial o comunitario.

Por consiguiente, si la gestión de estos bienes hídricos comunes se lleva a cabo desde una gobernanza, una agenda y un diálogo intercultural, entonces la conservación del agua depende de los símbolos y significados que gobernantes y gobernados atribuyen al sistema de abastecimiento y cobro del volumen hídrico.

Teoría crítica de la gobernanza

La conceptualización de la relación entre naturaleza y humanidad, recursos e individuos supone el análisis de la relación entre Estado y sociedad, autoridades y usuarios de servicios públicos ya que el trabajo social está mediando ambas entidades. Empero, el trabajo social al estar vinculado con las políticas públicas y los programas relativos al cobro de los servicios públicos, está inmerso en una estructura burocrática que inhibe su práctica profesional, intervención, gestión y mediación respecto a los conflictos que puedan generarse por el establecimiento de tarifas.

En ese sentido, la aproximación sociohistórica de Colli (1990), el anarquismo crítico de Feyerabend (1975), la perspectiva marginal de Foucault (2000), la aproximación patrimonialista de Zabłudowsky (1986), el planteamiento dialéctico crítico de Marx (2000), la postura psicoanalítica de Naranjo (2000), la economía solidaria de Barking y Lemus (2011), el diálogo de saberes de Leff (2010; 2011) y el gobierno de los bienes comunes de Ostrom (2014) permiten no sólo la explicación, sino la comprensión de las vicisitudes entre naturaleza y humanidad, recursos e individuos. En esa tesitura, será posible teorizar las simetrías entre Estado y sociedad, autoridades y usuarios de servicios públicos relacionados con los servicios públicos.

Colli (1990) plantea que la locura y la manía son los antecedentes de la racionalidad helénica, la crítica de Feyerabend (1975) complementa este supuesto con su idea de anarquismo científico, mientras que la visión marginal de Foucault (2000) plantea observar las consecuencias del racionalismo en grupos vulnerables, marginados y excluidos.

En tanto que la relación entre sociedad y Estado es abordada por Zabłudowsky (1986) desde el patrimonialismo sociopolítico, la aproximación de Marx (2000) sostiene que es la economía política la base de las estructuras sociales, pero la visión de Naranjo (2000) advierte que las patologías emocionales son las causantes de los males que aquejan a la humanidad.

Serán los enfoques de Barking y Lemus (2011) en torno a un cambio en la redistribución de las corresponsabilidades en la producción y el consumo de los recursos; el análisis del diálogo de saberes antes de los acuerdos y corresponsabilidades de Leff (2010; 2011) y la fundamentación de una administración consensuada de los recursos naturales reflejada en la gestión de los bienes comunes observada por Ostrom (2014), los elementos a contrastar a fin de poder especificar un modelo para el estudio de las disposiciones relativas al cuidado de los recursos y la conservación de los servicios municipales.

Al plantear que la filosofía encuentra su origen en los pasajes míticos de la cultura helénica, Colli (1990: p. 6) advierte que el laberinto es el símbolo por excelencia de la razón. Los individuos que se pierden en el laberinto son racionales ya que, según la mitología, Teseo adquiere una forma de animal para derrotar al Dios que ha condenado a los humanos a perderse en el laberinto. La razón es el resultado del desencuentro con los dioses en un escenario de caos, los humanos adquieren una forma de racionalidad instrumental que les permite transponer su existencia a las leyes de la naturaleza las que, cual si fueran un laberinto, impedirían a la humanidad desarrollarse sostenidamente.

Por su parte, Feyerabend (1975) al criticar la construcción de la ciencia se ubica frente a la hipótesis antropocéntrica que postula a la tecnología como la solución a las problemáticas ambientales. En el pensamiento de este autor la inducción como la deducción son manifestaciones de una libertad de conocimiento más que un caos en torno al mismo (p. 2).

El anarquismo científico sería un factor de orden ya que la ciencia transita por periodos de incertidumbre que después esclarece en virtud de su disposición al orden (p. 4). Empero, el anarquismo significa libertad (p.28). De este modo, una aproximación científica a la relación entre naturaleza y humanidad supondría la libertad de interrelación entre individuos y recursos naturales, sin embargo, dada la disponibilidad asimétrica de recursos, los individuos "liberarían" a la naturaleza del antropocentrismo, etnocentrismo o tecnocentrismo que amenaza con su extinción.

Precisamente, Foucault (2000: p. 26) observa que la privación de la libertad en los hospitales psiquiátricos es una consecuencia del dictamen pericial que parte de una lógica represora contra aquellos catalogados como "enfermos mentales" por el simple hecho de no reconocer que viven en el caos y que los agravios cometidos a sus supuestas víctimas, son en realidad faltas al orden. Los delincuentes, por ejemplo, son aquellos que viven, según el sistema pericial que analiza el autor, en el absoluto desorden y cuyos actos "irregulares" los evidencian como sujetos inmorales y patológicos.

La dicotomía analizada por Foucault (2000) permite discurrir entre el Desarrollo Sustentable y el Crecimiento Económico. La diferencia fundamental estriba en que quienes asumen valores antropocéntricos son aquellos que buscan la explotación "moderada" de los recursos naturales frente a quienes buscan la prosperidad económica a costa de inhibir las capacidades de las generaciones futuras de "explotar" la naturaleza para disfrutar de sus recursos. En la concepción de Foucault (2000) los países postmaterialistas son "anormales" ya que sus estilos de vida se contraponen al consumismo material de la mayoría.

Al descubrir que los peritos en psicología ajustan los comportamientos anormales a enfermedades mentales y perfiles criminológicos, Foucault (2000) abre la discusión en torno al establecimiento de un actor irracional en la escena del orden jurídico y psicológico, aunque ello implique que la justicia y los derechos se reduzcan a escrutinios de culpabilidad más que de responsabilidad.

Esto tiene implicaciones significativas en el entendimiento de la relación naturaleza y humanidad ya que los psicólogos ambientales han ajustado el perfil ecológico a estilos de vida austeros y no han profundizado en aquellos comportamientos orientados por normas y valores alternos al consumismo materialista.

Empero, los principios que guían el consumismo humano quizá se encuentren en la relación entre sociedad y Estado más que en la relación humanidad y naturaleza. Zabłudowsky (2000: p. 77) advierte que el patrimonialismo es un sistema de dominación autoritaria con rasgos domésticos.

Ello implica que los sistemas sociales, al igual que la ciencia según Colli (1990) tienen un origen autoritario.

La racionalidad es producto de las diferencias entre los feudos o prebendas, sustituye la autoridad doméstica y se erige como una alternativa de orden que buscada alianzas entre las monarquías para contrarrestar el embate de los imperios expansionistas (Colli, 1990: p. 78).

Es por ello que con el transcurrir del tiempo, los sistemas políticos de Oriente fueron confinados al autoritarismo más exacerbado al no haber diversificado las funciones que pudiesen fragmentar, al mismo tiempo que especializar la toma de decisiones. Por el contrario, en Occidente el patrimonialismo derivó en una serie de funciones que hicieron más racional la planificación de un gobierno y por ende el autoritarismo se diluyó (p. 84).

Las diferencias entre Occidente y Oriente explican el desarrollo de un antropocentrismo material en Europa y Estados Unidos, mientras que, en China y Japón, este antropocentrismo tardó en surgir hasta bien entrada la década de los ochentas. En el caso de América Latina, los valores antropocéntricos, etnocéntricos y tecnocéntricos se empezarán a manifestar luego de un periodo de prosperidad económica administrada por regímenes autoritarios.

En efecto, el patrimonialismo, en la concepción de Zabłudowsky (2000: p. 85) es un instrumento de legitimidad despótico que alcanza su esplendor en las sociedades latinoamericanas del siglo XX si se ponen como ejemplos las dictaduras en Sudamérica o la hegemonía de un partido en México.

Países burocráticos que resguardan como patrimonio al sistema político mismo. La toma de decisiones políticas es producto de una herencia despótica que es complementada con una estructura burocrática.

Las formas de estado y regímenes políticos están diferenciados por su grado patrimonialista, pero son las relaciones de producción más que las re-

laciones de poder sociopolítico las que explican las asimetrías entre clases gobernantes y gobernados.

El enfoque materialista histórico de Marx (1857-2000) al plantear que las relaciones de producción son la base de la estructura que determina las relaciones discursivas de poder expuestas por Foucault (2000) y las relaciones patrimoniales presentadas por Zabłudowsky (2000) abre la discusión en torno al origen del Trabajo Social como una instancia en la que se observan los conflictos y se anticipan los cambios.

A decir de Marx (1857 / 2000; p. 7y 8) los individuos están inmersos en una relación de producción que, conforme se antepone a otros modos de producción, los costos son solventados por los trabajadores y los beneficios son usurpados por los dueños del capital. Es decir, cada trabajador es un sistema "cerrado" que no depende de sus habilidades y conocimientos para afrontar las diferencias económicas, políticas y sociales que lo ubican en la clase proletaria. En cambio, el sistema económico capitalista al estar abierto a la influencia de otros modos de producción genera los recursos que le permitirán transformar su entorno natural.

El modo de producción capitalista al interactuar con otras formas de producción también genera contradicciones sociales que lo llevan a su propia transformación (p. 8). Tal es el caso de la revolución social que, según Marx (1857-2000: p. 8) está determinada por la negación o contradicción del sistema o modo de producción con respecto a estilos de vida patriarcales o comunitarios. En ese sentido, el Trabajo Social asume como sistemas cerrados a individuos, grupos, comunidades, sociedades y naciones ya que su dinámica interna les permite interrelacionarse con su entorno y además transformarlo.

La noción de dinámica interna es interpretada por Naranjo (2000) como los elementos de un eneagrama social. Las patologías que a edad temprana desarrollan los individuos son claves en la explicación de los "males sociales".

Ante el énfasis económico de Marx (1857-2000) que estriba en una formación social productiva, Naranjo (2000) antepone una serie de indicadores psicológicos que orientan las acciones colectivas.

Mientras que Marx (1857 / 2000: p. 8) asegura que las condiciones materiales de existencia determinan los problemas emocionales, Naranjo (2000) sostendría que son esas instancias emocionales las que incidirían en las relaciones de producción.

Si la producción de mercancías simboliza la crítica a la economía política en el pensamiento de Marx (1857-2000), la conciencia representa en la postura de Naranjo (2000: p. 6) una reverberación de las condiciones emocionales de existencia. La perturbación de la conciencia sería para Naranjo (2000: p. 9) una interferencia para la acción material de existencia.

La voluntad del no saber, la conciencia perturbada, la reverberación de sus condiciones emocionales de existencia es aquella que a Foucault (2000) le preocupaba que se ajustase al inventario de enfermedades en los hospitales psiquiátricos de Francia. La conciencia de la personalidad es aquella que a Marx (1857-2000) le interesa discernir para demostrar que las relaciones de producción forjan actitudes proletarias, aunque ello implique acciones de conflicto y cambio económico. Es así como una "conciencia no perturbada" es aquella que a Zabludowsky (2000) le presenta como efecto del patrimonialismo.

Respecto al Trabajo Social para el Desarrollo Humano Sustentable la conciencia antropocéntrica está perturbada y en ella pueden observarse las patologías enlistadas por Naranjo (2000), o bien, en ella se encuentran las relaciones discursivas que Foucault (2000) advierte como mal endémico de la psiquiatría en los albores de la primera mitad del siglo XX.

Siguiendo la lógica de los autores, la naturaleza, humanidad, recursos naturales, políticas públicas y estilos de consumo son el resultado de dos sistemas: uno autoritario-racional que orientó las decisiones y comportamientos a partir de costos y beneficios y otro, flexible-emocional que determinó estilos de vida a partir de principios heurísticos.

Ambos, influyeron en las formas de Estado, los regímenes de gobierno, sus políticas públicas, programas sociales y distribución de recursos.

La consecuencia del primer sistema y estructura racional había sido observada en las relaciones de producción, más precisamente en la explotación industrial-laboral. Ahora, las consecuencias del segundo sistema y estructura emocional son discernibles en las patologías entre quienes toman las decisiones y aquellos que asumen estilos de vida consumistas.

Ambos sistemas y estructuras son relativos al poder que las elites económicas, políticas, sociales, culturales, educativas, científicas, tecnológicas y académicas ejercen sobre las comunidades laborales, vulnerables, marginadas y excluidas. A medida que la racionalidad o la emotividad se intensifican generan conflictos a partir de los cuales es posible anticipar cambios en las relaciones entre los actores.

En el marco del conflicto y el cambio social, la mediación del trabajo social resulta fundamental para encontrar un punto intermedio entre el orden que supone la racionalidad y el caos que implica la emotividad.

El diseño de un modelo de intervención tendrá que partir del supuesto según el cual ambos sistemas, racional y emocional, han generado conflictos y cambios que llevan a la naturaleza, sociedad y Estado a un cambio paulatino en el que los recursos naturales cada vez son más escasos y los estilos de vida son cada vez más antropocéntricos y por ende consumistas.

Por consiguiente, a partir de los marcos teóricos y conceptuales esgrimidos, la teoría de la gobernanza crítica advierte los límites de la gestión y administración unilateral del Estado con respecto a la participación de la sociedad civil en materia de consumo y conservación de los recursos naturales.

La teoría de la gobernanza crítica ubica en el modo de producción capitalista los problemas que impiden a la sociedad desarrollarse sustentablemente, empero destaca las iniciativas civiles frente a las políticas patrimoniales de los gobernantes.

No obstante que, la teoría de la gobernanza crítica puntualiza los efectos del sistema capitalista en la exacerbación del cambio climático y la reducción de la calidad de vida y el bienestar subjetivo, no aclara las relaciones posibles entre estos factores con respecto a las disposiciones de los individuos al momento de consumir, ahorrar o reutilizar agua.

En este sentido, desde la economía solidaria, el diálogo de saberes y el gobierno de los bienes comunes, se construye un escenario de gestión y administración corresponsable entre Estado y ciudadanía con respecto al uso y conservación de los recursos naturales y los servicios municipales.

Teoría solidaria de la gobernanza

La teoría de la gobernanza solidaria, a diferencia de la aproximación crítica de la gobernanza, plantea; 1) los recursos ni son públicos, ni son privados, sino más bien son comunes; 2) la gestión y la administración no es exclusiva del Estado y es necesaria la participación ciudadana; 3) la inclusión de la sociedad civil en el debate, los acuerdos y las corresponsabilidades se lleva a cabo de un modo solidario.

Si la perspectiva crítica de la gobernanza señala al sistema capitalista como la causa del deterioro ambiental, social y emocional, la aproximación solidaria de la gobernanza advierte el problema en la naturaleza pública de los recursos naturales y la ausencia del diálogo de saberes (Gissi y Soto, 2010).

La gobernanza solidaria considera que los bienes públicos carecen de un sentido de corresponsabilidad. En este sistema, la gestión la realizan algunos, la administración otros y actores diferentes conservarán las especies animales y vegetales (Barking y Lemus, 2011).

Por consiguiente, los bienes públicos no generan un escenario de corresponsabilidad, pero si se asumen como bienes privados, entonces orientan un consumo antropocéntrico donde las necesidades de las especies animales y vegetales, actuales

y futuras, son periféricas a las ganancias de quienes los administran (Ostrom, 2014).

Por lo tanto, los bienes al ser comunes anticipan escenarios de escasez y desabastecimiento, ya que se trata de un sistema de corresponsabilidad en torno a la conservación de los mismos para beneficio de las futuras generaciones de especies, incluida la humanidad.

Sin embargo, la corresponsabilidad no es una instancia política o social a la que se arriba con sólo decretar que los bienes sean comunes. Es necesaria una participación centrada en el diálogo, pero no de oportunidades y capacidades, ni de conocimientos y habilidades, sino de saberes (Leff, 2010).

A decir de la aproximación crítica, la emancipación o la reivindicación de la sociedad, sobre todo la clase marginada, excluida o vulnerable, se gesta a partir de una transformación radical del sistema económico, las estructuras políticas y la conciencia de clase.

En contraste, la perspectiva solidaria recupera las visiones del mundo previas al capitalismo donde los recursos son comunes y la cooperación es su estilo de vida. Más que la transformación de la realidad, la aproximación solidaria busca recuperar las bases de convivencia que llevaron a las comunidades a subsistir incluso bajo el yugo del capitalismo económico, el patrimonialismo político o la demencia social.

La diferencia entre una y otra perspectiva radica en el diálogo de saberes, ya que una sociedad consciente de su entorno y relaciones de poder, como lo destaca la aproximación crítica, es insuficiente sin un sistema de confianza, compromiso, cooperación, emprendimiento, innovación, autogestión y satisfacción como lo plantea el enfoque solidario (Leff, 2011).

Es decir que, no es suficiente un pensamiento crítico, además se requiere una racionalidad compartida de saberes que orienten las decisiones con base en el bien común de las especies actuales y futuras.

Por lo tanto, el enfoque solidario complementa los aportes de la aproximación crítica al asumir que las relaciones entre gobernantes y gobernados van más allá de la gestión y administración de los recursos. Se trata de recuperar y al mismo tiempo construir un sistema de autogestión y administración corresponsable entre gobernantes y gobernados a fin de poder garantizar sus diferencias con base en el diálogo y el consenso.

Método

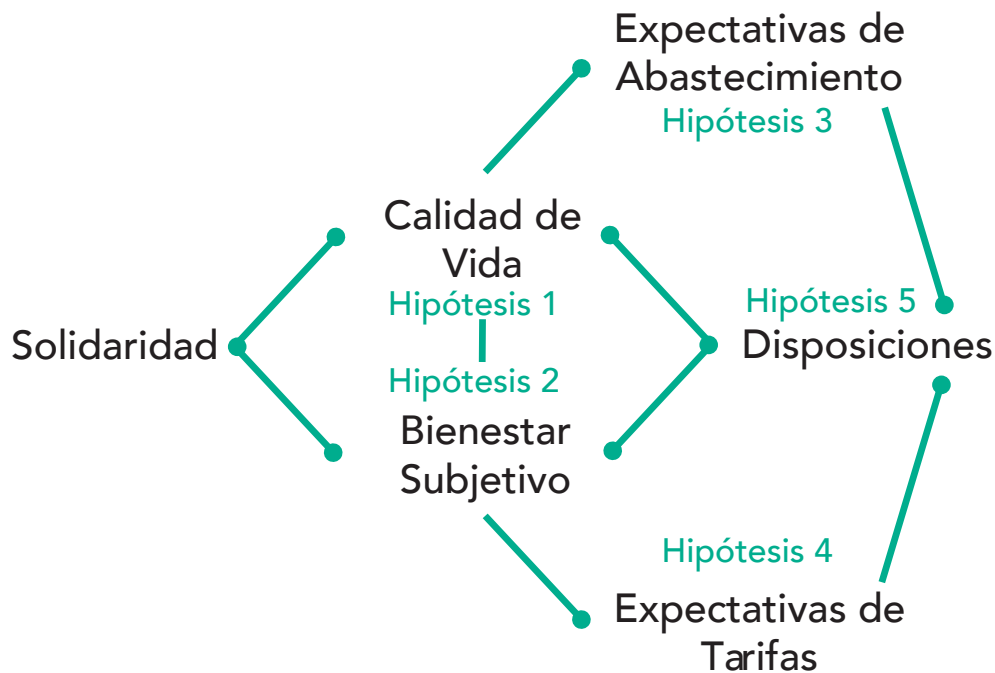
A partir de una perspectiva dialéctico crítica o materialista histórica y un enfoque desde la gobernanza solidaria o administración consensuada a partir del diálogo de saberes, se llevó a cabo un estudio documental con una selección de fuentes indexadas en repositorios de América Latina –DIALNET, LATINDEX, REDALYC–, considerando las palabras claves de “cambio climático”, “recursos hídricos”, “servicios públicos”, “trabajo social” y “calidad del servicio”.

La información fue procesada en una matriz de análisis de contenido para lo cual se empleó la técnica de síntomas. Posteriormente, se especificaron las trayectorias de relaciones de dependencia entre las variables extraídas del estado del conocimiento.

