

# Responsabilidad Social



## y desarrollo de las organizaciones

### COMPILADORES

José Felipe Ojeda Hidalgo

Glafira Vázquez Olarra

Dolores Guadalupe Álvarez Orozco

José Raúl Moreno Plascencia

Ignacio Arroyo Arroyo

Janet del Carmen Coronado Hernández

# RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES.

## **AUTORES:**

ABI ROXANA DE LA CRUZ ALCUDIA  
ABRIL ALEJANDRA RAMÍREZ ERAZO  
ANA CECILIA BUSTAMANTE VALENZUELA  
ARNOLDO SÁNCHEZ LÓPEZ  
CHRISTIAN PAULINA MENDOZA TORRES  
CLAUDIA ALEJANDRA HERNÁNDEZ HERRERA  
DANIELA CRUZ DELGADO  
ELDA PATRICIA BELTRÁN MANZANERO  
ELISEO LEMUS AYALA  
ESTELA TORRES RAMÍREZ  
GLAFIRA VÁZQUEZ OLARRA  
GONZALO ABRAHAM RAMÍREZ HERNÁNDEZ  
HUGO SERNA ÁLVAREZ  
IGNACIO ARROYO ARROYO  
IMELDA ZAYAS BARRERAS  
ISMAEL REYES GONZÁLEZ  
JANET DEL CARMEN CORONADO HERNÁNDEZ  
JAZMÍN VÁZQUEZ RAMÍREZ  
JENNIFER CORTES CASTAÑEDA  
JORGE RAÚL MORENO PLASCENCIA  
JOSÉ ALBERTO GUTIÉRREZ ROSIQUE  
JOSÉ FELIPE OJEDA HIDALGO  
JULIETA MARÍA MAYELA FUENTES GONZÁLEZ  
JULIETA VARELA CERVANTES  
JULIO CÉSAR BALDERAS CEPEDA  
LAURA ELENA HERRERA JIMÉNEZ  
LIZBETH GUADALUPE HERRERA CELIS  
LUIS ÁNGEL LÓPEZ ESPINOZA  
LUIS ANTONIO HIDALGO TULE  
MAGDA GABRIELA SÁNCHEZ TRUJILLO  
MARÍA CANDELARIA GARCÍA CHÁVEZ  
MARÍA EUGENIA MOSQUEDA OCHOA  
MARÍA GUADALUPE ARREDONDO HIDALGO  
MARTHA JIMÉNEZ GARCÍA  
NANCY HIDALGO TULE  
NIDIA ISABEL RAMÍREZ MANJARREZ  
NÍNIVE LIGONIO HERNÁNDEZ  
SILVIA GALICIA VILLANUEVA  
SÓSIMA CARRILLO

SUSANA GONZÁLEZ RODRÍGUEZ  
VIANEY DEMETRIO HIPÓLITO  
VÍCTOR MANUEL LÓPEZ AYALA  
VÍCTOR MANUEL MARTÍNEZ ROCHA  
YENNIFER FIGUEROA RINCÓN  
ZULEMA CÓRDOVA RUIZ

**PROLOGO:**

KATIA BEATRIZ VILLAFÁN VIDALES

**AGRADECIMIENTOS:**

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE GUANAJUATO  
RED PARA EL DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES (REDOR)

**COMPILADORES:**

JOSÉ FELIPE OJEDA HIDALGO  
GLAFIRA VÁZQUEZ OLARRA  
DOLORES GUADALUPE ÁLVAREZ OROZCO  
JORGE RAÚL MORENO PLASCENCIA  
IGNACIO ARROYO ARROYO  
JANET DEL CARMEN CORONADO HERNÁNDEZ

**DISEÑO DE PORTADA:**

GABRIEL AMEZCUA HERRERA

**COMPILACIÓN ELECTRÓNICA:**

ELISEO LEMUS AYALA

PRIMERA EDICIÓN, 2016

© UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE PÉNJAMO

ISBN: 978-607-97281-0-6

Queda prohibida la reproducción, distribución, publicación, edición o fijación material de esta obra o parte de la misma, en copias o ejemplares, efectuada por cualquier medio ya sea impreso, fonográfico, gráfico, plástico, audiovisual, electrónico, fotográfico u otro similar, pero sin limitarse esta prohibición, estrictamente a los siguientes casos: cita de textos, siempre que la cantidad tomada no pueda considerarse como una reproducción simulada y sustancial del contenido de la obra; reproducción de artículos, fotografías, ilustraciones y comentarios

referentes a acontecimientos de actualidad, publicados por la prensa o difundidos por la radio o la televisión, o cualquier otro medio de difusión, si esto no hubiere sido expresamente prohibido por el titular del derecho; y reproducción de partes de la obra, para la crítica e investigación científica, literaria o artística. Por lo que debe observarse lo dispuesto por los artículos 13,27,123, 124,125,148,162,163 fracción I, 164 fracción i, 168, 209 fracción I y III, 231 demás relativos aplicables de la Ley Federal del Derecho de Autor. Corresponde conocer a los Tribunales de la Federación de los delitos relacionados con el derecho de autor, previstos en el Título Vigésimo Sexto del Código Penal para el Distrito Federal en Materia de Fuero Común y para toda la República en Materia de Fuero Federal.

---

# PRÓLOGO

Katia Beatriz Villafán Vidales

Profesora-Investigadora de la Facultad de Economía “Vasco de Quiroga”. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. E-mail: [kbvillafan@fevaq.net](mailto:kbvillafan@fevaq.net)

La responsabilidad social (RS) es un tema que a nivel global ha ganado gran importancia los últimos años entre distintos actores y disciplinas de estudio, pero al mismo tiempo ha generado gran polémica por años al cuestionar ¿ser responsable de qué, ante quién y para quién? ¿Cuáles son los fundamentos teóricos de la responsabilidad social? ¿Cuáles son las implicaciones de dicha responsabilidad?

A lo largo de los años este concepto ha evolucionado en su constructo, que abonado de diferentes enfoques y corrientes de pensamiento, ha pasado de la filantropía corporativa, a la ética empresarial; de la ciudadanía corporativa hasta el desarrollo sustentable y territorial. Posiblemente uno de los rasgos más importantes de esta última década es el hecho de que la RS ha dejado de ser un asunto exclusivo de las empresas y hoy en día se lleva a cabo a la práctica en todas las organizaciones, incluyendo universidades, gobiernos y organizaciones no gubernamentales.

La RS se convierte en esencia en el “ADN” de todas las organizaciones para lograr incidir en la transformación de las sociedades actuales mediante la inclusión de aspectos éticos, sociales, ambientales y económicos en sus actividades diarias.

Un aspecto fundamental en las prácticas de RS es el desarrollo organizacional (DO), por diversas razones. Primera, el DO se creó para hacer frente a las circunstancias del entorno dinámico mediante cambios dramáticos en las estructuras organizacionales, por lo que hoy en día se requiere de esta herramienta por parte de las organizaciones para atender las necesidades en materia de RS como son la preocupación por la sustentabilidad, los derechos humanos, ética, inclusión social, entre otros.

Segundo, en el DO establece que cambios en las organizaciones deben contar con un respaldo y debe existir un dirigente que los promueva, en tal virtud los valores de la RS deben permear entre todos los integrantes de la organización para lograr ser socialmente responsable. Tercero, el DO al ser un proceso planificado en la organización puede servir para que la RS puede ser la estrategia transversal para tomar decisiones en todas las áreas de la organización. Cuarto, el DO promueve los sistemas orgánicos sobre los sistemas mecánicos en las organizaciones, ya que los primeros otorgan importancia a las relaciones intergrupales, la confianza, la interdependencia, la responsabilidad compartida, la pertinencia y la solución a conflictos vía negociación. Bajo esta lógica la RS se identifica con estos valores colectivos de mayor conciencia humanista, ambiental, respeto de derechos humanos.

En este libro se encuentran plasmadas las diferentes ideas y acepciones sobre la responsabilidad social y el desarrollo organizacional. Se desarrollan a lo largo de este libro casos de RS analizado desde distintas dimensiones: sustentabilidad, certificación ambiental, actitudes ecológicas, discriminación, prácticas laborales; y de DO específicamente de innovación y creatividad, estrategias de mercado, clúster electrónico y la importancia de la consultoría para la toma de decisiones estratégicas.

La riqueza de este libro es que además de presentar casos de empresas, también se analizan a otros actores tales como industrias y universidades contextualizadas a la realidad mexicana con estudios de investigación realizados en diferentes regiones del país (Querétaro, Ciudad de México, Jalisco, Guanajuato, Sinaloa y Aguascalientes).

Sin duda, un libro que desde hace tiempo necesitábamos todos los interesados la responsabilidad social y desarrollo organizacional en México y que evidentemente es muestra de que no sólo las prácticas de RS y DO están creciendo en nuestro país, sino también la teoría. Impulsado por la Universidad de Pénjamo Guanajuato, este libro puede ser de gran trascendencia y servirá referencia para los investigadores, estudiantes, empresarios políticos y todos los interesados en ambos temas.

---

# RESPONSABILIDAD SOCIAL

# **Responsabilidad Social En Las Microempresas Del Municipio De Pénjamo, Guanajuato.**

Luis Ángel López Espinoza

Estudiante de la Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico: [212030109@uppenjamo.edu.mx](mailto:212030109@uppenjamo.edu.mx)

Lizbeth Guadalupe Herrera Celis

Estudiante de la Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico: [212030091@uppenjamo.edu.mx](mailto:212030091@uppenjamo.edu.mx)

Glafira Vázquez Olarra

Profesora de Tiempo Completo. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico: [gvazquez@uppenjamo.edu.mx](mailto:gvazquez@uppenjamo.edu.mx)

## **Introducción**

Actualmente, tanto Nacional como Internacionalmente existe la necesidad de que los empresarios, con formación universitaria o no, desarrollen prácticas responsables para el beneficio propio como de su entorno, asimismo, es fundamental que conozcan claramente el entorno que viven, teniendo presentes sus metas y propósitos, manteniendo un balance y objetividad entre lo que anhela y su realidad presente en términos de economía, sustentabilidad, empleos, ingresos y oportunidades que se detectan en el mercado.

Aplicando el método de investigación-acción se lleva a cabo la búsqueda de estrategias que permitan fomentar y crear la Responsabilidad Social en las microempresas del municipio de Pénjamo, Gto., a través de la investigación, se hace un análisis de las prácticas actuales que tienen las microempresas y si estas están familiarizadas con la RS, así mismo, se reflexiona acerca de las estrategias y tácticas que el microempresario puede adoptar, para hacer de su microempresa un negocio socialmente responsable, esto con el fin de disminuir la posibilidad de fracaso y por el contrario, hacer que sea una verdadera generadora de fuentes de trabajo.

Para la elaboración del presente proyecto fue necesario plantear una problemática así como una hipótesis y una contextualización donde se explica de manera más específica las variables que determinan a la problemática así como algunas ventajas y desventajas además posibles de soluciones del presente tema.

## **Justificación**

Crear las mejores condiciones para el funcionamiento socialmente responsable de una organización requiere de lo siguiente: un liderazgo que articule a todos sus integrantes; una capacidad de gestión, administración y aplicación de recursos y procesos; y un conjunto de valores compartidos que se reflejen en las prácticas de todos los integrantes.

A primera vista pareciera que preocuparse de las prácticas responsables de las Pymes no fuera muy eficiente, sin embargo hay que recordar que estas empresas constituyen más del 90 por ciento de las empresas en el mundo entero, proporcionando entre el 50 y el 60 por ciento del empleo y contribuyendo con más de la mitad del producto interno bruto. Si incluimos las microempresas de subsistencia, las cifras suben al 99 por ciento y más del 70 por ciento respectivamente.



Aun cuando el impacto de las microempresas sobre la producción de bienes y servicios no sea tan grande como el de las Pymes, sus prácticas responsables pueden tener más impacto sobre la sociedad. Adicionalmente pueden contribuir a una distribución más equitativa del ingreso, ya que proporcionan empleo y medios de vida a segmentos de la población menos capacitados o en peor situación económica, contribuyendo así a la cohesión y estabilidad social. Además, dada su tendencia a adquirir bienes y servicios de la localidad en la que operan, tienen un mayor impacto sobre sus comunidades. Éstas son algunas razones adicionales para interesarse en las prácticas de responsables de las microempresas.

El proyecto que se presenta se origina de una necesidad conveniente para todos aquellos microempresarios Penjamenses que se interesen en implementar la Responsabilidad Social en su empresa, ya que, a lo largo del tiempo no ha quedado muy claro a qué se refiere dicho tema, así como los causantes de la misma.

Esta investigación es benéfica para todos aquellos microempresarios del municipio de Pénjamo, Guanajuato y la región, pues de manera muy específica se interactúa con algunos de ellos para determinar la problemática que ésta presenta.

Los resultados de esta investigación podrán ser utilizados como una pauta para todos aquellos microempresarios que deseen implementar la Responsabilidad Social, pues arroja los resultados de un análisis sobre el tema en las microempresas, esto como una opción de crecimiento y reconocimiento de las microempresas.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Conocer la disposición de los microempresarios para implementar la Responsabilidad Social en sus microempresas.

### **Objetivos Específicos**

- Describir la situación actual de las microempresas del municipio de Pénjamo, Guanajuato, respecto a la Responsabilidad Social.
- Identificar las oportunidades que tienen los microempresarios para la implementación de la Responsabilidad Social en sus microempresas.
- Entrevistar a microempresarios e interpretar los datos para descubrir la disposición de implementar la Responsabilidad Social en sus microempresas.
- Destacar la prevalencia de las microempresas que consideran las prácticas de Responsabilidad Social.

### **Planteamiento del problema y formulación de hipótesis.**

Actualmente la responsabilidad Social no la definen los expertos, sino la propia sociedad. Los ciudadanos, los consumidores, que cada vez somos más exigentes. Ya no nos importa sólo lo que el mercado nos ofrece, sino también el modo en el que lo hace. Penalizamos a quienes prescinden de esta dimensión y consideramos como opción preferible aquella que introduce criterios de sostenibilidad en sus productos y sobre todo en sus servicios.

De la misma manera, las acciones aisladas de buena expresión por parte de las empresas, no sólo con su propio personal sino con el entorno donde se encuentra, es decir la sociedad que rodea a la empresa, es de suma e incluso vital importancia para éstas, pues hoy en día las prácticas de responsabilidad social que se realizan por parte de las empresas son consideradas por el consumidor al momento de comprar o no el producto o servicio que la empresa ofrece.

En la actualidad, en el municipio de Pénjamo, Guanajuato existen 3,098 (INEGI, 2014) unidades económicas de menor tamaño, es decir, microempresas, de las cuales no se tiene conocimiento que dichas empresas están contribuyendo a la Responsabilidad Social, esto sin duda es una preocupante, ya que, no sólo para las grandes empresas sino también para las microempresas es de vital importancia contribuir con la Responsabilidad Social al dirigir sus esfuerzos, deben enfatizar profundamente con su quehacer de todos los días dentro de la misma empresa y posteriormente contribuir con su entorno de manera social y responsable.

Partiendo pues de investigaciones que se enfocan sobre el tema de la responsabilidad social únicamente practicada en las grandes organizaciones, se tiene el interés particular de realizar una investigación con la finalidad de conocer y describir las acciones de responsabilidad social que practican las microempresas en el municipio de Pénjamo, Gto. Asimismo, se busca dar a conocer el compromiso que tienen dichas empresas con la sociedad.

De acuerdo con lo planteado anteriormente, se establece la siguiente **hipótesis:** Las microempresas del municipio de Pénjamo, Guanajuato están dispuestas a contribuir con la práctica de Responsabilidad Social.

### **Contextualización**

En relación con los hechos descritos en el párrafo anterior, la investigación se apoyó en los siguientes conceptos e investigaciones para integrar un marco de información:

Hoy en día nadie duda de la importancia de las microempresas dentro de las economías de los países de América latina y el Caribe a pesar de que no es posible determinarlas en su exacta magnitud. Las microempresas tienen una importante contribución al crecimiento económico, la competitividad, la innovación y la creación de empleo de los países de la región (Neira, 2006).

El grupo de micro, pequeñas y medianas empresas, llamadas en México como (Mipymes), tienen una gran importancia en la economía, en el empleo a nivel nacional y regional, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo. Así la micro y pequeña empresas juegan un papel destacado en la economía del país, ya que de estas depende su futuro económico.

Asimismo hay problemas en la definición de microempresa (González, 2005) ya que para lograr su definición hay que tomar en cuenta diversos enfoques; en su trabajo Neira (2006) señala que la microempresa puede verse desde diversas perspectivas las cuales dan cierta luz en cuanto a la problemática de encontrar datos estadísticos inherentes a las mismas. A continuación se enumera las características de las microempresas desde distintos puntos de vista:

- Emplean un número de personas que no podrían ocuparse en el sector moderno y deben subemplearse con relativamente escaso acceso a los factores de producción complementarios de trabajo,
- Se encuentran en la ilegalidad, aunque no todas pero esta característica afecta las estadísticas oficiales,
- Son típicamente capitalistas, con trabajadores que son asalariados de manera abierta o encubierta,
- Eso fue una respuesta de sobrevivencia familiar a las épocas de crisis económicas, por lo cual una característica persistente en los estudios se refiere a empresas familiares,
- Producen mensajes, signos y símbolos que son consumidos socialmente, es decir produce su propia ideología.

El municipio de Pénjamo es uno de los 46 municipios del Estado mexicano de Guanajuato es una de las ciudades con mayor movimiento comercial en el estado. Contando con una población de 40,070 habitantes. De los cuales la mayoría se dedica a los servicios, comercio, en medida a la industria y turismo. La ciudad de Pénjamo por sí misma es un punto turístico, al tener tiendas comerciales, restaurantes, cafeterías, jardines, parroquias y joyas arquitectónicas y culturales. (INEGI, 2014)

En la ciudad de Pénjamo existen 3,374 empresas de las cuales 1,550 son de comercio al por menor; 231 a industrias manufactureras; 119 comercio por mayor; 84 servicios profesionales y científicos; 175 servicio de salud y asistencia social; 13 de construcción; 20 de transporte, correos y almacenamiento; 10 de información en medios masivos; 30 de servicios y seguros; 68 de servicios inmobiliarios de alquiler bienes muebles y tangibles; 361 de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas; 472 de otras actividades no gubernamentales; 72 de actividades gubernamentales de impartición de justicia y de organismos internacionales y extraterritoriales; 71 de servicios educativos, servicio de esparcimiento culturales y deportivos; 58 de servicio de apoyo a los negocios. (INEGI, 2014)

Sin embargo, las estadísticas indican que, en promedio, el 80% de las Mipymes fracasa antes de los cinco años y el 90% de ellas no llega a los 10 años. Para los dueños de Pymes, las razones del fracaso es necesario buscarlas fuera de las empresas, pero los analistas empresariales se orientan más a identificar las causas del fracaso en las propias Pymes y, en particular, en la capacidad de gestión de sus responsables. (Soriano, 2005). Esto es debido a una mala gestión, pues no se tiene al personal competente, ausencia de políticas en mejora continua, resistencia al cambio así como al implemento de nuevas estrategias. Sin embargo una de las estrategias que se cree más conveniente para la permanencia de las Mipymes es la implementación de la Responsabilidad Social.

El desarrollo del concepto de Responsabilidad Social es básicamente un proceso de reflexión ética. Implica las nociones de los fines mismos de la existencia social y enfatiza la realidad social de las organizaciones, que las orienta hacia mejorar la calidad de vida de la sociedad. La palabra “responsabilidad” indica la acción de responder por los resultados de las propias decisiones y acciones; la palabra “social” recuerda que esas decisiones y acciones afectan a otros. (Ortega y Jiménez, 2010)

Para muchos la responsabilidad social (RS) puede parecer más ligada a las grandes empresas; sin embargo, en las Pymes es más natural su aplicación debido a

su mayor relación con el entorno y su cercanía con los clientes. De hecho, desde tiempo atrás las Pymes vienen aplicando prácticas de RS de forma habitual y ligada a su quehacer diario, pero sin conocer el concepto e incluso sin llamarlas por ese nombre.

La puesta en marcha de acciones de RS puede atraer un gran número de beneficios para una Pyme y muchas veces son los beneficios sociales y ambientales los que traen beneficios económicos.

La creencia errónea de que la Responsabilidad Social es solo un tema de grandes corporativos y que supone una gran inversión son algunos los principales obstáculos para que las pequeñas y medianas empresas se acerquen a esta visión. Para la mayoría de las pymes, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) sigue siendo un tema desconocido, lejano y fuera de su alcance, que es un lujo reservado solo para grandes empresas, pues ellas tienen recursos humanos y económicos suficientes para el desarrollo e implementación de un modelo de gestión socialmente responsable. Otro de los grandes obstáculos de las pymes es el enfoque de la RSE como un tema meramente filantrópico o de 'moda'. Existe un gran desconocimiento del concepto de RS, pues no se ha realizado una sensibilización al empresario para posicionar la RS como factor de competitividad, un modelo de negocio redituable para todas las empresas.

Sin embargo, ya existen numerosos casos de éxito respecto a estrategias de RSE dentro de las pymes. Precisamente por su tamaño, las pequeñas y medianas empresas pueden implementar estrategias de RS aún más fácilmente que los grandes corporativos. (Zatarain, 2013).

La misma autora menciona que pese a su tamaño pueden implementar estrategias de RS, aún más fácilmente que los grandes corporativos, teniendo como ventajas las siguientes:

Gran adaptabilidad para los cambios por su reducida estructura.

- Capacidad creativa y de innovación a todos los niveles.
- Mayor comunicación directa entre sus colaboradores.
- Conocen perfectamente el entorno en el cual se encuentran.
- Conocen las necesidades de su comunidad y del mercado.
- Campaña de sensibilización. Dar a conocer los beneficios y ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia competitiva.
- Alianzas Estratégicas. Vinculación con el Gobierno y las grandes empresas para trasladar el know how de la RSE, a través de la capacitación impulsada y apoyada por estos sectores.
- Modelo de gestión 'hecho a la medida'. Estrategias y planes de trabajo acorde a la realidad del pequeño empresario.
- Educación Socialmente Responsable: insertar el tema de RSE en las universidades y centros de emprendimiento empresarial.

Bien, al hablar de responsabilidad social no podemos dejar a un lado la norma ISO 2600 que se rige, primeramente, por la responsabilidad social.

Dicha normatividad define siete principios de la responsabilidad social: rendición de cuentas, transparencia, responsabilidad, comportamiento ético, respetar los intereses

de las partes interesadas, respetar las normas internacionales y respeto a los derechos humanos.

Esta Norma Internacional no es una norma de sistemas de gestión. No es adecuada, ni pretende servir para propósitos de certificación, o uso regulatorio o contractual. Cualquier oferta de certificación o petición para obtener una certificación conforme a la Norma ISO 26000 se consideraría una escapatoria del propósito e intención de esta Norma Internacional y una mala utilización de la misma. Dado que esta Norma Internacional no contiene requisitos, ninguna certificación constituiría una demostración de conformidad respecto de esta Norma Internacional.

Esta Norma Internacional tiene como propósito proporcionar orientación a las organizaciones sobre responsabilidad social y puede utilizarse como parte de las actividades de la política pública. Sin embargo, para los propósitos del Acuerdo de Marrakech, que establece la Organización Mundial del Comercio (OMC), no se pretende que sea interpretada como una “Norma Internacional”, “directriz” o “recomendación”, ni se pretende que proporcione ninguna base para cualquier presunción o conclusión de que una medida es coherente con las obligaciones de la OMC. Adicionalmente, no pretende sentar bases para acciones legales, quejas, argumentaciones u otras demandas en ningún proceso internacional, local o de otro tipo, ni pretende ser citada como evidencia de la evolución del derecho internacional consuetudinario.

Por su parte, la Norma ISO 26000:2010 considera como ejes fundamentales de la RSE a la participación activa mediante la acción directa de la organización o a través de asociaciones dedicadas al bien común, y al desarrollo de la comunidad en el entorno inmediato o al menos cercano a la empresa.

Asimismo el microempresario no solamente va a tratar de cumplir la los lineamientos que marcan dicha normativa, sino que va a ir más allá y poner en marcha acciones:

- Que produzcan unos impactos positivos sobre el medio ambiente.
- Que favorezcan un buen clima laboral: medidas que fomenten la seguridad y la salud en el trabajo, la igualdad de oportunidades, la formación, la inclusión social.
- Que beneficien a la comunidad.

La mayor parte de las empresas pequeñas operan en mercados locales, lo que les permite operar con mayor libertad en sus decisiones de RS al no estar expuestas a las críticas de los medios de comunicación y de la sociedad civil, mucho más pendientes de las actuaciones de las empresas grandes. En cualquier caso, algunas de estas Mipymes operan como subcontratistas de estas grandes empresas, las cuales a su vez son particularmente vigilantes de las actividades y estándares de sus suministradoras. Por otro lado, las Mipymes aparecen fuertemente ligadas con la suerte social y económica de sus comunidades geográficamente más próximas, habida cuenta que la mayor parte de sus clientes y trabajadores provienen de su área geográfica próxima. De esta forma, la reputación de la empresa y su imagen como empleador, productor o actor en el ámbito local influyen ciertamente en su competitividad.

### **Diseño de la investigación**

Esta investigación se realiza con el enfoque mixto, es del tipo exploratorio y descriptivo y se recurrió a la técnica investigación-acción, cuya finalidad es resolver problemas cotidianos e inmediatos (Álvarez-Gayou, 2003; Merriam, 2009) citado por

Hernández Sampieri (2010) y mejorar prácticas concretas. Su propósito fundamental se centra en aportar información que guíe la toma de decisiones para programas, procesos y reformas estructurales. (Sandín 2003, p.161) señala que la investigación-acción pretende, esencialmente, “propiciar el cambio social, transformar la realidad y que las personas tomen conciencia de su papel en ese proceso de transformación”.

Para León y Montero (2002) citado por Hernández (2010) representa el estudio de un contexto social donde mediante un proceso de investigación con pasos “en espiral”, se investiga al mismo tiempo que se interviene. Además, parte de problemas prácticos y vinculados con un ambiente o entorno e implica la total colaboración de los participantes en la dirección de necesidades y en la implementación de los resultados del estudio.

En este orden de ideas, la investigación-acción ha sido el camino que ha permitido recopilar información y acercarse más al problema de estudio, así como identificar las habilidades empresariales de la persona en estudio.

Para la recaudación de los datos de información, ha sido necesaria la participación de algunos microempresarios de la ciudad de Pénjamo, Guanajuato, pues a través de entrevistas y observación propia a sus microempresas han sido identificados algunos factores que hacen referencia a la RS.

### **Presentación, análisis e interpretación de los hechos y datos.**

La responsabilidad social (RS) incluye la responsabilidad legal pero va más allá: es ética, porque refleja un deber moral y es social en cuanto que la organización se siente solicitada, interpelada, reclamada por la sociedad para hacer frente a sus responsabilidades ante esa sociedad, lo que lleva consigo la rendición de cuentas (Argandoña, 2012:3)

Asimismo, se debe destacar que la sociedad tiene que estar satisfecha con el impacto que recibe de los actos de la microempresa y viceversa, la microempresa debe estar cómoda con el entorno donde opera porque facilita sus operaciones para comercializar.

Actualmente algunos microempresarios aplican la RS sin percatarse de que se está poniendo en práctica, pues carecen del conocimiento objetivo de la misma y esto se debe a la cultura y educación en que los mismos se han desarrollado, de la misma manera también influye la formación que han tenido tanto escolar, familiar y social.

Por otro lado el comportamiento ético de las microempresas es más visible y de influencia en el lugar donde está ubicada. Pues las relaciones con clientes y proveedores están basadas en la confianza mutua, esto hace que las microempresas sean más conocidas en su comunidad y hace que sea aún más visible cuando son irresponsables.

Al haber analizado algunas entrevistas ofrecidas por microempresarios de la ciudad de Pénjamo, Guanajuato. Se han determinado algunos factores que determinan la apertura así como la implementación de la Responsabilidad Social. Algunos datos obtenidos marcan que el 70% de los microempresarios han aplicado o contribuido con la RS, sin embargo, la aplicación de ésta ha sido de una manera sutil, pues el microempresario Penjamense no conoce como tal el concepto de la RS y sus variables, sin embargo al explicar e indagar un poco en el término de RS menciona que ha contribuido con la RS en diferentes factores como es la capacitación de él así como del

personal a su cargo, además de contribuir en a su entorno en diferentes maneras, haciendo hincapié en la parte ecológica y/o sustentable al medio ambiente.

En contraparte, se determinó que aproximadamente el 30% de los microempresarios del mismo municipio no tienen idea de lo que es la Responsabilidad Social, originando que obstruyan la posibilidad de implementar la RS como una estrategia en su microempresa.

Mismos microempresarios mencionan que desearían tener algún tipo de capacitación respecto a la RS por parte de alguna dependencia de gobierno para posteriormente tomar la decisión de implementarla o no la RS.

Asimismo se identificó que el comportamiento ético de las microempresas es más visible y de influencia en el lugar de ubicación. Las relaciones con clientes, proveedores y competidores están basadas en la confianza mutua, esto hace que las microempresas sean más conocidas en su comunidad y hace que sea aún más visible cuando son irresponsables. Sin embargo siempre es posible ser más responsable y capturar los beneficios. Adicionalmente, las micro teniendo menos empleados, teniendo los dueños cerca del negocio, en muchos casos como gerentes, están más influenciadas por algunas personas, empleados y gerentes, y por esa razón es más fácil transmitir la ética responsable de los dueños y la gerencia al resto de la empresa.