Resultados

A partir de los efectos del cambio climático sobre la salud pública y los servicios municipales, la teoría de la gobernanza climática y el estado del conocimiento, es posible avizorar un modelo de relaciones de dependencia entre los factores que explican las disposiciones humanas consecuentes a las tarifas del servicio de agua y el precio de los productos transgénicos (véase figura 1).

Figura 1. Especificación del modelo de relaciones de dependencia
Fuente: Elaboración propia



Hipótesis 1.

La solidaridad, en el modelo de gestión y administración de los recursos y servicios hídricos, es el principio fundamental de la calidad de vida y el bienestar que incidirán sobre las expectativas de abastecimiento –confianza y compromiso– y las expectativas de cobro del servicio o tarifas del volumen hídrico –cooperación–.

Tales relaciones impactarán las disposiciones a favor de conservar el agua cuando se presenta una contingencia, o bien, el ahorro de agua cuando se prevé una escasez por sequías.

Hipótesis 2.

El bienestar subjetivo está en función de las demandas y los recursos hídricos disponibles. Se trata de un proceso en el que los efectos del cambio climático se cristalizan en las políticas de abastecimiento de agua, así como la calidad del servicio municipal.

De este modo, la escasez de agua supone escenarios de insalubridad e incremento de tarifas, así como desregulación del mercado alimenticio y baja calidad de los productos, aún y cuando están genéticamente modificados, los consumidores advierten un riesgo mayor. Por consiguiente, el bienestar subjetivo es resultado de la calidad de los servicios municipales hídricos y alimenticios. A medida en que los usuarios y consumidores reducen su bienestar subjetivo reflejan la intensidad de las sequías, inundaciones y heladas.

Hipótesis 3.

Una vez que el bienestar subjetivo es reducido a su mínima expresión, los usuarios y consumidores de agua y alimentos generan expectativas en torno a su precio unitario.

El desabasto hídrico y la inseguridad alimenticia generan percepciones de riesgo que se materializan en conflictos con las autoridades por el subsidio y condonación del servicio municipal de agua, pero no del retiro de productos genéticamente modificados. Por consiguiente, las expectativas de tarifas están circunscritas a la calidad de vida y al bienestar subjetivo que suponen los servicios municipales.

En este proceso, emerge la negociación entre esferas y redes civiles con respecto a las autoridades y a menudo se materializa en instrumentos de auto-gestión o movilización indicadas por bloqueos a redes de suministro, secuestros de pipas, confrontaciones con la policía, cierres de avenidas, marchas y mítines.

Hipótesis 4.

En el caso de las expectativas de abastecimiento, la sociedad civil se organiza en redes de abastecimiento y esferas de gestión. Es el caso de comunidades dueñas de cuerpos de agua, pero vulnerables a la privatización.

De este modo, una baja calidad de vida no sólo afecta el bienestar subjetivo, sino además incide sobre las percepciones de abastecimiento, ya que cuando las expectativas son de una amplia disponibilidad hídrica, entonces emerge el dispendio, pero cuando se percibe una escasez, entonces el ahorro de agua subyace.

A medida que las tarifas se incrementan la optimización de los recursos se intensifica, pero el subsidio o la condonación no garantizan el cuidado del agua.

Hipótesis 5.

Por último, considerando las relaciones de dependencia especificadas, las disposiciones a favor de los servicios y recursos hídricos – alimenticios depende de la calidad de vida, el bienestar subjetivo y las expectativas de abastecimiento y tarifas.

Esto es así porque las disposiciones se aprenden en una dinámica de oferta y demanda de recursos y servicios municipales. Si las autoridades son proclives al asistencialismo y clientelismo, entonces sus políticas de tarifas serán percibidas como injustas y por tanto ilegítimas, pero si más bien sus estrategias e intencionalidades son transparentes, entonces promoverán el cuidado del agua como elemento central de la calidad de vida derivada del cambio climático.

Conclusión

El aporte del presente trabajo al estado del conocimiento estriba en la especificación de un modelo de relaciones de dependencia en el que la calidad de vida, el bienestar subjetivo, las expectativas de abastecimiento y tarifas son determinantes de las disposiciones en contra y a favor de los efectos del cambio climático sobre la salud pública y la seguridad alimenticia.

Sin embargo, García (2012) muestra una revisión de la literatura contraria a las disposiciones, ya que ésta es parte de una cognición social distante de la hipermetropía y la indefensión generada por la difusión sistemática de la escasez de recursos y la baja calidad de los productos transgénicos en los medios de comunicación. En tal sentido, el establecimiento de la agenda incide sobre las disposiciones, pero en el presente trabajo se omitió los efectos de la propaganda del Estado como rector de la seguridad alimenticia e hídrica.

Precisamente, la hipermetropía –expectativas de efectos mínimos de inundaciones, sequías o heladas difundidas en los medios de comunicación sobre la calidad de vida y el bienestar subjetivo– y la indefensión –desesperanza ocasionada por la escasez de agua expuesta en los medios– son factores que se traducen en preocupación local (García, 2011).

Una vez que emerge la hipermetropía e indefensión relativa al servicio público de agua y la seguridad alimenticia, la rectoría del Estado se disuelve en emociones de indignación, percepciones de riesgo y desconfianza hacia las autoridades.

García (2010) señala que el Estado genera una exclusión social traducida en una competencia desleal por el abastecimiento de agua, subsidios y condonaciones que en las zonas de tandeo se traduce en conflictos con las autoridades.

Por consiguiente, la especificación de modelo de relaciones de dependencia incluiría factores relativos a la exclusión social, el establecimiento de agenda y la gobernanza. En este modelo, el agua sería considerada como un bien común más que como un bien privado, social o público. En su caso, las tarifas estarían relacionadas con ecotasas, ya que el impacto del abastecimiento de agua en el ecosistema estaría incluido en la estimación de los costos ambientales.

En seguida, la ponderación de la agenda pública como marco de participación y movilización ciudadana sería incluida en la ecuación del modelo. En este mismo sentido, el costo de oportunidad derivado de la exclusión social de los servicios hídricos también sería calculado en el modelo de relaciones de dependencia.

Futuras líneas de investigación versarían sobre el estudio de la hipermetropía y la indefensión como efectos del cambio climático en la cognición y representación social de la sociedad civil con respecto a sus gobernantes, políticas públicas y estrategias de abastecimiento y financiamiento de los recursos y servicios hídricos – alimenticios.

Referencias

- Barkin, D. y Lemus, B. (2011). La economía ecológica solidaria. Una propuesta frente a nuestra crisis. *Sustentabilidades*, 5, 4-10
- Barranco, C., Delgado, M., Melin, C. y Quintana, R. (2010). Trabajo social en vivienda: investigación sobre calidad de vida percibida. *Portularia*, 10, 101-111
- Colli, G. (1990). El nacimiento de la filosofía. Colombia: Universidad del Valle
- Eito, A. (2012). La participación del usuario en el trabajo social. una mirada desde el presente hacia la concepción de humanismo. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 32, 245-255
- Feyerabend, P. (1975) *Contra el método. Esquema de una epistemología anarquista*. Londres: NBL
- Foucault, M. (2000). *Los anormales*. México: FCE
- France, A. (2011). Reflexiones en torno a la Segunda Conferencia Mundial sobre: Trabajo Social y Desarrollo Social, acciones e impactos. *Rumbos*, 7, 22-31
- Fuentes, V., Muyor, J. y Galinda, Z. (2010). El trabajo social y las nuevas formas de reorganización del cuidado. Una aproximación al propósito de la ley de la dependencia. *Alternativas*, 17, 83-102
- García, Cruz. (2010). La exclusión hidrológica. *Entelequia*, 11, 41-59
- García, Cruz. (2011). La preocupación hidrológica en Izta-palapa. *Gepu*, 2 (1), 53-63
- García, Cruz. (2012). Las disertaciones estructurales ambientales. *Entelequia*, 14, 171-187
- Gissi, N. y Soto, P. (2010). De la estigmatización al orgullo barrial: Apropiación del espacio e integración social de la población mixteca en una colonia de la Ciudad de México. *INVI*. 68, 99-118
- Leff, E. (2010). Economía ecológica, racionalidad y sustentabilidad. *Sustentabilidades*, 2, 106-119
- Leff, E. (2011). Sustentabilidad y racionalidad ambiental: hacia "otro" programa de "sociología ambiental. *Revista Mexicana de Sociología*, 73, 5-46
- Marx, K. (1857 / 2000). *Introducción a la crítica de la economía política*. México: Siglo XXI
- Morera, N. (2010). El vínculo entre las ciencias sociales y el trabajo social: algunos elementos para su discusión. *Reflexiones*, 89, 235-241
- Naranjo, C. (2000). *El eneagrama de la sociedad. Males del mundo, males de la sociedad*. México: La Llave
- Ostrom, E. (2014). "Más allá de los mercados y los Estados: Gobernanza policéntrica de sistemas económicos complejos." *Revista Mexicana de Sociología*, 76, 15-70
- Quiroga, M., Vargas, F. y Cruz, A. (2010). Trabajo social y responsabilidad social: notas para una discusión ideológica. *Tabula Rasa*, 12, 175-193
- Zabludsky, G. (1986). Max Weber y la dominación patrimonial en América latina. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 124, 75-96
- Zambrano, C. (2010). *Naturaleza, cultura y desarrollo. Agenda del trabajo social*

ACEPTACION DEL ITESS EN LOS JÓVENES DE SALVATIERRA

Alejandra Teresa Caselis Ramirez
Ana Rosa Montalvo Luna.
Mariana Garcia Medina

Introducción

En el municipio de Salvatierra se cuentan con pocas instituciones a nivel superior, aunado a esto es pocas las opciones de carreras con las que cuenta el alumno a escoger cuando se encuentra con el deseo o la necesidad de continuar con sus estudios a nivel superior, por lo que es necesario para la escuela conocer el grado de aceptación que tiene el Instituto Tecnológico Superior de Salvatierra en los alumnos de este nivel. Además de la aceptación de las carreras que oferta la escuela y las causas por las que los jóvenes seleccionan el instituto para continuar con sus estudios a nivel superior además como apoyo conocer las causas por las que los jóvenes de este municipio no desean continuar con sus estudios.

Se realizan encuestas a los alumnos cuando deciden no continuar sus estudios, para conocer las causas de esta decisión, sin embargo considero debe ser evaluada la problemática desde antes que el alumno ingresa al instituto, de tal manera que se pueda conocer desde antes del motivo por el que nos escogen y no perder esa imagen o cambiarla de ser necesario para que el alumno concluya su ciclo escolar.

Revisión de la literatura

En México, sólo una tercera parte de los jóvenes (35%) reconoce que su inclinación vocacional fue el principal motivo para elegir carrera, mientras que el resto refiere preferentemente a otros muchos factores. De acuerdo con información de encuestas vocacionales que la Subsecretaría de Educación Superior tiene en sus archivos, el 65% restante decidió estudiar su profesión por la presión social, las tradiciones familiares o las imágenes de éxito y prestigio que difunden los medios de comunicación sobre ciertas carreras. (Quintero, 2012)

Para Rodolfo Tuirán, subsecretario de Educación Superior, una trayectoria laboral exitosa inicia con una decisión acertada de la carrera profesional. Sin embargo, dice que los jóvenes a menudo sufren crisis vocacional. "La elección

no es fácil porque en este proceso se involucran factores de naturaleza diversa: gustos, preferencias e intereses personales, expectativas familiares difusas, asuntos ligados con el capital social familiar, el interés de los jóvenes de desarrollarse en un campo que ofrezca seguridad en los ingresos y en el empleo, y la búsqueda de prestigio e identidad personal a través del ejercicio profesional" dice. (Quintero, 2012)

"Ahí estudian mis amigos", "está padre", "la carrera me latió", "es en la que me aceptaron", "es la que puedo pagar" o "porque sí", son las razones que los estudiantes mexicanos utilizan para justificar su elección universitaria. Una mala decisión muchas veces provoca que estos jóvenes deban elegir una nueva carrera, e incluso que deban invertir mucho dinero adicional.

Pese a ello, todavía son muchos los estudiantes mexicanos que no toman real magnitud de lo que implica en sus vidas esta decisión, por lo que terminan por hacer una elección sin un análisis previo o con poca información. ¿El resultado? Un alto porcentaje de profesionales mexicanos no ejercen su carrera, a causa de que no se sienten felices con lo estudiado.

Asimismo, una mala elección priva a los jóvenes universitarios de realizarse profesionalmente e incluso obtener mejores ingresos, así como también los obliga a invertir más dinero para capacitarse en una nueva industria o para cursar un posgrado que les permita aproximarse un poco más a sus intereses profesionales.

“Ahí estudian mis amigos”, “queda cerca de mi casa”, “está padre”, “la carrera me latió”, “es en la que me aceptaron”, “es la que puedo pagar”, “es donde conseguí una beca”, “obtienes una buena preparación”, “porque sí” o “no tiene matemáticas”, son las razones más comunes que ofrecen los jóvenes mexicanos para justificar la elección de su carrera universitaria. Los profesionales de la educación aseguran que éstas no deberían ser las razones que guíen la elección universitaria. Por el contrario, consideran que para tomar esta decisión los jóvenes deben comparar diversos aspectos de las carreras, entre ellos: beneficios, desventajas, interés, salarios, oportunidades de empleo, posibilidad de crecimiento profesional, entre otros. (político, 2014)

Para Guerrero, la escuela cobra valor a partir de los diferentes significados: como medio para continuar con estudios superiores, como espacio de vida juvenil y formativa. Así mismo, el certificado escolar como medio de movilidad económica. Para los estudiantes el bachillerato no sólo tiene sentido como espacio de formación propedéutica y para el trabajo, sino que es posible reconocer un amplio abanico de expectativas que van más allá de lo que las diferentes institucionales les han propuesto como objetivo.

El periodo de la juventud imprime significados muy importantes en las crónicas biográficas de las personas, como lo señalan diversas teorías sociológicas y psicológicas, así como en campos de

acción como la educación, es durante este tiempo que los individuos deciden su futuro en muchos sentidos y se plantean los escenarios posibles a modo de prospectivas.

Existen decisiones que marcan de manera significativa el rumbo en la vida de las personas, una de ellas es la elección de una carrera y su correspondiente proyección laboral. Esto es un aspecto central en la actualidad, pues el trabajo es el principal eje rector de la existencia en nuestras sociedades modernas, más inclusive que la familia u otros aspectos como la religión o la ideología política, aunque estas últimas también pueden ser importantes para muchas personas, e incluso pueden laborar en quehaceres relacionados con ellos.

Hay consenso entre los investigadores acerca de que la elección profesional es un proceso difícil y delicado. Las dificultades se asocian, sobre todo, a que los estudiantes deben tomar decisiones trascendentes para su vida personal y profesional durante la etapa de la adolescencia, cuando las metas y los proyectos de vida están precisamente en construcción. Esta situación es delicada, ya que una mala elección profesional tiene repercusiones de distinto tipo; asimismo, llama la atención que optar por una carrera implica también elegir un estilo de vida.

En las teorías psicológicas que estudian la adolescencia y la juventud se considera que justamente en estas etapas es cuando se espera del individuo que empiece a elegir su futuro, y una de las tareas que marcará su proyecto personal de manera contundente es la elección vocacional. Una de las decisiones más importantes a la que ha de enfrentarse todo ser humano es la de elegir una profesión, un oficio que le permita ganarse la vida y autorrealizarse. Esta elección determina, en gran medida, la estela de nuestra vida. Marca a qué dedicaremos la mayoría de nuestro tiempo, con quiénes nos relacionaremos, qué temas serán objeto de nuestro interés o preocupación, a qué situación social y económica podemos aspirar, con quiénes nos vamos a relacionar y cuál será nuestra función en la sociedad y nuestra aportación a ella. (Martínez, 2012)

Método

Sampieri (2016), define el enfoque cuantitativo de la siguiente manera:

Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo tiene las siguientes características:

1. Que el investigador realiza los siguientes pasos:

a) Plantea un problema de estudio delimitado y concreto. Sus preguntas de investigación versan sobre cuestiones específicas.

b) Una vez planteado el problema de estudio, revisa que se ha investigado anteriormente. A esta actividad se le conoce como la revisión de la literatura.

c) Sobre la base de la revisión de la literatura construye un marco teórico (La teoría que habrá de guiar su estudio).

f) De esta teoría deriva hipótesis (cuestiones que va a probar si son ciertas o no).

e) Somete a prueba las hipótesis mediante el empleo de los diseños de investigación apropiados. Si los resultados corroboran las hipótesis o son congruentes con estas, se aporta evidencia en su favor. Si se refutan, se descartan enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. En busca de mejores explicaciones y nuevas hipótesis. Al apoyar las hipótesis se genera confianza en la teoría que las sustenta. Si no es así, se descartan las hipótesis y, eventualmente, la teoría.

i) Para obtener tales resultados el investigador recolecta datos numéricos de los objetos, fenómenos o participantes, que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos. De este conjunto de pasos, denominado proceso de investigación cuantitativo, se derivan otras características del enfoque cuantitativo que se precisan a continuación:

2. Las hipótesis (por ahora denominémoslas creencias) se generan antes de recolectar y analizar los datos. Por esto se explica que las hipótesis se establecen previamente.

3. La recolección de los datos se fundamenta en la medición (se miden variables o conceptos contenidos en las hipótesis). Esta recolección o medición se lleva a cabo al utilizar procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica.

Para que una investigación sea creíble y aceptada por otros investigadores, debe demostrarse que se siguieron tales procedimientos. Como en este enfoque se pretende medir, los fenómenos estudiados deben poder observarse o medirse en el "mundo real".

Alcance de la investigación. Investigación Descriptiva.

Según su alcance, las investigaciones pueden ser exploratorias, descriptivas, correlacionales o explicativas. Estos tipos de investigación suelen ser las etapas cronológicas de todo estudio científico y cada una tiene una finalidad diferente: primero se 'explora' un tema para conocerlo mejor, luego se 'describen' las variables involucradas, después se 'correlacionan' las variables entre sí para obtener predicciones rudimentarias, y finalmente se intenta 'explicar' la influencia de unas variables sobre otras en términos de causalidad (Cazau, 2006).

En un estudio descriptivo se seleccionan una serie de conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas.

Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren las mediciones de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. Pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características.

Su propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, como:

- 1) Establecer las características demográficas de las unidades investigadas (número de población, distribución por edades, nivel de educación, etc.).
- 2) Identificar formas de conducta, actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación (comportamientos sociales, preferencias, etc.)
- 3) Establecer comportamientos concretos.
- 4) Descubrir y comprobar la posible asociación de las variables de investigación.
- 5) Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación.
- 6) En ciencias naturales se llevan a cabo para describir fenómenos y procesos. Por ejemplo, describir el ciclo fenológico de una planta en un ecosistema específico, describir la biología de un insecto, hacer un estudio poblacional de un insecto plaga en un cultivo, determinar el grado de apropiación de cierta tecnología agrícola por parte de una comunidad rural. Los estudios epidemiológicos en medicina humana y veterinaria hacen uso de éste tipo de investigación.
- 7) En investigación de mercados son muy frecuentes y buscan explorar los gustos de los consumidores, los nichos de mercado para introducir un producto nuevo, la aceptación hacia la sustitución de un producto por otro.

De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de descripción que se propone realizar. Acude a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para la recolección de información, la cual es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico.

Puede concluir con hipótesis de tercer grado formuladas a partir de las conclusiones a que pueda llegarse por la información obtenida. (Posada, 2009)

Diseños no experimentales

¿Qué es la investigación no experimental cuantitativa?

Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Como señalan Kerlinger y Lee (2002): "En la investigación no experimental no es posible manipular las variables o asignar aleatoriamente a los participantes o los tratamientos". De hecho, no hay condiciones o estímulos planeados que se administren a los participantes del estudio.

En un experimento, el investigador construye deliberadamente una situación a la que son expuestos varios individuos. Esta situación consiste en recibir un tratamiento, una condición o un estímulo bajo determinadas circunstancias, para después evaluar los efectos de la exposición o aplicación de dicho tratamiento o tal condición. Por decirlo de alguna manera, en un experimento se "construye" una realidad. (Sampieri, 2006)

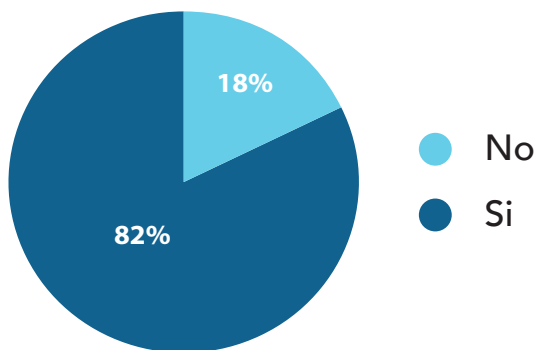
Resultados

Para esta investigación se aplicó un cuestionario (ANEXO 1) a alumnos de sexto semestre de las escuelas media superior más importantes de la localidad como son Preparatoria oficial de Salvatierra, SABES, Conalep Salvatierra, Conalep Santiago Maravatío, EMSS, Preparatoria Nuevo Milenio, Preparatoria Vasco de Quiroga, Preparatoria Leopoldo Salgado Tovar. Obteniendo los siguientes resultados

HIPOTESIS 1: Los alumnos de nivel media superior si desean continuar con sus estudios. Esta hipótesis fue aceptada ya que en un 82% los alumnos desean continuar con sus estudios.

Piensas continuar con tus estudios

Ilustración 1 ¿Piensas continuar con tus estudios? Elaboración Propia.

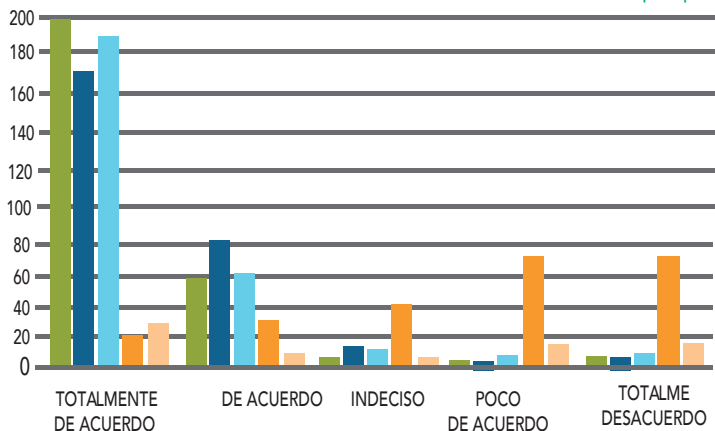


HIPOTESIS 2: Principalmente los alumnos desean continuar sus estudios para tener una superación personal y para apoyar económicamente a su familia.

Esta hipótesis fue aceptada ya que son los factores más influyentes para que los alumnos continúen con sus estudios además se determinó que otro factor importante es el mejorar su calidad de vida.

Factor para contar con un estudio

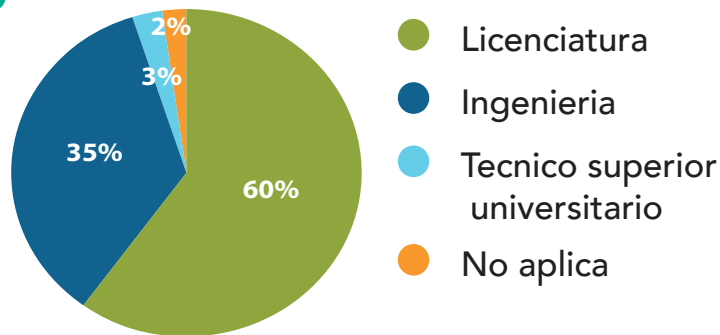
Ilustración 2 Factores para continuar con estudios. Elaboración propia



HIPOTESIS 3: Los jóvenes desean estudiar una ingeniería.

Esta hipótesis es desechada ya que los resultados fueron más tendientes a seleccionar una licenciatura, debido a que no se tiene agrado por las matemáticas.

Ilustración 2 Factores para continuar con estudios. Elaboración propia

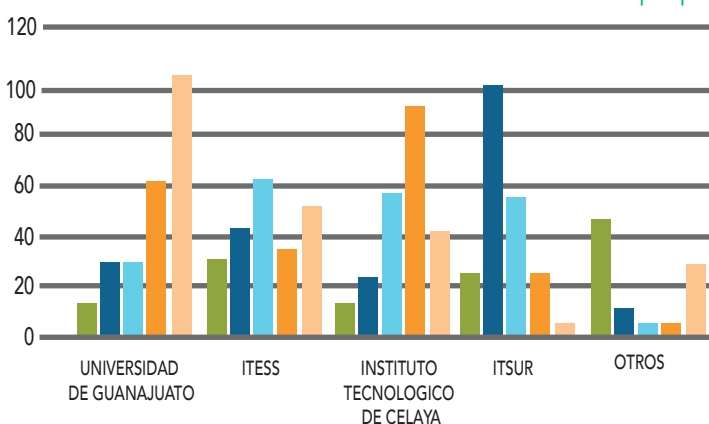


HIPOTESIS 4: El ITESS es la escuela más seleccionada por la cercanía.

Esta hipótesis tuvo que ser desechada ya que en los resultados aun con la cercanía el ITESS está por debajo del tecnológico de Celaya y la universidad de Guanajuato.

Opción de Universidad cercana

Ilustración 4 Opción de universidad cercana. Elaboración propia

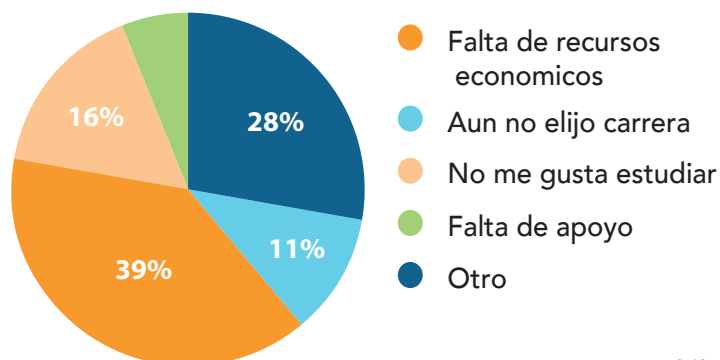


HIPOTESIS 5: El factor principal por el cual los jóvenes no continúan sus estudios es la falta de interés.

Esta hipótesis es desechada ya que se encontró como principal factor el económico.

Cuales son los factores mas influyentes para que no continúes con tus estudios

Ilustración 5 Factores para continuar con estudios. Elaboración propia



Discusión y conclusiones

Aun cuando es ITESS es una opción viable por la cercanía, aun no es muy reconocido y aceptado por los jóvenes de nivel media superior. Es necesario realizar una nueva estrategia de captación y de apoyo tanto en seguimiento a resultados como en lo económico, además de apoyar con la accesibilidad de transporte y de instalaciones.

Los resultados de esta investigación permiten identificar las causas por las que todavía no es aceptado como primera opción el tecnológico para continuar los estudios de nivel superior, y puede aportar información que apoye estrategias para el área de comunicación y tutorías de tal manera que se puedan generar estrategias más adecuadas en la captación y seguimiento de los alumnos que permitan disminuir los índices de reprobación y deserción presentados en el tecnológico.

Apoyando el área de comunicación se debe realizar un trabajo más intenso para que los jóvenes puedan conocer una imagen más completa del tecnológico. Realizar una evaluación de las principales competencias de tal manera que se revisen nuestras áreas de oportunidad y trabajar en ellas.

Considero en tutorías podría aportar información mucho más completa para trabajar con los alumnos desde antes de su ingreso al instituto, y evitar el factor de la desmotivación o desinterés por su escuela.

Debe ser un trabajo conjunto y considero debe ser ya una investigación longitudinal para que pueda generar mejores resultados.

Queda demostrado que a los alumnos el interés no es la escuela cercana, sino aquella que me proporcione una herramienta para lograr mis objetivos de vida como el crecimiento económico y personal, y una mejora en su calidad de vida.

Referencias

Lafenetre, M. (1 de mayo de 2016). e-how en español. Obtenido de e-how en español: http://www.ehowenespanol.com/factores-afectan-eleccion-carreras-parte-estudiantes-info_245032/

Martínez, J. M. (2012). La elección de una carrera: complejidad y reflexividad. En J. M. Martínez, Jóvenes y bachillerato (pág. 360). México, D.F: ANUIES.

MENDOZA, M. T. (2000). ELECCION DE CARRERA PROFESIONAL: VISIONES, PROMESAS Y DESAFIOS. CIUDAD JUAREZ, CHIHUAHUA: UNIVERSIDAD AUTONOMA DE CIUDAD JUAREZ.

político, A. (24 de Junio de 2014). Universia México. Obtenido de Universia México: <http://noticias.universia.net.mx/en-portada/noticia/2014/06/27/1099707/mexicanos-eligen-carrera-universitaria-razones-equivocadas.html>

Posada, S. G. (02 de 02 de 2009). Técnicas de investigación. Técnicas de investigación. Periera, Periera, Colombia: Universidad nacional abierta y a distancia.

Quintero, N. G. (20 de Abril de 2012). El universal.mx. Obtenido de El universal.mx: <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/842355.html>

SALVATIERRA, I. T. (15 de 06 de 2015). MANUAL DE ORGANIZACION. MANUAL DE ORGANIZACION. SALVATIERRA, GUANAJUATO, MEXICO: PROPIA.

Sampieri, R. H. (2006). Metodología de la investigación. En C. F.-C. Roberto Hernández Sampieri, Metodología de la investigación. (pág. 882). México D.F: Mc. Graw Hill.

ENTREPRENEUR IN THE DIGITAL AGE: ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION IN THE PERSPECTIVE OF SOCIAL RESPONSIBILITY

Emanuel Leite
José Ramón-Cardona,
Juliana Cysneiros Sande Carvalho,

Introducción

. Podemos afirmar que, até pouco tempo, empreendedor era uma palavra que pouco significava para a maioria das pessoas. Todavia, hoje a figura do empreendedor já é bastante conhecida. Talvez não fosse tanto o alvo das atenções da opinião pública, como é na atualidade, pois seu papel é de grande importância no desenvolvimento econômico e social como gerador de empregos e renda. De fato, o empreendedor é uma das personagens de maior relevância na história recente da humanidade, sendo o maestro de uma das instituições mais importantes da sociedade moderna: a empresa. Mas se a figura do empreendedor é tão importante, por que a sua história nunca foi devidamente estudada? É a história social do empreendedor. Os romancistas e historiadores encararam os empreendedores como uma raça à parte, muito mais ainda do que jornalistas, engenheiros, etc... No entanto, eles estão no centro da sociedade dotados de uma confiança baseada na sua capacidade de realização e no conhecimento pelo que são capazes de executar. À medida que a competição econômica e a necessidade de se criar postos de trabalho vão crescendo, a figura do empreendedor é cada vez mais fundamental na perspectiva da responsabilidade social no desenvolvimento de empreendimentos sustentáveis. Faz-se necessário difundir a responsabilidade social no mundo dos negócios.

Revisión de la literatura

Este texto analisa a relação entre empreendedorismo, inovação, star-ups e a incubação de empresas. Especificamente, estuda-se a tríade: como o empreendedorismo e a inovação se relacionam? Que mecanismos usar transformar inovadores em empreendedores criadores de empresas? Quais são os fatores que influenciam transição de inovadores para empreendedores criadores de empresas? A fundamentação teórica encontra-se embasada no exame da literatura que aborda a inovação, empreendedorismo, star-ups e incubadora de empresas.

O trabalho procura identificar as similaridades e diferenças comportamentais entre inovadores e empreendedores. Sempre existiu no ser humano um desejo e um interesse inquestionável por crescer, progredir, isto tem impulsionado o empreendedorismo, o surgimento de empreendedores que desenvolvem ações, transformam-se em uma opção de vida onde procuram por em prática toda a sua capacidade de criação e inovação.

Revisão da Literatura

A literatura tradicionalmente destaca que o empreendedor identifica e avalia as oportunidades. Entretanto, o empreendedor da Era Digital vai muito além da simples identificação das oportunidades, ele cria as oportunidades através de uma percepção aguçada da envolvente ambiental. O empreendedor converte idéias em oportunidade de negócios, isto é, a idéia tem que ter mercado (clientes).

Em inglês se utiliza o vocábulo francês “entrepreneur” para denominar os empreendedores, as pessoas que se estabelecem por conta própria. Trata-se de indivíduos que por sua conta e risco criam uma nova empresa, normalmente uma pequena, para fabricar um produto ou oferecer um serviço, geralmente novo.

As definições de empreendedorismo enfatizam uma escala larga das atividades incluindo a criação das organizações, de realizarem novas combinações dos fatores de produção, da exploração das oportunidades, de enfrentar a incerteza.

Os empreendedores “compram em determinados preços no presente e vendem em preços incertos no futuro. O empreendedor é um portador da incerteza”. É o agente “quem une todos os meios de produção e quem encontra no valor dos produtos... e (re)investindo o capital inteiro, emprega pessoas, paga salários, distribui lucros.”

Os empreendedores tentam prever e agir em cima da mudança dentro dos mercados. É seu papel trabalhar a incerteza da dinâmica do mercado. É requerido executar funções gerenciais fundamentais como o sentido e o controle.

O empreendedor é o inovador que executa a mudança dentro dos mercados ao realizar combinações novas. Realizar novas combinações pode significar na percepção schumpeteriana: a) a introdução um novo produto / serviço; b) a introdução de um método novo da produção; c) a abertura de um mercado novo; d) a conquista de uma fonte nova de novos materiais ou de componentes; e e) organização de alguma nova indústria.

A atividade empreendedora envolve criar oportunidades dentro do sistema econômico. O empreendedor percebe o que cliente necessita e, em seguida, diferencia o produto ou serviço para ele.

As idéias estão guindo a economia, as idéias enriquecendo as pessoas e, acima de tudo as idéias estão mudando o mundo. Logo, mesmo que o indivíduo não tenha a menor idéia de como organizar a produção de idéias, uma coisa está clara: se conseguir que as pessoas aceitem, adorem e cultivem suas idéias, o promotor das idéias será um vencedor. Ganhará reconhecimento, poder e mudará o mundo. Uma idéia parada não vale nada, mas uma idéia em movimento sim, porque cresce e contamina todos que entram em contato com ela.

Uma idéia contagiante começa com um manifesto de idéia, um ensaio lógico e poderoso, que reúne uma série de idéias existentes e as transformam em uma idéia nova e mais ampla, mais unificada e atraente. Às vezes esse manifesto assume o formato de um ensaio escrito. Também pode ser uma imagem, uma canção, um produto ou um processo eficiente e eficaz.

O meio não importa o que importa é a mensagem. Se for capaz de utilizar seu manifesto para mudar a forma de pensar, falar e agir das pessoas, o empreendedor terá criado algo de valor. É preciso entender que o consumidor já não está interessado em comprar um produto/serviço. Na verdade, o produto/serviço não passa de um artefato em volta do qual acontecem experiências. Mais ainda: os clientes não mostram grande vontade de aceitar experiências engendradas pelas empresas. Querem, cada vez mais, dar forma às experiências.

Qualquer empresa sem estratégia simplesmente corre o risco de se transformar numa folha seca que se move ao capricho dos ventos da concorrência. A única forma de prosperar no longo prazo é perceber de que forma ela pode ser diferente das outras empresas. As capacidades gerenciais são diferentes das capacidades empreendedoras. O empreendedor preenche as deficiências do mercado com a oferta de novos produtos e serviços.

O empreendimento envolve as “atividades necessárias para criar ou continuar uma empresa onde os mercados ainda não estejam bem estabelecidos ou definidos claramente e/ou em que parte relevante da função de produção não está completamente conhecida ou estabelecida”.

O empreendedor reconhece e age em cima das oportunidades do mercado. É essencialmente um inovador, envolve-se com a criação de organizações novas e inovadoras. Empreendedorismo “é o processo de identificar, de desenvolver, e de trazer uma visão à vida. A visão pode ser uma idéia inovadora, uma oportunidade, ou simplesmente uma maneira melhor fazer algo. O resultado final deste processo é a criação de algo novo, correndo todos os riscos por esse ato novo, dado a forma sob circunstâncias do risco e da incerteza considerável.”

Todos os seres humanos têm uma área da vida na qual é especial, seja no campo das competências intelectuais, seja no setor das emoções – e por isso pode inspirar outras pessoas. O problema é que, muitas vezes, os indivíduos não sabem sequer rastrear as próprias habilidades. Faz-se mister desenvolver a capacidade empreendedora, portanto, é descobrir qual são nossas aptidões.

Em um ambiente competitivo, um empreendedor é o desbravador das oportunidades. Para cada oportunidade há sempre um obstáculo a ser superado. Expande os mercados, mas aumenta a concorrência. Em resumo, o empreendedorismo é visto freqüentemente enquanto uma função que envolva a exploração das oportunidades que existem dentro de um mercado. Tal exploração é a mais geralmente associada com o sentido e/ou a combinação de novas formas de produção. Os empreendedores geralmente correm riscos ao perseguirem oportunidades, usualmente associados com as ações criativas e inovadoras para atingir os seus objetivos. Neste sentido a atividade empreendedora é fundamental para o desenvolvimento econômico de qualquer país. O empreendedor pode ser apresentado como um indivíduo cheio de energia em contraste com aqueles que não apresentam o mesmo comportamento empreendedor.

O empreendedor põe em marcha os processos revolucionários associados com a mudança. Para tanto tem necessidade de aprender, ter pendor para ação, gosto pela ambigüidade, antipatia por ofuscadores pomposos e inflexíveis, disposição para tiros certos, crença na curiosidade de todo o mundo, uma vontade de ser estranho. Quando uma empresa se adapta a mudança, ela está apenas fazendo o mínimo para sobreviver. Para ter sucesso, precisa se antecipar à transformação, ser mais rápida do que a transformação.

Podemos afirmar que tudo gira em torno da oportunidade; do empreendedor (sua equipe) e os recursos necessários para iniciar a empresa. Destes três componentes o empreendedor e sua equipe são considerados os mais importantes. O segundo componente é a oportunidade. As oportunidades existem devido as constantes mudanças, as incongruências, etc. O terceiro componente é o recurso. Saber quando estes três componentes combinam entre si e quando não, é a chave do êxito empresarial.

Os empreendedores são capazes de diferenciar rapidamente uma idéia de uma oportunidade. É fundamental no empreendedorismo a capacidade de identificar idéias que podem converter-se em oportunidades empresariais que surge da capacidade de ver o que outros não vêem – que um mais um é igual a três ou mais. Em outras palavras, oferta de produtos / serviços que atendam os desejos e necessidades dos clientes e não os que a empresa quer. Nenhum valor é criado ao menos que haja compradores para o produto / serviço colocado no mercado.

Se os empreendedores se concentrarem em fazer contribuições inovadoras numa área que os apaixone, que as façam melhor do que ninguém e que impulsione seu empreendimento de forma sustentável e econômica, o crescimento certamente virá baseado na ética, paixão pelo que faz, capacidade de execução com obstinação e perseverança.

As pessoas podem estar à procura de alguma coisa diferente do que o pode encontrar hoje no mercado. Vivemos novos tempos.

Uma Era de mudanças, transformações onde florescem as oportunidades para empreendedores de visão mais alargada. É chegada a hora de arriscar, ser arrojado para desenvolver produtos/serviços de valor acrescentado para a empresa e que atenda os desejos e necessidades dos clientes.

A coisa mais frustrante para um indivíduo de 20 e poucos anos com um bom diploma universitário é ter que ir trabalhar em uma grande empresa. Esse jovem deve ser orientado para ser um empreendedor, montar seu próprio negócio.

O mundo dos negócios é uma verdadeira selva. Uma selva em que as idéias novas não substituíram as anteriores, mudaram, fundiram-se e se “integraram” – em um enfoque sistêmico. Uma selva cuja evolução não se detém. Na selva dos negócios, vários empreendedores já perceberam que o mundo se transformou num ambiente político-econômico fluido e sem fronteiras.