El reto de crear una cultura de Responsabilidad Social es menor en las microempresas, ya que hay menos personas que deciden y, además, se conocen. Ésta proximidad con los empleados hace que una de las principales prácticas responsables sea en la gestión de los recursos humanos, sus condiciones de trabajo, sus beneficios. En parte porque es natural y obvio y en parte porque los beneficios suelen ser más tangibles. Ello obviamente limitado por los escasos recursos y las “des-economías” de escala que enfrentan estas empresas. Dado el carácter relativamente local de las Micro, donde los dueños y empleados suelen ser conocidos en la comunidad y a veces son sus líderes, estas empresas tienen una fuerte identificación con la comunidad.

Como consecuencia, los impulsores de prácticas responsables tienden a venir de la comunidad y buena parte de sus prácticas responsables estarán relacionadas con devolverle a ella algunos de los beneficios recibidos, apoyando actividades como deportes, educación, salud y contribución al medio ambiente cercano.

## **Discusión y conclusiones.**

Responsabilidad Social I es una forma de gestionar la empresa teniendo en cuenta los objetivos de la misma. Asimismo, al aplicar la Responsabilidad Social se obtienen muy buenos beneficios no sólo dentro de la empresa sino también en la sociedad, debido a que se tiene en cuenta las necesidades de la comunidad y sobre todo se cuida mucho el impacto social y ambiental.

Mediante la presente investigación se ha comprobado que los microempresarios del municipio de Pénjamo, Guanajuato. Han practicado la Responsabilidad social de una manera inconsciente, por así decirlo, ya que sin conocer del tema han realizado, en algunas ocasiones, prácticas de responsabilidad social dentro y fuera de su microempresa.

Al indagar un poco más en los factores que este sector necesita para implementar la RS, se han identificado algunas variables, como es: conocimiento del tema,

capacitación del tema por parte de algún organismo externo así como un apoyo económico, éste último si es necesario.

Para realizar una investigación es un proceso largo y que conlleva un tiempo razonable.

Concluyendo nuestra investigación cumplió con la mayoría de nuestras expectativas al igual que con los objetivos e hipótesis, logrando aceptables resultados respecto a la Responsabilidad Social.

Pero abriendo una posibilidad para retomar la investigación en un tiempo más razonable y de esta manera poder recabar la información precisa.

Se recomienda continuar con la investigación respecto al tema y su implementación en la Mipymes de México, a fin de abrir una pauta que aporte a los empresarios mexicanos las herramientas necesarias para el desarrollo de nuevas estrategias de ventas de este sector.

### **Bibliografía**

Graciela, L y Minerva, M (2014) Modelos Emergentes de Desarrollo en la Economía Social y Solidaria.

Las pymes: El gran reto de la RSE en México, <http://mexico.corresponsables.com/actualidad/las-pymes-el-gran-reto-de-la-rse-en-mexico>

Pymes con responsabilidad social, <http://www2.ccm.itesm.mx/talentotec/node/636>

Por qué fracasan las Pymes, <http://www.gestiopolis.com/por-que-fracasan-las-pymes/>

Martínez, (2014) Responsabilidad Social Sostenibilidad GRI e ISO 26000

Vives y Peinado, (2011) Responsabilidad Social Sostenibilidad GRI e ISO 26000



# **Las Pymes Y La Responsabilidad Social Empresarial: Acciones Desde Una Perspectiva Ambiental**

Elda Patricia Beltrán Manzanero

Docente-Investigadora. Universidad Tecnológica de Cancún. Correo electrónico: [ebeltran@utcancun.edu.mx](mailto:ebeltran@utcancun.edu.mx)

## **Introducción**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) está cambiando el modelo empresarial tradicional. Lo anterior ha impactado la forma de hacer negocios de las entidades económicas, incluso en las pequeñas y medianas empresas (pymes), razón por la cual se interesan en el tema.

El objetivo primordial de la investigación es exponer si es posible o no, que las pequeñas y medianas empresas incorporen la RSE en el núcleo de sus actividades y cómo pueden hacerlo desde una perspectiva ambiental. Para ello, se hace un breve repaso sobre las diferentes conceptualizaciones que existen sobre sostenibilidad empresarial, tanto en México como en el mundo. A la par de lo anterior, se presentan de manera general las 4 vertientes de la RSE, para después centrarse en el aspecto ambiental. Posteriormente, se exhiben las diferentes estrategias que las pymes pueden adoptar para ser ambientalmente responsables, tales como aplicar las 3R (Reducir, Reciclar y Reusar) en sus operaciones diarias, gestión de la cadena de abastecimiento, oferta y diseño de productos medioambientalmente sostenibles, sensibilización del personal, informar y formar al consumidor, entre otras.

Finalmente, se concluye que las pymes que deciden ser socialmente responsables, deben realizar una revisión minuciosa sobre los aspectos en los que desean o pueden ser RSE y desarrollar las estrategias que mejor se acoplen a su empresa, tomando como guía las directrices a nivel internacional y nacional.

## **I. Descripción del problema**

La responsabilidad social empresarial (RSE) está cambiando el modelo empresarial tradicional, de tal forma que ha impactado la forma de hacer negocios de las entidades económicas, incluso en las pequeñas y medianas (pymes).

Asimismo, la tendencia mundial indica que cada vez son más los consumidores preocupados por adquirir artículos que provengan de empresas socialmente responsables, en particular las que consideran el cuidado y protección del medio ambiente. Lo anterior provoca que las pymes, en la busca de la competitividad y supervivencia, se interesen en desarrollar estrategias o acciones socialmente responsables enfocadas en el aspecto ambiental.

Tomando como referencia lo anteriormente expuesto, surge la pregunta: ¿Cómo pueden las pymes ser socialmente responsables?

## **II. Objetivos**

General

- Enlistar las acciones clave en materia de RSE que las pymes pueden implementar, desde una perspectiva ambiental

#### Específicos

- Identificar los elementos clave que conforman la responsabilidad social empresarial
- Indagar sobre las estrategias empresariales concernientes al cuidado del medio ambiente
- Descubrir cuáles son las estrategias ambientales más utilizadas
- Desglosar las acciones que las pymes podrían desarrollar en materia ambiental

### **III. Bases teóricas**

#### **La responsabilidad social empresarial**

Una de las cuestiones más importantes para determinar si las pymes<sup>1</sup> pueden ser o no socialmente responsables, es tener claro el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE). La RSE es conocida de varias formas, entre ellas están: ciudadanía corporativa, responsabilidad social corporativa (RSC), sostenibilidad empresarial o simplemente responsabilidad social. El principal problema para insertar la RSE en las empresas, es no tener claro su significado, es por ello que a continuación se presentan algunas descripciones que pueden ayudar a comprenderla mejor.

La Unión Europea<sup>2</sup> (2001) definió en su momento la RSE como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. Años más tarde en el 2011, después hacer un análisis de los avances en materia de RSE, decide replantear sus estrategias y emitir una nueva definición “la responsabilidad de las empresas por su impacto en la sociedad”. En el mismo tenor, la Unión Europea asume que ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores. De lo anterior emanan las dos características fundamentales de los principios en los que se basa la RSE, la idea de ser un plus normativo y la lógica de la voluntariedad. Dicho de otro modo, además de cumplir con las normas que se les imponen a las empresas y que son obligatorias, también deben preocuparse por implementar y cumplir otras por las que no están coaccionados pero que sienten la responsabilidad de llevarlas a cabo.

Por su parte, Domínguez & Fernández (2011: 13) muestran que el concepto de la RSE se encuentra íntimamente ligado al concepto de sostenibilidad o desarrollo sostenible<sup>3</sup> y a la consideración, interiorización y gestión de los impactos económicos, sociales y ambientales generados por las compañías. De esta forma, la RSC aboga por la generación de valor para todos los grupos implicados y/o afectados por las actividades de la empresa. Por tanto, la compañía deberá ser rentable para sus accionistas pero también deberá aportar y/o compartir valor para los demás implicados y afectados por su actividad empresarial. En consonancia con lo anterior, Franch (2010: 96) afirma que sin viabilidad económica no hay RSE y que por lo tanto las empresas no pueden (ni deben) realizar acciones que pongan en cuestión su supervivencia, pero

agrega que el futuro de las organizaciones empresariales podría beneficiarse al impulsar una competitividad más responsable y más sostenible.

Corporate Social Responsibility Europe (citado en Beato 2008: 39) explica que la RSE es entendida como la expresión del compromiso de una empresa con la sociedad y con la aceptación de su papel en ella. Incluye el pleno cumplimiento de la ley y la realización de las acciones adicionales que la ley no puede preveer para que la empresa, a sabiendas, no haga daño a la sociedad. Este compromiso debe estar respaldado por recursos, liderazgo y ser medible.

La Fundación empresa y sociedad (citada en Beato 2008: 39) expone que la ciudadanía corporativa es mucho más que una colección de prácticas específicas o iniciativas ocasionales motivadas por razones de marketing, relaciones públicas u otros beneficios para la empresa y que debe ser vista como una serie completa de políticas, prácticas y programas que deben integrarse en todas las operaciones de la empresa.

Para aterrizarlo a la realidad de nuestro país, a continuación se muestra la conceptualización que ofrece el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), institución que se encarga de promover la responsabilidad social en México. Para el CEMEFI (2013), la RSE se ha convertido en una nueva forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la empresa se ocupa de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, lo social y lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona y buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras. Es decir, es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.

Para entender la RSE debemos tener en cuenta lo que Hupperts (2005) señala cuando expresa que términos como altruismo, beneficencia, caridad y filantropía empresarial se utilizan como sinónimos de responsabilidad social en forma indiscriminada, causando confusiones. Para que las acciones que se realicen sean consideradas como responsabilidad social, deben ser prácticas que tengan relación con la actividad principal de la empresa. Con lo anterior se quiere dejar claro que, pueden existir empresas socialmente responsables que no tienen fundaciones o no realizan donaciones y por otro lado pueden existir compañías que realicen filantropía o colaboren con asistencia social sin ser consideradas socialmente responsables.

### **Directrices para implementar la Responsabilidad Social Empresarial**

En el apartado anterior se habla sobre la conceptualización de la sostenibilidad empresarial, a continuación se hablará sobre cómo las empresas pueden ser socialmente responsables, en especial las que procuran el cuidado del medio ambiente.

Uno de los objetivos este documento es comprender si las pequeñas y medianas empresas pueden incorporar la RSE a su modelo de negocios, la respuesta tomando en cuenta lo anteriormente planteado, es: sí, es posible. Pero la gran incógnita es ¿Cómo se pueden ser socialmente responsables?

Con las definiciones anteriores pudiera pensarse que ser una empresa socialmente responsable es solo para las empresas grandes o las multinacionales. Es

un error pensar de esa manera, debido a que como Argandoña (2008) afirma, la responsabilidad social no tiene que consistir en un conjunto de prácticas sistematizadas y formalizadas que representen una carga imposible de cumplir para el tamaño y situación de la empresa.

Para trasladar la conceptualización de RSC a la realidad empresarial de las pymes, es fundamental tener presente a Hupperts (2005) cuando explica que RSE es un trabajo a la medida, varía según el sector económico y la empresa y está ligada a un contexto determinado.

Debido a lo anterior, debe comprenderse que no hay una única manera de avanzar en materia de RSE, por lo que cada empresa debe configurar su estrategia. Entonces, para estructurar una política correcta de RSE las organizaciones deben de ser capaces de crear su propia estrategia. Deben priorizar aquellos temas que para ellas sean más importantes y establecer unos planes de acción, sin olvidar jamás que una empresa deberá ser eficiente y sostenible en el tiempo, a la par de ser capaz de pensar en su entorno y comprometerse con él (Franch, 2010: 97).

Cualquier empresa que pretenda desarrollar estrategias de responsabilidad social, sea pequeña, mediana o grande, debe tener en cuenta las pautas que proporciona el Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Pacto Mundial), el cual es una de las iniciativas más importantes a nivel mundial en el ámbito de ciudadanía corporativa. Para el Pacto Mundial los cuatro pilares de la sostenibilidad empresarial son el respeto a los derechos humanos, al medio ambiente, mejoramiento de las condiciones laborales y lucha contra la corrupción. A través de esos cuatro tópicos elabora 10 principios para promover e implementar la responsabilidad social en las organizaciones, los cuales se muestran en el cuadro N.1 Los Diez principios del Pacto Mundial.

Las empresas adheridas al Pacto Mundial tienen el compromiso de trabajar en pro de la implementación de los diez principios. En ocasiones, las empresas, sin importar su tamaño, desde las pequeñas hasta las grandes, no logran ubicar el enfoque correspondiente para el proceso de implementación. Por lo que es importante entender que este proceso es de largo plazo e implica una mejora continua en el desempeño. No existe una fórmula única para aplicar los principios dentro del modelo de gestión de una organización, de hecho, varios modelos y enfoques de gestión pueden ayudar y enriquecer el proceso de implementación (Naciones Unidas, 2007).

A lo anterior se puede agregar que, unos principios como los del Pacto Mundial únicamente ofrecen una orientación en las políticas y no en el contenido exacto de una estrategia de responsabilidad corporativa. Por tanto, el proceso inicial de reflexión sobre lo que significan exactamente esos diez principios para cada empresa concreta, constituye el paso más importante, ya que es el paso que va a determinar la calidad del rendimiento de esa responsabilidad corporativa (Leisinger, 2010: 38)

**Cuadro N. 1 Los Diez principios del Pacto Mundial**

<b>Derechos Humanos</b>	
<b>Principio 1</b>	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.
<b>Principio 2</b>	Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.
<b>Estándares laborales</b>	
<b>Principio 3</b>	Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
<b>Principio 4</b>	Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
<b>Principio 5</b>	Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
<b>Principio 6</b>	Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.
<b>Medio ambiente</b>	
<b>Principio 7</b>	Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.
<b>Principio 8</b>	Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
<b>Principio 9</b>	Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
<b>Anticorrupción</b>	
<b>Principio 10</b>	Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

Para desarrollar el objetivo propuesto, se hará un desglose de los 3 principios del Pacto Mundial que hacen referencia al medio ambiente. Cabe señalar que los principios enunciados, parten de la información proporcionada en los sitios web del Pacto Mundial (2011) y de la Red Española del Pacto Mundial (2011).

- Principio 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente

El elemento clave del enfoque preventivo, desde un punto de vista empresarial, es la idea de prevención en lugar de la de cura. En otras palabras, resulta más rentable la adopción de medidas preventivas que garanticen que no se van a causar daños al medioambiente.

Las empresas deberían considerar lo siguiente:

- A pesar de que es cierto que las medidas preventivas para evitar causar daños al medio ambiente y su puesta en práctica suponen un gasto adicional, las medidas para paliar daños ya producidos, por ejemplo los costes de reparación o deterioro de la imagen de la compañía, pueden ser mucho más altos.
- La inversión en métodos de producción no sostenibles, es decir que agoten los recursos y degraden el medioambiente produce una rentabilidad menor a largo plazo que la inversión en instalaciones eco sostenibles. A su vez, la mejora en el rendimiento ambiental supone un riesgo financiero inferior, una consideración importante a tener en cuenta por parte de las aseguradoras.
- La investigación y el desarrollo en productos respetuosos con el medio ambiente pueden producir considerables beneficios a largo plazo.

- Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

Las empresas ganan legitimidad cuando satisfacen las demandas de la sociedad y cada vez más la sociedad expresa una necesidad clara de desarrollar prácticas medioambientalmente sostenibles.

Una de las formas que tienen las empresas para demostrar su compromiso hacia una mayor responsabilidad medioambiental es el desplazamiento de su modus operandi desde los llamados “métodos tradicionales” hacia los enfoques más responsables a la hora de plantear las cuestiones medioambientales, considerando lo siguiente:

- Trabajar con proveedores que mejoren su comportamiento medioambiental (gestión de la cadena de suministros).
- Redefinición de las estrategias de la empresa y de su política para incluir la “triple entente” del desarrollo sostenible: prosperidad económica, calidad medioambiental y justicia social.
- Establecer objetivos cuantificables.
- Desarrollar indicadores de sostenibilidad (económicos, ambientales, sociales)

- Cuantificación, seguimiento e información sobre progresos realizados en la incorporación de principios de sostenibilidad a las prácticas empresariales, incluyendo la denuncia por infringir las normativas de operación estándar.

- Adoptar principios y códigos de conducta voluntarios y códigos de prácticas en las iniciativas globales y sectoriales.

- Principio 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

La definición incluye los medios de alta tecnología y control pero también favorece de forma explícita un enfoque preventivo progresivo, como la prevención de la contaminación y las tecnologías de producción más limpia. Este principio se orienta, por lo tanto, hacia una tecnología más limpia cuya función sea facilitar un beneficio o servicio humano, en lugar de centrarse sólo en los productos.

En una fábrica básica o una unidad de negocio, la mejora de la tecnología puede lograrse a través de cuatro medios o principios:

- Cambios en el proceso o en las técnicas de fabricación. Desde modificaciones sencillas hasta cambios más avanzados que requieren esfuerzos de investigación y desarrollo.

- Sustitución de unas materias primas por otras. A fin de utilizar materias primas menos tóxicas, por ejemplo.

- Variaciones en los productos. Por ejemplo el cambio de pinturas fabricadas con disolvente por pinturas de agua.

- Reutilización de materiales en la propia planta de fabricación. Separación, tratamiento y recubrimiento de materiales útiles a partir de residuos.

Por otra parte, el CEMEFI proporciona un decálogo que funge como guía para las empresas mexicanas que quieren ser socialmente responsables. Dichos puntos se señalan a continuación:

### **Cuadro N. 2 Decálogo ESR**

La empresa responsable...
1. Promueve e impulsa una cultura de competitividad responsable que busca las metas y el éxito del negocio, contribuyendo al mismo tiempo al bienestar de la sociedad.
2. Hace públicos sus valores, combate interna y externamente prácticas de corrupción y se desempeña con base en un código de ética.

#### **IV. Metodología empleada**

Para desarrollar la presente investigación se realizó un estudio exploratorio en donde se analizó la información que proporcionan empresas que se dedican al comercio y distribución al por menor, adscritas al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, a través de sus Comunicaciones de Progreso (COPs) del 2013, las cuales se elaboran tomando en cuenta los diez principios rectores de dicha iniciativa. Asimismo, se examinaron las acciones de las empresas reconocidas por el Centro Mexicano de la Filantropía, como las mejores prácticas de responsabilidad social empresarial en 2013. El análisis se llevó a cabo poniendo especial atención en el apartado sobre el medio ambiente.

#### **V. Resultados**

Después de realizar el estudio pertinente de las Comunicaciones de Progreso del 2013 de las empresas que pertenecen al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, se observa que las estrategias más utilizadas para fomentar la responsabilidad ambiental se pueden clasificar de la siguiente forma:

- Aplicación de las 3R (Reducir, Reciclar y Reusar) en sus operaciones diarias

Las compañías RSE pretenden que sus actividades diarias generen el menor impacto ambiental posible, por lo que implementan programas de gestión de sus residuos, hacen uso eficiente de la energía al utilizar equipos de cómputo de bajo consumo energético, uso de luminarias LED<sup>1</sup> en las instalaciones, renovación de las flotillas de autos por modelos con menor índice de contaminación. Asimismo, prefieren materiales de limpieza biodegradables, a la par de reciclar y reutilizar el material de oficina.

- Gestión de la cadena de abastecimiento

Las empresas socialmente responsables consideran que para incentivar a sus clientes a comprar responsablemente, es necesario que las compras que ellos realizan también sean responsables. Por lo que antes de comprar, toman en cuenta la actitud y el comportamiento de sus proveedores y de todos los eslabones de la cadena de abastecimiento. Además, fomentan proyectos que desarrollen las capacidades de los fabricantes, proveedores y distribuidores, para lograr una cadena de valor socialmente responsable.

- Oferta y diseño de productos medioambientalmente sostenibles

Se puede entender que si se ofertan productos que sean ambientalmente amigables o de una mayor eficiencia, como consecuencia directa o indirecta, se estará propiciando una mayor responsabilidad medioambiental. Es por ello que compañías se preocupan por ofrecer productos que sean susceptibles a ser reciclados al final de su vida útil, artículos procedentes de la agricultura orgánica, del comercio justo, productos de alta eficiencia energética, entre otros. También, se ofrecen productos con información clara y detallada, donde se indica la procedencia de los componentes, contenido, manejo, disposición e impacto en el medio ambiente.

- Sensibilización del personal



Las empresas se encargan de informar y orientar a su personal sobre la importancia del consumo responsable para que ellos puedan transmitirlo a los clientes en el momento que sea necesario y también para que puedan participar activamente en la promoción del consumo responsable. En el mismo tenor, se forman comités para organizar y coordinar las actividades de RSE. Al mismo tiempo, se promueven diferentes iniciativas como el uso compartido de automóviles para ir al trabajo o utilizar el transporte público.

- Informar y formar al consumidor

Otro esfuerzo que realizan las empresas para estimular compras con mayor responsabilidad ambiental, son los trabajos realizados en promoción, ventas y marketing para el medio ambiente dirigidos hacia el consumidor final que consiste en comunicar las acciones que pueden ayudar al entorno ambiental u ofrecer incentivos para ello. Además, se informa de manera pública las acciones que realizan en materia RSE y los incidentes relacionados con la empresa.

- Campañas sobre reducción y eliminación de bolsas de un solo uso e implementación de bolsas reutilizables

Este punto tiene relación con el anterior, y se refiere a promover la disminución o eliminación del uso de bolsas de plástico de un solo uso y por otro, la implementación de bolsas reutilizables, para lograrlo las empresas regalan o venden a un precio muy bajo, bolsas para realizar las compras que puedan ser utilizadas más de una vez, a la par de eliminar de sus inventarios las bolsas de plástico que no pueden ser recicladas.

Por otro lado, en México cada año el CEMEFI entrega un reconocimiento a las mejores prácticas de responsabilidad social empresarial, para reconocer a aquellas empresas que está llevando a cabo acciones, programas o procesos materia de alianzas intersectoriales, cadena de valor, calidad de vida en la empresa, cuidado y preservación del medio ambiente, ética empresarial, modelos de gestión de RSE, promoción del consumo responsable, y vinculación con la comunidad. Dichos reconocimientos sirven como ejemplos de acciones que otras empresas pueden adaptar a su realidad empresarial. A continuación se presentan las acciones más relevantes sobre promoción para la preservación del medio ambiente.

#### Mejores prácticas sobre cuidado y preservación del medio ambiente

- Reducción en el consumo de energía

Varias empresas se han enfocado a reducir el consumo de energía de sus equipos de refrigeración, contribuyendo a reducir tanto el costo de operación de sus equipos (debido a un menor consumo energético) como en el menor impacto ambiental de estos, lo cual se ha logrado con equipos ahorradores y de alta eficiencia energética.

- Gestión de residuos

Otras empresas se han distinguido por la implementación de programas innovadores de gestión adecuada de recursos. A la par, de ofrecer a sus clientes opciones para desechar y procesar productos que ya no utilizan.

- Productos amigables con el medio ambiente

Gran número de empresas se preocupan porque sus empaques sean sustentables al utilizar mayor cantidad de material reciclado en su elaboración o con menor embalaje.

## VI. Conclusiones

Como se pudo observar en líneas anteriores existen diversas formas en las que se puede lograr incorporar la sustentabilidad empresarial al modelo de negocios de las organizaciones. Para lo anterior, existen instituciones como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas o el Centro Mexicano para la Filantropía, que ofrecen lineamientos que son susceptibles de ajustarse al tipo, tamaño y posibilidades de la empresa. Dichos documentos tienen sus bases en los ámbitos de derechos humanos, estándares laborales, cuidado del medio ambiente, lucha contra la corrupción, calidad de vida en el trabajo, vinculación con la comunidad, entre otros.

Lo primero que debe hacer una pyme que desea ser socialmente responsable, es comprender qué es la RSE y no confundirla con el altruismo o la filantropía empresarial. Además, las pequeñas y medianas empresas deben tener en cuenta que con frecuencia en materia de RSC se tienen que hacer esfuerzos, donde no se observan los frutos a corto plazo, por ello es importante mantener la paciencia y no olvidar los objetivos que se pretenden alcanzar.

Otra cuestión importante para que las pymes puedan ser socialmente responsables, es dar ese primer paso y poner manos a la obra, es decir, tomar la decisión de ser socialmente responsables y realizar una revisión minuciosa sobre los aspectos en los cuales desean o pueden ser RSE y desarrollar las estrategias que mejor se acoplen a su empresa. Se puede comenzar tomando como guía las acciones que se exponen en el apartado anterior y posteriormente, crear las propias.

Para finalizar, toda empresa que lo desee puede ser ambientalmente responsable, no importa si es grande, mediana o pequeña, el éxito dependerá de su capacidad de adaptación y del desarrollo de estrategias innovadoras y sostenibles.

## Bibliografía

- Argandoña, A. (2010). Debate. En Hacia una nueva ética económica global (págs. 75-84). Barcelona: Huygens.
- Argandoña, A. (Junio de 2008). La responsabilidad social de las empresas pequeñas y medianas. La responsabilidad social de las empresas pequeñas y medianas. Navarra, España: Universidad de Navarra.
- Beato, P. (2008). La responsabilidad social corporativa en la actividad cotidiana de la empresa. (F. C.-C. ALCI, Ed.) América Latina, España y la RSE: contexto, perspectivas y propuestas (21), 39-45.
- Centro de información de las Naciones Unidas. (2003). Recuperado el 9 de Mayo de 2010, de <http://www.cinu.org.mx>

- De la Mota, J. (2010). El Pacto Mundial de la ONU: Continuidad y cambio. La RSE como factor de crecimiento sostenible. En Hacia una nueva ética económica global (págs. 59- 84). Barcelona: Huygens.
- Domínguez, R., & Fernández, J. (2011). Guía 3. Responsabilidad Social Corporativa y la cooperación internacional para el desarrollo. Santander, Cantabria, España: CEOE CEPYME Cantabria.
- Filantropía, C. M. (15 de Julio de 2013). CEMEFI: Centro Mexicano para la Filantropía. Recuperado el 15 de Julio de 2013, de Sitio web del CEMEFI: <http://www.cemefi.org/esr/index.php>
- Franch, M. (2010). La RSE: una motivación y una herramienta de gestión. El papel de las administraciones públicas. En Hacia una nueva ética económica global (págs. 95-104). Barcelona: Huygens.

1 Pequeñas y medianas empresas

2 La Unión Europea es una asociación económica y política única en su género, formada por 28 países europeos.

3 De acuerdo con el Informe Brundtland (1987), desarrollo sostenible se refiere a satisfacer las necesidades de la actual generación sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades.

# Actitudes Ecológicas De Los Productores De Nopal En La Delegación Milpa Alta De La Ciudad De México

Silvia Galicia Villanueva

Docente-Investigadora. Instituto Politécnico Nacional. Correo electrónico: [sgaliciav@ipn.mx](mailto:sgaliciav@ipn.mx)

Hugo Serna Álvarez

Investigador. Instituto Politécnico Nacional. Correo electrónico: [hsernaa@ipn.mx](mailto:hsernaa@ipn.mx)

Gonzalo Abraham Ramírez Hernández

Alumno-Investigador. Instituto Politécnico Nacional. Correo electrónico: [gramirezher@gmail.com](mailto:gramirezher@gmail.com)

## Introducción:

En la delegación Milpa Alta de la Ciudad de México se observan dos particularidades que la caracterizan, la primera es que se considera suelo de conservación y la segunda es que se identifica como la zona productora número uno del país en la producción de nopal verdura.

El modelo de producción es rural y se realiza de forma tradicional desde los años cuarenta, se trabaja a cielo abierto exponiendo a la producción por un lado a variaciones climatológicas, incidiendo directamente en la oferta y la demanda, pero sobre todo en el precio, generando en ciertos meses del año, volúmenes considerables de desperdicios en especie y pérdidas económicas afectando directamente al ingreso de los productores, y por otro lado la producción queda vulnerable al ataque de plagas y a la contaminación de agentes químicos utilizados en plantaciones vecinas.

En el desarrollo de las actividades de los productores de nopal, las actitudes toman un papel importante pues representan los conocimientos, deseos y acciones ante una situación específica, en este caso el medio ambiente.

Se aplicó un cuestionario a una muestra de 307 productores de nopal para conocer las actitudes respecto al medio ambiente.

Se utilizó una escala tipo Likert para identificar los tres componentes de las actitudes ecológicas de los productores de nopal de la Delegación Milpa Alta en la Ciudad de México.

## Problemática.

Milpa Alta es formalmente una Delegación desde 1929, y forma parte de la llamada Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

Se encuentra ubicada al sur-este del Distrito Federal, ocupando territorialmente el segundo lugar entre las delegaciones, después de Tlalpan con una superficie de 228.41 km<sup>2</sup>. Sus coordenadas geográficas al norte 19°13', al sur 19°03' de latitud norte, al este 98°57', al oeste 99°10' de longitud oeste. Milpa Alta colinda al Norte con las delegaciones Xochimilco y Tláhuac; al este con la delegación Tláhuac y Estado de México; al sur con el estado de Morelos; al oeste con las delegaciones Tlalpan y Xochimilco ([www.milpa-alta.df.mx](http://www.milpa-alta.df.mx), 2013)

En Milpa Alta existe una división territorial en 12 pueblos, y cuenta con 29 barrios. Esta naturaleza "tradicional" de los pueblos, le da especial trascendencia a la clasificación de rural, y hace necesario tener muy en cuenta su relación con el entorno ambiental pues se considera uno de los pulmones verdes de la Ciudad de México.