Os negócios morrem aos milhares a todo instante porque as pessoas têm boas idéias, mas acaba por não as colocar em ação. Empreendedores cometem grandes erros. Em tempos de mudanças descontínuas, erros não bastam. São necessários “grandes” erros. Atribui-se grande parte do sucesso dos empreendedores bem-sucedidos a uma cultura corporativa livre de culpas, que se distingue pelo empenho em avançar sem vacilações, apesar dos erros que se cometem no momento de inovar.

O empreendedor se pergunta o que precisa ser feito e o que é melhor para a empresa; desenvolve planos de ação e os comunica; concentra-se mais nas oportunidades do que nos problemas; cuida para que as reuniões sejam produtivas; pensa e diz “nós” em lugar de “eu”.

O empreendedor tem que manter o espírito empreendedor em constante ebulição diante das diversas ondas de mudanças tecnológicas e econômicas. Deve gerir o trabalho de adaptação, que consiste em aprender a lidar com os conflitos existentes entre as crenças e a realidade a ser enfrentada. Para sobreviver a esse novo paradigma é necessário desenvolver o posicionamento, a inovação, a produtividade, os recursos físicos e

financeiros, a rentabilidade, o desempenho dos trabalhadores e a responsabilidade pública.

Caberá ao empreendedor da Era Digital, pessoa com responsabilidade social, ético, gerir um empreendimento baseado na inovação, quem estará destinado a criar os negócios baseados no conhecimento. O modelo que norteará o trabalho é fundamentado na inovação sistemática gerado nos star-ups que ofertam produtos/serviços no mercado propiciando a criação de riquezas para a sociedade como um todo.

Inovar é um fenômeno sutil e complexo em análise contínua: ela é espontânea ou provocada? Como chega aos mercados de produtos e serviços? Como se converte em uma força criadora de valor econômico? Um dos primeiros economistas do século XX a estudar a inovação foi Schumpeter, para quem as inovações e as mudanças tecnológicas são produtos do empreendedorismo.

A inovação floresce em ambiente nos quais o empreendedor dissemina entre os seus colaboradores a reconhecer o poder das equipes pequenas, esquecer a presença de hierarquias e os títulos, adotar uma visão de longo prazo, achar tempo para a comunicação pessoal, ser um líder na prática (capacidade de iniciativa) e celebrar o fracasso.

Ao lado das dificuldades iniciais enfrentadas por qualquer pessoa que decide explorar a oportunidade de um negócio próprio, há desafios que são fontes permanentes de preocupações para as novas empresas (star-ups).

Na economia baseada no conhecimento, a nova moeda é o aprendizado. Se o empreendedor quer montar uma empresa que possa sobreviver à sua primeira boa idéia tem que criar uma cultura que valorize o aprendizado. Manter a sede de conhecimento e (des) aprender continuamente. É certo que os empreendedores, embora não sendo os únicos, são os inovadores mais bem-sucedidos e raras vezes planejam como fazer. Simplesmente inovam. Tornam obsoletas tecnologias e modelos de negócios.

O empreendedorismo envolve a criação de valores, o ato de iniciar ou desenvolver um empreendimento, que vise lucro ou não, o processo de

fornecer um produto ou serviço, e a intenção de gerar riquezas através de uma organização ou via iniciativa individual. O desejo de ser empreendedor é o ponto de partida para desencadear o processo de mudança no comportamento do indivíduo que acredite que o empreendedorismo seja uma opção de vida. Esse desejo é consequência de estímulos pessoais, sociais e culturais.

As principais barreiras encontradas no percurso do candidato a empreendedor são: a) onde encontrar a oportunidade de negócio?; b) carência de conhecimento da área de negócio escolhida; c) falta de formação empreendedora e gerencial; d) dificuldades de obter financiamento; e e) in experiência em lidar com o componente risco.

A análise fundamenta-se em clarificar a principal atividade – o que a empresa faz? Mercado – Quem é o cliente? Que necessidades do cliente a empresa satisfaz? Quais são os fatores macroeconômicos que orientam a demanda? Concorrência – Quais são as oportunidades e os riscos principais? Operações - Como a empresa ganha dinheiro? O que cria valor para o cliente? Desempenho – Qual é o índice de crescimento da receita? Qual é a margem de contribuição ou a margem bruta? Qual é o retorno do investimento? Gestão – Empreendedores à altura da tarefa?

Nenhum empreendedor deveria menosprezar o recurso à história. Dois séculos atrás foi dito que o empreendedor é aquele que “move” recursos econômicos de baixa produtividade para uma área de maior produtividade e rendimento. Em outras palavras, é quem domina os segredos dessa arte, até certo ponto mágica, criar valor econômico.

Empreendedorismo cria algo diferente com valor para o cliente, investindo tempo e recursos, assumindo os riscos financeiros, psicológicos, etc. e recebendo a justa recompensa, que é materializado através do lucro, e satisfação pessoal por ter conseguido atender um desejo/necessidade da sociedade.

Mudanças no mundo laboral, na própria natureza do trabalho, empregando mais conhecimento intensivo, mais flexibilidade, organizações virtuais, etc.. Isso significa desafiar empreendedores a pri-

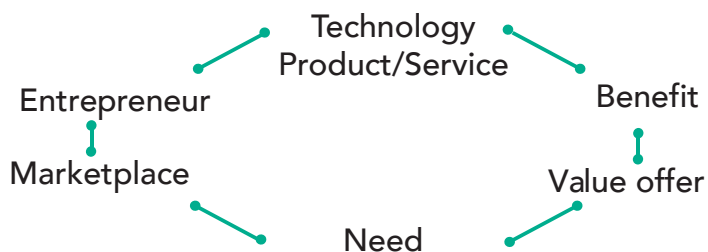
morar sua capacidade de gerar valor, mudar hábitos, ser flexível e desenvolver novas competências.

O mundo empresarial precisa de empreendedores estimulados pela oportunidade e capazes enfrentar o desafio, a incerteza de mercados inexplorados. Empreender implica em aceitar a idéia de que a atividade empreendedora tem dois lados e que isso é inerente ao processo, administrando a incerteza e as tensões.

Especificamente, pretende-se nesse estudo examinar a relação entre o papel do empreendedor e o papel do inovador e como um influencia no outro. É propósito da investigação analisar os fatores que motivam uma inovação em uma atividade empreendedora. Discutir como fazer isso é importante para instituições envolvidas com o incentivo a inovação e ao empreendedorismo. A inovação é a essência do empreendedorismo. A inovação é um componente essencial do empreendedorismo e um elemento chave na competitividade das empresas. Não podemos dissociar o empreendedorismo da inovação. “A inovação é o instrumento específico do empreendimento. O ato que dota recursos com uma capacidade nova criar riquezas”.

A moderna economia tem necessidade de novas estruturas por parte das empresas para vincular-se com sucesso em novos esquemas de concorrência e mudanças tecnológicas, que as empresas desenvolvam mecanismos de cooperação para a criação de novos produtos/serviços, com a agregação de valor para o cliente, sendo o empreendedor o elemento primordial para que tudo se inicie como podemos ver na figura 01.

Figura 1. Proposta de Valor



Fuente: Leite (2006)

Então como gerar uma nova idéia revolucionária ou inventar um novo modelo de negócios? Não é algo que se pode fazer todos os dias nem depender de inspiração. O objetivo é descobrir o que os clientes gostariam que um produto ou serviço fizesse para eles. Depois do advento da Internet e das novas tecnologias do conhecimento e da informação, as complexidades interna e externa das organizações em seu entorno aumentaram. As novas tecnologias possibilitam mais utilidades aos usuários, mais benefícios, melhor performance, redução de custos, etc...

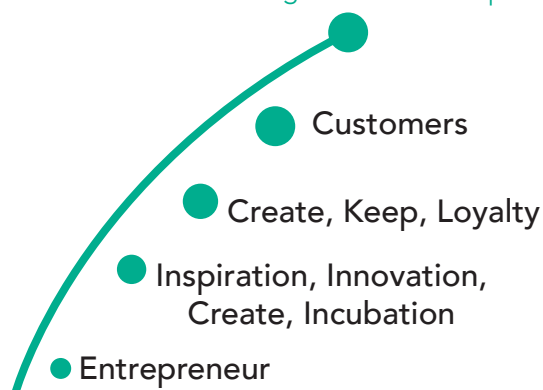
Figura 2. Tecnologia x Benefícios

Technology ● Functionality ● Benefits

Fuente: Leite (2006)

“O empreendedor olha ao seu redor e pergunta-se – por quê? Porém sonha coisas que nunca viu antes e questiona-se – porque não?” É o momento de colocar em prática os 4 Is – inspiração, inovação, implementação e incubação.

Figura 3. 4 I's Entrepreneurship



Fuente: Leite (2006)

O organograma de toda empresa devia ter a forma de um átomo, e a palavra cliente escrita bem no meio. O empreendedor de sucesso precisa conscientizar os seus funcionários para resolver qualquer problema que o cliente tenha. Todos sabem que o lucro é fruto da criação, manutenção e fidelização dos clientes.

Cada vez mais se usa a inovação para explorar as oportunidades geradas pelas mudanças. Isto vem tornando-se cada vez mais evidente quando avançamos rumo à sociedade pós-capitalista baseada no conhecimento.

Uma das dimensões-chave para a empresa desenvolver-se em direção a seu mais alto potencial é seu apetite por mudanças, que consiste na capacidade de se desapegar do passado e criar de forma proativa, novas formas de fazer as coisas que lhe trarão sucesso no futuro.

Muito se fala das rápidas mudanças no mundo dos negócios, do poder crescente dos clientes. Hoje a mudança tem características próprias: é perigosa, traiçoeira, imprevisível e sempre surpreendente. Possui alcance, nível de turbulência e aceleração nunca vistas. E o mais atemorizante para os “privilegiados” tempos que viver nesta época: a mudança é hipercrítica.

O mundo dos negócios está em ebulição. Vive-se em uma era de mudanças. Assiste-se a troca do paradigma da era industrial, quando o foco estava nos pontos fracos, pelo paradigma da era do conhecimento, que determina que cada empreendedor deva concentra-se em seus pontos fortes e compensar os fracos montando equipes em que haja pessoas com habilidades complementares.

O segredo para alimentar a inovação está em criar autenticamente um espaço em que seja possível correr riscos. O comportamento de correr riscos deve fazer parte da cultura e emergir da maneira como as coisas são feitas ao seu redor. Então, a pergunta é: como se estimula uma cultura propensa a assumir riscos?

A essência do empreendedorismo da Era Digital está em uma cultura do risco profundamente arraigada, por isso, há uma enorme diferença entre criar uma empresa em uma incubadora e fora dela.

É preciso estabelecer uma verdadeira ecologia de inovação, na qual a polinização cruzada entre e suas competências técnicas é o segredo do sucesso. A cultura das empresas incubadas é a ultra competição e a inovação. O risco e a experimentação de idéias novas têm que ser encorajados, pois os retornos podem ser enormes.

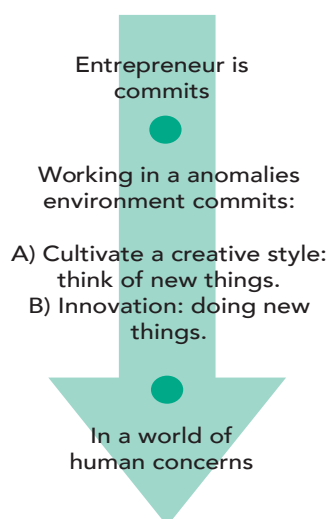
O empreendedor alavanca de ativos a capacidades para a criação de novos negócios. A economia digital oferece grande variedade de ferramentas gerenciais e práticas, como a incubação de empresas, que materializam as idéias em instalações de tijolo e cimento.

Tais ferramentas e práticas podem ajudar empreendedores a desenvolver a capacidade de criar novas empresas por meio de incubadoras. É facilitar o crescimento mediante o acesso ao processo de incubação de empresas de base tecnológica fundamentadas em investigação e desenvolvimento.

O empreendedor cria valor ao desenvolver novos negócios por meio de incubação de startups (empresas iniciantes). Na realidade, deve transformar-se em agentes de mudança que toda empresa necessita. Como o ambiente se transforma numa selva virgem é preciso alguém que esteja disposto a liderar a empresa para atingir os objetivos.

O empreendedor deve ser capaz de sintetizar todas as forças internas e externas harmônicas e desenhar o melhor cenário possível para empresa. Somente é possível que a inovação aconteça na vida organizacional quando a cultura realmente estimula que se corram riscos no que respeito à tecnologia. O ritmo vertiginoso de mudança tecnológica somente é superado pelo do conhecimento. Cerca de 12% do que sabemos hoje surgiu nos últimos cinco anos. Podemos sintetizar na figura 04 esse pensamento.

Figura 4. Entrepreneurial vs Creativity vs Innovation



Fuente: Leite (2006)

O segredo para vencer a corrida dos negócios pode não estar nas qualidades evidentes, mas na capacidade de inovar, de se adaptar sem perder a essência. Estamos diante de um novo conceito associado à idéia de mudança: "resiliência".

Tomado emprestado da engenharia, define-se como a capacidade de se adaptar constantemente diante de circunstâncias adversas, mantendo a essência da organização, mas com mudanças de processos e condutas.

O empreendedor opera em um determinado contexto ambiental – junto a um conjunto de expectativas que são compartilhadas, estabelecidas, embutidas em uma organização, comunidade profissional, ou na sociedade como um todo.

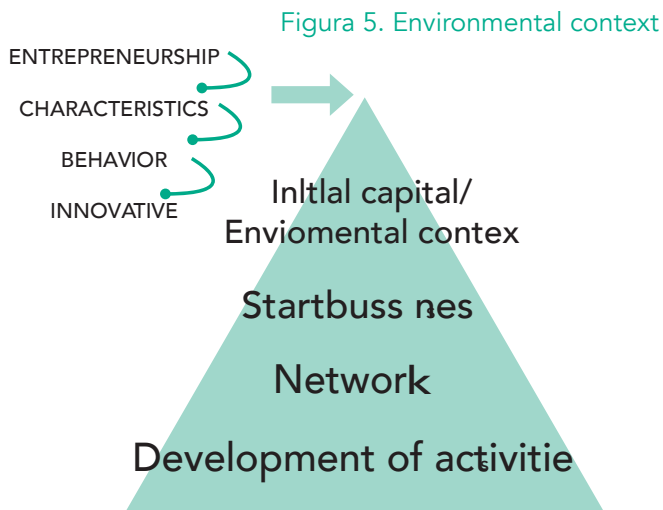
Um dos maiores desafios da era em que vivemos reside no fato de que, à medida que conquistamos acesso a um número maior de informações, paradoxalmente temos menos condições de gerar conhecimento a partir dessas informações.

O exame da literatura nos permite argumentar que inovação e empreendedorismo está cada vez mais intrinsecamente relacionados com a envolvente ambiental. É fundamental para a economia a transformação de inovadores em empreendedores criarem um ambiente econômico, social, político, etc. que favoreça a inovação e o insumo básico do empreendedorismo. Para muitos, tornar-se um empreendedor é uma maneira de "viver o próprio sonho". A busca por novas oportunidades traz grandes incertezas para os empreendedores. A tarefa crucial para o espírito empreendedor é administrar com eficiência e eficácia as incertezas inerentes à criação de novos empreendimentos. A mudança tem que estar incorporada a cultura da empresa desde a sua criação. Esse é o desafio no mundo das empresas iniciantes.

As competências centrais de aprendizado para construir empresas sustentáveis são: desenvolver uma visão compartilhada, desvendar e testar modelos mentais, adotar e atualizar futuros emergentes, promover discussões estratégicas de larga escala e reformular forças que mantêm o "status quo".

A busca de oportunidades de negócios promete recompensas, mas está rodeada de incertezas. Ignorá-las, e seguir adiante foi o enfoque escolhido pela primeira geração de empreendedores ponto com, e as conseqüências disso já são amplamente conhecidas.

Outra categoria de empreendedores procura evitar as incertezas e não se aventuram, esquecendo-se de que sem riscos não existem recompensas, como podemos ver na. A figura 05.



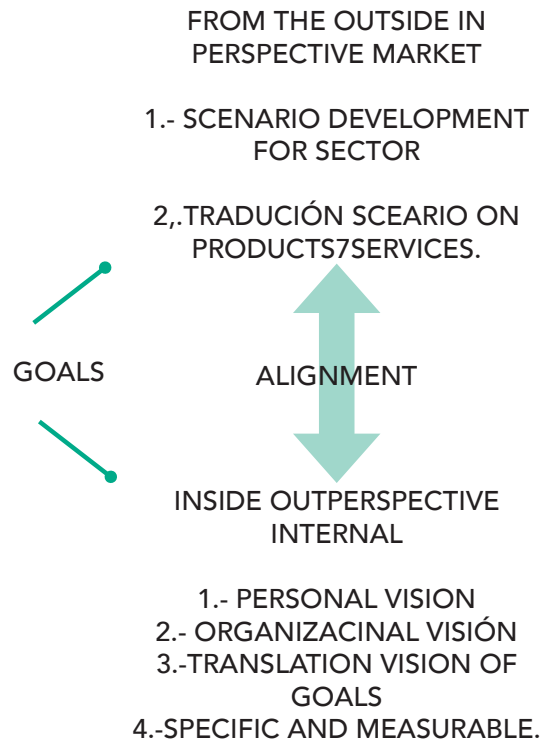
Fuente: Leite (2006)

Estamos na sociedade da pós-informação. Cada vez que uma nova onda surge, vivemos uma época de incertezas, Agora chegamos ao ponto em que a situação talvez nunca se estabilize: um estado contínuo de incerteza. As oportunidades estão em toda parte. Antes de tudo, o indivíduo deve analisar suas próprias capacidades e paixões. Se a pessoa não gosta do que faz, suas chances de sucesso são exíguas. O sucesso de um empreendimento depende de quatro condições: a) objetivo comum; b) reação ao ambiente; c) liderança capaz; e d)fluxo de informação eficiente e eficaz.

Uma empresa na qual os seus empreendedores e funcionários se unem em torno de um objetivo será bem-sucedida. Portanto, a maior responsabilidade do empreendedor é unificar a empresa em torno de um objetivo comum, propiciar a liberdade para que todos os colaboradores possam desenvolver e aplicar seus talentos, em suma, uma melhor qualidade de vida no ambiente da empresa.

Isso significa que os pensamentos e realizações de cada integrante de uma organização devem estar alinhados com os objetivos estabelecidos pelo empreendedor. Nesse sentido, empreendedores hábeis podem exercer um controle bastante sutil sobre toda a empresa, como se tivessem conduzindo cada colaborador pela mão. O desafio que se coloca diante dos empreendedores é equilibrar os objetivos internos e os externos, como podemos ver na figura 06.

6. Goals: Combination of Two Perspectives



Fuente: Leite (2006)

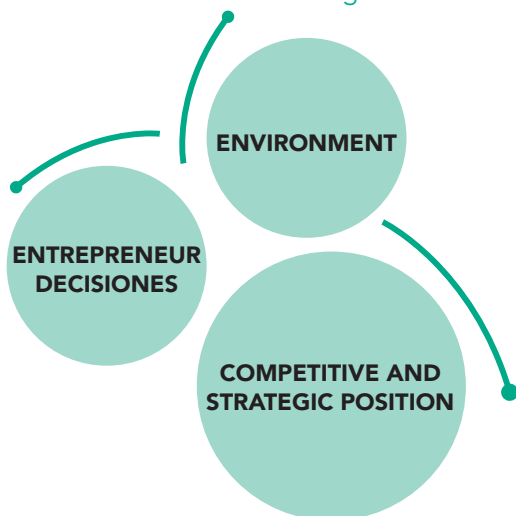
O empreendedor pode através de sua postura ética, caráter exemplar e dedicação ao empreendimento, comportamento empreendedor presente em todas as suas atitudes ser um exemplo para todos os seus colaboradores, visando criar e manter a harmonia em na empresa. Ser fiel a um conjunto princípios e valores, particularmente em uma época de mudanças nos negócios, porque nas empresas nascentes as pessoas esperam que o empreendedor faça parte de algo em que acreditam. É muito importante que valores fundamentais como a integridade e o respeito pelo indivíduo permaneçam em vigor quando o negócio se flexibiliza.

Prestar atenção na empresa propriamente dita e na criação de um objetivo comum é o que chamamos de foco interno, mas os empreendedores também precisam estar atentos ao ambiente externo – foco externo.

O sucesso ou o fracasso de uma empresa depende muito da qualidade das decisões dos empreendedores, e por isso é essencial que elas sejam tomadas a partir de uma clara percepção do ambiente externo. Não existe uma receita para o sucesso, sobretudo num ambiente dinâmico, cujas condições estão em constante transformação.

Os empreendedores devem ter a habilidade para inovar constantemente e conseguir tomar as decisões corretas em novas situações, como retrata a figura 07.

Figura 7. The environment



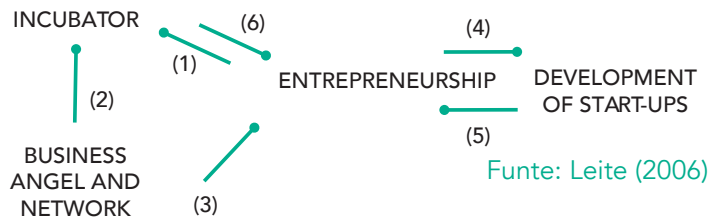
Fuente: Leite (2006)

O empreendedorismo é o exercício da liberdade de ação com uma visão de criar riquezas. Incubadora de empresas é o ambiente adequado para abrigar os inovadores que desejam tornarem-se empreendedores, pois podem incubar produto, desenvolver um novo processo, iniciar a sua rede de contatos e ser orientado para obter capital de risco, dentre outras atividades.

A inovação é cada vez mais crucial para o sucesso no mundo dos negócios. Ela é o sangue da empresa porque gera novos fluxos de receitas, mas deve estar orientada para o mercado. Não se trata de sonhar com novas idéias, mas sim, de reconhecer as oportunidades à medida que surgem devido às constantes mudanças de mercado.

As mudanças que o empreendedorismo, a inovação, a incubação os star-ups estão disseminando movem-se literalmente à velocidade da luz. Até onde irá essa revolução? O debate não terminou. Na economia da informação não pode haver regras mais importantes do que as que regem o empreendedorismo. Numa economia ligada em rede, o sucesso chega para aqueles empreendedores que sabem lançar-se no mercado com o produto/serviço certo.

Figura 8. The Dynamics of Entrepreneurship Process, Incubation and Business Angel



Fuente: Leite (2006)

“A inovação não é um termo técnico. É um termo econômico e social, seu critério não é a ciência nem a tecnologia, mas uma mudança no cenário econômico ou social, uma mudança no comportamento das pessoas como consumidores ou produtores, como cidadãos, estudantes ou professores ou como seja lá o que”.

O empreendedor não é necessariamente um inventor, porém tem que ser um inovador. Empreendedores inovam. Para tanto precisam ter atitudes e motivação para a buscar a inovação sistemática, desenvolver conhecimentos e habilidades no relacionamento humano, aliar intuição a experiência para transformar idéias em oportunidade de negócios. Empreender significa ter a habilidade de inovar, criar produtos/serviços, tornando os anteriores obsoletos. Esse é o verdadeiro empreendedor.

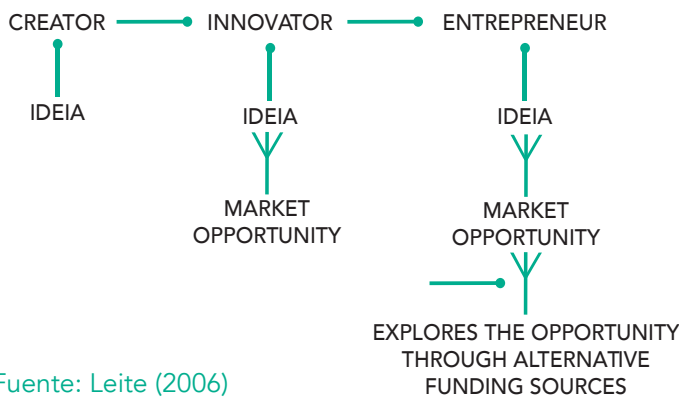
Inovação cria uma nova riqueza e destrói a antiga. Quem cria à nova e destrói a antiga riqueza são os empreendedores. Simultaneamente destroem o antigo e constroem o novo. No âmago da inovação encontra-se a capacidade de criar novas estratégias. O desafio é descobrir de onde vêm essas estratégias, que criem novas riquezas, que gerem novos mercados, novos clientes. Vive-se a Era do Empreendedorismo.

Quando observamos pessoas em sociedade ou individualmente deixando empregos relativamente seguros partindo para a criação de seu próprio negócio percebemos que estamos vivendo uma era de transição para o empreendedorismo em todas as vertentes da economia.

A Idade do Empreendedorismo radia-se pelo setor público, privado e principalmente pelo terceiro setor. É função dos empreendedores perceberem o momento certo, o ritmo e a maneira de fazer com que algo novo se firme.

O risco é uma das condições essenciais para a inovação, deve ser gerenciado – ou seja, alimentado e controlado. Além de encorajar as pessoas a correr riscos, preciso criar uma rede de segurança para elas. Os riscos devem ser administrados.

Figura 9. Focus on Entrepreneur



Fuente: Leite (2006)

3. A Essência do Empreendedorismo

Podemos perceber pela figura 10 que inovação mais empreendedorismo é igual à criação de riquezas, a prosperidade que tanto almeja toda a sociedade.

Os empreendedores têm muito dos artistas que sonham com algo e procuram tentar colocar isso em prática, usando a imaginação. “A imaginação é mais importante do que o conhecimento. O conhecimento é limitado. A imaginação permeia o mundo”.

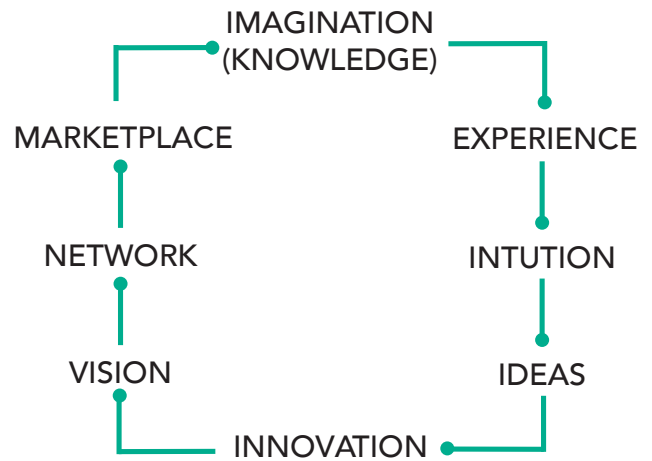
Para ser bem-sucedido no empreendedorismo (como em quase tudo na vida) o empreendedor se depara com três situações que envolvem parte arte e parte ciência, parte objetiva e parte subjetiva, parte abstrata e parte concreta.

Arte é paixão que cria sucesso e a ciência analisa, estuda o sucesso criado pela capacidade artística do empreendedor.

O espírito empreendedor é o responsável pela transformação da arte em uma oportunidade.

A ciência subsidia a análise dos mercados para que o empreendedor possa perceber quais as perspectivas dos mercados, onde estão a crescer, onde alocar os recursos etc.. Os empreendedores são frutos de seu processo de percepção, da realidade ambiental que os rodeiam e das solicitações que o ambiente mercadológico demanda. Nessa ótica existem várias formas de criar uma oportunidade de negócio, muitas maneiras de se iniciar um empreendimento e milhares de formas de ser bem-sucedido.

Figura 10. Factors that influence the perception of a business opportunity



Fuente: Leite (2006)

Todo ato empreendedor começa com uma visão de uma atrativa oportunidade de negócios. O conceito de visão nunca foi tão importante como nos dias de hoje. Uma visão clara é igualmente importante para empresas e pessoas que nelas trabalham a todos os níveis, Quando se cria uma visão “se está escrevendo uma Constituição, uma estrutura de referência para todos os membros da organização”.

Uma visão pode fornecer um mapa da direção futura e gerar entusiasmo por essa direção. Pode estabelecer ordem nos caos e ainda fornecer um critério para medição do êxito. Mas, para ser realmente eficaz, a visão deve ser bastante coerente para criar uma imagem identificável do futuro, ser bastante convincente para gerar comprometimento com o desempenho, enfatizar o que pode ser e esclarecer o que deve ser.

Uma visão é, em parte, racional (produto da análise) e, em parte emocional (produto da imaginação, intuição e valores). Questionamentos básicos: a) Qual é o nosso objetivo? b) Qual a força que nos impulsiona? c) Quais são nossos valores básicos? d) O que fazemos melhor? e) O que desejamos realizar? e f) O que gostaríamos de mudar?

A visão deve ser relativamente atemporal. Talvez sejam necessárias alterações caso ocorram grandes mudanças no ambiente, mas a visão deve ser estabelecida como se nunca fosse mudar. Por outro lado, as metas e os objetivos (meios) devem ser suficientemente flexíveis para possibilitar a realização da visão, tanto a visão (o fim) como as metas e os objetivos (os meios). A visão deve incluir todos os integrantes da organização. Para ser estabelecida, a eficácia da visão depende, em última análise, da participação total dos membros da organização, eles precisam ser donos da visão para que esta possa ser implantada.

Para o empreendedor, uma atrativa oportunidade é algo que tenha mercado ou potencial para ser criado que justifique o investimento em recursos humanos, financeiros, tempo necessário para aproveitar a oportunidade.

Inovação é a ação de introduzir, ou produzir algo novo, alguma idéia, método, instrumento, modos de pensar em: negócios, serviços, de entrar no mercado, de produzir, de formar ou organizar, solucionar problemas, realizar adaptações e modificações de bens e serviços destinados a solucionar necessidades ou gerarem novas.

O empreendedorismo é um processo que envolve a identificação e a redução de quatro grandes tipos de riscos: recursos humanos, tecnologia, mercado e o financiamento do empreendimento.

O empreendedorismo também precisa ser baseado em uma visão (isto é, valores e missão) e grandes estratégias (produtos/serviços e mercado) são necessárias, para tornar o empreendimento diferenciado dos demais existentes no mercado.

O fenômeno do empreendedorismo é responsável pelo desenvolvimento de uma cultura empreendedora que faz com que surjam novas empresas, criação de riquezas, emprego, renda, novos produtos/serviços frutos da inovação.

O mundo tem a necessidade de fomentar a personalidade empreendedora como um meio para criar fontes de emprego e para o enfrentar grande problema que é o desemprego, gravíssimo problema, o qual pode ser combatido em grande parte mediante o fomento de criação de empresas, colaborando também desta forma na diminuição da economia informal e de forma indireta, nos índices de marginalidade.

O setor educacional público e privado e os empreendedores têm tomado consciência da importância e necessidade de fomentar a personalidade empreendedora nos estudantes de nível superior. Por tal razão tem criado programas cuja finalidade é despertar nos estudantes a consciência da importância de empreender.

As pessoas que sobressaem são as que se distinguem por ter uma postura firme ou desejos muito intensos, são pessoas que têm atitude e capacidade de criar e aproveitar as oportunidades. Estas são algumas características que temos identificado nas pessoas empreendedoras: trabalho árduo e tenaz, criatividade, inovação, valor, orientação ao êxito, concentração, independência, tolerância, senso de oportunidade, versatilidade, responsabilidade, liderança, tenacidade e planejamento. Fomentar o espírito empreendedor nos indivíduos facilitará, em um futuro, criar fontes de emprego. Descobrir as razões pelas quais porque as pessoas têm dificuldades em empreender, permitirá ter um fator de realidade para se desenvolver a forma mais adequada para a disseminação do empreendedorismo.

A criação de empresas não distingue sexo, cor, raça, religião ou local de residência. Recompensa o esforço, a criatividade e a inovação daque-

les que têm capacidade de iniciativa. Nenhuma outra metodologia oferece com tanta intensidade a possibilidade de auto-suficiência, autodeterminação e melhoria econômica como a criação de empreendimentos.

Empreendedorismo, uma forma de pensar, raciocinar, agir, atua nas oportunidades centradas em uma visão, respaldada em uma missão, que tem se expandido mundialmente. Assembleia Geral da Organização Mundial das Nações Unidas em 1994 aprovou, por unanimidade, resolução que recomenda a promoção do empreendedorismo em todas as nações.

Todo tipo de forças externas (sociais, econômicas, sindicais, trabalhistas, burocracia, etc.) atuam sobre o empreendedorismo e reforçam a necessidade para a compreensão do processo empreendedor. Por exemplo, os ciclos econômicos podem flutuar drasticamente, oscilando em período de extremo otimismo bem como uma profunda recessão.

O empreendedor é o produtor de valores de mercado, que corre riscos, está em permanente alerta para criar as oportunidades para produtos/serviços que ainda não tenham sido descobertas e atua para aproveitá-las. A sua atuação beneficia toda a sociedade.

São indivíduos com visão empreendedora, que manifestam uma conduta e orientam seu comportamento ao desenvolvimento do espírito empreendedor, gerando e aproveitando idéias inovadoras, desenvolvidas como oportunidades de negócios rentáveis para o benefício do empreendimento e da sociedade da qual é parte integrante.

É necessário afirmar que o empreendedor é uma pessoa que percebe a oportunidade que oferece o mercado e tem a motivação, a iniciativa e a habilidade de mobilizar recursos a fim de ir ao encontro da dita oportunidade. Deve ter confiança em sua idéia, ser capaz de mobilizar uma boa equipe de colaboradores, saber vender as idéias e sobre tudo ser eficiente e eficaz naquilo que faz.

4. O Espírito Empreendedor

Conceituar em que consiste o espírito empreendedor não é questão simples, visto que existem muitas características que tem umas pessoas e outras não, porém que de qualquer maneira os fazem vitoriosos; na atualidade o espírito empreendedor é sinônimo de inovação, mudança, criação de uma empresa, ou correr riscos.

Todas as pessoas de forma inconsciente andam pelo mundo estudando novas formas de produtos e serviços que facilitem nosso cotidiano, sem dúvidas somente aquelas pessoas que são realmente empreendedoras, diligentes e ousadas são as que hoje é proprietária de seu próprio negócio que utiliza uma dependência de sua residência, uma garage, ou outro pequeno local, não dormem pensando na melhor maneira de levar a cabo o seu sonho, a sua visão de negócio, estuda em profundidade a sua idéia até converter-se em realidade quando se cria a oportunidade o aproveitamento com lucro da idéia.

O espírito empreendedor é importante para todos os indivíduos, porém é mais relevante quando se possui estudo de licenciatura que fornecem as ferramentas básicas para pensar na formação de um próprio negócio. Não necessariamente se deve trabalhar para outras pessoas, também tem que aproveitar tantos anos dedicados aos estudos, para que ao concluir ou durante o transcurso da carreira, se comece a desenvolver a capacidade de ser crítico de tudo o que se vê, para reconhecer as coisas que se podem melhorar, ou as coisas novas que se podem criar, e que a sociedade a necessite, desta maneira não somente se estará pensando no seu próprio bem-estar, da sociedade quando existe a possibilidade de dar outras pessoas trabalho e melhorar a economia do país. É importante reconhecer nosso espírito empreendedor, pois a confiança em si mesmo, é o primeiro passo rumo ao sucesso do empreendedor.

O fomento do espírito empreendedor é importante, a existência deste não implica necessariamente a criação de empresas, por esta razão a criação das mesmas vai depender mais do que espírito empreendedor, da personalidade empreendedo-

ra que se possui, dada a importância deste tema, tornar-se relevante este estudo sobre empreendedorismo, incubação e os star-ups.

5. A Personalidade do Empreendedor

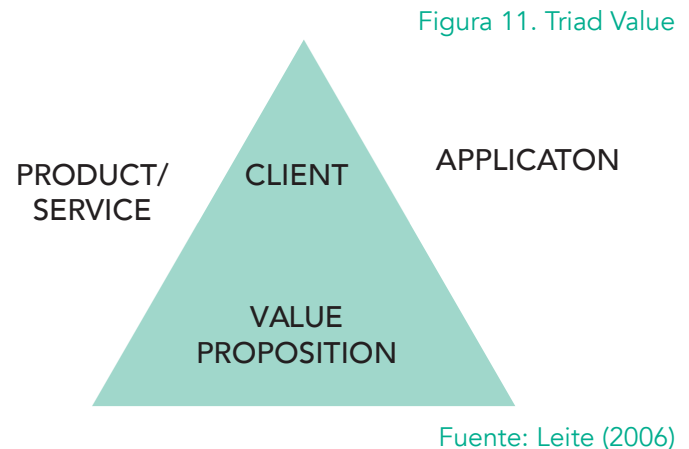
O empreendedor é autônomo, visualiza, cria a oportunidade, cria algo do nada. É apaixonado pela sua idéia, corre riscos calculados. Em realidade quer fazer algo diferente, por que se sente diferente dos demais e deseja imprimir sua marca neste mundo. O que marca a diferença do empreendedor em relação ao indivíduo comum é sua personalidade.

A personalidade é a forma de responder do indivíduo diante de distintas situações, a qual depende do rol que ocupa este e de como tenha assimilado, o que converte a personalidade não somente em produto concluído, se não também é um processo em que intervêm aspectos culturais, sociais, psicológicos biológicos.

Trabalhar por um sonho pareceria uma questão ideal. Ser independente ou ser o próprio chefe, e como uma questão estranha na realidade muito pouca as pessoas que decidem lançar-se a aventurar com suas idéias, seus projetos ou seus próprios negócios. É evidente que o caminho é difícil, porém, por que as pessoas não se arriscam? A literatura sobre empreendedores apresenta casos de pessoas que a partir do zero, vão logrado construir e obter grandes realizações. Que características se encontram nos verdadeiros empreendedores? Parece existir certo consenso em que os grandes empreendedores apresentam as seguintes características: a)• necessidade de realização; b) persistência; c) auto-estima; d) liderança e controlar seu destino.

É preciso identificar com clareza o que o cliente deseja, que benefícios espera, que diferencia o produto/serviço deve apresentar. Para posicionar corretamente o produto/serviço faz necessário perceber a tecnologia adotada. É a Tríade de Valor que são elementos básicos de uma proposição de valor, que torna o produto/serviço diferencia-

do dos ofertados pelos demais empreendedores. No processo da Tríade de Valor temos três elementos inter-relacionados: produtos/serviços, cliente, aplicação. A interação dos três cria valor (o que o cliente compra). A perfeita combinação entre produto e aplicação cria valor para um determinado segmento de clientes. Na figura 11 podemos visualizar a interação.



Uma leitura da Tríade de Valor em qualquer setor que se analise, fica claro que o ganhador ainda não está definido. Nessa perspectiva, o sucesso não é somente um alvo temporário em uma batalha sem fim por se manter em destaque. As organizações têm de passar por transformações cada vez mais profundas e radicais.

O empreendedor é capaz de motivar seu pessoal e conduzi-lo para além do imaginável, arriscando-se a experimentar algo cujos resultados eram incertos. Sem um objetivo bem formulado e um método articulado para chegar a seu destino, é improvável que uma empresa atinja a meta proposta. É preciso ter a credibilidade e a capacidade necessárias para impulsionar a sua equipe a lançar-se rumo ao desconhecido.

É papel do empreendedor ajudar os demais a encontrar uma definição de sucesso que seja comum a todos, para tanto faz mister que o empreendedor seja capaz de deixar de lado seu ego e incentivar o talento dos demais, uma qualidade fundamentais nos empreendedores. Nenhum empreendedor em um mundo cada vez mais complexo consegue saber tudo.