En consecuencia, es importante considerar criterios como los del Programa General de Ordenamiento Ecológico del Distrito Federal (PGOEDF), que establece que los 12 pueblos tradicionales de Milpa Alta se clasifican como rurales, y tienen mucha importancia en la reproducción del entorno natural de la ciudad de México, por los servicios ambientales que suministran a ésta, como el agua y la regulación del clima. (Bonilla, 2013)

La totalidad de la superficie de Milpa Alta está clasificada como suelo de conservación, se subraya también la importancia de apoyar a sus pueblos en sus actividades de reproducción social relacionadas con la agricultura, incluidas sus tradiciones culturales, para que dichas actividades sean una solución integral para la conservación del ambiente y la contención de la urbanización. Es decir, se reconoce la existencia y preservación de los pueblos tradicionales como un factor esencial para la salud ecológica de Milpa Alta y de la ciudad de México.

Se estima que la introducción del cultivo del nopal en Milpa Alta, fue desde la década de 1940. Según referencias históricas, fue a mediados de la década de 1940 cuando fue introducido su cultivo en Villa Milpa Alta por el campesino Florentino Flores Torres, originario del barrio de la Concepción.

Desde entonces, se convirtió en la mejor opción productiva para los campesinos y terminó por sustituir completamente al cultivo del maguey; muchos otros agricultores lo incorporan como cultivo principal, pero sin dejar de sembrar el maíz y el frijol. Su importancia y peculiaridad se hace patente al describir el volumen de producción, de hectáreas sembradas y de su localización y construcción espacial. Así, en un estudio de la Delegación de Milpa Alta se afirma que, mientras en 1976 había una superficie de 1 500 hectáreas dedicadas al cultivo de nopal, en 1991 ésta se incrementó hasta 4 024 hectáreas. En este crecimiento sobresale el hecho que, de la cabecera delegacional de Villa Milpa Alta sale 64.8% del total de las 203 000 toneladas producidas al final del periodo, y que junto con lo cosechado en el pueblo de San Lorenzo Tlacoyucan sumaban 82.8% del total (Bonilla, 2013).

En la delegación Milpa Alta la producción de nopal- verdura se realiza en forma tradicional a cielo abierto, lo que implica que la producción sea susceptible a variaciones climatológicas, incidiendo directamente en la oferta y la demanda, pero sobre todo en el precio, generando en ciertos meses del año, volúmenes considerables desperdicios en especie y pérdidas económicas afectando directamente a los productores. (Consejo delegacional para el desarrollo rural sustentable en la delegación Milpa Alta, 2006)

El comportamiento de la producción de nopal vs. el precio del mismo propuesto por (Bunge-Vivier, 2008) describe que durante un año, se percibe una relación donde los niveles más altos de producción afectan directamente al precio, se presenta entre los meses de abril a septiembre, por consecuencia es también cuando se presentan los niveles más altos de desperdicio.

Como resultado de esa proporción, los productores se ven orillados a dejar perder sus cosechas, por otro lado se hace mención que son dos los principales problemas a los que se enfrentan la mayoría de asociaciones productivas rurales y los productores independientes de Milpa Alta que pretenden acercarse a un modelo de empresa establecido y son por un lado; el capital limitado disponible ya que la producción de

nopal en la zona requiere de apoyos gubernamentales, que ofrezcan opciones de crecimiento y desarrollo comercial y por otro la necesidad de un cambio rápido de una mentalidad campesina tradicional a una actitud empresarial de competitividad (Bunge-Vivier, 2008).

Ante dicha situación, la delegación Milpa Alta elaboró en el año 2006 un diagnóstico donde se señala la situación que hasta ese momento han vivido los productores de nopal, mostrando también las posibles alternativas de solución ante la problemática detectada, misma que se documenta en dicho informe, sin embargo se apunta entre otros a 2 ejes de acción; el físico-ambiental y el económico, que requieren especial atención (Consejo delegacional para el desarrollo rural sustentable en la delegación Milpa Alta, 2006).

### **Eje físico-ambiental:**

Recurso: Suelo.

Problemática: Se encuentra erosionado y contaminado, causado por la mala aplicación de agroquímicos.

### **Alternativas:**

- Curso-taller de manejo de productos orgánicos y agroquímicos.
- Buenas prácticas en el cultivo de nopal.
- Reforestación en tiempos adecuados y mantenimiento de renuevos.
- Regular los establecimientos de agroquímicos de acuerdo a la norma oficial.
- Fortalecer el subsidio para fertilizantes orgánicos

### **Eje económico:**

Actividad económica: Agrícola.

Problemática: El cultivo de nopal presenta varias situaciones tanto en el proceso productivo como en la comercialización.

Alternativas:

- Difusión del nopal-verdura en otras delegaciones y estados.
- Cursos sobre canales de comercialización y exportación
- Curso-taller sobre plan de negocios
- Nuevas políticas de subsidio.
- Estudios para productos con valor agregado del nopal
- Curso taller en transformación del nopal.

Otra observación es la que presenta Margarita García de Alba, presidenta del Consejo de Promoción del Nopal y de la Tuna (Comentuna) hace mención a que “la producción nacional del nopal es aproximadamente de 600 mil toneladas por año, pero

sin embargo 160 mil se tiran a la basura porque su consumo no se ha generalizado en todo el país ni tampoco se cuenta con una cadena agroindustrial que permita procesarlo”. (González, 2010)

Indicó también que aproximadamente el 70 por ciento del nopal que se produce en México se vende fresco como alimento y únicamente la tercera parte se procesa.

En comparación con China que dando financiamiento a una empresa privada, generó una agroindustria que a la fecha fabrica 200 productos distintos, en ese país, la empresa de nopal más grande tiene 400 hectáreas de cultivo en invernadero y en 2006 pretendió asociarse con productores mexicanos, tanto para asegurarse del abasto del cactáceo como para incursionar en México.

“El acuerdo no se concretó porque no somos competitivos”, dijo García de Alba. (González, 2010)

Otra de las problemáticas detectadas en la delegación Milpa Alta del Distrito Federal es la falta de herramientas de comercialización efectivas, que pueda apoyar a los productores de nopal de dicha entidad. (Alcántara, 2009)

Por otro lado, la producción de nopal presenta daños al medio ambiente ocasionados específicamente por el uso de abono vacuno, y que se describen a continuación:

- En suelo;** puede verse altamente afectado directamente por el uso de estiércol, pues contiene altas concentraciones de nitrógeno y fósforo, que se infiltran en aguas superficiales y profundas, microorganismos patógenos (E. coli), antibióticos y compuestos que interactúan con el sistema endócrino por uso de hormonas y esteroides, plaguicidas y herbicidas describe Powers (2009) citado por (Pinos & García, 2012)

- En agua;** se contamina directamente por escurrimientos e infiltraciones en aguas subterráneas, mientras que el fósforo contamina las aguas superficiales. Miller, (2001) citado por (Pinos & García, 2012).

- En aire;** Las descargas a la atmósfera provenientes del estiércol incluyen polvo, olores y gases producto de la digestión anaeróbica y descomposición aeróbica. Los contaminantes arrojados a la atmósfera se componen de amoníaco, metano y óxido nitroso principalmente, sin embargo el metano es un Gas de Efecto Invernadero (GEI) 23 veces más potente que el CO<sub>2</sub>, y el estiércol contribuye con el 16% de las emisiones globales (Pinos & García, 2012, pág. 363)

## **Objetivo.**

Describir las actitudes de los productores de nopal respecto al daño al medioambiente.

## **Bases teóricas.**

Es alrededor de la década de 1960 en los Estados Unidos, cuando se observó el inicio de una tendencia emergente de productores y consumidores con características

particulares teniendo la intención de integrar a una cultura verde en decisiones de compra, se distinguían por un estilo con rasgos como los siguientes:

- Habitaban lugares alejados de las redes eléctricas.
- Construían sus calentadores de agua a base de energía solar en los tejados.
- Producían en sus hortalizas libres de productos químicos.
- Se alimentaban con granola que ellos mismos preparaban.
- Vestían con ropa confeccionada de fibras de yute y sandalias.
- Las empresas de productos ecológicos operaban de manera marginal en sótanos y garajes.
- Viajaban en combis con diseños y mensajes en pro de la naturaleza.
- Los productos ecológicos eran escasos, caros, llevaban marcas desconocidas y presentaban fallas continuamente (Ottman, 2013).

En aquellas fechas también se registró lo que sería un ejemplo clásico al exponer el daño al medio ambiente por el uso de un producto que en su inicio se perfilaba como un éxito garantizado y con una larga estancia en el mercado; el Dicloro Difenil Tricloroetano (DDT) que presentó características como:

- Surge como un producto innovador para controlar las plagas de los insectos transmisores de enfermedades como; Tifus, Malaria, fiebre amarilla entre otras.
- Se patentó por su inventor, el químico Suizo Paul Hermann Müller en 1940 en Suiza, en Estados Unidos se patenta en 1942 y en Australia en 1943.
- Gracias al DDT se otorgó el Premio Nobel de Fisiología o Medicina a su inventor en 1948.

Sin embargo al paso de unos años se descubre que su uso también produce otros efectos colaterales y nada benéficos como:

- Altamente tóxico.
- Efectos cancerígenos.
- Daño en desarrollo infantil.
- Daños en sistemas reproductivos.

Por lo anterior se desata un movimiento que encabezó Rachel Carson quien plasma las primeras preocupaciones por el medio ambiente en su libro titulado “Una primavera silenciosa” en el año 1962 dónde a manera de fábula plantea el daño al ecosistema y por consiguiente al hombre, tal fue el auge y la presión, que finalmente



diez años más tarde se prohibió el uso del pesticida que prácticamente ya era una industria consolidada. (El financiero, 2014).

La situación llega a ser tan preocupante que, a nivel internacional en 1987 La Comisión de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente Mundial y el Desarrollo publicó el informe “Nuestro futuro común” donde definen en forma global el concepto de desarrollo sostenible como; “Satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades” (Belz, Peattie, & Galí, 2013, pág. 22). Poniendo de esa manera el cuidado del medio ambiente en la agenda global la magnitud del problema.

El DDT es solo un ejemplo radical de los productos de gran impacto. Pues el daño al medio ambiente que ocasiona la avalancha de productos es incalculable, por todo lo que se compra y desecha perjudicando al planeta y a la salud de todas las personas que tienen contacto con el producto a lo largo de todo su ciclo de vida, desde su producción, por la comercialización, para llegar al consumo y desecho.

Por lo tanto la dinámica de producción tradicional se ve rebasada como resultado de la presión y adopción de nuevos factores en la dinámica empresarial: los elementos que están presentes pero que no se consideraron anteriormente como; el entorno natural y de desarrollo sustentable, el papel de los gobiernos y otras entidades como las ONG, grupos ecologistas, partidos políticos, medios de comunicación, organizaciones de consumidores, economistas, sociedad civil, etc., a favor del medio ambiente (Fraj & Martínez, 2002).

Una descripción es presentada por (Lorenzo, 2002) al comentar que sobre las continuas aportaciones con perspectiva científica sobre una nueva realidad y sobre todo la gravedad de los algunos problemas ambientales provocaron que las empresas, como principales responsables directos o indirectos de esos problemas, ahora tengan que hacer frente a las presiones ejercidas por diferentes organizaciones, gobiernos y por una sociedad civil cada vez más sensible al deterioro ambiental.

En ese sentido la sociedad incorpora de una serie de factores como: los conceptos de entorno natural y de desarrollo sostenible, el rol desempeñado por la administración pública y otras asociaciones (ONG, grupos ecologistas, partidos políticos, organizaciones de consumidores, economistas, etc.), así como por distintos organismos internacionales en defensa del medio ambiente. Las actitudes que las organizaciones adoptan ante estos retos son de dos tipos: reactiva y proactiva. Las organizaciones reactivas se niegan a aceptar las presiones o reaccionan ante ellas cuando no les queda otro remedio, mientras que las segundas –las que responden proactivamente– se adelantan a las demandas de las personas u organizaciones que tienen algún tipo de interés o de influencia en las actividades de una empresa, e intentan buscar nuevas oportunidades en los retos que toda situación de cambio supone (Rodríguez y Ricart, 1998) citado por (Pulido, 1977).

Hoy en día las organizaciones en su gestión han de proceder con una visión holística integral en el desempeño de sus actividades como “*un proceso de gestión integral, responsable de la identificación, anticipación y satisfacción de las demandas de los clientes y de la sociedad, de una forma rentable y sostenible*” (American Marketing Association, 2014). La mejor estrategia ambiental de una organización es, sin duda, el

desarrollo de un sistema de gestión ambiental, con unos objetivos y con unos principios ambientales a la medida de la situación de cada organización.

Cabe resaltar que los aspectos ambientales han cobrado mayor importancia por su ámbito de aplicación por ser una de las grandes preocupaciones de un sector del mercado, la industria, e inclusive las políticas gubernamentales. Además, esas preocupaciones se están transformando paulatinamente en una demanda efectiva de productos “limpios”, lo que denota que el medio ambiente ha adquirido un gran valor en la percepción del consumidor.

Del mismo modo (Lorenzo, 2002) propone que toda organización que desempeñe una actividad en la sociedad es responsable también ante ella. Y si los productos que vende o los servicios que presta perjudican a las personas o al entorno, deben eliminarse o reducirse al mínimo los daños causados. La organización, por lo tanto, considerando la responsabilidad social que debe asumir, ha de hacer un balance entre las necesidades de sus clientes y el interés y el bienestar de la sociedad en general en el presente y en el futuro.

Ahora bien, la consideración de la ecología como un componente básico de la nueva filosofía o forma de pensar de la empresa da lugar al Green marketing. Esta forma de concebir el marketing no supone solamente asumir una responsabilidad social mínima sino también ayudar a la mejora y a la protección del sistema natural dentro del que se encuentra el sistema empresarial.

Tal y como lo expresa (Toffler, 1981) “no podemos encerrar el mundo embrionario del mañana en los cubículos convencionales de ayer”, el concepto y la utilidad tradicional de empresa (desde las altamente tecnológicas hasta las de actividades agrícolas) se ha visto presionado por nuevas prácticas como; la Responsabilidad Social Empresarial, estándar que va más allá de una moda impuesta por los gobiernos y que de acuerdo con (Perdiguero & Andrés, 2005) involucra a cuatro niveles esenciales de responsabilidad;

- 1.- La responsabilidad en las relaciones con los trabajadores, la organización y la calidad del trabajo.
- 2.- Las responsabilidades que afectan la calidad, la seguridad y la utilidad social de los productos y servicios.
- 3.- La responsabilidad de la empresa en el desarrollo social.
- 4.- La responsabilidad con los consumidores, accionistas, inversionistas, proveedores, distribuidores etc.

### **Las generaciones verdes**

Cada generación ha mostrado características que se orientan a tendencias verdes, pues las conductas reflejan los valores de cada uno de nosotros, y en ese sentido, el cuidado de la naturaleza y del planeta por lo que se ha convertido en el valor central de todas las generaciones, y es a partir de los Baby Boomers que inicia la nueva ola verde desde mediados de los años 1960 (Ottman, The new rules of green marketing, 2011):

#### **Baby boomers: La primera generación verde.**

Las cabezas de millones de hogares en Estados Unidos, son los baby boomers, y han liderado desde hace tiempo el movimiento verde a través de los valores y actitudes que han inculcado a la sociedad y los han transmitido a sus hijos y nietos. Nacidos entre 1946 y 1964, y con edades comprendidas de 46 a 64 en el 2010, ya sea como estudiantes universitarios o jóvenes adultos, lideraron la lucha contra la guerra de Vietnam, con campañas anti-gran negocio, y promoviendo movimientos activistas pro-medio ambiente durante las décadas de 1960 y 1970. La idea del entonces senador Gaylord Nelson, sobre El Día de la Tierra se celebró por primera vez por los Baby Boomers en 1970 seguido por el primer Día Solar en 1971.

Se creó la Ley de Especies en Peligro de Extinción en 1973. Luego vino el embargo de petróleo de Oriente Medio, que marcara el inicio de la crisis energética de 1973-75, que contribuyó a agudizar el enfoque de los Baby Boomers en la necesidad de que los coches fueran más pequeños y con mayor eficiencia en el ahorro de combustible, así como la promoción de formas renovables de energía.

### **Generación X: Con los ojos sobre el mundo**

La Generación X (también conocida como la generación baby bust) nacieron entre 1964 y 1977 de 33-46 años de edad en 2010.

Se encuentran entre ellos a personalidades o actores como Leonardo DiCaprio y Cameron Díaz, dos de los ambientalistas más influyentes y directos de su generación, la generación X veía las preocupaciones ambientales a través de una lente que se alinea a un contexto tanto educativo-social, como político.

En 1984, la generación X atestiguaron un incendio en una planta de Union Carbide en Bhopal, India, que cobró más de 3.000 vidas y se cree que sigue causando serios problemas de salud en el presente.

En 1985, el concierto Live Aid, organizado por músicos como Bob Geldof y Midge Ure para transmitir la necesidad de aliviar el hambre en Etiopía, abrió los ojos de millones de la generación X que residen en los países desarrollados para denunciar los horrores que tienen lugar en los países en desarrollo. En 1986, la Generación X también experimenta las consecuencias de la explosión en la central nuclear de Chernobyl.

En 1989, las televisoras mostraron la devastación causada por el derrame de petróleo del Exxon Valdez en Prince William Sound, Alaska, y fueron probablemente eventos que despertaron conciencia en la Cumbre de Río de 1992.

### **Generación Y: Con los medios digitales bajo su mando.**

Los probables nuevos líderes del movimiento verde de hoy en día son de la generación Y, nacidos entre los años 1980 y principios de 1990, y en 2010 con edades comprendidas entre 20 a 30 años de edad. Esta generación de expertos en tecnología (también conocido como Millennials) creció con las computadoras y la Internet. Desconfiados del gobierno y autoridad, son rápidos para desafiar las prácticas de comercialización que estimen inauténtica o falsa. Con la capacidad de expresar sus opiniones a través de blogs, mensajes de texto y redes sociales, son capaces de reunir

las respuestas inmediatas de millones de personas alrededor del mundo. Vivieron el huracán Katrina en el 2005 y el derrame de petróleo de BP en el Golfo de México en 2010, creen que el cambio climático global es causado por actividades del ser humano y son casi dos veces más propensos a comprar productos más ecológicos que aquellos consumidores que piensan que el cambio climático está ocurriendo naturalmente.

El ser verde es una parte integral de la experiencia universitaria de esta generación. Muchas escuelas han firmado el American College & Environmental, legiones de estudiantes participan en programas de nueva creación de estudios ambientales y en las iniciativas de sostenibilidad de cada campus.

### **Generación Z: El verde ya es parte natural en sus vidas.**

Sugiriendo que el verde está aquí para quedarse son la Generación Z, la primera generación educada en un mundo ambientalmente consciente, el verde es ya parte de su vida cotidiana. La generación Z, son aquellos que actualmente, crecen en hogares con energía solar o con un coche híbrido.

Para la Generación Z, la clasificación de papel y plástico para su reciclado es tan natural en una actividad diaria como sacar la basura fuera para sus padres. En la escuela y en casa las 3R de la gestión de los residuos, "reducir, reutilizar y reciclar", son tan comunes como la lectura, escritura y aritmética. Productos de limpieza ambientalmente sensibles, productos agrícolas cultivados localmente, y reciclado de papel artículos de primera listas de compras de sus padres. Ropa fabricada con algodón orgánico y fibras de base biológica son parte del uniforme de dicha Generación.

### **Las actitudes ante el medio ambiente.**

El considerar al medio ambiente como parte de la Responsabilidad Social para producir productos ambientalmente amigables, necesariamente requiere de acciones orientadas a minimizar los riesgos percibidos por parte del consumidor tal y como señala (Trowth, 2000):

1. *Riesgo monetario*. (Es posible que se pierda dinero en comprar algo.)
2. *Riesgo funcional*. (Podría no funcionar, o no hacer lo que supuestamente debería hacer.)
3. *Riesgo físico*. (Se percibe algo peligroso que puede lastimar)
4. *Riesgo social*. (Dudas sobre la opinión de amistades o familiares al comprar algo)
5. *Riesgo psicológico*. (Sentimiento de culpa o irresponsabilidad si se compra algo)

(Calomarde, 2000) define a las actitudes como variables que, debido a su naturaleza es necesario medir de manera indirecta, considerando a tales como el comportamiento y la opinión como datos observables que tienen aspectos multidimensionales y que de acuerdo con el autor se constituyen por tres componentes elementales:

- Las creencias (componente cognoscitivo)
- La valoración (componente afectivo)

- La tendencia a actuar (componente activo)

En ese sentido se propone a tres componentes con características específicas de contenido ecológico:

- 1.Ecoconciencia, creencias y conocimientos ecológicos.
- 2.Ecopostura, preferencia hacia productos ecológicos.
- 3.Ecoactividad, tendencia a actuar ecológicamente.

## **Metodología Instrumento.**

Se seleccionó a la escala tipo Likert que es una escala aditiva y que corresponde a un nivel de medición ordinal; consiste en una serie de ítems o juicios a modo de afirmaciones ante los cuales se solicita la reacción del sujeto.

Mediante dicha escala se pueden conocer las actitudes que bien pueden ser de aceptación o rechazo hacia diversos estímulos ante los cuales ya se está predispuesto (Méndez, 2009)

Donde la escala se define de la siguiente manera:

- Totalmente de acuerdo (5)
- De acuerdo (4)
- Neutral (3)
- En desacuerdo (2)
- Totalmente en desacuerdo (1)

## **Determinación de la muestra.**

La investigación se orientó en la comunidad de San Lorenzo Tlacoyucan de la delegación Milpa Alta cuyo número de productores registrados es de 1508 (www.milpa-alta.df.mx, 2013)

Tamaño de la población: 1 508

Nivel de confianza: 95%

Margen de error: 5%

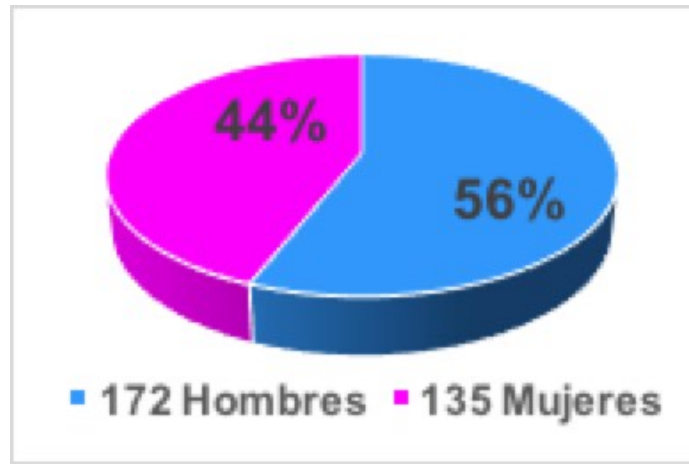
Tamaño de la muestra: 307

Se aplicó una prueba piloto a 20 productores de nopal en relación con los tres componentes actitudinales.

## **Resultados**

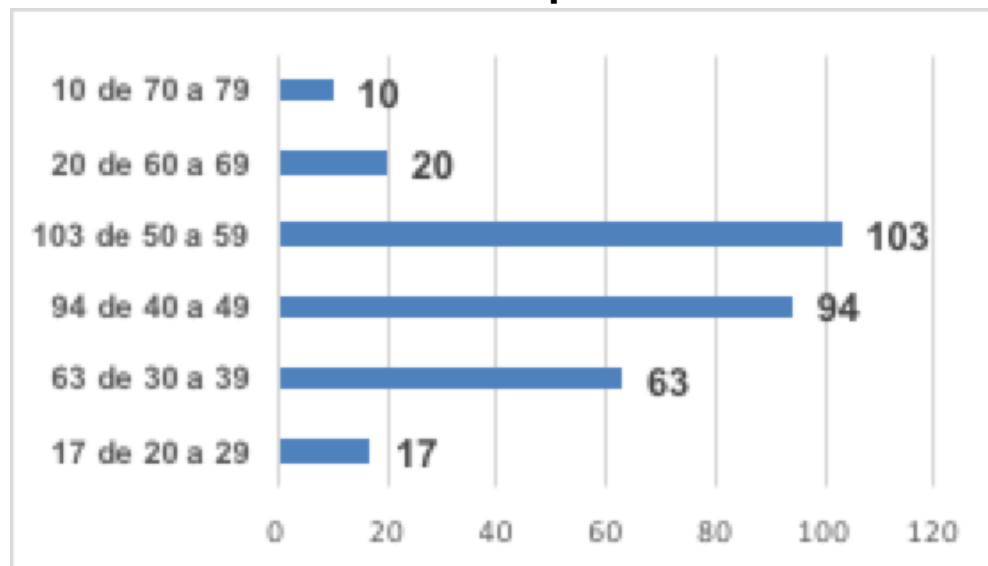
Se presentan los resultados del cuestionario piloto aplicado a 307 productores de nopal de San Lorenzo Tlacoyucan.

### **Distribución por género**



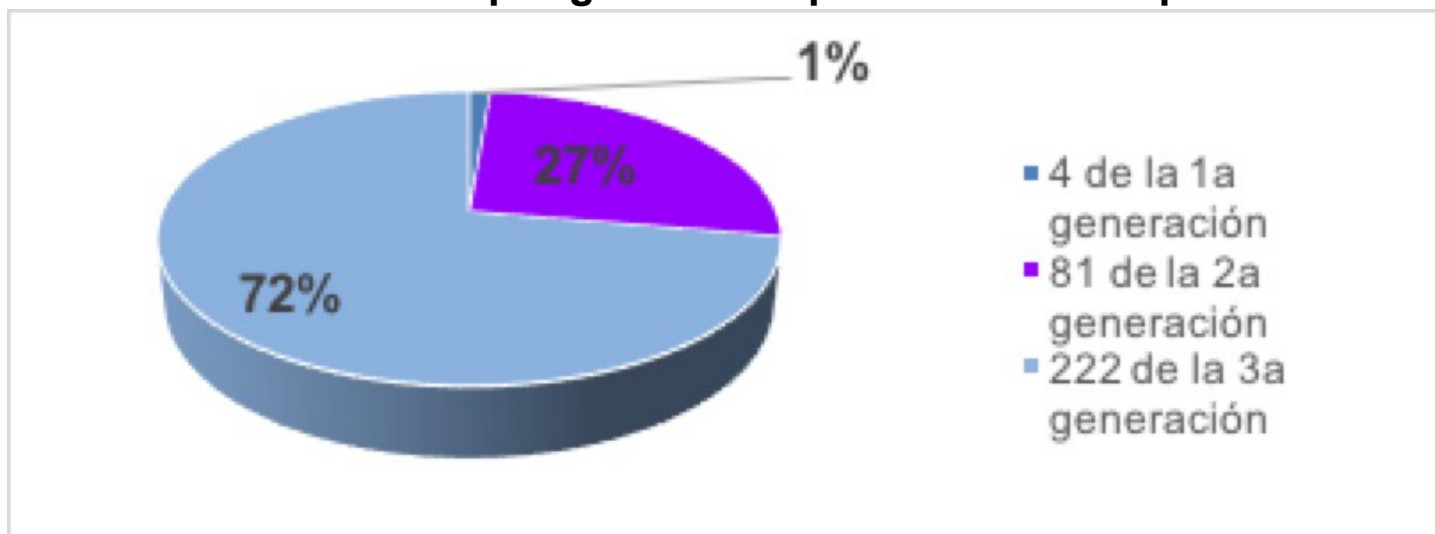
Fuente: elaboración propia con información de la encuesta.

Distribución por edad



Fuente: elaboración propia con información de la encuesta.

Distribución por generación productora de nopal

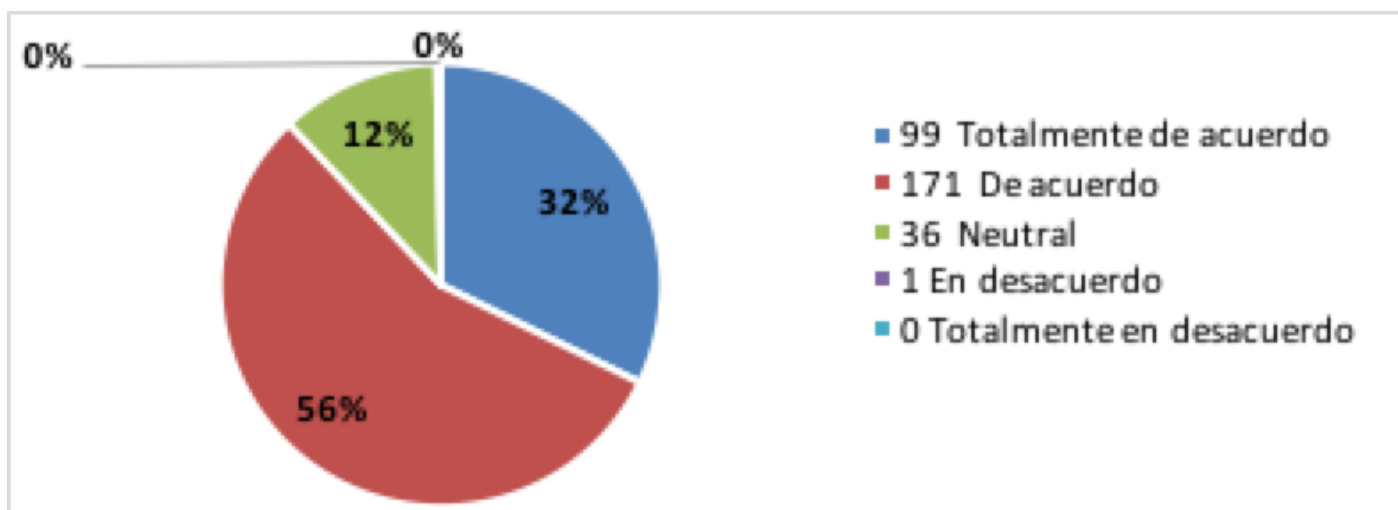


Fuente: elaboración propia con información de la encuesta.

Componente: Eco-conciencia.

**Dimensión:** Medio ambiente.

**Utilizar composta para producir nopal es beneficioso para el medio ambiente**

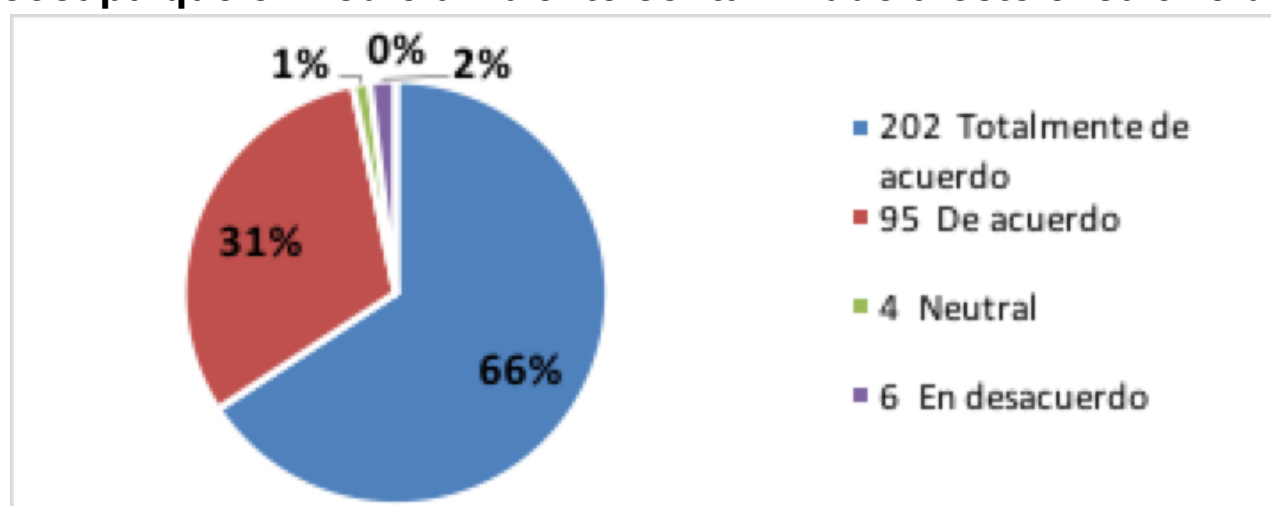


**Fuente:** elaboración propia con información de la encuesta.

**Componente:** Eco-postura.

**Dimensión:** Medio ambiente.

**Me preocupa que el medio ambiente contaminado afecte el cultivo de nopal**

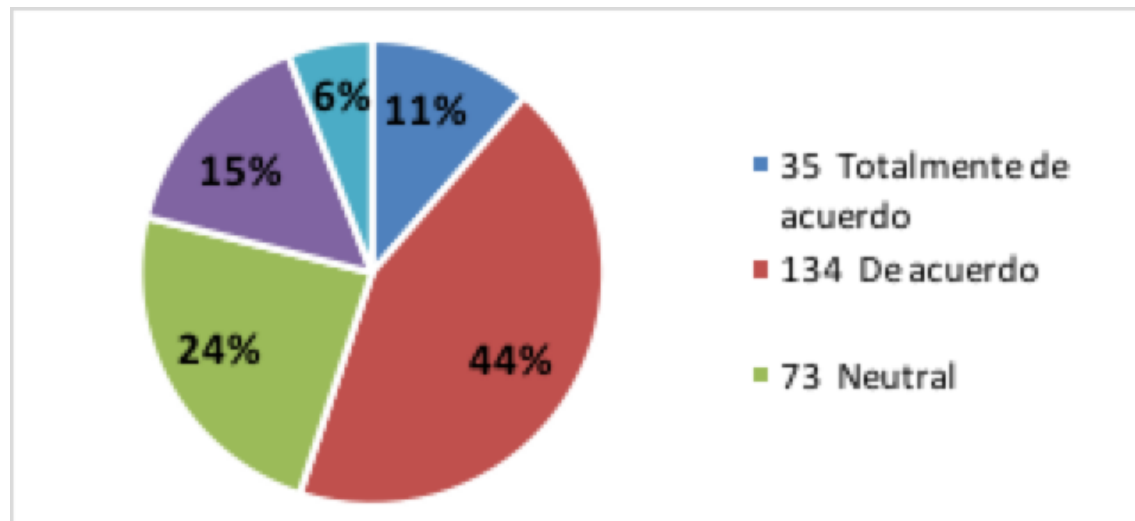


**Fuente:** elaboración propia con información de la encuesta.

**Componente:** Eco-actividad.

**Dimensión:** Medio ambiente.

## Participaría en acciones del gobierno e instituciones para proteger al medio ambiente



Fuente: elaboración propia con información de la encuesta.

### Conclusiones.

La Responsabilidad Social y el cuidado del medio ambiente al paso de tiempo han cobrado mayor importancia, por atender las grandes preocupaciones de nuestra sociedad, hoy día abarca a todos los sectores; mercados, industrias, e inclusive las políticas gubernamentales. Por otro lado, esas preocupaciones se convierten en exigencias y están transformando paulatinamente tanto a la demanda como a la oferta de productos más limpios que involucran prácticas responsables, lo que implica un gran valor en la percepción del consumidor y por ende al productor.

En el caso específico de la Delegación Milpa Alta, representa un gran reto compartido, sociedad, productores, consumidores y gobierno tendrán que colaborar ante un nuevo metabolismo de mercado y sobre todo de medio ambiente.

Definitivamente se debe considerar a la opinión de los actores principales en la producción de nopal.

Las actitudes toman un papel fundamental en el desarrollo de las actividades de los productores de nopal, puesto que representan los conocimientos, deseos y acciones correspondientes a un momento específico. Actitudes positivas facilitan el desarrollo de posibles caminos de acción, pues representa la disposición del productor.

### Bibliografía

Alcántara, B. (2009). *Estrategias de comercialización del nopal verdura, para los productores de la delegación Milpa Alta*. México: IPN.

American Marketing Asociación. (23 de mayo de 2014). *marketingpower*. Obtenido de [www.marketingpower.com](http://www.marketingpower.com)

Belz, F.-M., Peattie, K., & Galí, J.-M. (2013). *Marketing de sostenibilidad*. España: Profit editorial.



Bonilla, R. (octubre de 2013). [www.scielo.org.mx](http://www.scielo.org.mx). Obtenido de Agricultura y tenencia de la tierra en Milpa Alta: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=so187-57952009000300011&lng=es&nrm=iso](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=so187-57952009000300011&lng=es&nrm=iso)>

Bunge-Vivier, V. (2008). *Desempeño de organizaciones productivas rurales. Influencia del capital social en el desempeño de las organizaciones procesadoras de nopal de Milpa Alta, Ciudad de México*. México: UNAM.

Calomarde, J. (2000). *Marketing ecológico*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Consejo delegacional para el desarrollo rural sustentable en la delegación Milpa Alta. (2006). *Plan delegacional para el desarrollo sustentable*. México: SAGARPA.

El financiero. (27 de noviembre de 2014). [www.elfinanciero.com.mx](http://www.elfinanciero.com.mx). Obtenido de [www.elfinanciero.com.mx/tech/el-ddt-y-sus-efectos.html](http://www.elfinanciero.com.mx/tech/el-ddt-y-sus-efectos.html)

Fraj, E., & Martínez, E. (2002). *Comportamiento ecológico de los consumidores*. Madrid: ESIC Editorial.

González, S. (21 de marzo de 2010). [www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx). Obtenido de <http://www.jornada.unam.mx/2010/03/21/economia/022n1eco>

Lorenzo, M. (2002). Marketing ecológico y sistemas de gestión ambiental. *Revista Gallega de Economía*, 1-25.

Méndez, L. (2009). *Manual Práctico para el diseño de la escala Likert*. México D.F.: Trillas.

Ottman, J. (2013). *Las nuevas reglas del Marketing verde*. México: Norma.

Perdiguero, T., & Andrés, G. (2005). *La Responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos desafíos de la Gestión Empresarial*. Valencia: Universidad de Valencia.

Pinos, J., & García, J. (2012). Impactos y regulaciones ambientales del estiércol generado por los sistemas ganaderos de algunos países de América. *Agrociencia*, 359-370.

Pulido, A. (1977). *Evolución y revolución del marketing*. México: Limusa.

Toffler, A. (1981). *La tercera ola*. México: Provenemex-Editorial Diana-Edivisión.

Trouth, J. (2000). *El nuevo posicionamiento*. México: Mc.Graw-Hill.

[www.milpa-alta.df.mx](http://www.milpa-alta.df.mx). (octubre de 2013). [www.milpa-alta.df.mx](http://www.milpa-alta.df.mx). Obtenido de <http://www.milpa-alta.df.gob.mx/>

# **La Discriminación de la Mujer en el Ámbito Laboral en la Industria Maquiladora**

Susana González Rodríguez

Docente-Investigadora. Universidad Politécnica del Valle de México. Correo electrónico:  
[sususy4@hotmail.com](mailto:sususy4@hotmail.com)

Víctor Manuel López Ayala

Docente-Investigador. Universidad Politécnica del Valle de México. Correo electrónico:  
[victor\\_ayala2000@yahoo.com](mailto:victor_ayala2000@yahoo.com)

## **Introducción**

Los patrones ricos y poderosos buscan mano de obra barata y maquilar en países emergentes donde el alto desempleo, la pobreza, la desnutrición, la miseria y la necesidad extrema generan naturalmente bajos salarios; pero no se necesita ir tan lejos, para darnos cuenta de las condiciones en las que trabajan las mujeres en las maquiladoras, ya que en nuestro país se viven de manera cotidiana este tipo de situaciones en las cuales podemos ver una gran discriminación a nivel laboral y todo tipo de violaciones a los derechos humanos de las trabajadoras. A pesar de que existen leyes al respecto, se siguen cometiendo esta serie de actos que deberían resultar vergonzosos para quien los comete, además de que esto representa un retroceso en el trato digno que se pregona pero que no se cumple. No se toma en cuenta el papel que realmente pueden desarrollar las mujeres y el error que cometen al subestimarlas y no desarrollar todo su potencial. Mediante una encuesta, comprobamos que existen desigualdades entre mujer y varón lo que provoca que las mujeres se encuentren oprimidas, explotadas y en malas condiciones de trabajo que repercuten en la salud de las empleadas en las maquiladoras, ya sea física, psicológica o moral.

## **Metodología**

La investigación es de tipo analítica, propositiva y cualitativa el tipo de investigación que usaremos es fáctica, el tipo de investigación documental en la que nos basaremos en fuentes de información documental y electrónica.

La determinación de variables, comenzando con la variable dependiente: "La Mujer maquiladora trabaja para obtener los derechos laborales que otorga la Ley Federal del Trabajo y la variable independiente.

## **Descripción del problema**

Estamos conscientes de que las mujeres padecen discriminación laboral en todo el mundo, pero en forma más acentuada en países como en Guatemala, Honduras, Haití, El Salvador, México, etc. Todos hemos escuchado alguna vez que la mano de obra realizada por la mujer es sumamente barata, que contratan adolescentes y hasta niños que sufren abusos físicos y sexuales que cometen los supervisores contra las empleadas, sin que estas tengan un sindicato, porque no se les permite que les brinde protección, desgraciadamente los funcionarios no hacen caso de las denuncias o simplemente no se denuncia.

En estos Países el 85% de los trabajadores de maquilas son mujeres. Y los abusos que padecen son sorprendentes, por ejemplo en 2012, una planta ubicada en Guatemala, maquilaba bajo contrato para Walt Disney, cobrando cada trabajadora por Pijama que producían US\$ 3 centavos, mientras que la compañía las vendía en tiendas de supermercado como Wal-Mart, en US \$11.97,

Creemos importante mencionar que las jornadas laborales son de 6:00 a.m. a 5:30 p.m. de lunes a sábado, solicitando además nueve horas y media, los domingos. (Echeverría, 2000)

En la frontera con Estados Unidos, las mujeres padecen estas situaciones, desde trabajar intensas jornadas con sueldos ínfimos, hasta tener que presentar su toalla sanitaria una vez al mes, para comprobar que ellas no se encuentran embarazadas.

Lo anterior nos parece humillante, por lo que en el presente trabajo proponemos mejorar las condiciones de trabajo de las Mujeres Maquiladoras.

Consideramos necesario mencionar las condiciones en que trabajan las mujeres maquiladoras y al mismo tiempo hacer hincapié se deben mejorar las condiciones de trabajo, ya que la actual situación laboral es denigrante. (Arias, 1992 )

En el presente trabajo analizamos directamente las verdaderas condiciones en que las mujeres laboran dentro de las distintas ramas de maquiladoras, permitiéndonos con esto proponer las soluciones para que dichas condiciones puedan ser mejoradas.

### **Objetivo**

Proponer con bases en un estudio teórico un mejoramiento en las condiciones de trabajo de las mujeres maquiladoras, denunciando la violación de los derechos laborales de dichas mujeres.

### **Bases teóricas**

La observancia de las disposiciones legales que rigen las condiciones de trabajo de las mujeres que trabajan en maquiladoras, carece de parcial observancia por parte de los patrones, por lo cual consideramos justo y pertinente que las mujeres laboren en condiciones humanas y dignas, como se encuentra legislado en nuestra Carta Magna y que en su artículo 123 dice: “Toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil; al efecto, se promoverán la creación de empleos y la organización social de trabajo, conforme a la ley”, pero en lo expuesto anteriormente podemos ver que no se cumple y que se están violando sus derechos humanos. Además en el artículo 1° dice: “En los Estados Unidos Mexicanos todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en esta Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, así como de las garantías para su protección, cuyo ejercicio no podrá restringirse ni suspenderse, salvo en los casos y bajo las condiciones que esta Constitución establece”. “Todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad. En consecuencia, el Estado deberá prevenir, investigar, sancionar y reparar las violaciones a los derechos humanos, en los términos que establezca la ley. Además de que menciona que “Está prohibida la esclavitud en los Estados Unidos Mexicanos. Los esclavos del extranjero que entren al territorio nacional alcanzarán, por este solo hecho, su libertad y la protección de las leyes”. En cuanto a la declaración universal de los derechos humanos, en su artículo 3 nos menciona: “Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona” y en su artículo 4 nos dice que “Nadie estará sometido a esclavitud ni a servidumbre, la esclavitud y la trata de esclavos están prohibidas en todas sus formas”. (Diputados, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2015)

### **La Libertad de Trabajo**

El problema de las relaciones de género en la fuerza laboral no se va a resolver de la noche a la mañana, pero es un tema con que todos nosotros tenemos que enfrentarnos y dejar a un lado los viejos conceptos del machismo y la jerarquía paternalista.

Hay que reconocer la importancia de trabajar conjuntamente sin importar sexo, ya que toda persona tiene derecho a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar. El Estado garantizará el respeto a este derecho. El daño y deterioro ambiental generará responsabilidad para quien lo provoque en términos de lo dispuesto por la ley como lo marca el Artículo 4° de nuestra constitución y tratar de lograr la mejor calidad de vida equitativa que sea posible en el ámbito laboral

Nadie puede negar que ante la discriminación y maltrato a la mujer, sea inconcebible que aún las autoridades no tomen medidas al respecto, las autoridades no han tomado en serio el problema porque tienen miedo a discutir y por ende a aplicar la ley sobre este problema porque serían muchos los afectados, principalmente de los patrones. Se ha hablado de legislar sobre los derechos de la mujer, principalmente para que esté libre de violencia tanto en el trabajo como en la vida familiar sin embargo en la Ley Federal del Trabajo, en su Artículo 3°. Bis se incorpora en su texto lo que es el Acoso y hostigamiento sexual en el trabajo cabe destacar que la Ley Federal del Trabajo define ambos conceptos de la siguiente forma:

a) Acoso.- Es una forma de violencia en la que, si bien no existe la subordinación, hay un ejercicio abusivo del poder que conlleva a un estado de indefensión y de riesgo para la víctima, independientemente de que se realice en uno o varios eventos.

b) Hostigamiento.- Es el ejercicio del poder en una relación de subordinación real de la víctima frente al agresor en el ámbito laboral, que se expresa en conductas verbales, físicas o ambas;

Por lo cual en muchos de los casos y ante las quejas, las mujeres son despedidas de sus fuentes de trabajo e incluso se les inventa alguna causal establecidas en el Artículo 47 de la Ley Federal del Trabajo para que la Mujer no tenga derecho a una indemnización, sin embargo se deben establecer mecanismos de indemnización laboral para los casos comprobados, y tipificar jurídicamente las acciones discriminatorias de la mujer en el ámbito laboral. (Diputados, diputados.gob, 2015)

Junto a esto, hay que legislar contra el maltrato de las mujeres trabajadoras, siendo una necesidad que se elimine la condición de que la mujer deba tener testigos para probar la veracidad de los hechos en el caso del hostigamiento y del acoso sexual que denuncia haber sufrido.

Algunos países, han modificado la normativa laboral en un intento por dar mayor flexibilidad al mercado de trabajo, y así contribuir a la competitividad nacional y la superación del problema de acoso sexual y hostigamiento contra las mujeres, así como del desempleo, pero en México no.

Se han formulado programas de generación de empleos mediante la construcción de obras de infraestructura, y la capacitación y el perfeccionamiento de los desocupados, pero esto solo se ha logrado en otros países, aún falta perfeccionar nuestra ley en relación con estos puntos, ya que empieza a ser obsoleta.

La situación laboral, en la que nos encontramos merece y necesita un cambio legislativo, en los últimos cinco años todos los países de la región, con la excepción de México, han introducido modificaciones a la legislación laboral vigente orientadas a flexibilizar el mercado de trabajo, a mejorar las condiciones laborales del conjunto de los trabajadores, y a proteger a los trabajadores de determinados sectores o grupos como lo son las industrias maquiladoras.

En algunos países, se ha intentado reducir los costos laborales y flexibilizar los fondos de desempleo, se han adoptado normas que tienden a facilitar la contratación y evitar el despido de las trabajadoras. En otros casos, se ha ampliado la protección de ciertos grupos de trabajadoras y se han efectuado cambios en los sistemas de seguridad social con el fin de eliminar las prácticas discriminatorias y regular la contratación de mujeres, trabajadores temporales, trabajadores a domicilio, y asalariados de la pequeña y mediana empresa.

Se han establecido sanciones para el acoso y el hostigamiento sexual en el trabajo y se han adoptado normas que prohíben fumar en los centros de trabajo como es el caso México y Costa Rica (Gerard, 2012)

En Brasil, Chile y México se ha adecuado parte de la legislación nacional a las disposiciones de los convenios adoptados en el marco de la Organización Mundial del Trabajo (OIT.) (UN, 2015)

Es importante la edad mínima legal para trabajar, si bien en la mayoría de los países la ley autoriza a trabajar a los menores de 18 años, en algunos países la edad mínima es 14 años (Argentina, Brasil, Venezuela), y en el caso de México se permite que los jóvenes trabajen a partir de los 15 años, con las nuevas disposiciones laborales bajo ciertas condiciones, entre otras, la autorización de padres o representantes legales, el cumplimiento del horario escolar y que se trate de trabajos ligeros, no peligrosos y con un horario reducido de seis horas. (UN, 2015)

El mayor problema en este ámbito es el incumplimiento de las normas, que se traduce en un gran número de niños que trabajan, que de hecho va en aumento en la región principalmente de las niñas trabajadoras, tenemos el caso de niñas de Centro América principalmente Guatemala y Costa Rica, que son contratadas en maquiladoras y se les paga de 3 a 5 dólares por jornadas que van de 10 a 12 horas al día.

En todos los países el salario mínimo se fija por ley, generalmente para todo el país, aunque hay casos en que varía de una zona geográfica a otra sin embargo con las nuevas disposiciones del 2015 La Comisión Nacional de Salarios Mínimos en el caso de México se estableció una sola zona económica en \$70.10.

Cabe señalar que el salario mínimo ha dejado de ser, en la mayoría de los casos, una medida del ingreso real de los trabajadores para mejorar su nivel de vida.

La existencia de contrato de trabajo, ya sea verbal o por escrito, sólo es obligatoria en algunos países de la región, sin embargo en el caso de México, no es necesario que hayan un contrato laboral ya que con el simple hecho de que haya un

patrón y un trabajador, un nivel de subordinación existe la relación laboral también en este caso hay una brecha entre normativa y práctica, ya que incluso en los países en los que el contrato es obligatorio la proporción de trabajadores que no lo tienen puede llegar a ser alta, como ocurre en Argentina (30%) y Perú (13%).

En Brasil, donde el contrato de trabajo no es obligatorio, dicha proporción asciende al 38.7%. No se cuenta con información sobre los demás países. (Guzman, 2014)

Los contratos de trabajo suponen variadas prestaciones. En todos los países, éstas incluyen vacaciones, y seguro de Social (enfermedades y maternidad)

### **La Discriminación de la Mujer en la Maternidad.**

En nuestro país se cometen muchos abusos hacia la mujer en el ámbito laboral principalmente sobre la maternidad. Ya que los patrones en mucho de los casos incluso llegan a pedir como requisito el certificado de no gravidez para comprobar de que las mujeres no están embarazadas.

En el caso de México la protección hacia la mujer está más avanzada que en muchos países tal es el caso de la Ley Federal del Trabajo que en su Artículo 164 establece:

- Las mujeres disfrutan de los mismos derechos y tienen las mismas obligaciones que los hombres.

Por lo que podemos considerar que las modalidades que se consigna en este capítulo tienen como propósito fundamental, la protección de la maternidad. Así mismo Cuando se ponga en peligro la salud de la mujer, o la del producto, ya sea durante el estado de gestación o el de lactancia y sin que sufra perjuicio en su salario, prestaciones y derechos, no se podrá utilizar su trabajo en labores insalubres o peligrosas o trabajo nocturno

Así mismo nuestra legislación laboral en su Artículo 164 establece que los derechos de las mujeres son los siguientes:

I. Durante el período del embarazo, no realizarán trabajos que exijan esfuerzos considerables y signifiquen un peligro para su salud en relación con la gestación, tales como levantar, tirar o empujar grandes pesos, que produzcan trepidación, estar de pie durante largo tiempo o que actúen o puedan alterar su estado psíquico y nervioso;

II. Disfrutarán de un descanso de seis semanas anteriores y seis posteriores al parto. A solicitud expresa de la trabajadora, previa autorización escrita del médico de la institución de seguridad social que le corresponda o, en su caso, del servicio de salud que otorgue el patrón, tomando en cuenta la opinión del patrón y la naturaleza del trabajo que desempeñe, se podrá transferir hasta cuatro de las seis semanas de descanso previas al parto para después del mismo. En caso de que los hijos hayan nacido con cualquier tipo de discapacidad o requieran atención médica hospitalaria, el descanso podrá ser de hasta ocho semanas posteriores al parto, previa presentación del certificado médico correspondiente.

III Los períodos de descanso a que se refiere la fracción anterior se prorrogarán por el tiempo necesario en el caso de que se encuentren imposibilitadas para trabajar a causa del embarazo o del parto

IV. En el período de lactancia hasta por el término máximo de seis meses, tendrán dos reposos extraordinarios por día, de media hora cada uno, para alimentar a sus hijos, en lugar adecuado e higiénico que designe la empresa, o bien, cuando esto no sea posible, previo acuerdo con el patrón se reducirá en una hora su jornada de trabajo durante el período señalado

VI. A regresar al puesto que desempeñaban, siempre que no haya transcurrido más de un año de la fecha del parto;

En caso de que se presente autorización de médicos particulares, ésta deberá contener el número de cédula profesional de quien los expida, la fecha y estado médico de la trabajadora. (Diputados, diputados.gob, 2015)

Todos los países reconocen el derecho a indemnización por despido cuando se comprueba que ha sido injustificado, es decir cuando el retiro no es voluntario, cuando no obedece a un acuerdo entre empleado y patrón, o cuando no hay dolo o incumplimiento de las condiciones del contrato por parte del trabajador. En muchos de los casos las mujeres en caso de embarazo son despedidas, aunque la ley no prevé el despido por embarazo, el patrón busca otras causales.

Hay causales específicas, como las necesidades de la empresa o las relacionadas con el tipo de ocupación, como sucede con los trabajadores de casa particular que, en cualquier caso de despido, reciben indemnización

En el Artículo 47 de la Ley Federal de trabajo establece ciertas causales de despido sin responsabilidad del patrón como pueden ser las siguientes:

- Engaño del trabajador de poseer conocimientos o documentos falsos
- Incurrir el trabajador en falta de honradez o probidad
- Alterar la disciplina del lugar de trabajo
- Realizar amagos e injurias tanto dentro del establecimiento como fuera de él
- Realizar con dolo perjuicios en contra del patrón
- Comprometer la seguridad del establecimiento
- Cometer actos inmorales
- Revelar secretos de la empresa
- Tener más de 3 faltas en un periodo de 30 días
- Desobedecer al patrón sin causa justificada

Sin embargo en la industria maquiladora la discriminación de la mujer es cada vez más fuerte ya que el patrón se vale de todas estas causales como forma de despido sin derecho a una indemnización.

Las mujeres no han progresado en el mercado laboral, la calidad de los empleos que tienen algunas de ellas, especialmente en los países emergentes, es tan mísera como la atención que se presta a su derecho a organizarse para defenderse mejor. (Diputados, diputados.gob, 2015)

Muchas mujeres no se benefician como mujeres y como madres, en términos de salud, de seguridad y de protección del empleo, de medidas de protección específicas para las trabajadoras embarazadas y en periodo de lactancia, estas medidas, deber ser basadas en un convenio, sino se seguirán discriminando por razones de maternidad, protegiendo a las mujeres en caso de que estas este embarazadas no sean despedidas, sin que se exijan pruebas de embarazo e incluso de esterilización- como requisito para la contratación, las mujeres trabajadoras pueden beneficiarse del permiso por maternidad o por razones familiares.

Debemos considerar que respetar los derechos básicos de las trabajadoras, comprendida la prohibición del trabajo forzoso, la libertad de asociación y el derecho a organizarse y a la negociación colectiva.

Aunque las mujeres accedan cada vez más al mercado laboral, sus empleos se concentran en tareas y actividades económicas de bajos ingresos, precarias y caracterizadas por míseras condiciones laborales.

En cuanto al acoso sexual, las trabajadoras están más sujetas que sus colegas masculinos, ya sea por parte de otros compañeros o de sus superiores. Las posibilidades de hacerle frente varían de un país a otro.

En la mayor parte de los países industrializados se han creado mecanismos de vigilancia, pero no es un tema fácil y las trabajadoras no siempre se atreven a quejarse. Sin embargo, algunos países han progresado considerablemente en la lucha contra esta forma de discriminación de la mujer en el trabajo.

El Gobierno actual en México no ha hecho una política de lucha contra el acoso sexual, que reconozca a las trabajadoras el derecho a negarse a trabajar en caso de sufrir algún tipo de acoso en el lugar de trabajo, para así obligar a los patrones a mantener el compromiso de defender un lugar de trabajo exento de toda forma de acoso, e implantar un procedimiento de presentación de quejas.

### **Propuestas para evitar la discriminación de la mujer**

Por lo mismo se debe establecer un Plan de Acción para la Igualdad y el Desarrollo, que comprenda:

1.- Demandar diversificar el tipo de ocupaciones que se ofrecen a las mujeres para superar la desproporción de ingreso con relación al hombre.

2.- Continuar con la exigencia de igual paga por igual trabajo o trabajo comparable como lo establece la legislación laboral y nuestra constitución y con las relacionadas a las garantías de salud ocupacional para las mujeres. Deberán establecerse programas de salud ocupacional diseñados con una perspectiva de género dentro del sistema de salud pública del país.

3.- Exigir al Gobierno mayores oportunidades para el desarrollo social y económico de las mujeres mediante la creación de programas afirmativos de adiestramiento y empleo en áreas no tradicionales. En esto debe haber integración con



la necesidad de que los programas no discriminen a las mujeres por raza, edad, orientación sexual o impedimentos físicos o mentales, entre otras.

4.- Exigir la creación y la promoción de nuevas fuentes de empleo femenino en vez de reducción de empleos.

5.- Demandar que se valore el trabajo doméstico de las mujeres como parte del producto nacional y garantizarle protecciones sociales.

Para lograr estos propósitos, el Gobierno, debe comenzar por aquellos servicios relacionados a las responsabilidades que nuestra sociedad machista y sexista ha descargado sobre la mujer: vivienda, educación, salud, servicios sociales, etc.

Cualquier proyecto social que se inicie deberá estar encaminado hacia la inclusión de una perspectiva de género que tome en cuenta las particulares necesidades de las mujeres como componente poblacional mayoritario y como sujeto activo de la salud, la educación y la seguridad pública.

Proponemos además un Plan para la protección de la Salud y Derechos Reproductivos de la mujer .

La salud vista y definida desde una perspectiva integral requiere consideraciones particulares cuando a las mujeres se refiere y debe tomar en cuenta las necesidades de salud de las mujeres ante la pesada carga social con la que tiene que lidiar de forma cotidiana: como jefa de familia, empleada, encargada del trabajo doméstico y de la familia, entre otras.

Por eso mismo el Plan para la protección de la Salud y Derechos Reproductivos de la mujer, debe instaurar:

1.- Solicitar que se establezcan los mecanismos necesarios para que las mujeres puedan protegerse y denunciar la violencia médica a que están expuestas.

2.- Demandar una perspectiva de género en los servicios de cuidados propios de la mujer, así como en los asuntos de la salud reproductiva.

3.- Exigir al Gobierno que garantice protección a las mujeres contra el VIH-SIDA y otras enfermedades sexualmente transmisibles mediante la implantación de programas de servicios, consejería y apoyo psicológico a las mujeres VIH positivas.