É preciso enfrentar o paradigma das empresas de alta tecnologia que exigem uma estrutura organizacional flexível, uma liderança firme para enfrentar as radicais transformações do dia-a-dia, pessoas e cultura voltadas para mudanças, gestão descentralizada e apoio incondicional a disseminação do conhecimento e alianças estratégicas. Conseguir superar as demandas pessoais na hora de tomar decisões é uma tarefa do empreendedor. A função do empreendedor é unificar e motivar uma empresa em torno de um objetivo comum. Essa é a essência da liderança. O exercício do empreendedorismo implica em: a)

- a) criar condições para o sucesso;
- b) abraçar o lema "um por todos e todos por um";
- c) conquistar superioridade tática e estratégica;
- d) desenvolver e entrosar as pessoas;
- e) inspirar em busca do desempenho excepcional;
- f) construir uma cultura de sucesso; e
- g) exercer a liderança.

O que nunca vai deixar de existir em todos os empreendedores é o espírito empreendedor (empreendedorismo). A presença do empreendedor shumpeteriano é que nos explica porque surgem vários inovadores e poucos, muitos poucos, mesmo conseguem sucesso. A figura abaixo sintetiza o nosso pensamento.

É o processo de ouvir, perceber o desejo / necessidade e inovar oferecendo ao mercado uma alternativa melhor, mais rápida e mais econômica do

que as já existentes. Nesse contexto o surgimento da Internet tem se convertido em uma força propulsora do empreendedorismo sem precedentes na história da humanidade.

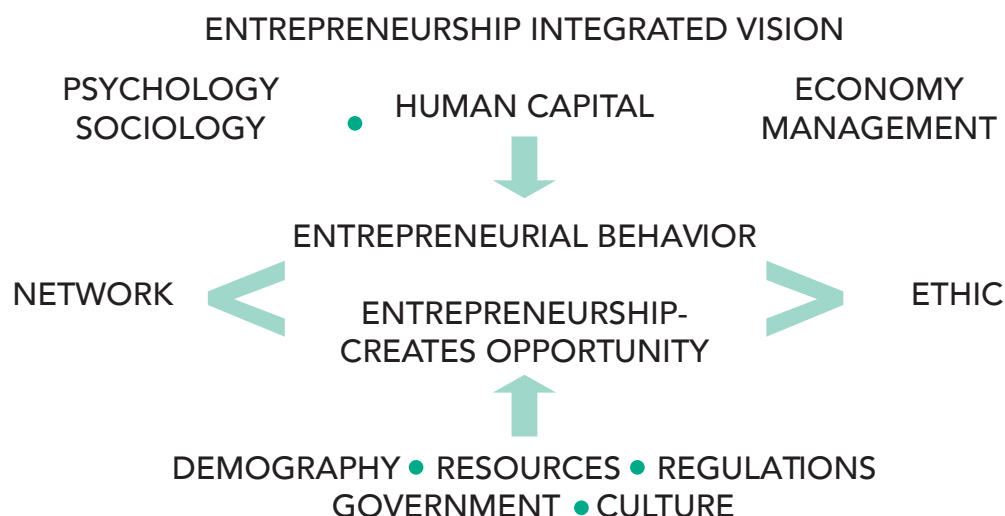
Promover a criação de empresas, o reconhecimento social dos empreendedores e a percepção de que existem oportunidades de negócio são medidas que fomentam o crescimento econômico de uma sociedade.

As Instituições de nível superior desempenham um papel preponderante na determinação do futuro da sociedade, nelas se forja o capital humano, que determina a vantagem competitiva das nações. Este capital humano requer de ser formado com uma visão prospectiva, para desenvolver a capacidade empreendedora e compartilhar com outros seu conhecimento, seu esforço, transformado a cultura empresarial.

O novo milênio começa com a esperança de que os egressos assumam sua responsabilidade social e se atrevam a empreender, a criação de fontes de emprego ajuda a economia a crescer desenvolver-se. As estruturas de governo têm sido montadas para solucionar as demandas de emprego da sociedade, a alternativa se encontra em um esforço coordenado entre governo, instituições educativas e o setor privado.

Presenciamos a lutar entre o passado e o futuro, entre a configuração atual das indústrias e as mudanças que as colocam em risco de desaparecerem como fumaça levada pelo vento forte.

Figura 12. Vision Integrated
Fuente: Leite (2006)



Referencias

Drucker, Peter F. *Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles*. New York: Harper & Row, 1985

Leite, Emanuel Ferreira. *O Fenômeno do Empreendedorismo*. São Paulo: Saraiva, 2012.

Leite, Emanuel Ferreira, *Empreendedorismo, Inovação, Incubação de Empresas, Startups e a Lei de Inovação*. Recife: Edições Bagaço, 2015,

Mcclelland, David C. *The Achieving Society*. New York: D. Van Nostrand Company, 1961.

Schumpeter, Joseph Alois. *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultura, 1988.

Schumpeter, Joseph Alois. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Tradução Carla Santos. Zahar Editores, Rio de Janeiro, 1984.

Weber, Max. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Tradução de Tracott Parsons. Scribner, New York, 1930

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA GESTIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS

Eugênia Célia de Souza Rafael
José Luiz Alves

Resumes

Este artículo tiene como objetivo presentar los resultados de un estudio llevado a cabo para la preparación del Proyecto de Gestión de Maestría en Desarrollo Local Sostenible de la Universidade de Pernambuco / Faculdade de Ciências da Administração de Pernambuco.

El trabajo aborda la situación actual en la generación de residuos sólidos y la responsabilidad social como una oportunidad en el mundo de los negocios y, en consecuencia, el cambio de paradigma cultural del consumismo al consumo consciente. Los sujetos fueron tratados como el problemático de los residuos sólidos y su manejo como una herramienta, y los incentivos del gobierno brasileño para optimizar estos recursos de acuerdo con las partes interesadas entre responsabilidad compartida. En este estudio, se demostró que las acciones de Responsabilidad Social de las empresas han mostrado un crecimiento constante, y su gestión presenta una mayor preocupación por la ética y la transparencia dirigida a las prácticas de diálogo y el compromiso con todos los interesados conectados a ella.

Por lo tanto, más allá de los compromisos legales que la empresa debe cumplir, sus acciones de responsabilidad social deben centrarse en la comunidad en su entorno y promover un cambio de actitud con el fin de mejorar la calidad de vida cuanto a la reducción de los impactos ambientales y apoyar el desarrollo acciones socioeconómicas. Se concluye también que la responsabilidad no es exclusiva de las empresas y que debería envolver, especialmente, el compromiso de la sociedad para el desarrollo económico, social y ambiental.

PALABRAS CLAVE: Residuos Sólidos, Responsabilidad Social, Responsabilidad Compartida; Gestión; Medio Ambiente.

Introducción

El tratamiento de los residuos sólidos en los tiempos actuales, corre a través del fin de garantizar el limpieza urbana, como las organizaciones responsables de esta gestión se enfrentan con otros enfoques que deben ser trabajados de manera simultánea con el fin de asegurar la salud pública, la preservación el medio ambiente y la generación de empleo e ingresos para la población.

Así, encontraron que con la producción de residuos sólidos en Brasil, gran parte de esta producción no se recoge y el destino final de los

recogidos es decir, en la mayoría de los municipios, los "vertederos".

Sin embargo, este panorama de eliminación de residuos en el país todavía tiene que cambiar a un ritmo más rápido debido a los incentivos creados con la Política Nacional de Residuos Sólidos (PNRS), por la Ley N° 12.305, de 2 de agosto de 2010, cuyo objetivo principal es mejorar la gestión de residuos sólidos con el fin de dividir las responsabilidades entre la sociedad civil, organismos públicos y empresas privadas; además de forzar la sustitución de los vertede-

ros de relleno sanitario en los municipios con plazos cuidadosamente elaborados.

Para eso, es necesario promover una serie de acciones específicas, entre ellas destacamos la conciencia de la conducta sostenible en diversos ámbitos de la sociedad, a partir de las cooperativas de recolectores de basura, incluso en las residencias, las empresas, los consumidores, las escuelas, etcétera.

Y sólo a través del conocimiento y la educación ambiental a través de proyectos sencillos, incluso la gestión de residuos más compleja es que habrá una posibilidad viable de un futuro sostenible para el medio ambiente, de manera que las condiciones se vuelven más favorables para las organizaciones y para fomentar sociedad a participar más activamente.

La gestión de este sector se convierte cada vez más complejo ya que las inversiones en la zona van más allá de simplemente dar un destino a los residuos. A modo de ejemplo, para invertir en acciones de saneamiento significa la inversión directa en la salud pública y, en consecuencia, mejorar la calidad de vida, requiere un esfuerzo integrado entre los gobiernos, los organismos estatales y la sociedad.

Mencionamos también para ejecutar acciones específicas para poner fin a los vertederos de basura y la eliminación adecuada de los residuos sólidos significa reducir radicalmente las emisiones de contaminantes que afectan directamente la salud pública y impactan en la reducción de la proliferación de enfermedades como la fiebre tifoidea, la diarrea, la giardiasis, leptospirosis, entre otros, y también reducir la contaminación de suelos y aguas subterráneas causada por el estiércol.

Con lo anterior, se observa que las acciones promovidas por la nueva legislación sobre gestión de residuos sólidos incluyen, especialmente, la inclusión social y una mayor eficiencia en el desempeño del sector público, la clase de negocios y toda la sociedad a través de la responsabilidad compartida y en el interés de la promoción de una vida digna y mejor para todos.

Todos estos esfuerzos tienen como objetivo proporcionar empleo y generación de ingresos, y una mayor eficiencia en la preservación del medio ambiente para las generaciones presentes y futuras.

Objetivos

Este trabajo tiene como principal objetivo investigar el reto de la responsabilidad social de las instituciones como la solución de eliminación de los residuos sólidos (basura) generados en su producción, cuyo objeto de estudio ayudará a los objetivos relacionados con la investigación científica de los autores en el Maestro de Gestión de desarrollo sostenible local de la UPE / FCAP, 2016, Brasil.

El método de investigación utilizado fue descriptivo basado en información textual que investigó la importancia de la cuestión de la sostenibilidad del medio ambiente.

CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

La (RS) es cuando las empresas adquieren actitudes y acciones con el fin de promover el bienestar de su público, interno y externo, de manera voluntaria.

Debido a que es un ejercicio voluntario, es necesario entender que las medidas adoptadas no son obligatorias impuestas por el gobierno o incentivos externos, tales como impuestos, por ejemplo. Por lo tanto, la única motivación real de las empresas es contribuir a la formación de una sociedad más justa y equilibrada a favor de la promoción de la sostenibilidad del medio ambiente y, en consecuencia, de sus recursos.

Por tanto, las empresas no deben aspirar a beneficios financieros de sus empleados y colaboradores y medidas, sí poner en práctica conjuntamente conducen a cambios socio-culturales para mejorar las condiciones de vida de la sociedad.

Este nuevo concepto de RS se divide básicamente en dos niveles, a saber:

- I)** El interno que está conectado a los empleados de la compañía, todas las partes conectadas directamente a la empresa y todo lo que tiene influencia en el logro de resultados;
- II)** La externa que está vinculado a los resultados y las consecuencias de las acciones de una organización sobre el medio ambiente, sus socios comerciales y el mercado en el que se insertan. Por lo tanto, se considera que el trabajo RS en una empresa comprende, en su totalidad, los beneficios de la comunidad en las áreas de su público interno (empleados, accionistas, y otros) y también sus públicos externos (comunidad, la sociedad, medio ambiente y socios) teniendo en cuenta todos los impactos negativos y positivos.

También hay algunas variaciones dentro del concepto para la definición de RS, que se definen como Responsabilidad Social Corporativa (RSC) Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Social Responsabilidad Ambiental (RSA), cuyos conceptos se estudiarán más adelante.

1. Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

Supone que incluye compromisos de negocios con toda la cadena de producción, tales como: clientes, empleados y proveedores, y las comunidades, el medio ambiente y la sociedad, de acuerdo Shommer Roca Fischer (1999).

En general, se trata de empresas medianas o grandes. Esta relación de los individuos o grupos con la empresa es la interdependencia, teniendo en cuenta que dependen unos de otros para lograr sus objetivos.

En teoría, las empresas nacen esencialmente las necesidades a satisfacer los intereses de las personas y / o grupos y sus acciones pueden ser escalados en las esferas económica, social y ambiental, con el objetivo principal de promover el desarrollo sostenible.

Mencionamos también que hay varios tipos de acciones que se desarrollan por estas empresas, y principales son:

- I)** Acción Social - voluntaria ayuda filantrópica;
- II)** Auditoría Social - evaluación sistemática del impacto social de una empresa en relación con ciertas normas y expectativas;
- III)** Capital - grado de responsabilidad y la integración social;
- IV)** Código de conducta - valores y buenas prácticas;
- V)** Código de buen gobierno - Declaración formal de valores y buenas prácticas de los órganos y la gestión de la organización de gestión;
- VI)** Desarrollo sostenible - la explotación racional de los recursos naturales y la regeneración, la eliminación de los efectos perjudiciales de la acción humana, en los procesos de producción y para satisfacer las necesidades de las generaciones presentes preservarlos para las generaciones futuras.
- VII)** Empresa Ciudadana - Empresa Diseño como miembro de la sociedad, con el deber de promover su desarrollo y preservación del medio ambiente de vital importancia que lleva a cabo su actividad;
- VIII)** Ética Empresarial - es la aplicación de la moral al mundo de los negocios;
- IX)** Filantropía Estratégica - la acción social de la empresa de serie;

- X)** Gestión ambiental - la prevención, reducción, minimización y eliminación de los impactos ambientales negativos causados por la empresa;
- XI)** Marketing con causa social - campaña de apoyo a la comercialización de productos y servicios ofrecidos por los países con el fin de desarrollar y de las organizaciones no gubernamentales que ayudan a los países del canal;
- XII)** Reputación corporativa - el reconocimiento de la legitimidad social;
- XIII)** Sostenibilidad - expresión del impacto de la actividad empresarial en tres dimensiones: económica, social y ambiental.

Podemos concluir que una empresa que trabaja con la RSC desarrolla su negocio de una manera ética convertirse en co-responsables del desarrollo social. Su compromiso con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente es voluntaria, la participación de todos los que participan en ella, lo que provoca un cambio en el comportamiento y la gestión que demuestra una mayor transparencia, la ética y los valores en sus relaciones internas y externas.

2.Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Está relacionado con las acciones de las empresas que generan beneficios directos a la sociedad y que contribuyen a la política social. Esta gestión tiene el objetivo principal de mitigar, reducir y suprimir los impactos negativos al medio ambiente y la sociedad.

Sus acciones van más allá de que la preservación del medio ambiente, pero también proporciona la preservación cultural, el respeto por la diversidad y la reducción de la desigualdad social, cuyos programas de acción deberían considerar la economía, la naturaleza, la salud, la educación, las actividades locales y el transporte.

La empresa debe promover el desarrollo de acciones sociales y de construir el concepto de que el trabajo con este enfoque es una acción altruista y generosidad, pero que se han dirigido a los objetivos de promover el bien común y la sostenibilidad local, ya que la empresa puede ser que reciben incentivos del gobierno, como la reducción de impuestos, exención de impuestos, reducción de los impuestos sobre la renta.

Para estimular la RSE, se plantearon algunas herramientas de certificación ambiental que generan ventajas comparativas para las empresas que adquieren cualquier certificación de buenas prácticas de negocios. Eso hace que se responden de manera positiva a la presión de los productos y socialmente correctas y responsables.

Actualmente las certificaciones que más se desean, son las siguientes:

- I)** Sello Negocios Amigo del Niño - creado por la Fundación Abrinq por empresas que no utilizan el trabajo infantil y contribuyen a la mejora de las condiciones de vida de los niños y adolescentes;
- II)** ISO 14000 - creado por la Organización Internacional de Normalización (ISO), que pone de relieve las acciones ambientales de la certificación de toda empresa digna;
- III)** AA1000 - establecida en 1996 por el Instituto de Responsabilidad Social y Ética, socialmente orientado, principalmente se centra en la relación de la empresa con sus diferentes socios, o "grupos de interés", y su función principal es la de realizar un seguimiento de su progreso a través de la evaluación periódica (anual) ;
- IV)** SA8000 - La "Responsabilidad Social 8000" es uno de los estándares internacionales más conocidos y fue establecida en 1997 por el Consejo el Organismo de Acreditación de Prioridades Económicas (CEPAA), que se centra en las relaciones laborales y tiene por objeto garantizar que no existen acciones anti-sociales a lo largo de la cadena la producción, tales como el trabajo infantil, el trabajo forzoso o la discriminación;
- V)** ABNT- ISO 26000 - publicado el 1 de noviembre de 2010, la Norma Internacional ISO 26000 - Guía sobre Responsabilidad Social lanzado en Ginebra, Suiza. En Brasil, el 8 de diciembre de 2010, la versión portuguesa de la norma, la norma ISO 26000, se puso en marcha en Sao Paulo. El estándar es muy útil para las empresas interesadas en la adopción de programas de RSE, ya que proporciona orientación en relación con los siete principios rectores de la responsabilidad social ("Accountability", Transparencia, Comportamiento ético, Respeto de los intereses de los interesados (stakeholders), Respeto Estado de derecho, Respeto de comportamiento de la ley de Normas Internacionales y humano).

Así vemos que todos se benefician, en donde las comunidades reciben apoyo para su desarrollo y sostenibilidad y las empresas de RSE añaden valor a los productos o servicios que ofrecen. Además, ser socialmente responsable es una tendencia global de negocios.

3.Responsabilidad Social Ambiental (RSA)

Considerada como la más actualizada y completa, que va más allá que el compromiso de una empresa con los valores de la sociedad y humanos, ya que tiene preocupaciones genuinas para el medio ambiente. Su enfoque es una postura y la adopción de prácticas que promueven beneficios para la sociedad y el medio ambiente, con el fin de garantizar una mejor calidad de vida y el desarrollo humano.

Las acciones implementadas son preventivos, educativos, culturales, artísticas, deportivas, de bienestar, de defensa de los derechos humanos, el trabajo y el medio ambiente, la justicia social y la lucha contra la ilegalidad. Pero para que la compañía tenga éxito en su postura del medio ambiente, tiene que escuchar a todos los intereses que interfieren con sus operaciones e incorporarlos en su realidad local, la implementación de RSA es durante todo el proceso de producción y no sólo en su producto final .

Para ello, la empresa tiene que ser diseñada de una manera sostenible y las prácticas de gobierno corporativo. Por las buenas prácticas de gobierno corporativo con el fin de preservar y mejorar el valor de la organización, con el objetivo de facilitar el acceso a los recursos y contribuir a su longevidad, que se basa en cuatro principios fundamentales:

- I) Transparencia - disposición de los interesados a la información de sus intereses y de la obligación;
- II) Equidad - justo y la igualdad de trato de todos los interesados, con ética y sin actitudes discriminatorias;
- III) Rendición de cuentas - responsables de sus acciones, asumiendo las consecuencias de sus actos y omisiones;
- IV) Responsabilidad corporativa - garantizar la sostenibilidad de las organizaciones por su longevidad, la incorporación de las consideraciones de

las preocupaciones sociales y medioambientales en la definición de los negocios y operaciones. Por lo tanto, vemos que las empresas que practican la RSA son conscientes de la necesidad de mucho esfuerzo para poner en práctica su propuesta, ya que la demanda de los principales cambios internos, en su mayoría, la misión, los valores y la actitud.

Debe ser visto como una tendencia en el mundo de la empresa, y no una obligación, cuyo reto principal es conseguir que todos los involucrados, los ciudadanos y el mundo de los negocios entienden que juegan un papel importante para contribuir a la transformación de esa realidad.

EL MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS

De acuerdo con la Pesquisa Nacional de Saneamento Básico – PNSB / IBGE, en 2008, el 99,96% de los municipios brasileños tienen los servicios de gestión de residuos sólidos, con el 50,75% de ellos tienen sus lugares de eliminación de residuos (vertederos); 22,54% en los vertederos controlados; y un 27,68% en los vertederos.

También el punto hasta el 3,79% de los municipios tienen planta de compostaje de residuos orgánicos; 11.56% tienen unidad de detección de residuos reciclables; y 0.61% tienen unidad de tratamiento por incineración.

Sólo este breve marco nacional para el destino apropiado de los residuos sólidos en la práctica aún prevalece es su eliminación inadecuada asociada con una perspectiva socio-económico negativo en el país, cuyo número grande de los hogares están excluidos socialmente y que sobrevive de los vertederos (eliminar los materiales para la comercialización), ya muestra graves daños que causan a la salud pública y el medio ambiente.