4.- Demandar al Gobierno la asignación de recursos humanos y fiscales para atender las necesidades de salud reproductiva de las mujeres, incluyendo la educación sexual, el acceso a métodos anticonceptivos seguros.

5.- Solicitar al Gobierno y a la Secretaría de Educación el desarrollo de programas de educación sexual que enfatizan la paternidad responsable y la anticoncepción masculina para fomentar así una visión responsable y compartida entre los géneros, principalmente entre la juventud.

Para proteger el trabajo de las mujeres proponemos un Plan para la Protección de los Derechos Laborales de la Mujer, que establezca:

1.- La mujer trabajadora debe encontrarse en igualdad de condiciones y oportunidades que el hombre y no podrá ser objeto de discriminación por su condición de mujer.

2.- El salario de la mujer deberá estar de acuerdo a sus capacidades y al cargo, puesto o trabajo que desempeñe.

3.- En el caso del trabajo de mujeres con obligaciones familiares las leyes, deben prever, atendiendo a las particularidades de la actividad laboral, la adopción de sistemas de jornada de trabajo reducida o de tiempo limitado.

4.- Para proteger la maternidad de la mujer trabajadora, desde que la mujer haga del conocimiento del patrón su estado, este deberá acomodarla en un trabajo que no altere la normalidad de este proceso biológico, sin menoscabo del salario ordinario que tenía antes del embarazo y una vez concluido éste, el patrón estará obligado a trasladar a la trabajadora a su puesto anterior con el salario vigente. Además las trabajadoras en estado de gravidez, con seis meses cumplidos de embarazo, no podrán ser incluidas en roles de turno nocturno. En muchas ocasiones esto se utiliza como una forma de discriminación así como una forma de despido de los patrones hacia las trabajadoras

El principal objetivo de nuestra propuesta es evitar la discriminación laboral en la mujer maquiladora, porque ésta es la que mayormente la sufre. Evitar discriminaciones en cuanto al sexo, estado civil, edad, embarazo, enfermedades como cáncer, sida, etc. Debemos luchar por erradicar las prácticas discriminatorias y las condiciones de desventaja que sufren las mujeres.

Pero, ¿cómo llevar a cabo los planes antes propuestos?, consideramos que la autoridad competente para hacerlo es la Secretaría de Gobernación, cuya misión sería promover, ejecutar dar seguimiento y control a dichos Planes.

Por supuesto que la Secretaría de Gobernación tendría que coordinarse con otras Secretarías de Estado, esto según la materia de la que trate el Plan, por ejemplo para llevar a cabo el Plan para la protección de la Salud y Derechos Reproductivos de la mujer, Gobernación tendría que combinar esfuerzos con la Secretaría de Salud, o para llevar a cabo el Plan para la Protección de los Derechos Laborales de la Mujer, Gobernación tendría que combinar esfuerzos con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Así mismo, la trabajadora que crea que ha sido víctima de discriminación laboral, acoso, debe presentar una queja en la oficina competente, además que las quejas puedan ser presentadas dentro de un año a partir del último acto de discriminación.

Esta posibilidad de presentar una queja por discriminación laboral debe ser dada a conocer a través de los medios de comunicación para que de esta forma las trabajadoras conozcan este derecho y puedan ejercerlo.

## Conclusiones

El problema de las relaciones de género en la fuerza laboral no se va a resolver de la noche a la mañana, pero es un tema con el que todos nosotros debemos de enfrentarnos y dejar al lado los viejos conceptos del machismo, racismo y la jerarquía paternalista.

Hay que reconocer la importancia de trabajar conjuntamente y tratar de lograr la mejor calidad de vida equitativa que sea posible.

Discriminación, explotación, salarios de hambre, acoso sexual, el catálogo de abusos que siguen sufriendo muchas mujeres en el mercado laboral es interminable y su destino con mucha frecuencia está rodeado de un muro de silencio.

No solo el 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, debería dar ocasión para condenar condiciones de trabajo inaceptables, denunciar la segregación en el empleo y el desigual acceso a los puestos de trabajo, o condenar los nefastos efectos de la mundialización desenfrenada en la que las mujeres son siempre las primeras en ser despedidas, las primeras que se ven obligadas a pasar al "sector informal", o las primeras que entran a trabajar en talleres de explotación.

El próximo año, el Día Internacional de la Mujer, debería marcar el lanzamiento de una ofensiva con nuevo impulso para poner término a lo que no solamente es uno de los escándalos más vergonzosos del mundo sino un gran error político, económico y social.

En muchos países, las trabajadoras no esperaron a que las Naciones Unidas declararan que el 8 de marzo es su día. Se unieron y formaron sindicatos y tomaron su futuro en sus propias manos y no cabe la menor duda de que su lucha les reportó triunfos.

Las mujeres que integran sindicatos o asociaciones para su defensa han conseguido mejores condiciones de trabajo y han podido enfrentarse a las más poderosas multinacionales u obligar a que ciertos gobiernos las traten como una fuerza a la que se debe tener en cuenta y respetar. Como por ejemplo en la empresa "CAMISAS ARISTOS" debido a que existe un sindicato en dicha empresa todas las mujeres maquiladoras de esta empresa han conseguido mejores condiciones de trabajo, debido a la negociación de su contrato colectivo

Debe haber una legislación que proteja realmente la maternidad, que luche contra el acoso sexual, el hostigamiento y que garantice condiciones adecuadas de salud en el trabajo, que fundamentalmente tenga en cuenta el costo social, el doble papel de la mujer (como asalariada y como ama de casa), y no como generalmente sucede en las plantas maquiladoras que contratan mujeres que tienen entre 16 y 30 años de edad, dando preferencia a las solteras y sin hijos.

Y qué decir de las jornadas de trabajo que son tan intensas, superando lo establecido por la Ley Federal del Trabajo y que el patrón impone para poder cumplir con las altas cuotas de producción, por todo esto creemos necesario implementar nuestra propuesta.

Así, la necesidad de cumplir con la doble jornada, de trabajadora y de ama de casa, también incide en que la mujer tenga menores posibilidades de elevar su nivel educativo y que se ocupe por tanto, en trabajos que no requieren de mayor calificación y de más bajo status y remuneración que los que ocupa su homólogo varón.

Con todo, no parece haber planteamientos que tomen en cuenta la condición particular de las trabajadoras femeninas, la protección del embarazo y la maternidad, todo concuerda con la condición de la mujer trabajadora en el mercado de trabajo e intenta combatir día a día las dificultades para la plena participación femenina en el mundo laboral, ya que en casi todas partes, los intereses de la mujer siguen siendo secundarios y constantemente la mujer es objeto de discriminación, tanto en forma sutil como abierta.

La necesidad de forjar una relación de equidad con el hombre continúa ganando apoyo en la actualidad, por ello nuestra propuesta es que no exista desigualdad en el ámbito laboral sin embargo sigue existiendo un abismo entre el reconocimiento teórico de los derechos de la mujer y la práctica.

Considerando que la declaración Universal de Derechos Humanos establece el principio de la no discriminación y proclama que todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y que todas las personas tienen todos los derechos y libertades, sin distinción alguna, incluida por distinción en razón de sexo, en la cual su objetivo principales eliminar todas las formas de discriminación y fomentar la igualdad de derechos del hombre y la mujer, es importante el estudio en el que nos hemos enfrentado.

Y es que las mujeres se han ganado la igualdad respecto a los hombres en el ámbito laboral y eso ha sido uno de los cambios más notables durante los últimos treinta años, la participación de las mujeres ha sido creciente, especialmente en México, Venezuela, Argentina y Colombia.

Pero a pesar de que muchas mujeres han entrado en la fuerza laboral, siguen siendo responsables por la tarea doméstica y el cuidado de los hijos, y por eso muchas mujeres en América Latina tienen la doble jornada, como las que trabajan largas horas en las maquiladoras de México bajo condiciones peligrosas sin muchos beneficios y a la vez tratan de cuidar y criar a sus hijos, estas mujeres se enfrentan a condiciones laborales durísimas que se concretan en jornadas abusivas, despidos arbitrarios, maltrato, problemas de salud por falta de medidas sanitarias.

Se justifica el empleo de las mujeres en las maquiladoras por declarar que las mujeres son más pacientes para llevar a cabo trabajos tediosos con mayor destreza manual y precisión visual.

La razón verdadera en muchos casos es que los dueños de las maquiladoras pagan sueldos más bajos a las mujeres y de esa manera ellos pueden sacar más ganancias de la empresa. Además, estas empresas prefieren contratar a trabajadoras jóvenes y solteras para no tener que tratar con problemas relacionados con la familia que pueden ser distracciones del trabajo, además que contratando mujeres proporciona

a los empresarios ventajas fiscales y bastante impunidad en el incumplimiento de sus obligaciones sociales y laborales.

Es por todo lo anterior que insistimos en se deben respetar los derechos laborales a la mujer y otorgarle los que hasta ahora le han sido negados.

## **Resultados**

Nos dimos a la tarea de identificar los factores que permitían predecir el estado de salud de las mujeres. Dado el difícil acceso al interior de las plantas, no se midieron las condiciones físicas internas.

Se estudió una muestra de 100 mujeres que trabajan en maquiladoras residentes en León Guanajuato, todas ellas con características socioeconómicas similares.

Del total, 72 mujeres trabajan en maquiladoras de la industria del calzado, 14 en la industria textil, 8 eran trabajadoras de maquiladoras de hilos y otras 6 prestaban sus servicios para maquiladoras de suela de zapato.

Se logró un perfil de salud comparativo, considerando aspectos físicos y psicosociales. Las respuestas se obtuvieron de encuestas individuales que fueron aplicadas a las trabajadoras.

Se observaron niveles muy bajos de educación y cultura, descuido personal y extrema necesidad económica en el grupo de mujeres maquiladoras entrevistadas.

Los resultados indican que estas obreras sufren privaciones en sus derechos laborales que están contemplados en la Ley Federal del Trabajo, como por ejemplo el hecho de que 70 mujeres no tuvieran ningún tipo de seguridad social o el hecho de que encontráramos a una niña de doce y otras 4 de trece años de edad, o el hecho de que el 94% de las trabajadoras trabajen paradas, pudiendo desempeñar su labores sentadas, todo esto nos demuestra que sí existen violaciones a los derechos laborales de la mujer en León Guanajuato.

También comprobamos que existen desigualdades entre mujer y varón lo que provoca que las mujeres se encuentren oprimidas, por lo que la mujer se ve forzada a participar a todo nivel en los esfuerzos por erradicar la pobreza, promover la paz y lograr un desarrollo; la perspectiva de la mujer es crucial para la comprensión plena de la sociedad humana en todas sus dimensiones y para facilitar cambios constructivos, las condiciones más desventajosas que tienen las mujeres de bajos ingresos en la ciudades, esas desigualdades acumuladas, hacen que tengan menos escolaridad y menor capacitación para obtener empleos bien remunerados, son objeto de discriminación jurídica y enfrentan a un medio más hostil.

En esta investigación se examinó el impacto de las condiciones de trabajo en la salud de las mujeres empleadas en las maquiladoras, entendiendo el estado de salud como el resultado de una serie de indicadores físicos, psicológicos y de conductas de salud.

## **Bibliografía**

Arias, P. (1992 ). *Trabajando por la excelencia de una gran tradicion.* Mexico, D. F.: Porrúa.

Diputados, C. d. (06 de 06 de 2015). *Constitucion Politica de los Estados Unidos Mexicanos.* Mexico, , Mexico, Mexico D.F.

Diputados, C. d. (11 de 06 de 2015). *diputados.gob.* Recuperado el 11 de 06 de 2015, de <http://www.gob.mx/leyesbiblio/pdf/125.pdf>

Diputados, C. d. (10 de 06 de 2015). *diputados.gob.* Recuperado el 10 de 06 de 2015, de [diputados.gob: http://www.diputados.gob.mx/leyesbiblio/pdf/125.pdf](http://www.diputados.gob.mx/leyesbiblio/pdf/125.pdf)

Echeverria, A. L. (2000). *Situacion de la mujer en Mexico.* Mexico: Trillas.

Gerard, B. A. (2012). *Compilacion Laboral.* Mexico D.F.: Do Fiscal editores.

Guzman, C. y. (2014). La violencia domestica. En C. y. Guzman, *La violencia domestica* (pág. 87). Colombia: Cefemina.

U.N. (10 de 06 de 2015). *Declaracion universal de los derechos humanos.* Recuperado el 10 de 06 de 2015, de [declaracion universal de los derechos humanos: http://www.un.org/es/documents/udhf/index\\_print.shtml](http://www.un.org/es/documents/udhf/index_print.shtml)

# **Entre La Responsabilidad Social Y La Supervivencia Caso Mipymes De Tlajomulco De Zúñiga**

María Eugenia Mosqueda Ochoa

Docente-Investigadora. Universidad Politécnica de la Zona Metropolitana de Guadalajara. Correo electrónico: [maria.mosqueda@upzmg.edu.mx](mailto:maria.mosqueda@upzmg.edu.mx)

## **Introducción**

Esta Investigación presenta la situación ética legal de algunas de las MIPYMES (micro, pequeña y mediana empresa), el proyecto es una investigación de campo que, radica en analizar los comportamientos laborales de las empresas de Tlajomulco de Zúñiga, en su legalidad de operación y las repercusiones que tienen estas tanto en la empresa

Primeramente definimos que es la ética en los negocios y sus características dentro de la responsabilidad social en las empresas. En la RS la más conocida que es la del altruismo, pero también implica la parte económica, la legal y la ética.

La investigación documental está basada en los datos del INEGI, que proporciona datos de los trabajadores con salario y los que no tienen salario en las pymes, misma que da pauta a la investigación de campo.

Mediante la investigación de campo en Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco hemos obteniendo información proporcionada por los propietarios de las Mipymes para, difundir los resultados y generar propuestas de mejora para el desarrollo económico de la entidad, e incidir en la producción académica de nuestro cuerpo académico y fortalecer la producción y aportación a las empresas de la entidad.

Pudimos constatar cada una de estas variables en la entidad de estudio y mostró como cada una va concatenando a la otra y como una decisión de ética a la hora de conformar una empresa cuya principal responsabilidad es la economía pero, que, sin legalidad no funcionará por mucho tiempo, sin embargo los candados de las reformas fiscales todavía no dejan ver en las MIPYMES los beneficios, ya que para muchas su curva de aprendizaje es más lenta para ser económicamente rentables y están siendo muy afectadas.

## **Contenido**

Descripción del Problema:

Las empresas micro en un alto porcentaje no suelen dar las prestaciones laborales, ya sea por su precaria economía, el desconocimiento del proceso complejo para cumplir con la legalidad empresarial aunado a la limitada formación escolar para incorporarse comprender que al no cumplir con el marco legal están privando a los trabajadores de sus derechos.

## **Objetivos:**

Presentar un estudio de campo sobre la ética empresarial de las PYMES en Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco, México.

- 1.Reconocer el Impacto de la ética y responsabilidad en los negocios.
- 2.Conocer los comportamientos legales, fiscales y laborales,
- 3.Presentar los resultados del estudio de Campo
- 4.Proponer soluciones

## **Bases Teóricas**

Basado en el modelo cualitativo de Álvarez -Gayou, J.L. (2005).

Transcripción del material, identificación de códigos tentativos, selección de tópicos, transcripción de citas textuales por categoría, Investigación de campo, lectura de analítica para identificar niveles de codificación, análisis e interpretación de la información ya codificada.

## **Metodología Empleada**

Para la elaboración de los resultados de la investigación que se presenta en este documento se procedió a la revisión teórica sobre el tema de la Ética y la Responsabilidad Social Empresarial y su evolución práctica a lo largo de los últimos años, utilizando como variables de análisis, el comportamiento de las Empresas en Tlajomulco de Zúñiga y sus repercusiones laborales, realizando a la vez una investigación de campo aleatoria, estratificada dirigiéndonos a las micro, pequeñas y medianas empresas y presentando de manera descriptiva las respuestas de los empresarios. Una vez que obtenidos los resultados de campo, se procedió a analizar la información para identificar las pautas en las que se encuentran la situación legal, económica y los derechos laborales de los trabajadores.

## **Resultados**

Los resultados aplicados al Municipio de Tlajomulco de Zúñiga, arrojan que aproximadamente el 50% de las PYMES no tiene una práctica de inicio ética y por ello viola los derechos laborales de los trabajadores.

Se necesita una labor de concientización y educativa para que los empresarios cumplan con los aspectos legislativos.

Dada la situación precaria de la economía tanto del gobierno como de los empresarios el corregir este aspecto tomará tiempo.



Los trabajadores dada su condición socioeconómica aceptarán estas condiciones de trabajo ya que en esta población escasea el trabajo.

## **Entre La Responsabilidad Social Y La Supervivencia Caso Mipymes De Tlajomulco De Zúñiga**

### **1. Los comportamientos éticos en las organizaciones**

La ética y la responsabilidad social son conceptos memorables y han venido evolucionando e incorporándose o no en las organizaciones por los emprendedores.

En el camino de construcción de la Ética de los Negocios “EN”, se observa, por un lado, una tendencia en valorizar la dimensión del negocio, haciendo de la ética una simple variable del proceso administrativo, y, por otro, una tendencia en valorizar la dimensión ética, haciendo de la ética un discurso distante de la práctica ejercida en el interior de las organizaciones. Trevino y Weaver (1994) preguntan: ¿se trata de una disciplina o dos? Freeman (1994) apunta la tesis de la separación entre ética y business (The separation thesis), así formulada: el discurso del business y el RAC, Edição Especial 2004 231 discurso de la ética pueden ser separados de modo que sentencias como: ‘x es una decisión de negocio’ no tengan contenido moral, y ‘x es una decisión moral’ no tengan contenidos de negocio. Según De George (1987), mientras los profesores de negocios concentran sus clases e investigaciones en el estudio de caso y en las aplicaciones concretas, los filósofos y teólogos parecen más interesados en los razonamientos morales y en los problemas teóricos de su campo. Así como la tesis de la separación debe ser rechazada por la EN, también la dualidad entre los dos campos tiene que ser superada.

Como si en este siglo XXI, todavía se creyera en la dicotomía de ética o negocio, cuando hay que armonizar que existen negocios con ética y responsabilidad social.

Los empresarios en sus negocios crean sus códigos de ética con la finalidad de salir beneficiados, si son aplicados pueden ayudar a combatir la corrupción, el engaño y el mal comportamiento de sus integrantes, que no solamente permea al interior mismo que crea una imagen al exterior de las organizaciones

En las palabras del Maestro Ignacio Ruiz Coronado; “la responsabilidad social implica conocimiento de la realidad. Dicho de otra manera, conocimiento de la verdad. Es entender la naturaleza humana y dirigirse con libertad hacia ella, es conocer con libertad la tendencia ontológica del ser y decidirse por ella; por lo tanto, en el ámbito de la libertad, la definición de responsabilidad social es la libertad que tenemos para vivir la naturaleza en comunidad”. Esa libertad conlleva al análisis de situaciones y por lo tanto, a la toma de decisiones que se reflejan por medio de nuestros actos y pensamientos, generando consecuencias positivas o negativas afectando a los diferentes sistemas. (CNNEXPANSION).

La falta de ética lleva a la irresponsabilidad social empresarial, y se propone que toda persona que desee ejercer como empresario sea consciente de las consecuencias negativas de operar afectando no solo a otras personas sino también a su entorno, que aunque el medio ambiente no es tema de este trabajo, si la definición lo contempla.

La responsabilidad social empresarial tiene cuatro categorías según Carrol 1994:

- Responsabilidades Económicas. Es la primera y más importante responsabilidad social de los negocios, considerando a la empresa como a unidad económica básica de la sociedad, produciendo y vendiendo los productos y servicios que aquella requiere.
- Responsabilidades Legales. referido al sistema de reglas, leyes Tienen que ver con el cumplimiento de la ley y de las Regulaciones estatales, así como con las reglas básicas según las cuales deben operar los negocios.
- Responsabilidades Éticas. Toma en cuenta las conductas y actividades adicionales a las referidas en los asuntos y normativos, se encuentra entre las más difíciles de cumplir en virtud de la ambigüedad en la definición del término ética en los negocios.
- Responsabilidades Discrecionales. Sugiere una actitud puramente voluntaria de la empresa cuyo mensaje llega poco claro a la sociedad. Entre ellas están las contribuciones filantrópicas, programas de abuso de drogas, centros de asistencia, grupos vulnerables, etcétera.

La presente investigación toca principalmente las responsabilidades legales que de alguna manera implican a las económicas.

## **1.Prácticas laborales**

Las Reformas Fiscales para dar un aceleramiento a la formalidad empresarial y a la economía del país tratando de modificar las pautas de evasión de impuestos y con ello la violación de los derechos laborales de los trabajadores, aparecen en el 2013.

“El presidente Enrique Peña Nieto se comprometió a simplificar el régimen fiscal para las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) del país como parte de la reforma hacendaria que presentará en septiembre próximo” (CNNExpansión Agosto 6.2013).

## **Aspecto Legal:**

Los aspectos legales, laborales y fiscales que deben regir la actividad de las empresas micro pequeña y medianas, debieran cumplirse cabalmente al momento de emprender un negocio, ya que tienen serias repercusiones tanto en la vida económica del negocio siendo esta también una responsabilidad social con los trabajadores.

Al constituirse la empresa de manea Legal ya sea como persona física o moral, está adquiriendo derechos y obligaciones que deberá cumplir.

Para iniciar la operación de la empresa antes deberá obtener el registro de Licencia del negocio, algunos lo hacen para iniciar responsable y éticamente, otros no lo hacen ignorando que requisitos deben cumplir, algunos inician sin permiso con las consecuencias de multas y suspensión de operaciones, algunos al no tramitar su licencia desisten y abandonan su proyecto.

De acuerdo con el reciente artículo titulado “Reforma Fiscal asfixia a las PYMES, y precariza el empleo” del prestigiado periódico de la prensa local El Informador. Comenta el destacado economista los cambios fiscales, “Son un golpe tremendo para las pymes que deben mudarse a un nuevo régimen fiscal “agresivo y costoso” por su objetivo recaudatorio. “Eso puede provocar mucha evasión o poca recaudación. Las medidas fiscales terminan asfixiando al sector más dinámico en el empleo”.

Estas declaraciones se vienen escuchando desde el 2013, sin embargo más adelante mostraremos que dicen todos empresarios del municipio de Tlajomulco.

La ética implica el cumplimiento de la normatividad de las empresas.

Las Dependencias Estatales y Federales para obtener la licencia de operación son las siguientes:

### **•Dependencias Federales**

- Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- Instituto Mexicano del Seguro Social
- Instituto Nacional del Fondo de la Vivienda de los trabajadores

### **•Dependencias Estatales**

- Agencia Fiscal del Estado
- Registro Público de la Propiedad
- Secretaría de Salud

### **•Dependencias Municipales**

- Tesorería General

## **Aspecto Laboral**

Dependiendo de si existe o no un cumplimiento de los aspectos legales, será la ética con la que el empresario influirá en el comportamiento y sentimientos de los colaboradores hacia la empresa, como los efectos de la certidumbre o incertidumbre, seguridad o inseguridad, lealtad o deslealtad, confianza o desconfianza, motivación o desmotivación, productividad o baja productividad, etc.

Es responsabilidad del empresario dejar en claro y por escrito Inicio y termino de la relación laboral.

El salario de acuerdo al tabulador de la entidad, y el cumplimiento de las prestaciones, derechos laborales.

De lo anterior depende, el que tenga riesgos de ser demandado a acudir a la Junta de conciliación y arbitraje por quejas de algún trabajador, no saliendo siempre bien librado.

En estos tiempos de incertidumbre y de agravarse una crisis económica y laboral “Es difícil pensar que dependeremos de la creación de empleos de estas empresas; el grueso de trabajo depende de pequeñas empresas” (Informador 2014).

A esto se suma que los empleos que se crean llevan consigo condiciones precarias de peor calidad y salario y con menos prestaciones.

De acuerdo con un diagnóstico del Centro de Reflexión y Acción Laboral (Cereal), los salarios de los obreros en Jalisco no cubren sus necesidades y existe un uso indiscriminado de la subcontratación y una representación sindical que protege más a las empresas que a los obreros.

Más adelante veremos las condiciones de los trabajadores de TZJ.

## **Aspecto Fiscal**

Toda persona y empresa deberá pagar sus impuestos ante la Secretaría de hacienda y Crédito Público “SHCP” a continuación presentamos la tabla del régimen de obligaciones que deberá presentarse ante el Servicio de Administración tributaria “SAT” las personas físicas

RÉGIMEN OBLIGACIONES	ASALARIADOS	HONORARIOS (SERVICIOS PROFESIONALES)	ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES	ACTIVIDADES EMPRESARIALES	INCORPORACIÓN FISCAL
DEFINICIÓN	✓	✓	✓	✓	✓
INSCRIPCIÓN	✓	✓	✓	✓	✓
MANTENER ACTUALIZADA LA INFORMACIÓN EN EL RFC	✓	✓	✓	✓	✓
FACTURACIÓN ELECTRÓNICA	—	✓	✓	✓	✓
CONTABILIDAD	—	✓	—	✓	✓
DECLARACIONES	ANUAL	MENSUALES; ANUAL; INFORMATIVAS Y DIM	MENSUALES; ANUAL; E INFORMATIVAS	MENSUALES; ANUAL; E INFORMATIVAS Y DIM	BIMESTRALES
OTRAS OBLIGACIONES	✓	✓	✓	✓	✓

Fuente SAT. Tabla de Régimen de obligaciones para personas físicas

De acuerdo a la página oficial del SAT Las personas morales del régimen general para las personas con actividades empresariales deberán cumplir con las siguientes obligaciones fiscales.

- Inscripción o alta en el registro federal de contribuyentes
- Expedir comprobantes fiscales
- Llevar contabilidad
- Presentar declaraciones y pagos mensuales y declaración anual
- Presentar la declaración informativa de operaciones con terceros
- Presentar declaraciones informativas anuales
- Mantener actualizados sus datos en el registro federal de contribuyentes

Sin embargo “Obligar a los micros y pequeños emprendedores a pagar impuestos de manera electrónica o digital, asegura, ha generado confusión debido a que el régimen anterior de pequeños contribuyentes no era tan rígido como el aprobado por la Cámara de Diputados. “Ahora las pymes se meterán en la informalidad o dejan de crecer” (Informador 2014).

**1. Tlajomulco de Zúñiga municipio con crecimiento demográfico necesita expansión empresarial.**

Sin embargo la práctica laboral en cuanto a empleados remunerados por la empresa y no remunerados sigue siendo la misma como podrá observarse en los cuadros que a continuación se presentan:

De acuerdo a los censos económicos 2014 del INEGI.

En el año 2008

Empresas Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco, México	Trabajadores	Trabajadores Remunerados De forma directa		Propietarios, familiares y otros Trabajadores No Remunerados		Subcontratación de personal "Outsourcing"	
Microempresas	15,593	4,363	28%	10,714	69%	516	3%
Pequeñas	5,952	4,534	76%	742	12.5%	676	11.5%
Medianas	10,890	6,603	60.5%	229	2%	4,058	37.5%

En el año 2013

Empresas Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco, México	Trabajadores	Trabajadores Remunerados De forma directa		Propietarios, familiares y otros Trabajadores No Remunerados		Subcontratación de personal "Outsourcing"	
Microempresas	23,334	7,593	33%	15,023	64%	718	3%
Pequeñas	8,564	6,932	81%	303	3.5%	1,329	15.5%
Medianas	14,641	9,787	67%	150	1%	4,704	32%

(INEGI, 2014)

Podemos ver como en 5 años hubo un considerable crecimiento en la incorporación de trabajadores a las empresas, sin embargo veremos más adelante como

el no ser éticos con las obligaciones empresariales no existe una mejoría en los derechos laborales.

## **1. Investigación de Campo a las PYMES de Tlajomulco de Zúñiga**

A continuación presentamos los resultados de investigación aplicados a 190 empresas.

La investigación de campo fue aplicada a los siguientes sectores productivo, distribuidas como sigue: 20.34% Industrial, 36.72% Comercio, 36.72% Servicios, 15.82% Agropecuario.

Preguntamos a las empresas si contaban con los permisos legales para operar y nos contestaron satisfactoriamente que sí el 48.5% tiene permisos y paga sus impuestos, el resto dijo que no el 44.5% no contaba con permisos y no pagaba impuestos y el 7% contaba con permisos pero no está registrado ante hacienda.

De los datos del párrafo anterior nos damos cuenta que poco más de la mitad de los empresarios escapan de pagar impuestos.

A la pregunta de cuantos empleados tiene en su empresa sin contar familiares respondieron lo siguiente:

- Microempresarios son el 77% y cuentan con un promedio de 2 a 10 empleados;
- Pequeños empresarios son el 16% y tienen entre 11 y 50 trabajadores;
- Medianos empresarios son el 7% y oscilan entre 51 a 100 colaboradores.

Podemos inferir que el 51.5% de estos empleados no cuenta con prestaciones de ley ya que sus empresas no están registrados ante hacienda y por lo tanto no cuentan con IMSS e INFONAVIT, sus derechos como trabajadores quedan inexistentes.

Preguntamos si capacitarían a su personal durante el 2014 y el 33.5% dijo que si preferentemente los capacitará en ventas, y una minoría en producción, actividades primordiales para la supervivencia de la empresa.

El 70% de los empresarios dijo no necesitar ningún tipo de capacitación y el 30% dijo que si necesitaba capacitarse más en el ramo de su negocio.

El 60% expresó no tener problemas con su personal y el 40% dijo que sí, siendo ambiguos en mencionar el tipo de problema.

Consideran que el apoyo que ellos le brindan a su personal el 62% es bueno y el 18% reconoce que es malo.

En cuanto a la economía:

- El 75% considera que la situación económica del país es buena y mala el 25 %
- La situación de su empresa el 82% la considera buena y el 18% mala.
- El 51.5% expresó que son buenas las ganancias de su negocio y el 48.5% las percibe malas.
- El 60% confesó nunca tener problemas con la nómina, el 22% algunas veces y el 18% dijo que siempre.
- El 43% vende más que el año anterior el 40% vende menos y el 7% igual.

El optimismo de los empresarios es bueno y tienen la esperanza de que las cosas mejoren aun cuando no la están pasando tan bien.

Más no podemos dejar de darnos cuenta que el porcentaje que está dentro del marco legal se encuentra en mejores condiciones que el que no lo está.

Las consecuencias se presentan en una probable desmotivación de sus colaboradores al no contar con prestaciones de Ley.

La formación académica de los empresarios es la siguiente:

Con Primaria inconclusa el 4%, Primaria terminada el 13%, concluyeron la Secundaria el 28%, cuentan con Carrera técnica 9%, alcanzó la Preparatoria el 18%, y dijo haber realizado una carrea el 28%

El 54% solo tiene educación básica y aunque se les reconoce su espíritu emprendedor y la sagacidad para tener su propia empresa, no han asumido la responsabilidad de establecerse formalmente y pagar impuestos, para así poder brindar a sus trabajadores las prestaciones laborales.

## **Conclusiones**

A pesar de la Importancia que tienen las MIPYMES en el desarrollo del país a través de sus localidades estas presentan debilidades en los ratios, ético legal, derechos laborales, obligaciones fiscales, se incrementa la vulnerabilidad, en lo económico, en lo financiero, en la productividad, en el clima laboral, en las repercusiones legales.

La inminente necesidad de fuentes de trabajo, hace que algunas personas emprendan sus propios negocios, sin conocer a fondo las implicaciones de no hacer una práctica ética legal.

Muchas veces la necesidad de supervivencia no permite a los empresarios contar con la salud financiera para afrontar la carga tributaria principalmente.



Los que no estaban constituidos legalmente o no reportaban sus ante el SAT sus obligaciones están en la disyuntiva de si continuar y hacer un esfuerzo para cumplir con esto o dejar el negocio, sin embargo la necesidad de un ingreso esperanza a que continúen generando fuentes de empleo y derrama económica.

El no poder cumplir con los requerimientos hace que los trabajadores admitan que se violen los derechos.

El no poder hacer una práctica ética no les permite acercarse a ser empresas socialmente responsables.

Los trabajadores aceptan condiciones limitadas dada la escasez de trabajo aunado a la distancia con otras fuentes de trabajo.

A Tlajomulco se le dice ciudad dormitorio porque la mayoría de su gente se trasladará a otros municipios a laborar y no regresará hasta el final de su jornada.

Existe un gran crecimiento habitacional pero más del 50% no está habitado por la escasez de trabajo de la zona.

Este estudio basada en el estudio documental y de campo presenta al cuerpo académico áreas de oportunidad para generar otras investigaciones más profundas al respecto, la vinculación con la empresa en aras de apoyar, orientar, concientizar, capacitar y gestionar con el sector gobierno la búsqueda de alternativas para fortalecer, solucionar y desarrollar a las MYPIMES, ante los nuevos retos y necesidades de fortalecimiento de la economía, creación de nuevas fuentes de trabajo e incorporarse al mundo globalizado.

Debemos fomentar, crear y desarrollar una cultura de ética de los negocios desde el nacimiento de las empresas, con ello bajará el costo de operar con la incertidumbre de operar al margen de la legalidad, muchas veces pagando extorsiones, comprando voluntades para evitar se aplique el rigor de la ley que tarde o temprano será ejercida.

## **Bibliografía**

Álvarez -Gayou, J.L. (2005) *Cómo hacer una investigación cualitativa. Fundamentos y metodología.* México: Paidós.

Guerrero Rosas Erick (2013), *Entre El Miedo Y La Esperanza, La Próxima Crisis Global Y El Despegue De México,* México, Editorial Panorama

Moguel Liévano Manuel De Jesús, (2013), *La Responsabilidad Social De Las Empresas: El Caso De Las Organizaciones Extranjeras Del Sector Come,* Editorial Fontamara

Martínez Herrera Horacio (2005) *El marco ético de la responsabilidad social empresarial,* Bogotá, Editorial Universidad Javeriana,

## Publicaciones:

Barber Kury Carlos, (2012), CNNExpansión, *Responsabilidad Social, Soy Competitivo*, Recuperado 10 Junio 2012, de: <http://blogs.cnnexpansion.com/soy-competitivo/2012/07/15/responsabilidad-social-articulo-ampliado/>

El Informador, *Reforma fiscal asfixia a pymes y precariza el empleo*, Recuperado el 12 de junio del 2014, de: <http://www.informador.com.mx/economia/2014/532730/6/reforma-fiscal-asfixia-a-pymes-y-precariza-el-empleo.htm>

INEGI, (2015) Censos económicos del 2014. Recuperado el 10 de 5 de Marzo 2015. Desde la base de datos de Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco

Mundim Pena Roberto Patrus, *Ética y Estrategia en un Marco Teórico Referencial de la Ética de Negocios*, Recuperado 10 de junio 2015, <http://www.scielo.br/pdf/rac/v8nspe/v8nespa12.pdf>

**Santa Rita Ilse, (2013),** *Peña Nieto promete beneficios para Pymes con reforma fiscal* CNNExpansión, Recuperado, Agosto 06, 2013 de: <http://www.adnpolitico.com/gobierno/2013/08/06/pena-nieto-promete-beneficios-para-pymes-con-reforma-fiscal>

SAT, Servicio de Administración Tributaria *Obligaciones Fiscales*, Recuperado Junio 12 2015-[http://www.sat.gob.mx/informacion\\_fiscal/obligaciones\\_fiscales/Paginas/default.aspx](http://www.sat.gob.mx/informacion_fiscal/obligaciones_fiscales/Paginas/default.aspx).

# **La Responsabilidad Social Corporativa en materia de Prácticas Laborales en el municipio de Pénjamo, Guanajuato.**

Nancy Hidalgo Tule

Estudiante de la Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico: [212030070@uppenjamo.edu.mx](mailto:212030070@uppenjamo.edu.mx)

Luis Antonio Hidalgo Tule

Estudiante de la Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. Universidad Politécnica de Pénjamo.

Glafira Vázquez Olarra

Docente-Investigadora. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico: [gvazquez@uppenjamo.edu.mx](mailto:gvazquez@uppenjamo.edu.mx)

## **Introducción**

La responsabilidad social corporativa surge como una estrategia para alcanzar la sostenibilidad empresarial, la cual señala la necesidad de satisfacer la escasez del presente sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones.

La responsabilidad social corporativa, es hoy en día una tendencia que aumenta cada vez más en todo el mundo, sin embargo, el conocimiento de la misma ha generado distintas formas de adecuar este concepto con las prácticas diarias de la organización. En México se han realizado estudios que logran identificar la comunicación como principal factor para practicar la responsabilidad social corporativa, asimismo, se hacen presentes los grupos de interés como los medios de comunicación, los inversionistas y consumidores, quienes vigilan el cumplimiento de la RS en las empresas.

Con base en la Norma ISO 2600, tomando en cuenta las siete materias a considerar por la organización para ser definida como socialmente responsable, la investigación será enfocada a la materia de prácticas laborales; contemplando para esto las cinco clasificaciones que forman parte de esta materia. Para efectos de esta investigación se aplicó un cuestionario a una muestra representativa de la PEA del municipio de Pénjamo, Gto., mismo que permitió tener una aproximación a la RSC en términos de prácticas responsables en el ámbito de lo social.

## **Descripción Del Problema.**

Actualmente las empresas se enfrentan a un medio cambiante y globalizado, con oportunidades y en constante competencia, teniendo como principal objetivo la rentabilidad de las organizaciones. Esta situación ha generado, en la mayoría de los casos, la destrucción del medio ambiente y, por otro lado, la reducción de los salarios, de esta manera la organización externaliza los costos del éxito a la sociedad (Caamal I, 2010).

En materia de prácticas laborales y haciendo referencia a la responsabilidad social, México cuenta con legislaciones que regulan las interacciones entre empleadores y empleados, destacando en ella, ámbitos como: la relación de trabajo, condiciones laborales y demás factores que influyen en el desarrollo del colaborador. Asimismo, las demandas por despido injustificado crecen anualmente entre 250% y 300% en promedio, según la Junta Local de Conciliación y Arbitraje (JLCA). Los empleados

demandan a las organizaciones, en la mayoría de los casos, por adeudo de salarios, aguinaldo y el pago incorrecto por laborar horas extras. La falsificación y alteración de documentos son prácticas laborales no legales y consideradas en juicios penales, en el país 4 de cada 10 contrataciones están condicionadas a la firma de documentos en blanco, posteriormente dichos documentos son utilizados por la empresa para sus propios fines. El pago de la prima de antigüedad es un derecho de los trabajadores, sin embargo, existen organizaciones que se niegan a pagar dicha prestación al pasar los 15 años laborales. (Vargas, 2015)

Con los datos presentados anteriormente, es evidente que se requiere abordar el tema de la RSC en el país y sus estados, como parte de esa necesidad, se ha realizado la presente investigación en el municipio de Pénjamo; Guanajuato, para tener un primer acercamiento a las prácticas laborales de las empresas.

### **Objetivo general.**

Conocer la situación de las organizaciones de Pénjamo, Guanajuato, desde en el ámbito de responsabilidad social con enfoque en materia de prácticas laborales.

### **Objetivos específicos.**

- Calcular el porcentaje de empresas que utilizan los medios legales para formalizar las relaciones laborales.
- Señalar las condiciones de trabajo y protección social que se aplican y se omiten en las organizaciones.
- Identificar los canales y la frecuencia de comunicación entre empleador y empleado.
- Describir la seguridad y salud ocupacional en el área de trabajo de los colaboradores.
- Señalar el porcentaje de aplicación de acciones para el desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.

### **Marco Teórico.**

#### **Desarrollo sostenible.**

En el año de 1992, en la cumbre de la Tierra organizada por las Naciones Unidas en Río de Janeiro se abordó por primera vez el tema de desarrollo sostenible, el cual se define como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. El desarrollo sostenible pretende un crecimiento basado en el pleno empleo, el respeto al medio ambiente y la competitividad de las empresas, es decir, un crecimiento económico en beneficio del progreso social y desde el respeto al medio ambiente; junto con una política social y ambiental que impulse la economía de una forma eficaz y competitiva.

Para poder alcanzar a nivel mundial un progreso social, nivel de crecimiento económico estable, protección medio ambiental y utilización prudente de los recursos

naturales, se propusieron dos estrategias: la estrategia procedente de la acción pública y la estrategia procedente de la acción privada. (Morrós & Vidal, 2014)

La Responsabilidad Social Corporativa (RSE) es la estrategia que procede de la acción privada que realiza la empresa. Una empresa socialmente responsable busca el punto óptimo entre la rentabilidad económica, la mejora del bienestar social de la comunidad y la preservación del medio ambiente. (Fernández, 2009)

La responsabilidad social es una filosofía o una forma de actuar de una organización, dicha actitud está enfocada hacia los negocios pero refleja la incorporación voluntaria u obligatoria del bienestar social.

### **Responsabilidad Social Corporativa.**

La Responsabilidad Social de la empresa se divide en dos dimensiones: Dimensión Interna y Dimensión Externa.

La dimensión interna se clasifica en dos tipos de prácticas: Prácticas responsables en el ámbito de lo social y prácticas respetuosas con el medio ambiente. A su vez las prácticas responsables en el ámbito de lo social abarca cuestiones como: gestión de los recursos humanos, seguridad en el trabajo y prevención de riesgos laborales y ajustes empresariales. (Morrós & Vidal, 2014)

### **Responsabilidad Social Corporativa y relación empresa-sociedad.**

Las estrategias para gestionar las relaciones entre la empresa y la sociedad son dos: respuestas obligatorias y respuestas voluntarias. Las respuestas obligatorias son emanadas de diferentes gobiernos que se encuentran ubicadas en el ámbito territorial donde se encuentra la organización. El control gubernamental se divide en dos categorías: tentativas de persuasión por parte del gobierno y tentativas de control legal directo. Las tentativas de control legal directo es el establecimiento de normas legales que fijen el nivel óptimo de producción y consumo, prohibición o criminalización de actividades como tirar residuos en espacios públicos y la regularización de actividades como las condiciones de seguridad y salud en el trabajo.

La acción voluntaria de las empresas consiste en la integración en sus operaciones de las consecuencias económicas sociales y medioambientales y propone que las empresas dialoguen con sus diferentes grupos de interés con la finalidad de crear una alianza estratégica y abrir paso a la sostenibilidad en conjunto con dichos grupos. (Morrós & Vidal, 2014)

### **Los grupos de interés o stakeholders.**

La teoría de los grupos de interés plantea que el éxito de una organización depende de su capacidad para manejar la comunicación con grupos, los cuales pueden ser clientes, proveedores, empleados, comunidades o inversionistas. (Morrós & Vidal, 2014)

Para que una empresa se relacione directamente con la responsabilidad social debe considerar la relación de la organización con los stakeholders, es decir, los grupos o individuos que pueden afectar o ser afectados por el logro de los objetivos de la empresa.

El enfoque de los stakeholders sostiene que la organización tienen la responsabilidad de estar en constante comunicación con estos grupos puesto que ellos tiene exigencias y demandas referentes a la seguridad del producto, a la no discriminación en el puesto de trabajo, a la protección del medio ambiente o a la prohibición del trabajo infantil, bajo esta posición se afirma que la empresa tiene la obligación o responsabilidad moral frente los stakeholders. (Navarro, 2012)

### **La Norma ISO 26000 y Materias fundamentales en la Responsabilidad Social.**

La relación entre la organización y la sociedad en el entorno en el que la empresa opera es un factor crítico para la funcionalidad y el avance de la misma y a su vez es una medida de rendimiento global. Para que esto suceda la empresa cuenta con instrumentos que proporcionan orientación para que la organización pueda operar de una manera socialmente responsable. (ISO, 2015)

La norma ISO 26000 es una guía no certificable pero que orienta a las organizaciones que quieren incluir la responsabilidad social en su política de actuación. (Morrós & Vidal, 2014)

La norma ISO 26000 aborda siete materias fundamentales de la responsabilidad social: Gobernanza de la Organización, Derechos Humanos, Prácticas Laborales, Medio Ambiente, Prácticas justas de Operación, Asuntos de Consumidores y Participación Activa y Desarrollo de la comunidad.

Estas siete materias son esenciales para crear una empresa con responsabilidad social y es necesario considerar todas estas materias en los procesos de la organización evitando enfocarse solo en una. (Secretaría de Economía, 2015)

### **Prácticas Laborales.**

Las prácticas laborales de una Organización comprenden todas las políticas y prácticas relacionadas con el trabajo en nombre de la organización, incluido el trabajo subcontratado. (Secretaría de Economía, 2015)

Las prácticas laborales se extienden más allá de la relación de una organización con sus empleados directos o de las responsabilidades que una organización tenga en un lugar de trabajo de su propiedad o que este bajo su control directo. (Ministro de Comercio e Industria, 2011)

Dentro de las Prácticas Laborales se encuentran cinco clasificaciones: Trabajo y relaciones laborales, Condiciones de trabajo y protección social, Dialogo social, Salud y seguridad ocupacional y desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.

#### Trabajo y relaciones laborales.

Una organización contribuye a uno de los objetivos más ampliamente aceptados por la sociedad, principalmente, la mejora del nivel de vida a través del pleno empleo, de la estabilidad en el empleo y del trabajo decente.

La relación laboral confiere derechos e impone obligaciones, tanto a empleadores como a empleados, en beneficio tanto de la organización como de la sociedad.

En esta clasificación se menciona la importancia social e individual de reconocimiento y aplicación legal. La acción de contratación por medios legales donde las partes sujetas a este reconozcan sus derechos y responsabilidades, de esta manera poder acogerse a algún recurso ante la eventualidad de que no se respeten los términos del contrato.

#### Condiciones de trabajo y protección social.

Las condiciones de trabajo afectan considerablemente la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, así como el desarrollo económico y social.

Las condiciones de trabajo incluyen salarios y otras formas de compensación, jornada laboral, vacaciones, protección a la maternidad y aspectos del bienestar tales como agua potable, servicios sanitarios, comedores y acceso a servicios médicos.

La protección social hace referencia a las garantías jurídicas y políticas y prácticas de la organización, orientadas a la reducción o pérdidas de ingreso en caso de accidente de trabajo, enfermedad, maternidad, vejez, desempleo, invalidez. Este aspecto es fundamental en la preservación de la dignidad humana y en el establecimiento de un sentido de equidad y justicia social.

#### Diálogo social.

El diálogo social incluye todo tipo de negociación, consulta o intercambio de información entre empleadores y colaboradores sobre temas de interés común. El diálogo social eficaz ofrece un mecanismo para desarrollar políticas y encontrar soluciones que tomen en cuenta las prioridades y las necesidades de empleadores y trabajadores, el diálogo puede contribuir a establecer la participación y los principios democráticos en el lugar de trabajo.

#### Salud y seguridad ocupacional.

La salud y seguridad en el trabajo implica promover y mantener el más alto grado de bienestar físico, social y mental de los trabajadores y prevenir daños en la salud provocados por las condiciones laborales.

La adaptación del ambiente de trabajo a las necesidades de los trabajadores para evitar los riesgos en el lugar de trabajo que pueden ser ocasionados por los procesos, prácticas y sustancias utilizados en las actividades diarias del trabajador.

#### Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.

Incluye el proceso de ampliar las opciones de las personas expandiendo las capacidades y funciones humanas, permitiendo, así, que los trabajadores posean amplios conocimientos, aumentando la capacidad y la empleabilidad de los individuos.

## Metodología.

La presente investigación fue desarrollada en los meses de Mayo-Junio del año 2015, forma parte de un estudio exploratorio y descriptivo con enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) y, corresponde a un estudio transversal cuya exploración permitirá conocer a fondo la situación de las empresas del municipio en materia de responsabilidad social, para aportar una solución factible al tipo de organizaciones de la región.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en Pénjamo, Guanajuato habitan 149,936 personas de las cuales sólo 49,267 son población económicamente activa. (Secretaría de Desarrollo Social y Humano, 2012). Entendiendo como Población Económicamente Activa al conjunto de personas de más de 12 años que desempeña una ocupación, o bien, si no la tiene, la busca activamente. (Partida, 2008). La población ocupada de Pénjamo, Guanajuato asciende a 20,437 personas, el resto se refiere a personas que, no teniendo ocupación, buscan activamente trabajo diariamente. (Secretaría de Desarrollo Social y Humano, 2012).

Tomando como base la PEA de Pénjamo, se determinó el tamaño de la muestra con un nivel de confianza del 95% y un intervalo de confianza del 11%, resultando la cifra 79. Por consiguiente, se seleccionaron de forma aleatoria a 79 personas, que laboran actualmente o trabajaron en los últimos 3 años, para aplicar un cuestionario como instrumento de medición, que consta de 21 preguntas, 20 de ellas de opción múltiple y 1 de evaluación de las condiciones laborales de la empresa en la que laboran o bien laboraron.

## Resultados.

Los datos recopilados en la investigación son presentados a través de tablas y gráficos sectoriales.

### Sexo y Edad de los encuestados.

De las 79 personas que fueron encuestadas, el 39% es representado por el género femenino y el 61% por el género masculino, como se aprecia en la tabla no. 1. La población económicamente activa del municipio de Pénjamo se encuentra concentrada, en su mayor parte, por personas de entre 19 y 24 años, representando un 37% de los encuestados, de acuerdo con lo que se observa en la gráfica no. 1.

**Tabla no. 1**

### **Distribución de frecuencia por género**

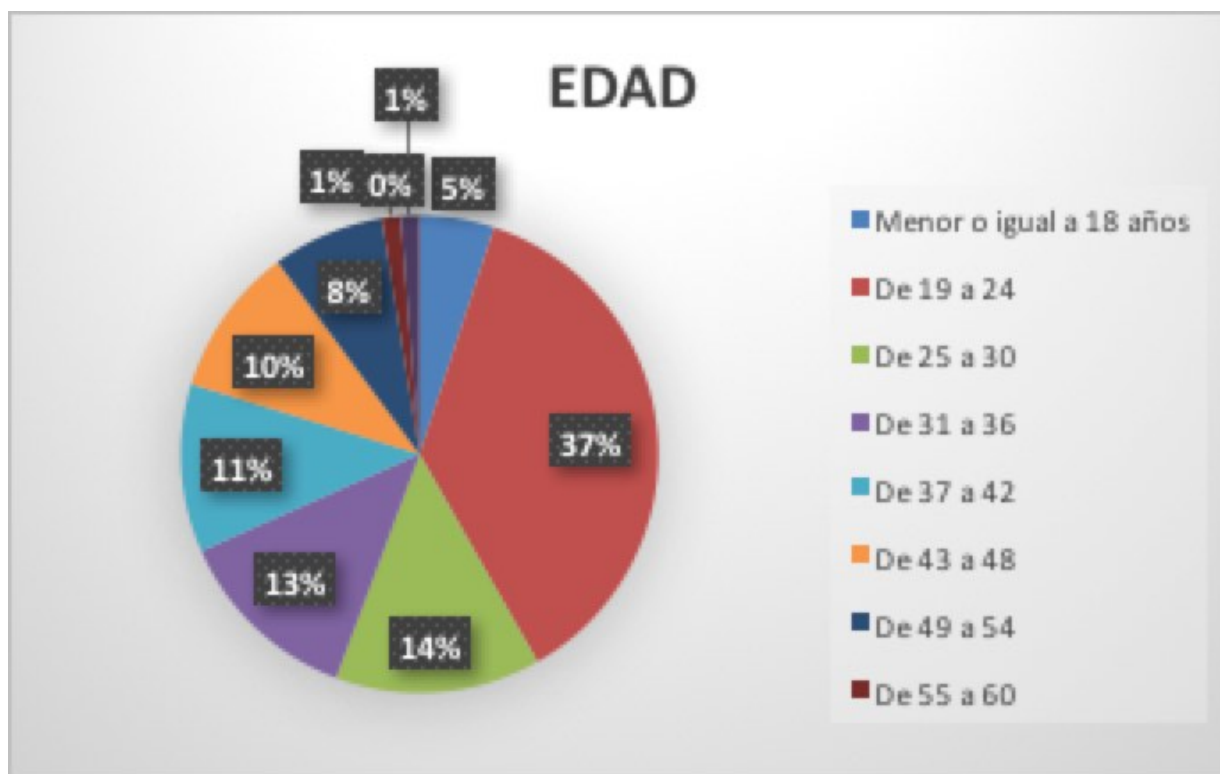
<b>GÉNERO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	48	61
Femenino	31	39
Total	79	100

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo



**Gráfica no. 1.**

**Edad de las personas entrevistadas**



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

Tipo de empresa y actividades económicas preponderantes.

De las 79 personas, 25 de ellas trabajan en empresas públicas, representando un 32% y el 68% restante corresponden a empresas privadas, lo cual se observa en la tabla no. 2.

**Tabla no. 2.**

**Distribución de frecuencias por tipo de empresa**

TIPO DE EMPRESA.	Frecuencia	Porcentaje
Pública	25	32
Privada	54	68
TOTAL	79	100

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

En el municipio de Pénjamo las actividades económicas preponderantes están representadas por el comercio, servicios educativos y agricultura con un porcentaje del 19%, 18% y 14% respectivamente, los datos generales se aprecian en la gráfica no. 2.

**Gráfica no. 2.**

**Sector al que pertenece la empresa donde laboran los entrevistados**



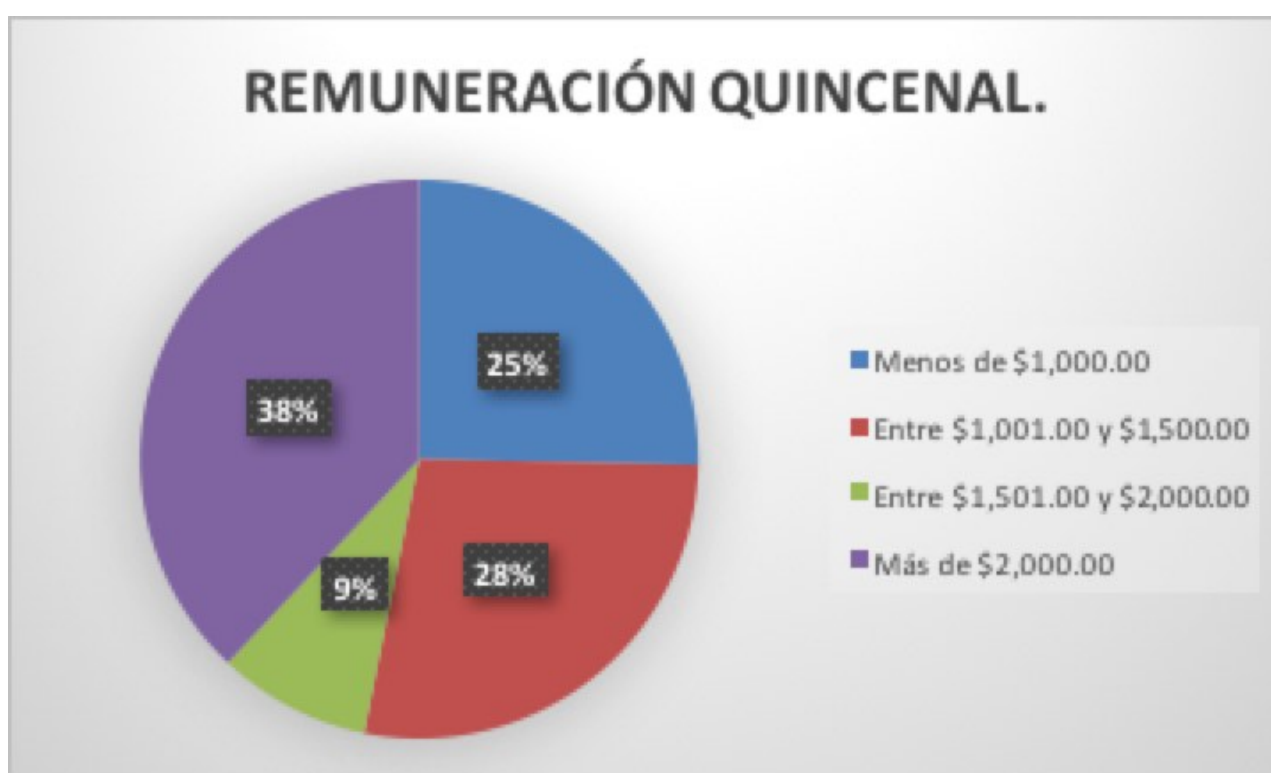
Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

#### Situación salarial el Pénjamo, Guanajuato.

El salario mínimo para la zona B, corresponde a \$68.28 pesos diarios, por lo tanto quincenalmente un empleado debe recibir como salario bruto un total de \$955.92. Tomando en cuenta el dato anterior, la situación salarial en el municipio está considerada dentro del marco legal y por consiguiente, representa cierto grado de responsabilidad en este aspecto, ya que la mayoría de las personas encuestadas (28%) ganan entre \$1,0001.00 y \$1,500.00 pesos.(Gráfica no. 3)

**Gráfica no. 3.**

#### **Ingreso quincenal de las personas entrevistadas**



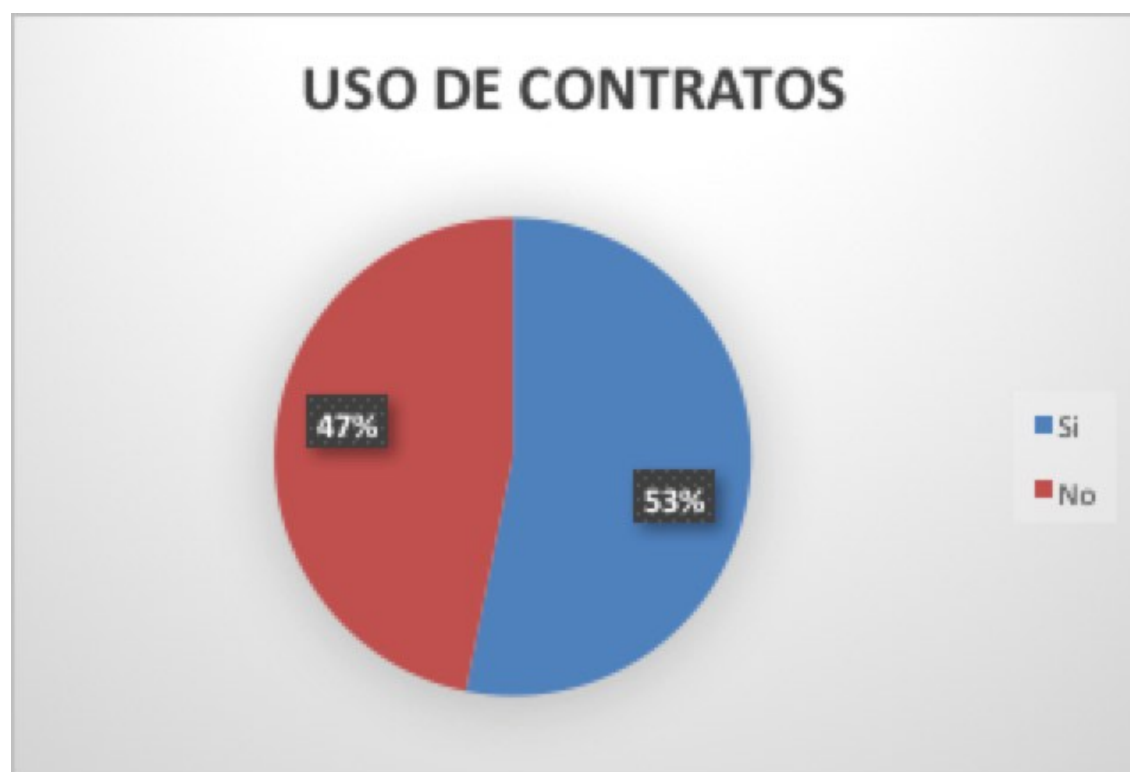
Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

## Relaciones laborales.

Las empresas que generan empleo en el municipio no formalizan la relación laboral por medio de un contrato, pues sólo el 47% de las empresas utiliza este documento (gráfica no. 4), lo cual representa una falta grave a la Ley Federal del Trabajo. Esta Ley obliga a todos los empleadores a elaborar un contrato de trabajo en por lo menos dos ejemplares, de los cuales quedará uno en poder de cada parte (Art. 24). La falta del contrato por escrito no priva al trabajador de los derechos que deriven de las normas de trabajo y de los servicios prestados, pues se imputará el patrón la falta de esa formalidad (Art. 26).