A medida que los desechos son materiales resultantes de las actividades humanas y la naturaleza, que se utilizan en parte, causan varios problemas, además del medio ambiente y la salud, que tienen un impacto directo sobre la economía y la estética.

Y con el rápido crecimiento de las ciudades, don-

de hay un gran consumo de productos manufacturados y productos desechables se agrava aún más el problema de la generación de residuos de la sociedad moderna.

La escasez de áreas adecuadas para la eliminación de residuos unido a la gran volumen de producción de ellos tuvo consecuencias muy graves, podemos destacar la contaminación del suelo, agua y aire, que en consecuencia se agravó el estado de salud de la población.

Para mitigar este problema, Brasil implementó la Ley N ° 12.305 / 10, que establece la Política Nacional de Residuos Sólidos (PNRS), que consiste en instrumentos importantes para la necesidad de avanzar en el país de cara a los principales problemas ambientales, impactos sociales y económicos del manejo inadecuado de los residuos sólidos.

En esta ley existen incentivos para prevenir y reducir la generación de residuos sólidos, y propone la implementación de prácticas que fomenten hábitos de consumo sostenible en la forma de un conjunto de instrumentos para proporcionar un mayor reciclaje y reutilización, así como la asignación para el medio ambiente adecuado de los residuos (que no pueden ser reciclados o reutilizados).

Asimismo, establece las responsabilidades entre los residuos generadores, los ciudadanos y de sus titulares de servicios de gestión, la creación de objetivos importantes para la eliminación de los vertederos de basura en el nivel nacional, estatal, micro-regional, interurbano y metropolitano y municipal; Además de requerir que las instituciones privadas a desarrollar sus planes de gestión de residuos sólidos y los apliquen con plazos predefinidos.

Proporcionar oportunidades de esta crisis radica en los incentivos promovidos en el país un abanico de posibilidades para que las empresas desarrollen trabajos encaminados a la prevención, reducción y eliminación de residuos sólidos también puede ser visto como una gran oportunidad de negocio.

Alternativas de empresas orientadas para el reci-

claje y la reutilización de los residuos se promueven con la co-responsabilidad entre los actores de la sociedad, un hecho que debería provocar un cambio profundo en la cultura histórica del consumismo a una cultura de consumo consciente, las principales acciones tendrán un impacto en la preservación el medio ambiente, la reducción de los vertederos y rellenos sanitarios, en la zona de generación de empleo e ingresos, entre otros resultados relevantes.

RESPONSABILIDAD COMPARTIDA Y EL PAPEL DE LA COMPAÑÍA

La responsabilidad compartida se formaliza por la Política Nacional de Residuos Sólidos - PNRS para toda la sociedad cuanto a la gestión de los residuos sólidos municipales. Para cada sector fueron asignadas diferentes funciones para resolver o mitigar los problemas relacionados con los residuos sólidos.

Los objetivos son:

- I)** Reducción de la generación de residuos sólidos;
- II)** Reducción de los materiales de desecho;
- III)** La reducción de la contaminación;
- IV)** La reducción de los daños ambientales;
- V)** El fomento del desarrollo de los mercados, la producción y el consumo de productos derivados de materiales reciclados y reciclables.

Estos objetivos implican la sociedad en la discusión de temas tales como la revalorización de los patrones de consumo, materiales de reciclaje, nueva oportunidad de negocio con parcialidad socioambiental, el diseño ecológico, la reducción de los impactos ambientales inherentes a la actual forma de vida y la inclusión social, Fuente: Ministerio de Medio ambiente, Brasil.

Para que eso suceda en realidad, toda empresa brasileña debe describir el ciclo de su producto y la técnica de tratamiento de residuos utilizado – plan de gestión de residuos sólidos.

Esto requiere que los fabricantes, importadores, distribuidores y vendedores deban recoger adecuadamente los residuos destinados a la vez que pro

porcionará subvenciones para el gobierno y la sociedad civil para hacer que el control socio-económico de la eliminación de los residuos producidos en el sector empresarial.

Las empresas con una facturación anual de R\$2,4 millones, que generan residuos sólidos, así como de los hogares (papel y residuos generales), ya no se pueden utilizar los contenedores de basura - que tienen sus días de acuerdo con la ley, pero deben hacer a la eliminación los mismos en vertederos únicos materiales que no pueden ser reciclados o reutilizados.

Sobre la base de estos temas innovadores y de obligación en el nivel nacional, es una pregunta importante: ¿Cómo motivar a la gran cantidad de micro y pequeñas empresas para incorporar nuevos mecanismos para reunir y ventas de material visto que el trabajo realizado con el reciclaje están en un proceso incipiente y no hay acciones definidas?

Describir el ciclo de vida de un producto y la operación de tratamiento de los residuos generados durante su fabricación, va más allá de hacer una recogida selectiva de materiales, reutilizar el agua, ahorrar energía, etc.

El trabajo es mucho mayor, ya que consiste en la comprensión de la cadena de materias primas y materiales de construcción que forma parte y asume multiplicadores de formularios, capacitar a los empleados para implementar y adaptarse a una nueva cultura sostenible.

Además de otras inversiones importantes y a menudo costosos, como ejemplo, el propietario de la empresa tener que instalar lugares específicos para recoger la basura dentro de su negocio y la instalación de una logística específicas en relación con el almacenamiento y la eliminación de los productos posteriormente se refieren a plantas de tratamiento para el reciclaje o reutilización.

Por lo tanto, vemos que las prácticas comerciales y las políticas públicas son parte de una serie de esfuerzos para construir y fortalecer negocio sostenible integrado por los compradores y proveedores, y también incluyen los materiales y las

cooperativas para gestionar reciclables da buenos resultados en las acciones dirigidas a la sostenibilidad.

Vale la pena señalar también que sólo la construcción de un relleno se necesita una inversión económica importante para la ciudad, que a menudo se convierte en inviable debido al apoyo financiero público local.

En esta coyuntura, es más apropiado para la formación de consorcios y para la eliminación de sus residuos, donde los municipios pueden dar destino a sus residuos adecuadamente, asegurando la preservación del medio ambiente y, en consecuencia, mejorar la calidad de vida.

Como ejemplo, los ingresos de incentivos fiscales, podemos mencionar el ICMS-ecológico, que fue creado en el estado de Minas Gerais como alternativa para estimular el desarrollo de acciones ambientales locales y aumentar sus ingresos fiscales, que tienen basado en criterios de preservación ambiental y mejora de la calidad de vida, siendo determinada por la Ley 13.803 / 00.

Pero para el municipio recibir este recurso, se debe invertir en sistemas de relleno sanitario o planta de selección y compostaje de residuos que reciben los residuos 70% de la población urbana, por lo menos, y autorizado por el Conselho de Política Ambiental do Estado (COPAM); y también invertir en una planta de tratamiento de aguas residuales (EDAR) que cumpla con el 50% de la población urbana, por lo menos, y la Licencia de Operación (LO).

El valor de este ICMS es calculado por el gobierno del estado como criterios de población se reunieron y el costo estimado de la obra.

En este contexto, observamos que los beneficios de trabajar reciclaje y la reutilización de los residuos sólidos superar algunas expectativas visto que los resultados alcanzados incluyen el medio ambiente, la población desfavorecida, organismos públicos, empresas privadas, organizaciones no gubernamentales, entre otros.

Y, en una economía que se encuentra una reducción de las oportunidades de empleo registradas una alta tasa de desempleo que cubre, en su mayor parte, la población de personas poco calificadas, se ve que es una buena alternativa para garantizar el empleo y de ingresos para su supervivencia es el barrido de basura en los vertederos y en las calles, como un trabajo alternativo siendo cada vez más extendido en Brasil por los incentivos que las empresas están recibiendo a través de leyes.

Las empresas que tienen sus propuestas de trabajo dirigidas a la responsabilidad social, promover acciones que tienen como objetivo salvar y preservar los recursos naturales, reducir la generación de residuos con el fin de reducir los problemas ambientales y de salud pública, así como la socioeconómica derivada de la eliminación inadecuada de residuos. Los diferentes resultados en el ámbito social, se destacan: la reducción de la explotación de los recursos naturales y el consumo de energía; la disminución de la contaminación del suelo, agua y aire; mejorar el saneamiento urbano y calidad de vida; extendiendo la vida útil de los rellenos sanitarios; mejorar la producción de compuestos orgánicos; la generación de empleo e ingresos para la población no calificada; la generación de ingresos para la comercialización de reciclables; la estimulación de la competencia; contribución a la limpieza pública y la formación de consumo consciente en la población.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio se caracteriza por un método de investigación descriptiva que permitirá, en el futuro, la construcción de un proceso analítico que tendrá en cuenta las diferentes interpretaciones de los diversos actores sociales involucrados con los temas de los residuos sólidos y la responsabilidad social.

El estudio se llevó a cabo en la investigación de datos primarios y secundarios, que para las fuentes de datos de recolección fueron utilizados por el Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, y bibliografías.

La técnica de investigación de los datos primarios, como su nombre indica, se refiere a la recopilación de información demográfica y económica en manos de censo IBGE en los niveles federal, estatal y municipal. La investigación se divide en dos fases: 1. Búsqueda bibliográfica para la conceptualización de los temas a través de libros, artículos, publicaciones, Internet; 2. Investigación de datos oficiales del IBGE, a través de la página oficial del Instituto.


RESULTADOS

Metodológicamente, se destaca que las acciones que se están desarrollando por las empresas en Brasil aún están pasando por un importante proceso de transformación interna y externa, y tiene que reconocer sus necesidades de ajuste estructural en una nueva era de mercado y también las necesidades de su entorno que involucran otras empresas, instituciones públicas, la población y todos los ambientes.

En esta coyuntura, el modelo de capitalismo tiene influencia extrema que con mayor frecuencia utilizan los medios de comunicación para crear necesidades donde muchos de ellos no hacen más que aumentar el consumo de las personas y, en consecuencia, aumentar la compra de productos o servicios innecesarios para las personas es inadecuado para la preservación de los entornos naturales.

Y para realizar cambios más eficientes y rápidos en esta cultura moderna, es esencial para promover una educación basada en la conciencia humana de principios sobre el medio ambiente en el que se inserta, porque las agencias de incentivos públicos y esfuerzos de las instituciones privadas no son suficientes.

Según Loures (2008, p.20), hay que reconocer que vivimos en una época de cambios fundamentales sin precedentes en la historia de la humanidad. Política, económica, tecnológica, cultural y el cambio climático son parte de un mismo conjunto de eventos de transformación.



En este enfoque, las empresas tienen un papel clave en la formación de los ciudadanos para buscar una reflexión crítica sobre su papel social y ambiental con el fin de hacer que la población sea capaz de promover cambios en su forma de pensar, de actuar, de participar más activamente en la toma de decisiones que, en consecuencia, se descarte la idea estándar y la acción individualista y comenzar a actuar con los principios de la comunidad, mediante el desarrollo de acciones que intervienen en su entorno local y la búsqueda de resultados más globales con un enfoque de sostenibilidad.

Promover una nueva conciencia y la actitud de los ciudadanos a la calidad de vida y la sostenibilidad del medio ambiente es importante, también, que la motivación para la participación más activa en favor de la búsqueda de soluciones a los problemas causados por la excesiva generación de residuos sólidos en el medio ambiente. Esto proporciona una mayor capacidad de la sociedad para abordar cuestiones relacionadas con las cuestiones ambientales y su participación en proyectos institucionales que satisfagan esta necesidad.

Conclusiones

Este trabajo ha permitido algunos análisis que identifica la preocupación de los organismos públicos y los esfuerzos de la clase empresarial para abordar el problema de la generación de residuos sólidos y sus problemas ambientales es sólo una parte importante, pero que sólo puede consolidarse si está vinculado a la participación activa de la sociedad.

Responsabilidad social en la actualidad se ve confirmada por la gran figura que se está produciendo en el entorno de negocios en todo el mundo, cuya estrategia de negocio socialmente responsable, que genera un impacto positivo sobre el medio ambiente reflejan positivamente en la imagen de una empresa y fortalece aún más su negocio.

Los servicios sociales ofrecidos por la responsabilidad social de las empresas fortalece el voluntariado corporativo, la solidaridad y el tercer sector, cuyas prácticas nuevas redimir a su función social, promueven la calidad de las relaciones entre sus empleados con un enfoque en el respeto a las personas, la sociedad y el medio ambiente.

Vemos también, que el espíritu de empresa comprometida con los problemas sociales debe ser discutido, también, para revertir el creciente grupo de la degradación del medio ambiente y por lo tanto su conservación, donde instaló su empresa. Por lo tanto, debe ir más allá de la obligación de respetar las leyes, pagar impuestos, la seguridad y la salud de los trabajadores, en los que su actitud va a ser convertido en una compañía mejor y actitudes positivas para construir una sociedad más limpio, justo y sostenible.

Mientras que el residuo sólido tiene una gran importancia para la continuidad de la vida, y darle el destino que le es propia es un factor que contribuye para el hombre y el medio ambiente, el hecho de que las empresas adoptan métodos para la reutilización de la que generan como residuos es nada más que la conciencia para la conservación de la naturaleza y el hábitat natural de la humanidad.

Pero aún así, se necesita estímulos a la educación, como un ejemplo para la sociedad del medio ambiente puede ser iniciado en las escuelas, las universidades y las empresas. Creemos que todas las instituciones educativas, instituciones públicas y privadas deben tener una formación que abordó el tema y así transformar a los jóvenes y adultos tomen conciencia de la realidad que está a su alrededor, las cuestiones de trabajo, tales como la importancia de los residuos y su destino, realizando proyectos en los que participan en actividades prácticas.

Por lo tanto, podemos concluir que la responsabilidad social de las empresas no debe considerarse sólo como una actividad económica, sino como una estrategia de soluciones socio-económicas y ambientales, con base en los resultados de gran impacto que traen.

DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES DE ÉXITO DE LOS PROGRAMAS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO

Glafira Vázquez Olarra
Eliseo Lemus Ayala
Jacqueline Saldaña García

Introducción

De acuerdo con datos estimados al 2014, proporcionados por el CONAPO, existen en Guanajuato 5, 769,524 habitantes, ubicándose como el sexto estado en densidad demográfica en el país. El estado tiene 46 municipios, 30 de ellos (65%) tienen un grado de marginación medio, 3 alto y muy alto (6.5%), y 13 un índice de marginación bajo y muy bajo (28.26%). La región IV del estado de Guanajuato, abarca una población de 471,065 habitantes (INEGI, 2010), representando alrededor del 9% de la población total del estado, siendo la vocación agropecuaria (principalmente la porcicultura) la principal actividad económica de la región.

El gobierno del estado de Guanajuato ha manifestado la necesidad imperante de potenciar las vocaciones productivas de los municipios de la región, con la intención de mejorar los niveles de vida a través de programas de apoyo que permitan aumentar el nivel económico y social de los habitantes.

Por su parte, la Universidad Politécnica de Pénjamo (UPPE) ha realizado investigaciones en relación con las actividades de emprendimiento, espíritu emprendedor y orígenes de la actividad empresarial en Pénjamo, municipios ubicado dentro del estado de Guanajuato, en las cuales se ha detectado la necesidad de fortalecer aquellas variables que inciden, tanto en la decisión de emprender una empresa como en su desarrollo y consolidación.

Durante décadas, los tres niveles de Gobierno han apoyado a los proyectos productivos, pero, poco se sabe del nivel de impacto real en las actividades de emprendimiento. La CEPAL ha señalado la necesidad de superar las limitaciones del enfoque asistencialista implícito en los programas de apoyo y lucha contra la pobreza, por ello, la SEDESHU a través del CONCYTEG solicitó un estudio para analizar los resultados de los programas de apoyo al emprendimiento que han otorgado en diversos municipios del estado de Guanajuato, identificando los factores de sobrevivencia del negocio, satisfacción con la idea de negocio y con el programa. En el presente escrito, se muestran exclusivamente los resultados obtenidos en el municipio de Pénjamo, Guanajuato.

Revisión de la literatura

Programas de autoempleo en América Latina y el Caribe.

En un mundo crecientemente globalizado, caracterizado por complejo y acelerado proceso de cambio en los patrones del crecimiento, el fomento del giro empresarial, especialmente de las micro, pequeñas y medianas empresas, aparecen como un factor que suscita cada vez mayor interés. Según González (2007). En la mayor parte de los países, el sector público y las empresas de mayor tamaño han entrado en una fase de estancamiento en lo referente a su capacidad para absorber la oferta de mano de obra. Por tanto, las políticas y programas de fomento del emprendimiento cobran un claro protagonismo.

Los mecanismos de creación de empresas y su impacto positivo en el crecimiento y el empleo son objeto de estudio en numerosos círculos. Sin embargo, a pesar de ser evidente, este impacto no se deja sentir en el empleo ni en el crecimiento de forma inmediata ni automática, sino que puede demorar hasta 10 años en manifestarse.

Agrega González (2007) que la promoción del emprendimiento, a través de políticas y programas, no puede enfocarse como una solución de corto plazo y su virtualidad residirá en su capacidad para impulsar el cambio en el tejido productivo.

El perfil de las empresas que debería favorecerse a través de nuevos programas, también, debería diferenciarse del predominante en la estructura de los negocios existentes, y generar así innovaciones sustanciales en el territorio objeto de intervención. Los programas de autoempleo son una fuente para que los emprendedores lleven a cabo de manera más fácil su proceso de empresario, dentro de cada país existen diferentes programas de emprendimiento o también conocidos como de autoempleo.

También, existen líneas de política educativa que tratan de introducir la educación para el emprendimiento en la matrícula del sistema educativo, líneas de financiamiento para proyectos empresariales, independiente de la edad del beneficiario, un ejemplo es el Fondo de Capital Semilla en

Chile, además de programas específicos que contemplan el impulso a los proyectos de emprendimiento en alguna de sus fases.

El emprendedor

De acuerdo a Rodríguez (2011), en la actualidad, el sistema económico sustentado en un espíritu emprendedor socialmente responsable, con el apoyo facilitador y orientador del estado, se proyecta como el esquema más eficaz para generar bienestar. Por lo tanto, resulta indiscutible que el proceso de los países es posible a partir de la acción cardinal de los emprendedores, quienes conforman un conglomerado de conocimientos y de recursos para generar prosperidad. En un sistema abierto todos son libre de ensayar una idea original para un nuevo bien o servicio, concebir alguna forma diferente comercializar o de diseñar esquemas novedosos de organización empresarial.

Los emprendedores son individuos que transforman ideas en iniciativas rentables. Lederman (2014) menciona que a menudo, esta transformación requiere talentos especiales, como la capacidad de innovar, introducir nuevos productos y explorar otros mercados. En síntesis, se puede decir que un emprendedor es una persona con una marcada determinación a enfrentarse a situaciones que conllevan un riesgo. En el ámbito laboral, la palabra emprender significa aprovechar una oportunidad de negocio y organizar los recursos necesarios para llevarla a cabo.

Se trata de un proceso que también precisa la habilidad de dirigir a otras personas, priorizar las tareas para aumentar la eficiencia productiva y darle a los recursos disponibles el mejor uso posible. Se sabe que se está en la fase de emprendedor en el momento en que una persona está dispuesta a asumir un riesgo económico, al identificar una oportunidad y organizar los recursos que sean necesarios para ponerla en marcha. Algunas de las características claves que se debe tener para desarrollarse como emprendedor son las ganas de innovar y organizar. Además de ser flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, tomar decisiones, motivado y estar orientado al crecimiento. Un emprendedor siempre está aprendiendo y actualizando sus conocimientos.

Emprendimiento como motor de desarrollo

El emprendimiento es un motor fundamental del crecimiento y el desarrollo. Los emprendedores juegan un papel crucial en la transformación de las sociedades de ingresos bajos caracterizadas por la productividad reducida y, a menudo, por el autoempleo de subsistencia, en economías dinámicas caracterizadas por la innovación y el aumento del número de trabajadores bien remunerados.