**Gráfica no. 4.**

### **Contratación formal mediante contrato**



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

## Estipulación de políticas, determinación de actividades y beneficios en la organización.

Como se observa en la tabla no. 3, el 52% de las personas encuestadas señalan que se les dieron a conocer las políticas al integrarse a la organización, el resto las desconoce. En cuanto a la especificación de las actividades que realizarían en la organización, un 57% afirmaron que sí se les definieron.

**Tabla no. 3.**

### **Distribución de frecuencias por la difusión de políticas y actividades**

<b>INFORMACIÓN DE POLÍTICAS</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	41	52
No	38	48
TOTAL	79	100
<b>DETERMINACIÓN DE ACTIVIDADES.</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	45	57
No	34	43
TOTAL	79	100

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

Respecto a los beneficios con los que contaría el personal al integrarse a la organización se le dieron a conocer al 58% de los encuestados, el resto desconocía acerca de los mismo (Tabla no. 4).

**Tabla no. 4.**

**Distribución de frecuencias por el conocimiento de los beneficios que otorga la empresa**

<b>CONOCIMIENTO DE BENEFICIOS EN LA ORGANIZACIÓN.</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	46	58
No	33	42
TOTAL	79	100

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

### Beneficios del empleado.

El beneficio que se le otorga a los empleados en la organización, y que representa el mayor porcentaje, es el aguinaldo con un 20%; el 6% de los encuestados no cuenta con ningún beneficio o prestación por parte de la organización, en consecuencia, un 94% de los entrevistados tiene algún tipo de prestación laboral. Esto puede notarse en la gráfica no. 5.

**Gráfica no. 5.**

#### **Prestaciones laborales de las personas entrevistadas**



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

### Servicios e instalaciones en la organización.

Sólo el 23% de los empleados cuenta con los tres factores evaluados en las encuestas (comedor, agua potable y servicios sanitarios), y el 7% está representado por el personal que no cuenta con ninguno de estos factores, lo cual se observa en la gráfica no. 6; es preocupante que sólo 39% ofrece agua potable, siendo éste un elemento básico para la vida y las actividades diarias.

### Gráfica no. 6.

#### Servicios básicos en la empresa



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

#### Comunicación: Frecuencia y Medios.

El 87% de los empleados mantiene comunicación constante con su jefe inmediato; siendo, principalmente, de manera personal, representado por un 47%, y la frecuencia de comunicación es diaria, para un 60% de los sujetos entrevistados; es interesante notar para el 15% de ellos, nunca entabla comunicación con su jefe. Estos datos pueden apreciarse mejor en las gráficas no. 7 y no. 8, así como en la tabla no. 5.

### Gráfica no. 7.

#### Fluidez en la comunicación entre empleado y empleador



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

**Tabla no. 5.**

**Medios utilizados para comunicarse**

<b>MEDIOS PARA COMUNICARSE</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Escrita por correo electrónico	10	13
Escrita por medio de formatos	20	25
De manera personal	37	47
Nunca	12	15
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

**Gráfica no. 8.**

**Frecuencia de comunicación jefe-empleado**



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

Salud y seguridad social.

El 68% de los sujetos cuenta con seguro médico, entre los cuales destacan el 58% ante el IMSS y el 8% ante el ISSTE lo que infiere que esta prestación se ejecuta en varias de las empresas, sin embargo, es un alto porcentaje de empresas que no ofrecen un sistema de seguridad social a sus trabajadores. (Tabla no. 6).

**Tabla no. 6**

**Distribución de frecuencias por servicio médico recibido**

<b>SEGURO MÉDICO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
IMSS	46	57
ISSTE	6	8
Popular	2	3
Ninguno	25	32
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>

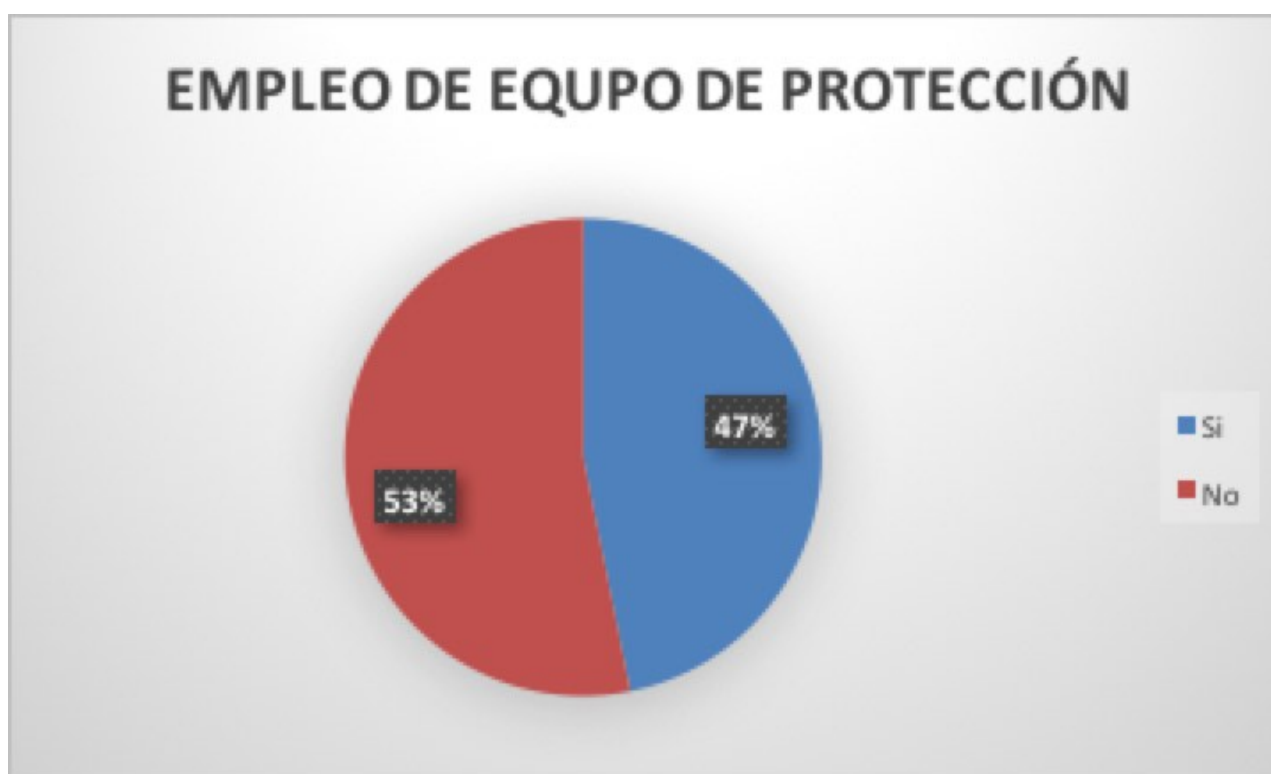
Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

Equipo de protección, instrumentos y herramientas.

Como se aprecia en la gráfica no. 9, sólo un 47% de las personas entrevistadas utilizan equipo de protección para realizar sus actividades, de ellos, el 4% tienen que comprar el equipo de protección personal con dinero propio (tabla no. 7), cuando esto es una obligación de la empresa y no del empleado.

**Gráfica no. 9.**

**Uso de equipo de protección**



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

**Tabla no. 7**

**Origen de los recursos para comprar el equipo**

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Empresarial	34	43
Personal	3	4



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

Asimismo, el 77% de las personas encuestadas emplea instrumentos y herramientas para su trabajo (Gráfica 10), los cuales son otorgados por la misma empresa al 67% de empleados, sin embargo, el 10% manifiesta que tiene que comprarlos por su cuenta (tabla no. 8).

**Gráfica no. 10.**

**Frecuencia de comunicación jefe-empleado**



Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

**Tabla no. 8**

**Origen de los recursos para comprar herramientas de trabajo**

FINANCIAMIENTO	Frecuencia	Porcentaje
Empresarial	53	67
Personal	8	10
Ninguno	18	23
TOTAL	79	100

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

Condiciones laborales.

A continuación se presentan algunas condiciones laborales, tales como humedad, ruido calor, agentes contaminado, lugar cerrado y estrés a los que se someten los colaboradores, lo cual puede observarse en la tabla no. 9. En general no se presentan datos alarmantes en las condiciones laborales.

**Tabla no. 9**

**Condiciones laborales en el lugar de trabajo.**

<b>CONDICIONES LABORALES.</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>HUMEDAD</b>		
Alta	24	30
Media	11	14
Moderada	12	15
Baja	12	15
Nula	20	25
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>
<b>RUIDO</b>		
Alta	15	19
Media	27	34
Moderada	21	27
Baja	7	9
Nula	9	11
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>
<b>CALOR</b>		
Alta	23	29
Media	18	23
Moderada	22	28
Baja	9	11
Nula	7	9
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>
<b>AGENTES CONTAMINANTES.</b>		
Alta	15	19
Media	14	18
Moderada	13	16
Baja	14	18
Nula	23	29
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>
<b>LUGAR CERRADO</b>		
Alta	16	20
Media	8	10

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

### Desarrollo humano y formación en el lugar de trabajo.

Como se muestra en la tabla no. 10, el 51% de las personas encuestadas no fueron capacitadas al ingresar a la organización, lo cual repercute en el desarrollo eficiente de sus actividades.

**Tabla no. 10**

#### **Capacitación del empleado al ingresar a la organización.**

<b>CAPACITACIÓN AL INGRESAR</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	39	49
No	40	51
TOTAL	79	100

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

El 28% de las personas recibe una capacitación cuatrimestral representada por el 28%, sin embargo, el 24% no recibe capacitación constante y deja de lado el desarrollo de otras habilidades del empleado. (Tabla no. 11)

**Tabla no. 11**

#### **Capacitación periódica impartida por la organización.**

<b>CAPACITACIÓN PERIODICA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mensual	8	10
Trimestral	9	11
Cuatrimestral	22	28
Una vez al año	21	27
Nunca	19	24
TOTAL	79	100

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo

### **Conclusiones.**

A través de esta investigación se logró conocer la situación en que se encuentran algunas organizaciones donde laboran los habitantes del municipio de Pénjamo, Guanajuato en el ámbito de responsabilidad social con enfoque en materia de prácticas laborales, este primer acercamiento, permite tener una perspectiva global acerca de las debilidades y fortalezas de las empresas en materia de prácticas laborales.

En lo que respecta al trabajo y las relaciones laborales, a pesar de que el 53% formalizó su ingreso a laborar a la organización por medio de un contrato, las políticas,

actividades y beneficios no se dieron a conocer en su totalidad, por lo tanto, se identifican áreas de oportunidad para las entidades económicas.

Las condiciones de trabajo y protección social muestran de igual manera la oportunidad de mejorar en este ámbito, pues sólo el 23% de los empleados cuentan con las prestaciones de ley. Por otra parte, las comunicaciones entre los grupos de interés marcan una característica fundamental para una organización socialmente responsable, entre esos grupos de interés se encuentran los trabajadores, en el municipio el 87% de los empleados tiene comunicación directa y frecuente con su empleador, lo cual representa una fortaleza en esta área.

La salud y seguridad ocupacional es otro factor que es necesario fortalecer, ya que es una obligación patronal el ofrecer esta prestación, por lo que toda la población laboral debiera tenerla.

Finalmente, se presenta el desarrollo profesional y humano dentro de la organización, sin duda, un aspecto necesario para mejorar en las organizaciones, pues el 24% de los empleados nunca reciben capacitación de manera periódica.

Las condiciones laborales en el lugar de trabajo que se evaluaron fueron: humedad, ruido, calor, agentes contaminantes, lugar cerrado y estrés. Las condiciones que presentaron mayor porcentaje fueron humedad 30% en un nivel alto y calor 29% en el mismo nivel. Dichas condiciones dificultan el desarrollo de las actividades diarias del empleado, es importante mencionar que la empresa requiere acondicionar los espacios físicos considerando que el clima de la localidad es caluroso.

Se observa que en el municipio la responsabilidad social corporativa no se encuentra debilitada, en el rubro de prácticas laborales, pero, existe la necesidad de que se trabaje en conjunto con las materias restantes para lograr un bien común entre el desarrollo económico de la organización y los demás factores que competen a la sociedad.

## **Bibliografía**

Caamal, Á. y. (2010). *Tendencias actuales de la responsabilidad social en las empresas en México*.

Fernández, R. (2009). *Responsabilidad social corporativa*. España: Club Universitario.

ISO. (2015). *ISO 26000*. Obtenido de <http://www.iso.org/iso/es/home/standards/iso26000.htm>

Ministro de Comercio e Industria. (2011). *Guía de Responsabilidad Social*. Obtenido de [http://www.mici.gob.pa/imagenes/pdf/guia\\_dgnti\\_copanit\\_26000.pdf](http://www.mici.gob.pa/imagenes/pdf/guia_dgnti_copanit_26000.pdf)

Morrós, J., y Vidal, I. (2014). *Responsabilidad Social. Sostenibilidad. GRI e ISO 26000*. Madrid.: Fundación Confemetal.

Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica*. Madrid.: Esic Editorial.

Partida, V. (15 de Enero de 2008). *Consejo Nacional de Población*. Obtenido de <http://www.conapo.gob.mx/work/models/CONAPO/PEA/pea.pdf>

Secretaría de Desarrollo Social y Humano. (Noviembre de 2012). *Perfil Económico de Pénjamo*. Obtenido de [http://portalsocial.guanajuato.gob.mx/sites/default/files/documentos/2012\\_SEDESHU\\_Perfil%20Economico%20Penjamo.pdf](http://portalsocial.guanajuato.gob.mx/sites/default/files/documentos/2012_SEDESHU_Perfil%20Economico%20Penjamo.pdf)

Secretaría de Economía. (06 de Junio de 2015). *Secretaría de Economía*. Obtenido de <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/competitividad-normatividad/normalizacion/normalizacion-internacional/iso-26000/materias-fundamentales>

Vargas, I. (25 de Marzo de 2015). *CNNExpansión*. Obtenido de <http://www.cnnexpansion.com/mi-carrera/2015/03/24/5-practicas-nocivas-laborales-que-danan-a-los-empleados>

# **Análisis Descriptivo De La Percepción Sobre La Sustentabilidad En Las Escuelas De Negocios. El Caso De La Universidad Politécnica De Victoria.**

Martínez Rocha Víctor Manuel

Docente-Investigador. Universidad Politécnica de Victoria. Correo electrónico: [vmartinezn@upv.edu.mx](mailto:vmartinezn@upv.edu.mx)

Balderas Cepeda Julio César

Docente-Investigador. Universidad Politécnica de Victoria. Correo electrónico: [jbaldersc@upv.edu.mx](mailto:jbaldersc@upv.edu.mx)

Ramírez Erazo Abril Alejandra<sup>3</sup>

Docente-Investigadora. Universidad Politécnica de Victoria. Correo electrónico: [aramireze@upv.edu.mx](mailto:aramireze@upv.edu.mx)

## **Introducción**

El presente trabajo forma parte de un proyecto de investigación realizado interinstitucionalmente como parte de las investigaciones coordinadas por la Comunidad de Contabilidad y Negocio, denominado Educación para la Sustentabilidad: Un desafío para las Facultades y Escuelas de Negocios en México y América Latina, el cual tiene como propósito fundamental generar una reflexión al interior de las escuelas de negocios para crear conciencia sobre la importancia de observar la sustentabilidad en la educación y principalmente en las escuelas de negocios, ya que, en lo general las universidades deben tener un compromiso con el desarrollo regional y global, y en lo particular las escuelas de negocios, con la detección de oportunidades de desarrollo económico; por lo tanto, los programas profesionales en áreas de negocios, como parte de su compromiso con la sociedad, deben desarrollar en los futuros profesionistas, la capacidad de reflexionar y replantear las bases del desarrollo económico y social desde el enfoque de la sustentabilidad, de manera que se conviertan en detonadores de acciones concretas con efecto multiplicador a nivel regional y global. El estudio realizado consistió en un análisis de los planes y programas de estudio del Programa Académico de Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas, y la aplicación de una encuesta a profesores y alumnos del mismo. Los resultados obtenidos analizaron para conocer la percepción de alumnos y profesores respecto a la sustentabilidad y una comparación con la media nacional con la finalidad de generar propuestas de mejora al interior de la Universidad.

## **Planteamiento del problema**

Gispert (2010) menciona que la posibilidad de reorientar la educación superior en el contexto de la sustentabilidad requiere de un conocimiento generalizado y profundo de este tema, tanto en la comunidad académica, como entre quienes hacen política pública y esto pasa por un cambio que acompañe este proceso, en lo que se enseña y en lo que se practica, esto es, educación para el cambio, pero también un cambio en la educación.

En 1990, 20 universidades firmaron la Declaración de Tallories, actualmente 275 Instituciones de Educación Superior se han sumado. Esta fue la primera declaración internacional que se enfocó específicamente en la sustentabilidad en la educación superior y el primer texto oficial signado por universitarios, básicamente directivos, de un compromiso de la academia con la sustentabilidad. Le seguirían varios más: la declaración de Halifax en 1991, la de Kioto y la de Swansea en 1993, la de Thessaloniki en 1997 y la de Lüneburg en 2001.

De acuerdo con (Sb, R, A, ME, & MA, 2010), el tema de la sustentabilidad es posiblemente uno de los mayores desafíos que enfrenta el país, requiere necesariamente una estrategia de educación que fomente conocimientos en medio ambiente, valores y actitudes necesarios, crear las competencias para enfrentar este reto.

A nivel federal se han realizado algunos esfuerzos en este sentido, como la Estrategia de Educación Ambiental para la Sustentabilidad en México (SEMARNAP, 2006) y la creación del Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable (SEMARNAP, 2012), sin embargo la percepción del impacto de estas iniciativas aún no es clara; (Sb et al., 2010) afirma que “no existe en México estudios sobre el nivel de cultura ambiental que poseen los estudiantes de nivel superior”. Luego concluye en su estudio realizado en la Universidad de Campeche, que los resultados sugieren que “la educación tradicional no está cumpliendo eficientemente con su objetivo central que es la transmisión del conocimiento y que los alumnos están egresando con un bajo nivel de conocimientos ambientales”

En este mismo escenario, (Martinez R, Gerritsen, Cuevas, & Rosales A, 2006) mencionan que las universidades pueden jugar un rol muy importante integrando conocimiento local y científico para el desarrollo sustentable, y no solo tienen la función de educar profesionales, sino también pueden contribuir mejorando los estándares de la población local, especialmente de quienes viven en condiciones de pobreza. La contribución de las universidades está en promover la investigación y transmitir el conocimiento científico y cultural, así como descubrir formas más efectivas y medios para solucionar problemas regionales o incluso nacionales. “Las Instituciones de Educación Superior (IES), a través de sus funciones sustantivas de educación a nivel superior, de investigación básica y aplicada y de la capacitación y la divulgación del conocimiento, están llamadas a jugar un papel estratégico para la preparación de ciudadanos ambientalmente activos y comprometidos en el análisis y la solución de los problemas ambientales... la educación ambiental debe ser un eje transversal común al currículum de la educación superior” (Leff 1993) citado por (Sb et al., 2010)

En este sentido, (Martinez R et al., 2006) describen un modelo creado a través del Instituto Manantlán de Ecología y Conservación de la Biodiversidad (IMECBIO), así como tres casos de estudio en el que se pone en práctica. El modelo surge de una interrelación entre la Reserva de la Biosfera Sierra Madre, un programa de estudios universitarios de nivel licenciatura en administración integral del medio ambiente, así como de la investigación básica y aplicada en desarrollo social y conservación de la Sierra de Manantlán y áreas contiguas del IMECBIO. Esto es un gran ejemplo de los resultados que se pueden obtener al incorporar principios de sustentabilidad en el nivel de educación superior, y trabajar en equipos interdisciplinarios para lograr avances en el tema de desarrollo sustentable que impacten en el mundo.

Respecto a la importancia del factor educación para afrontar el reto de la sustentabilidad, un punto clave es desarrollar la capacidad de los miembros de la facultad, de incluir criterios de sustentabilidad en cada una de sus respectivas disciplinas. En su revisión a la pedagogía en sustentabilidad realizado por (Cotton & Winter) citado por (Hidalgo & Arjona F., 2013) se menciona que existe evidencia que sugiere que el área de educación superior realmente no entiende la naturaleza del reto que la humanidad está enfrentando. La sustentabilidad en el currículo incluye una

revisión de las formas en las que interpretamos la sociedad, la ciencia, la tecnología, la economía, el territorio, la educación, etc., y reorientarla hacia la sustentabilidad.

De acuerdo con (Byrn, 2000) citado también por (Hidalgo & Arjona F., 2013), en los últimos años por medio de algunos artículos y reportes se ha podido progresar un poco en la conceptualización de competencias clave relacionadas con la sustentabilidad, pero aun así es un área de muy reciente creación.

En el mismo sentido, (Chavarría, 2009) hace hincapié en la tendencia mundial creciente hacia la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y en cómo cada país desarrolla y adapta este tema de una forma propia, con sus propios matices culturales, y de la misma forma cada región aplica programas respondiendo a necesidades locales de cada comunidad en la que operan. La misma autora señala que en México la RSE se practica desde hace años, sin embargo las investigaciones empíricas sobre el tema son recientes y escasas.

Por ello es importante impulsar la reflexión en las escuelas de negocios, la ONU (2010) establece que la pérdida en la integridad de los ecosistemas, la reducción en la disponibilidad de recursos y el deterioro de la calidad de vida en algunas regiones, son evidencias del deterioro ambiental ocasionado por un crecimiento y un desarrollo ajeno al concepto de sustentabilidad.

El objetivo del estudio es realizar un análisis de la percepción sobre la sustentabilidad que tienen los alumnos y profesores del Programa Educativo de Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas de la Universidad Politécnica de Victoria, con la finalidad de generar propuestas de mejora al interior del Programa Educativo y de la Universidad misma.

## **Revisión bibliográfica**

### **Sostenibilidad o Sustentabilidad**

El concepto de sustentabilidad proviene del anglicismo *sustainability* que hace referencia a la habilidad de ser sustentable, lo que según el diccionario es aquello “Que se puede sustentar o defender con razones”(RAE, 2001).

Por otro lado suele escucharse también la expresión “desarrollo sostenible”, entendiéndose por sostenible un proceso “Que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace, p. ej., un desarrollo económico sin ayuda exterior ni merma de los recursos existentes”(RAE, 2001)

La sustentabilidad, en su definición general y de acuerdo con la Comisión de Burntland de las Naciones Unidas, (Blackburn, 2012) menciona que ésta abarca 2 ‘R’:

- Recursos: su uso consiente y manejo de los recursos tanto económicos como naturales.
- Respeto: por las personas y los otros seres vivos.



El fin de las 2 'R', desde el punto de vista de una organización, es bienestar a largo plazo tanto para la sociedad como un todo, como para la organización misma.

Esta multiplicidad de conceptos es también mencionada por (Vázquez G., 2013) quien hace un recuento breve de los antecedentes de la sustentabilidad y cuyo concepto se utilizará en este artículo “para hacer referencia a un concepto integral de desarrollo, en el que están presentes las dimensiones económica, social y ambiental, en el aprovechamiento racional de los recursos en el presente, sin poner en peligro su uso para la generaciones futuras.”

El desarrollo sustentable suele asociarse de inmediato con la ecología y el cuidado del medio ambiente, sin embargo (Álvarez & Caldelas, 2008) determinan que “la sustentabilidad es un proceso de justicia social, cuya aplicación efectiva supone una integración de los elementos ecológicos, económicos y políticos a nivel local e internacional”

Respecto a la importancia del tema, (Blackburn, 2012) lo ilustra con el caso de la industria manufacturera en la frontera norte de México, cuyo objetivo principal es maquilar el producto para su exportación a los Estados Unidos de América (EUA). Se pretendía que empleos, desarrollo y progreso social comenzara a reflejarse en las familias mexicanas; los negocios florecieron, pero la realidad dejó mucho que desear, pues el agua y los servicios de drenaje, la forma de tratar los desechos o la basura fueron sobrepasados. Emergieron ciudades escuálidas y aunque muchas empresas responsables de EUA no tomaron ventaja de la situación de México, otras con valores sociales más débiles o menos recursos económicos, también llegaron, y muchos problemas serios fueron comunes.

El mismo autor propone, en su libro, guías para analizar el comportamiento de la organización y su forma de abordar estos temas de sustentabilidad desde el punto económico, social y medioambiental.

### **Negocios sustentables (*Green business*)**

Los negocios sustentables o negocios verdes, son modelos alternativos de hacer negocios que incorporan una filosofía orientada al cuidado del medio ambiente, como parte también de su responsabilidad social y sus políticas de calidad.

Un negocio que es amigable con el medio ambiente en sus prácticas, procesos, productos y/o servicios, busca tratar a sus proveedores, empleados, clientes y miembros de la comunidad con justicia y ética, esforzándose también en lograr la rentabilidad del negocio. De acuerdo con (Harmon, 2015), quien hace un recuento del movimiento desde sus inicios donde algunas empresas decidieron empezar a cuidar su entorno ambiental, con acciones muy sencillas desde imprimir por ambas caras del papel hasta reciclar productos y cartuchos de tinta; las empresas grandes empezaron a ver que se podía ahorrar en costos con estas acciones y al mismo tiempo generarse una imagen pública positiva, socialmente responsable sin dejar de obtener ganancias.

El impacto de adoptar 'prácticas verdes' demuestra que ser verde puede ser tan bueno para el negocio como para el planeta. Los negocios verdes no solo afectan al medio ambiente reduciendo el consumo de energía y recortando la cantidad de químicos que se expulsan al entorno, sino también hacer y ahorran dinero del negocio. Por

ejemplo cuando se recicla se recortan las pérdidas por desperdicio, lo cual ahorra dinero y reduce la cantidad de material enviado al suelo; también se atrae a un mercado que está creciendo cada vez más consciente de los aspectos del medio ambiente.

## **Ciencia y educación para la sustentabilidad**

### **El Programa 21 de la ONU**

El “Programa 21” es el Plan de Acción, desarrollado por la Naciones Unidas, a partir de la “Declaración de Río sobre el medio ambiente y el Desarrollo”, la Agenda 21. Programa 21 es “un plan de acción exhaustivo que habrá de ser adoptado universal, nacional y localmente por organizaciones del Sistema de Naciones Unidas, Gobiernos y Grupos Principales de cada zona en la cual el ser humano influya en el medio ambiente”(CDS-ONU, 1992) De acuerdo con esta iniciativa para el desarrollo sustentable deben cumplirse tres grandes directrices, las que (Vázquez G., 2013) sintetiza como sigue:

- Ecológica. Los sistemas no deben ser degradados al punto de perder su integridad, su capacidad de regeneración natural ni sus principales funciones ecológicas como el control hidrológico, biogeoquímico, la regulación climática, la prevención de la erosión, contaminación, el mantenimiento de la biodiversidad y sus hábitats.
- Económica. debe existir rentabilidad de los proyectos auxiliada por el know-how de la factibilidad tecnológica, la que debe proporcionar los ingresos suficientes para garantizar la continuidad en el manejo sostenible de los recursos.
- Social-cultural. los beneficios y costos deben distribuirse equitativamente entre los distintos grupos participantes, por tanto, se deberá de respetar la identidad y valores culturales de los participantes.

De acuerdo con este programa, el desarrollo sustentable es una visión utópica, que rompe el paradigma de desarrollo bajo un modelo económico centrado en el crecimiento a ultranza, pero lo importante no es llegar a un estado final sino transitar permanentemente hacia esta visión.

Este proceso de cambio a largo plazo pretende ser profundo, cambiar la manera de vivir de las personas en todos los aspectos, partiendo de “la percepción del mundo como una sola Tierra con un futuro común para la humanidad; orientan una nueva geopolítica fundada en pensar globalmente y actuar localmente; establecen el principio precautorio para conservar la vida ante la falta de certezas del conocimiento científico y el exceso de imperativos tecnológicos y económicos; promueven la responsabilidad colectiva, la equidad social, la justicia ambiental y la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras.”(Álvarez & Caldelas, 2008)

El Capítulo 36: Fomento de la Educación, la Capacitación y la Toma de Conciencia, del Programa 21 de la ONU, establece algunas directrices, concernientes a la educación, y a manera de guía, estipula que la educación, el aumento de la conciencia del público y la capacitación están vinculados prácticamente con todas las áreas del Programa, y aún más de cerca con las que se refieren a la satisfacción de las necesidades básicas, la creación de las estructuras necesarias, los datos y la

información, la ciencia y la función que corresponde a los grupos principales (CDS-ONU, 1992).