En la medida en que existen relaciones causales entre el emprendimiento y el crecimiento de la productividad, cabe recurrir a los instrumentos de las políticas para acelerar el proceso de desarrollo mediante la mejora de los incentivos y el apoyo de las instituciones a la innovación de los emprendedores. Lederman agrega que, en esa parte del proceso de desarrollo, los emprendedores se enfrentan a situaciones como la transición del autoempleo al empleo asalariado.

América Latina y el Caribe (ALC) es una región de emprendedores, según pone de manifiesto el elevado número de empresarios per cápita en comparación con el de otros países, por ello, los responsables de las políticas de ALC han abordado la escasez de crecimiento empresarial centrándose en las empresas pequeñas.

Esta preocupación, junto con la del empleo, se ha traducido en un mosaico de programas patrocinados por el gobierno para respaldar a las pequeñas y medianas empresas. El acceso a estos programas depende de la necesidad que tengan las diferentes personas que conforman su estado. Según Soto (2013), en lo que respecta al gobierno mexicano está prestando atención y ha lanzado una serie de instituciones e iniciativas para crear y fortalecer un ecosistema de emprendedores. Varios estados de la República están creando centros de emprendimiento, acercando a la investigación académica con los emprendedores para el desarrollo de negocios y socializando las ventajas y desventajas de emprender.

El rol del gobierno no debe ser el del protagonista, pero sí el de un jugador clave que puede crear las condiciones y las reglas para fomentar mayor innovación y creación de empresas.

Es importante mencionar que la mayoría de los fondos y capital mexicano pertenece a personas que no tienen experiencia emprendiendo, lo cual implica que algunos emprendedores no reciban la mentoría adecuada acompañada de ese capital o que prefieran buscar levantar capital en otros países. Soto (2013) menciona que los emprendedores son impacientes, no toleran trabas burocráticas ni ideológicas; prefieren un optimismo constructivo que un pesimismo convencional, toman riesgos, no tienen afiliaciones partidarias, pero sí una actitud política.

Los programas de apoyo de la SEDESHU

Programa de Impulso a la Economía Social Sustentable

El programa tiene por objeto mejorar el ingreso económico autónomo de los guanajuatenses de la zona urbana y rural, a través del apoyo a la creación, desarrollo y consolidación de proyectos productivos industriales, comerciales, de servicios y de seguridad alimentaria con enfoque social, así como acciones que promuevan la cultura emprendedora y generadora de autoempleo y empleo, que ayuden a impulsar el desarrollo social y económico en la entidad. (SEDESHU, 2014)

Programa Apoyo al Emprendedor

Tiene como fin mejorar el ingreso autónomo de las familias y jóvenes guanajuatenses que habiten preferentemente en zonas urbanas y rurales de atención prioritarias definidas por la SEDESHU, con base en los índices de marginación y rezago social, impulsando la generación de empleos, mediante el apoyo a la creación, el desarrollo y la consolidación de proyectos productivos comerciales y de servicios con enfoque social, así como las acciones que promuevan la cultura emprendedora y generadora de autoempleo y empleo. (Gobierno del estado de Guanajuato, 2012)

Programa de Impulso a la Economía Familiar

El objeto del programa es mejorar el ingreso económico autónomo de las familias guanajuatenses de la zona rural y urbana, a través de la creación, desarrollo y consolidación de proyectos productivos industriales, comerciales y de servicios con enfoque social, así como las acciones que pro-

muevan la cultura emprendedora y generación de autoempleo y empleo, que ayuden a impulsar el desarrollo social y económico en la entidad. (Gobierno del estado de Guanajuato, 2013 p.3)

Los programas están dirigidos a la población rural y urbana en zonas de poco movimiento económico o marginadas de entre 17 a 60 años. La SEDESHU designa las responsabilidades de los beneficiarios entre las que destacan:

- Proporcionar información requerida y que sea veraz.
- Hacer buen uso del apoyo otorgado.
- Participar en los procesos de seguimiento y vigilancia del programa.
- Asimismo, los beneficiarios tienen derecho a: Recibir oportuna y gratuitamente los apoyos del programa inscrito.
- Obtener información clara y precisa.
- Recibir atención por parte de las autoridades correspondientes.
- Ser tratado con respeto, no discriminación.

Los recursos asignados al programa se aplican bajo un esquema de equidad, solidaridad, imparcialidad y transparencia. (SEDESHU, 2012)

Método

El estudio se desarrolló desde el enfoque cuantitativo, utilizando un diseño no experimental, de carácter exploratorio; los cuales tienen por objeto familiarizarse con un tema desconocido o parcialmente estudiado, este tipo de investigaciones sirven para analizar cómo se presenta un fenómeno o sus componentes en un determinado contexto, además, el estudio descriptivo se utiliza para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y cada uno de sus componentes. (Hernández, 2010).

Se realizaron entrevistas personales y telefónicas con los Directores de Desarrollo Económico y/o Desarrollo Social para obtener los datos personales y la cantidad de beneficiarios de los programas de apoyo para el emprendimiento.

Asimismo, se solicitaron los mismos datos a la Secretaría de Desarrollo Social del estado de Guanajuato.

En este proyecto, recolectar los datos implicó elaborar una matriz de variables y consultar otras investigaciones e instrumentos que se han utilizado para realizar este tipo de estudios. Se identificaron los conceptos, sus dimensiones, las variables, y los indicadores, esto para iniciar la construcción del instrumento.

Se integró el cuestionario con 36 ítems con preguntas abiertas, cerradas y de opción múltiple; mismo que fue revisado y aplicado en una prueba piloto, lo que ayudó a modificar algunos ítems que no resultaban ser claros para las personas entrevistadas. Asimismo, se decidió el tipo de formato y el lenguaje a utilizar, el cual, debido a las características de la población de estudio, debió utilizar términos sencillos.

En el grupo de investigación se realizó una reunión para la capacitación de cada integrante del grupo de investigadores, con esto se aseguró el conocimiento del instrumento y la forma de aplicarlo a cada una de las personas que fueron beneficiadas con los programas de apoyo.

En el siguiente periodo, se recolectaron los datos en las comunidades del municipio, a las cuales fue necesario regresar en diferentes ocasiones por no localizarse el domicilio señalado o a la persona beneficiada; algunos domicilios no existen, no conocen a la persona, a su familia o bien, no se identifica la comunidad mencionada. Al tratar de contactarlas vía telefónica, algunos de los números ya no existen, y en otros casos, la persona beneficiada no se encontraba en ese momento.

Finalmente, una vez aplicados los instrumentos, se prepararon los datos recopilados para ser capturados en el programa Statistics Program for Social Science, V 19 para analizarse e interpretarse. La información generada fue entregada al Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Guanajuato.

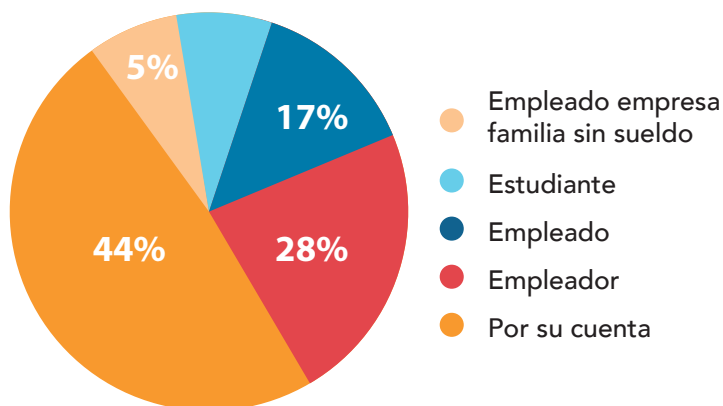
Resultados

A pesar de que algunas de las personas beneficiadas no se encontraban realmente satisfechas con el apoyo que les fue brindado, por distintas situaciones que se presentaron en el transcurso de solicitud y entrega del mismo, se mostraron agradecidos con el apoyo recibido y expresaban que sería importante que la población en general, tenga conocimiento de estos programas y puedan ser beneficiarios de un apoyo como el que les fue entregado, esperando así mejoras a la calidad del programa para que continúe aplicándose con éxito.

Enseguida, se presentarán los resultados de algunas variables como: estado civil, sexo, ocupación, nivel escolar, así como características emprendedoras, operación del negocio, funcionamiento y empleabilidad del negocio, además, se muestran los factores de éxito del programa revisado.

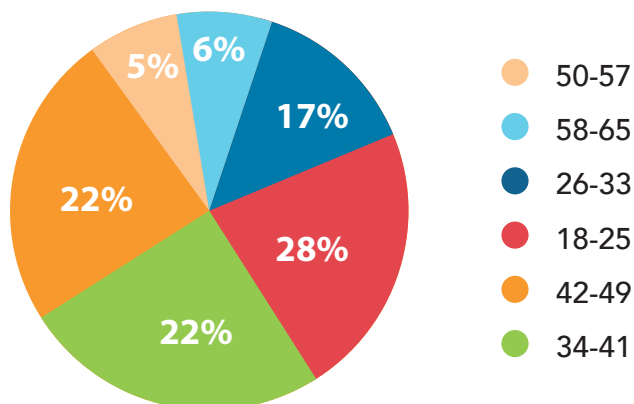
Se aplicó el instrumento a 78% de personas del género Femenino y 22% del masculino, cuya ocupación de la mayoría son: 44% Empleados por su cuenta y 28% es Empleador, como se aprecia en la gráfica 1.

Gráfica 1. Ocupación
Fuente: Elaboración propia con base en los datos recopilados



En la gráfica no. 2 se distinguen las edades de los beneficiarios del programa de apoyo, siendo un alto porcentaje de la población joven quienes han recibido el apoyo, cuyo nivel educativo predominante es: secundaria 28% y 33% preparatoria.

Gráfica 2. Edad
Fuente: Elaboración propia con base en los datos recopilados



Como se aprecia en la gráfica 3, se destaca que el 61% no pertenece a una familia emprendedora, sin embargo, esto no incide en su decisión de ser emprendedor. El hecho de no tener antecedentes familiares orientados al emprendimiento, no es un factor influyente en su decisión para arriesgarse y solicitar un crédito para el autoempleo; los beneficiarios con el programa de apoyo concretaron diversas ideas de negocio como las mostradas en la Tabla no. 1.

Gráfica 3. Pertenece a una familia emprendedora
Fuente: Elaboración propia con base en los datos recopilados

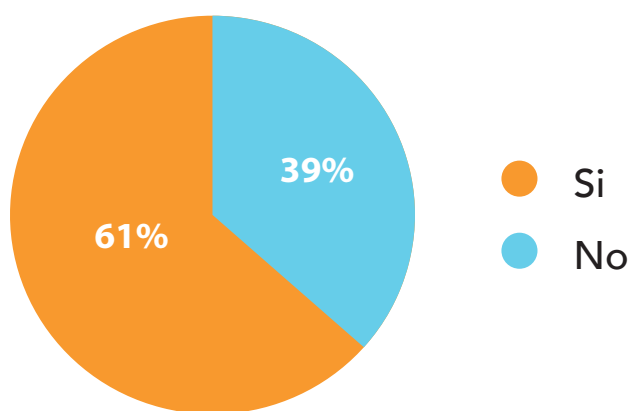


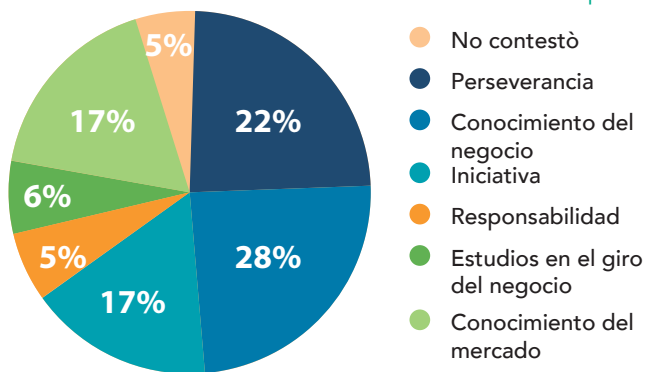
Tabla 1. Idea de negocios creada
Fuente: Elaboración propia con base en los datos recopilados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	4	22.2
Panadería	2	11.1
Negocio de colchas	1	5.6
Cosmetología	1	5.6
Elaboración de Pastes	1	5.6

Centro de Cómputo	1	5.6
Estética	1	5.6
Pizzería	1	5.6
Banquetes y Repostería	1	5.6
Cenaduría	1	5.6
Taller de Costura	1	5.6
Transformación de Materia Prima	1	5.6
Rosticería	1	5.6
Tostadas de maíz	1	5.6
Total	18	100

Es importante subrayar los resultados de la gráfica no. 4, donde se muestran las características emprendedoras de los beneficiarios del programa, siendo el Conocimiento del negocio, el factor predominante para emprender, seguido de la Perseverancia, la Iniciativa y el Conocimiento del mercado.

Gráfica 4. Características personales
Fuente: Elaboración propia con base en los datos recopilados



El 67% de los beneficiados por los programas de apoyo mencionaron que la idea fue creada por necesidad de un ingreso y el 28% por oportunidad; es importante mencionar que los negocios emprendidos aún existen, mismos que generaron el número de empleos permanentes y temporales que se muestran en las tablas no. 2 y no. 3.

Tabla 2 Empleos permanentes generados
Fuente: Elaboración propia con base en los datos recopilados

Valor	Frecuencia	Porcentaje	Total de empleos generados
0	2	11.1	0
1	7	38.9	7

2	3	16.7	6
3	3	16.7	9
4	1	5.6	4
5	1	5.6	5
6	1	5.6	6
Total	18	100	37

Tabla 3. Empleos temporales generados
Fuente: Elaboración propia con base en los datos recopilados

Valor	Frecuencia	Porcentaje	Total de empleos generados
0	6	33.3	0
1	4	22.2	4
2	3	16.7	6
3	1	5.6	3
4	2	11.1	8
5	1	5.6	5
6	1	5.6	6
Total	18	100	32

Asimismo, las personas entrevistadas comentaron sentirse muy satisfechos (83%) con la idea de negocio que emprendieron y, el 17% de ellos mencionan estar medianamente satisfechos. Asimismo, el 83% señala estar muy satisfecho con el programa de apoyo; el 11% medianamente satisfecho y el 6% nada satisfecho.

En la tabla 4 se observa que el 72% de los entrevistados considera que el apoyo lo recibió en el tiempo oportuno y el 77.8% que los trámites no fueron excesivos si no adecuados, lo cual se aprecia en la tabla 5.

Tabla 4. Tiempo para recibir el capital
Fuente: Elaboración propia con base en los datos recopilados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	1	5.6
Sí	13	72.2
No	4	22.2
Total	18	100

Tabla 5. La cantidad de trámites fueron
Fuente: Elaboración propia con base en los
datos recopilados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
No contestó	1	5.6
Excesivos	2	11.1
Adecuados	14	77.8
No aplica	1	5.6
Total	18	100

En opinión de los beneficiarios, casi el 89% señala que el programa mejoró su calidad de vida, lo que se aprecia en la tabla 6. Los datos más representativos muestran que constituyó una ayuda económica para el 33% y le ayudó a satisfacer la necesidad de material de trabajo a otro 33%.

Tabla 6. Mejora en la calidad de vida
Fuente: Elaboración propia con base en los
datos recopilados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	16	88.9
No	2	11.1
Total	18	100

Asimismo, para observar los factores de éxito del programa, se calcularon los índices de satisfacción de los beneficiarios del programa de apoyo en función del número de personas satisfechas vs el número de proyectos, lo cual indica que son 17 personas satisfechas de los 18 apoyos otorgados, que representa, el 94% del índice de satisfacción general.

15 beneficiarios de los 18 entrevistados mencionaron estar satisfechos con el monto otorgado, lo que refleja un 83% de satisfacción con el capital recibido.

En algunos casos, el programa de apoyo ofrecía capacitación y orientación administrativa y legal, los cuales representaron un área de oportunidad y no así, factores de éxito del mismo. Se refleja que únicamente cinco de 18 personas, recibieron capacitación, es decir, el 28%. Respecto a la orientación administrativa y legal, cuatro de los 18

beneficiarios señalaron haber recibido orientación administrativa y legal, que se traduce en un 22%.

Durante la entrevista estos factores fueron observados y sugeridos por los beneficiarios para ser implementados en el programa.

Conclusión

Uno de los resultados de esta investigación está relacionado con el logro del objetivo general, que tiene que ver con el análisis de los resultados de los programas de apoyo al emprendimiento que ha otorgado la SEDESHU versus factores de sobrevivencia, satisfacción y resultados reales.

De acuerdo con los resultados del municipio de Pénjamo, Guanajuato, es posible señalar que los factores de sobrevivencia de los proyectos emprendidos son: las características del emprendedor; idea de negocio y la mejora en la calidad de vida. Respecto al programa de apoyo, se destaca la satisfacción general con el mismo; con el monto otorgado y el tiempo en la entrega del recurso.

Respecto al programa de apoyo, se enfatiza la necesidad de que los programas incluyan capacitación en la operación de máquinas e instrumentos adquiridos con los programas de apoyo, además de brindar conocimiento en temas como: la publicidad, el plan de negocios y la atención al cliente.

Es importante considerar las sugerencias que los beneficiarios manifestaron hacia los diferentes programas, entre ellas: Brindar apoyos a un mayor número de personas; mayor difusión de los mismos; menor tardanza en la entrega del apoyo; brindar capacitación y asesoría legal y administrativa; asignar montos más altos en los apoyos y que exista continuidad en los programas, ya que perciben que se cumple con la entrega del recurso, pero, los beneficiarios desconocen cómo empezar el negocio, atraer clientes y requieren más asesoría durante la puesta en marcha del emprendimiento.

Considerando que los beneficiarios no pertenecen a una familia de emprendedores y que su nivel educativo es secundaria y preparatoria, carecen de conocimiento sistematizado para mantener la empresa y difundir el servicio o producto ofrecido; no obstante de la necesidad de ingresos adicionales, su conocimiento del negocio; la perseverancia; iniciativa y responsabilidad, como parte de sus características como emprendedores, les permiten continuar operando su negocio desde casa.

Se aprecia la importancia de atender a los micro negocios, los cuales generan una cantidad interesante de empleos temporales y permanentes; satisfacen la necesidad de auto empleo y aumentan la calidad de vida.

Los datos obtenidos permiten afirmar que los programas de apoyo están atendiendo las verdaderas necesidades de la población de acuerdo con las características y el contexto en que se ubican, ya que el nivel de satisfacción medido se ubica en el rango alto y medio.

Referencias

- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. México: Mc Graw Hill.
- Díaz, R. (2009). *Emprendedores*. Obtenido de Universia.es: <http://desarrollo-profesional.universia.es/emprendedores/emprendedores-PRINTABLE.html>
- Gobierno del estado de Guanajuato. (14 de Febrero de 2012). *Reglas de Operación del Programa de Apoyo al Emprendedor*. Diario Oficial de la Federación. México, D.F., México: SEDESHU.
- Gobierno del Estado de Guanajuato (s.f.). *Municipios de Guanajuato*. Obtenido de www.guanajuato.gob.mx
- González, L. (Julio de 2007). (OIT, Ed.) Recuperado el 11 de Julio de 2016, de Proyecto PREJAL: <http://documentacion.edex.es/docs/1601GONpro.pdf>
- Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Lederman, D. M. (2014). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. Washington, DC: Banco Mundial.
- Rodríguez, J. (2011). *Administración de pequeñas y medianas empresas (6a ed.)*. Edo. de México, México: Cengage Learning.
- SEDESHU. (17 de Diciembre de 2012). *Programa Impulso a la economía Social y Susutentable. Reglas de operación*. Guanajuato, Guanajuato, México: SEDESHU.
- SEDESHU. (13 de Febrero de 2014). *Programa Impulso a la Economía Social Sustentable. Reglas de operación 2014*. Guanajuato, Guanajuato, México: SEDESHU.
- Soto, J. G. (2013). *Un México de emprendedores*. Obtenido de <http://imef.org.mx/PONENCIAIMEF2013/pdf/Capitulo2.pdf>

ISBN: 03-2017-032111021400-01



ISBN: 978-607-97037-6-9