El capítulo describe tres áreas principales a desarrollar:

- Reorientación de la educación hacia el desarrollo sostenible
- Aumento de la conciencia del público
- Fomento de la capacitación

## **Educación en temas de sustentabilidad**

Educación para el desarrollo sustentable o Educación Ambiental para la Sustentabilidad, este es un debate que sigue vigente y es analizado por (Villarruel F., 2013) quien lo considera parte de la problemática o factor para que no se avance como la sociedad lo requiere, para lo cual plantea una alternativa. La relevancia del tema es reflejada también por la proclamación del “Decenio de la Educación Ambiental para el Desarrollo Sustentable” por parte de la ONU (Sb et al., 2010)

Para enfrentar la problemática existente entre educación y sustentabilidad se han venido planteando diferentes estrategias e iniciativas. Por su parte, (Birdsall, 2013) presenta un marco de aprendizaje que contiene 12 componentes que reconstruyen la relación entre estas dos áreas, los cuales fueron aplicados en un programa de 15 semanas a 22 estudiantes de entre 11 y 12 años en Nueva Zelanda. Los estudiantes demostraron comprender la sustentabilidad y desarrollaron su literatura científica, y también mostraron que podían tomar acción en un problema de varias formas.

El rol del profesor desde luego es relevante, de acuerdo con (Burmeister & Eilks, 2013) las prácticas de Educación para el Desarrollo Sustentable (EDS) rara vez son implementadas, y concluye que una enseñanza más enfocada a la EDS en la enseñanza de la química, requiere, entre otras cosas, un actitud positiva del maestro hacia la EDS, conocimiento específico sobre la materia y conocimiento de formas de enseñanza ideales para el caso, y estos tres aspectos son difíciles de encontrar en la literatura. Resultados de un estudio en el que estudiantes de profesores, supervisados por un profesor, y profesores en entrenamiento, indican que los grupos tenían actitudes positivas en su mayoría hacia la EDS, sin embargo, el conocimiento está vagamente fundamentado en el sentido teórico, y muy pocos participantes tienen conceptos claros y teóricamente soportados respecto a la sustentabilidad.

Otro aspecto importante es que en la educación superior se construye un conocimiento mucho más especializado, y éste es construido sobre conocimientos adquiridos en niveles previos. La diferencia que tiene el tema del desarrollo sustentable con los demás temas es que la educación para la sustentabilidad no puede seguir este camino “normal”, ya que la educación adquirida en niveles anteriores no encaja en el paradigma de la sustentabilidad, por eso existe la necesidad de re-educar y re-programar a los estudiantes (Juárez-Nájera, Dieleman, & Turpin-Marion, 2006)

Las personas dependen de las empresas más que cualquier otra organización para lograr su bienestar económico, de ahí la importancia de crear empresas

sustentables a largo plazo, existe una interdependencia entre empresa y sociedad (Hernani Merino & Hamann Pastorino, 2013).

En el caso de nuestro país, toma una especial importancia el rol de los empresarios en la economía, ya que estas empresas constituyen la columna vertebral de la economía nacional, y de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), hay en México aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, 99.8% de ellas son PYMES y estas contribuyen, a la creación de siete de cada diez empleos formales, (72% del empleo en el país); además de esto, generan 52% del Producto Interno Bruto (ProMéxico, s.f.; SE, s.f.).

Son, en resumen, de suma importancia debido a la generación de empleos, a la cantidad de ingresos que generan y también porque ofrecen sus servicios o productos al mercado.

Según (Andriani et al., 2004), citados por (Hernani Merino & Hamann Pastorino, 2013), el desarrollo sostenible de cualquier país debe tener como uno de sus elementos estratégicos el desarrollo competitivo de estas empresas. Y es aquí donde cobra especial importancia el estudio de las cualidades, valores o habilidades con las que cuentan los futuros profesionistas de las ciencias administrativas, ya que ellos serán los gestores de organizaciones que sean o no sustentables.

### **Prácticas ejemplares de responsabilidad social y desarrollo sustentable llevadas a cabo por IES en México**

Algunas universidades llevan sus esfuerzos más lejos, y, aunado a su misión de fomentar la formación de capital humano enfocado y consciente de la sostenibilidad, realizan actividades que sirven de ejemplo e inclusión con participación de su alumnado en prácticas sustentables.

Por ejemplo, el Instituto Tecnológico de Monterrey, a través del Instituto para el Desarrollo Sostenible, es la primera institución académica privada en obtener en septiembre de 2008 el galardón otorgado por la CEMEFI por Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, en la categoría de “Cadena de Valor”, por el programa de Incubadoras Sociales en el País (ITESM, s.f).

El Instituto para el Desarrollo Sostenible es un gran ejemplo a la labor de colaboración con el tema del desarrollo sustentable, divide sus programas y servicios en tres principales áreas: educativos, incubación de microempresas y consultoría profesional, en los que participan alumnos de sus áreas de especialización y profesores guiando a los alumnos en sus tareas.

La Red de Incubadoras Sociales genera desarrollo en comunidades de México, impulsando a jóvenes a estudiar preparatoria y a microempresarios a entrar en el negocio formal y ampliar sus negocios.

Cabe mencionar que dentro de la Misión 2015 del Instituto Tecnológico de Monterrey está el “contribuir al desarrollo sostenible con modelos y sistemas innovadores para mejorar la comunidad en lo educativo, social económico y político”, lo que habla del alto nivel de compromiso con la sostenibilidad.

Otro gran ejemplo de estas prácticas es la Universidad Politécnica de Santa Rosa Jáuregui, una “Universidad Sustentable”, ganadora del Premio a la Innovación y Liderazgo en Sustentabilidad en 2012 y 2014 otorgado por el Municipio de Querétaro, el cual busca reconocer el esfuerzo y buenas practicas, innovación y liderazgo de las micro, pequeña, mediana y grandes empresas de todos los sectores en el área de sustentabilidad (UPSRJ, s.f.).

## **La Universidad Politécnica de Victoria y sus prácticas de promoción del desarrollo sustentable**

Haciendo un análisis en las prácticas de promoción del desarrollo sustentable y el nivel de compromiso de la Universidad Politécnica de Victoria con el desarrollo sostenible, se encontró que únicamente se aborda el tema como parte de uno de los ejes rectores (Extensión) del Programa de Desarrollo Institucional 2013-2020, en éste se incluye el Programa Compromiso Social, cuyo objetivo es: “Impulsar acciones institucionales con alto sentido de responsabilidad, que favorezcan a la sociedad, prioritariamente a los sectores más vulnerables”.

Esto se traduce en el fomento de actividades por parte de los alumnos, guiados por los profesores de algunas materias, a llevar a cabo acciones de apoyo al medio ambiente, o alguna labor altruista como entrega de juguetes en comunidades necesitadas, pero no más que eso.

## **Metodología**

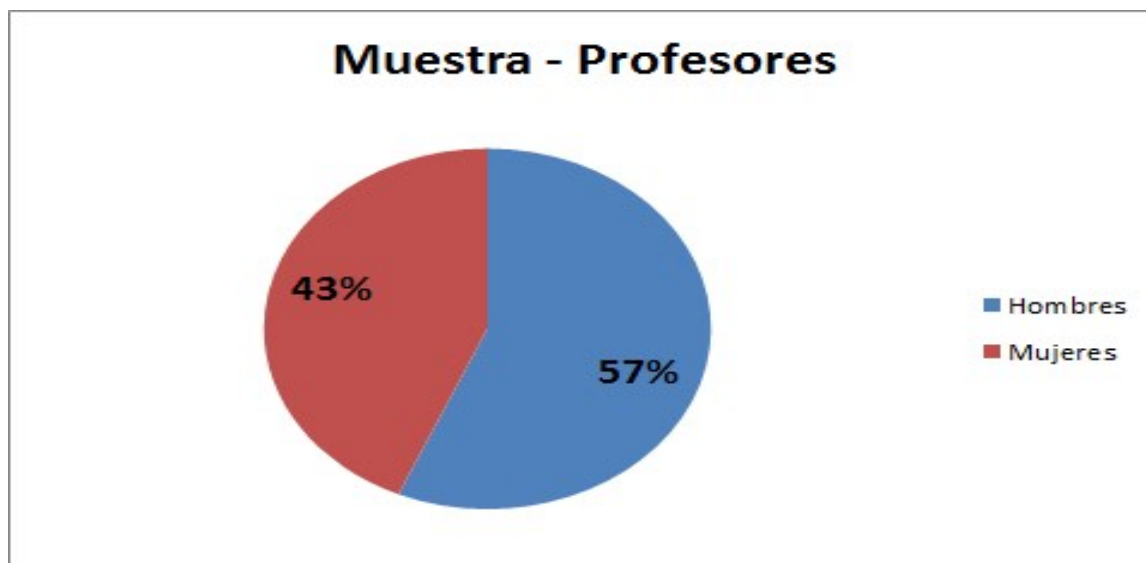
La investigación es de tipo descriptivo, los resultados obtenidos permitirán conocer la percepción de los profesores y alumnos respecto a la sustentabilidad. Se encuestaron a 67 alumnos y 20 profesores de la universidad, la encuesta se realizó electrónicamente, enviando el link vía correo electrónico, cuyos resultados fueron recabados por CUDI y entregados a cada una de las instituciones participantes. Los datos recibidos fueron analizados y comparados con la media nacional. Para el análisis del plan de estudios se revisó el mismo en la página web de la universidad y se descargaron para su análisis aquellas materias que en su nombre contenían la palabra “sustentable”.

## **Resultados y discusión**

Al realizar el análisis del plan de estudios se determinó que en noveno cuatrimestre el PE ofrece la materia Desarrollo Sustentable cuyo objetivo es: “El alumno será capaz de operar y evaluar proyectos colectivos encaminadas a mejorar el nivel de vida de las familias, a través de herramientas administrativas” y que dentro de su contenido se observa una unidad que se enfoca al desarrollo sustentable, pero que no proporciona a los alumnos las herramientas necesarias para desarrollar proyectos o acciones tendientes a la sustentabilidad.

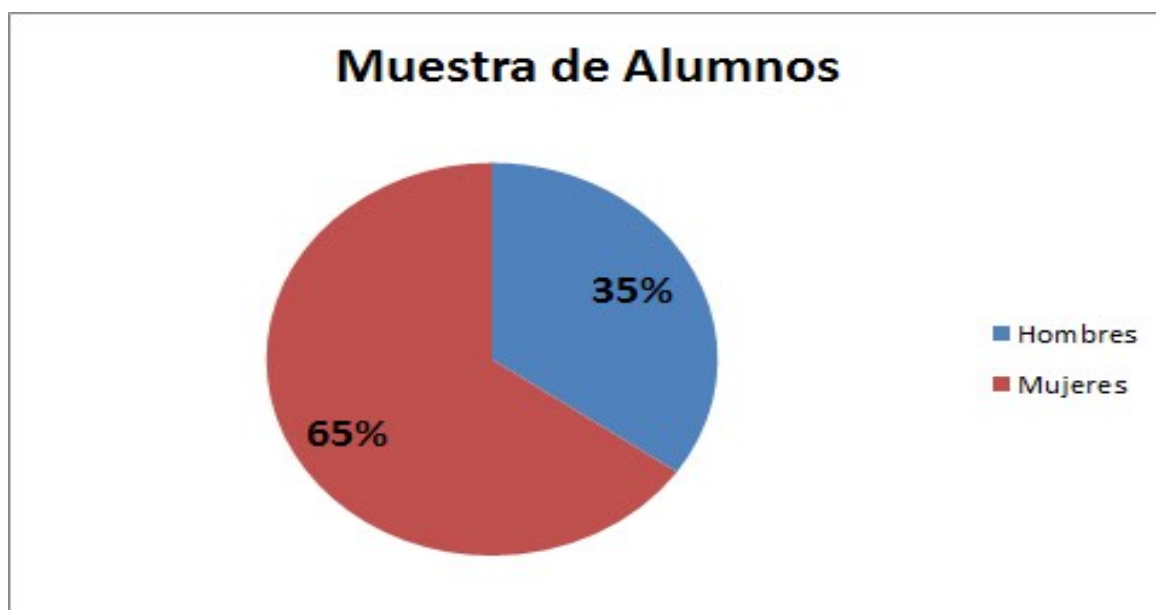
La aplicación de las encuestas arrojó los resultados que se muestran a continuación:

## **Gráfica 1: Género de los profesores encuestados**



En la gráfica anterior puede observarse que 57% de los profesores encuestados son hombres y un 43% son mujeres. En el cuatrimestre en el cual se aplicó la encuesta, la proporción de profesores hombres era mayor.

**Gráfica 2: Género de los alumnos encuestados**



Se puede observar en la gráfica anterior que el 65% de los alumnos encuestados son mujeres y un 35% son hombres, explicado esto ya que la población total del PE está representado por una mayor proporción de mujeres.

## **Estudiantes**

### Percepción de sustentabilidad

La percepción de los estudiantes es que la sustentabilidad no es un tema de moda, pues solo el 4.5% piensa que lo es; y que no se trata solo del deterioro del medio ambiente, así lo expresa el 64% de los encuestados. Tampoco se trata de un asunto que tenga que ver más con los ingenieros que los licenciados, solo menos de la cuarta parte opina que sí lo es.

Más del 60% opina que la sustentabilidad se relaciona con el estilo de consumo de la sociedad. Sin embargo solo el 28% considera que se necesita cursar materias relacionadas con la sustentabilidad.

### Alternativas de solución

La mayoría de los encuestados, más del 65%, piensan que contribuyen a la solución de los problemas derivados de la sustentabilidad al actuar bajo principios éticos y morales.

De los resultados obtenidos se destaca el cuidado del agua como un hábito cotidiano, incluso ligeramente por encima de la media nacional; el 80% de los encuestados así lo manifiestan.

En cuanto a intentar otras alternativas de hacer negocios como una solución, no existe un consenso claro, según los resultados del estudio.

Por otro lado, los estudiantes en promedio consideran que los problemas del medio ambiente pueden resolverse con innovación y tecnología, y que se necesita de esfuerzos globales para atacar este tipo de problemas.

Los resultados muestran también que la corrupción es un aspecto relevante, pues disminuye las oportunidades para que las empresas sean sustentables, al menos un 68% de los encuestados así lo manifiesta

## **Profesores**

### Percepción de sustentabilidad

Para el 65% de los docentes, los problemas de sustentabilidad afectan más a los países pobres.

Para al menos el 90% del profesorado, el tema de la sustentabilidad no es un asunto que se deba considerar solo por estar de moda. Los mismos refieren que la sustentabilidad es un tema que se relaciona con el estilo de consumo de la sociedad actual.

Los profesores opinan también que la sustentabilidad no se trata solamente del deterioro del medio ambiente, mucho menos un tema relacionado más con actividades de ingenieros que con actividades de licenciados.

Apenas menos de la mitad de los docentes opina que es necesario cursar materias relacionadas con el medio ambiente para poder entender los problemas de la sustentabilidad.

### Alternativas de solución

Todos los profesores encuestados consideran que aportan en mayor o menor medida a la solución de los problemas derivados de la sustentabilidad, como la pobreza, el deterioro del medio ambiente, o la corrupción, cuando se actúa bajo principios éticos y morales. El cuidado del agua, por ejemplo, es un hábito cotidiano del profesorado, aportando así su granito de arena.

Solo el 20% de los encuestados creen que disminuir la pobreza no necesariamente contribuye a facilitar alcanzar el desarrollo sustentable. Para el resto, el combate a la pobreza permitiría dar un paso importante para el logro de la sustentabilidad.

La gran mayoría cree firmemente que a través de la innovación y la tecnología, así como buscar nuevas alternativas de hacer negocios, negocios sustentables, representa una buena solución. Esto aunado al combate a la corrupción y elevar el nivel educativo de la población puesto que una persona con mayor educación es capaz de tomar mejores decisiones en favor de la sustentabilidad, solo el 20% opina lo contrario.

Sin embargo, a excepción del 5% de los encuestados, los profesores consideran que se requieren esfuerzos globales para poder solucionar la problemática derivada de la sustentabilidad.

### **Comparativo de la percepción en 3 ejes:**

#### 1. Percepción sobre el concepto de sustentabilidad

<b>Ejes</b>	<b>Profesores</b>	<b>Estudiantes</b>
Ambiental Preguntas 10,15	La sustentabilidad no se trata solo del deterioro del medio ambiente, solo el 15% opina lo contrario. El mayoría expresa que la innovación y la tecnología representan una buena solución a la problemática relacionada con el ambiente	Los estudiantes tienen la percepción de que el concepto de sustentabilidad no es exclusivamente alusivo a problemas del medio ambiente (64.2%). Y así mismo se muestra una inclinación (50.8%) a la percepción de que los problemas de medio ambiente pueden ser resueltos con innovación y tecnología.



## 1. Percepción sobre el involucramiento personal con la sustentabilidad

Ejes	Profesores	Estudiantes
Ambiental Preguntas 2,14	Todos los docentes expresan tener como hábito cotidiano el cuidado del agua. Y la gran mayoría (95%) prefiere la compra de electrodomésticos de bajo consumo de energía.	Los estudiantes (80.6%) manifiestan tener el hábito de cuidar el agua cotidianamente, y en un grado ligeramente menor (68.7%), también existe una clara tendencia a la preferencia por parte de los estudiantes a adquirir electrodomésticos que consumen menos energía.
Social Preguntas 9,4	La mayoría (75%) considera contribuir a la solución de los problemas derivados de la sustentabilidad. Pero solo el 40% opina que se necesitan cursar materias relacionadas con el cuidado del medio ambiente.	No se considera que es completamente necesario el cursar materias relacionadas con el medio ambiente para entender la sustentabilidad, pero si se tiene la percepción de que actuar bajo principios éticos y morales contribuye a la sustentabilidad.
Económico Preguntas 5,16	El reciclaje de materiales no se percibe con claridad como una mejor alternativa a dejar de consumir productos que generen desperdicios, solo el 45% lo cree así. El 80% considera que los problemas de la sustentabilidad sólo pueden resolverse mediante esfuerzos globales.	Un porcentaje importante de estudiantes (49.3%) perciben que una mayor importancia de reciclar sobre disminuir el consumo de aquellos productos que generan desperdicios, sin embargo una cantidad considerable se muestran indecisos (29.9% neutrales) sobre el mismo aspecto.  Así mismo existe la percepción por parte de los estudiantes (62.7%), de que para resolver el problema de la sustentabilidad son necesarios los esfuerzos globales contra una menor proporción (16.4%) que considera que no necesariamente se requieren esfuerzos globales para resolver este problema.

## 1. Percepción sobre la relación profesional con la sustentabilidad

Ejes	Profesores	Estudiantes
Ambiental Preguntas 12,23	Respecto a la conservación de la naturaleza como proveedora de materia prima, la percepción no es clara; 55% están de acuerdo y el resto no está seguro o se dice en contra de esta proposición. De igual forma en la percepción de que la sustentabilidad de la empresa depende de la sustentabilidad del medio ambiente; solo el 45% está de acuerdo con ello.	Los estudiantes perciben a la naturaleza, como proveedora de materia prima para las empresas, más que como un elemento esencial para la vida, y, en este mismo sentido, se percibe a la naturaleza (48.3%) como el factor predominante para la sustentabilidad de la empresa.
Social Preguntas 7,20	La corrupción es observada por un 70% como un factor que disminuye oportunidades a la empresa para alcanzar una operación sustentable. La mayoría (85%) considera que promover la igualdad de oportunidades ayuda a que la empresa permanezca en el tiempo.	Claramente se percibe (68.7%) que la corrupción afecta a la sustentabilidad en las empresas, y de la misma forma y en una relación similar (68.7%) se percibe que las prácticas laborales que promueven la igualdad ayudan a una empresa a permanecer a través del tiempo, a ser sostenible.
Económico Preguntas 11,3	Distribuir los beneficios de la empresa justamente entre los accionistas, favorece la sustentabilidad, así lo percibe al menos el 60% de los encuestados. Un 75% opina que los problemas de sustentabilidad solo se pueden resolver buscando alternativas de hacer negocios que cuiden este aspecto.	Se percibe (65.7%) que la correcta distribución de los beneficios de la empresa entre los accionistas favorece la sustentabilidad. También consideran que los problemas de sustentabilidad podrán ser solucionados solamente buscando alternativas diferentes para hacer negocios.

## Conclusiones

Respecto al Programa Educativo se pudo observar que no tiene un enfoque sustentable y que es necesario, si se pretende crecer en armonía con el medio ambiente, realizar un rediseño del mismo para incluir en él, aspectos que permitan a los

futuros egresados obtener las herramientas necesarias para ser promotores del desarrollo con un enfoque amigable con el medio ambiente.

En lo relativo a la percepción de profesores y alumnos se llegó a las conclusiones siguientes:

1. Ambos mencionan que la sustentabilidad no es un tema exclusivo del medio ambiente y que la innovación y la tecnología representan una buena alternativa de solución a los problemas de este tipo.
2. Ambos mencionan que para conocer los problemas de sustentabilidad es necesario tener antecedentes del desarrollo económico, los profesores opinan que el eje económico no es tan importante y los alumnos mencionan que son los más urgentes por atender para solucionar dichos problemas.
3. Ambos opinan que la corrupción en México no permite a las empresas lograr un desarrollo sustentable y que la igualdad de oportunidades promueven este desarrollo.

Se puede concluir que en la UPV, derivado del análisis de su Programa de Desarrollo Institucional (PDI) y del Plan de Estudios del PE no contempla acciones que promuevan el desarrollo sustentable entre los alumnos de la carrera de negocios, por lo que se hace necesario realizar propuestas de rediseño curricular, para que en aquellas materias enfocadas al desarrollo de negocios (emprendedores, comercio internacional, desarrollo organizacional) se incluyan temas relacionados con la sustentabilidad.

## **Bibliografía**

- Álvarez, L. S., & Caldelas, F. R. R. (2008). La brecha digital y su influencia en la educación para la sustentabilidad. (Spanish). *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle*, 8(29), 69.
- Birdsall, S. (2013). Reconstructing the Relationship between Science and Education for Sustainability: A Proposed Framework of Learning. *International Journal of Environmental and Science Education*, 8(3), 451-478.
- Blackburn, W. R. (2012). *The Sustainability Handbook*: Taylor & Francis.
- Burmeister, M., & Eilks, I. (2013). An Understanding of Sustainability and Education for Sustainable Development among German Student Teachers and Trainee Teachers of Chemistry. *Science Education International*, 24(2), 167-194.
- CDS-ONU. (1992). Programa 21. from <http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/>
- Chavarría, M. P. (2009). Responsabilidad social corporativa (rsc) y comunicación: la agenda de las grandes empresas mexicanas. (Spanish). *Corporate Social Responsibility (csr) and Communication: The Agenda of Mexico's Large Companies. (English)*, 28(55), 201-217.
- Gispert, I.M (2010) Las instituciones de educación superior y la sustentabilidad: educación para el cambio y cambio en la educación, Programa Universitario del Medio Ambiente, UNAM.

- Hernani Merino, M. N., & Hamann Pastorino, A. (2013). Percepción sobre el desarrollo sostenible de las MYPE en el Perú. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, 53(3), 290-302.
- Hidalgo, L. A., & Arjona F., J. M. (2013). The Development of Basic Competencies for Sustainability in Higher Education: An Educational Model. *Online Submission*.
- ITESM. (s.f). Reconocen al Tecnológico de Monterrey por mejores prácticas en responsabilidad social. Retrieved 3 de junio, 2015, from [http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/por+tema/desarrollo+social/reconocen.al.tecnol\\_gico.de.monterrey.por.mejores.pr\\_cticas.en.responsabilidad.social.idess](http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/snc/portal+informativo/por+tema/desarrollo+social/reconocen.al.tecnol_gico.de.monterrey.por.mejores.pr_cticas.en.responsabilidad.social.idess)
- Juárez-Nájera, M., Dieleman, H., & Turpin-Marion, S. (2006). Sustainability in Mexican Higher Education: towards a new academic and professional culture. *Journal of Cleaner Production*, 14(9–11), 1028-1038. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2005.11.049>
- Organización de Naciones Unidas (2010) Objetivos del Desarrollo del Milenio, Informe 2010.
- Martinez R, L. M., Gerritsen, P. R. W., Cuevas, R., & Rosales A, J. (2006). Incorporating principles of sustainable development in research and education in western Mexico. *Journal of Cleaner Production*, 14(9–11), 1003-1009. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2005.11.044>
- ProMéxico. (s.f., 2014). Pymes, eslabón fundamental para el crecimiento en México. Retrieved 20 de mayo, 2015, from <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>
- RAE. (2001). *Diccionario de la Lengua Española*. España: Editorial Espasa Calpe, S.A.
- Sb, S., R, I.-M., A, E., ME, A., & MA, A. (2010). Educación superior y cultura ambiental en el sureste de México / Higher education and environmental literacy in southeastern Mexico. *Universidad y ciencia*(1), 33.
- SE. (s.f.). Las PyMES generan 7 de cada 10 empleos formales en el país. Retrieved 20 de mayo, 2015, from <http://www.economia.gob.mx/eventos-noticias/sala-de-prensa/comunicados/6616-las-pymes-generan-siete-de-cada-10-empleos-formales-en-el-pais>
- SEMARNAP. (2006). *Estrategia de Educación Ambiental para la Sustentabilidad en México*.
- SEMARNAP. (2012, 20/04/2015). Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable. Retrieved mayo 8, 2015, from <http://www.semarnat.gob.mx/educacion-ambiental>
- UPSRJ. (s.f.). Universidad sustentable. Retrieved 03 de junio, 2015, from <http://upsrj.edu.mx/universidad-sustentable/>
- Vázquez G., R. A. (2013). Las tres dimensiones de la sustentabilidad en la industria turística. (Spanish). *THE THREE DIMENSIONS OF SUSTAINABILITY IN TOURISM INDUSTRY. (English)*(24), 111-135.
- Villarruel F., M. (2013). La Educación Superior en el Contexto de la Sustentabilidad: La Dimensión Ambiental como eje de Exploración. 4(1), 135.

# **Las personas con capacidades diferentes: motivación, equidad de género y oportunidades del sector comercial de Cd. Victoria Tamaulipas**

Daniela Cruz Delgado

Docente-Investigador. Universidad Politécnica de Victoria. Correo electrónico: [vmartinezn@upv.edu.mx](mailto:vmartinezn@upv.edu.mx)

Yennifer Figueroa Rincón

Docente-Investigador. Universidad Politécnica de Victoria. Correo electrónico: [jbalderasc@upv.edu.mx](mailto:jbalderasc@upv.edu.mx)

Julieta María Mayela Fuentes González

Docente-Investigadora. Universidad Politécnica de Victoria. Correo electrónico: [aramireze@upv.edu.mx](mailto:aramireze@upv.edu.mx)

## **1.INTRODUCCIÓN**

El término personas con discapacidad, se emplea para referirse a las condiciones que afectan en diversos grados las capacidades y funciones sensoriales, intelectuales, motoras y emocionales del ser humano. Por lo tanto, se trata de personas con necesidades diferentes cuyas limitaciones no deben disminuir su dignidad como seres humanos ni su derecho a participar en la vida de la comunidad a la que pertenece.

Existen diferentes términos para referirnos a estas personas: Inválido, Minusválido, Disminuido, Anormal, Atípico, capacidades diferentes y personas con discapacidad. Organismos internacionales y organizaciones de la sociedad civil especializadas consideran que la expresión más adecuada para designar con respeto y precisión a quienes por una particularidad biológico-conductual padecen exclusión es: Capacidades diferentes, Personas con discapacidad. Los primeros términos se consideran incorrectos porque ponen énfasis en cómo se valora y cómo se trata a las personas.

La ONU ha reconocido que el término “discapacidad” no se refiere a una condición en sí misma, sino a una que se manifiesta en la interacción con obstáculos en el entorno físico, social, económico y cultural. Vistas a través de la historia como objeto de rechazo, compasión, lástima o caridad es hasta hace unas cuantas décadas que, en el marco del movimiento por los derechos humanos, se da un giro en la visión sobre las personas con discapacidad.

Debido a la discriminación que históricamente han sufrido las personas con discapacidad, se han creado a lo largo del mundo instrumentos jurídicos que buscan proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos sus derechos humanos.

Estos instrumentos buscan promover su participación en los ámbitos civil, político, económico, social y cultural. La constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece “queda prohibida toda la discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias, el estado civil o cualquier otras que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.”

En el año 2000, existían en México 988 asociaciones de y para personas con capacidades diferentes (INEGI, 2002) de las cuales 871 estaban reconocidas oficialmente: 111 se registraron como instituciones de asistencia privada, 637 como asociaciones civiles y otras 83 con otro tipo de registro, esto permite el acercamiento a las necesidades de atención a este grupo de población en cada región, entidad, municipio o localidad.

La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad entró en vigor el 3 de mayo del 2008, con el propósito de promover, proteger y garantizar el disfrute pleno en igualdad de oportunidades y hacer valer cabalmente los Derechos de las personas con Discapacidad, a fin de que tengan acceso a sistemas de salud y educación adecuados y puedan movilizarse con libertad y sin obstáculos físicos y sociales.

El tratado tiene como finalidad proteger y garantizar el disfrute y la igualdad plena con el resto de las personas en áreas como: la participación en la vida pública, el sistema judicial y el bienestar social.

El Licenciado Gilberto Rincón Gallardo (†), quién en calidad de Presidente del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED), propuso la creación de éste trascendental documento de carácter internacional.

El 27 de septiembre del 2007, el Senado de la República ratificó la Convención y su Protocolo.

La Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, en su artículo 24, reconoce el derecho a la educación de las personas con discapacidad sin discriminación y sobre la base de igualdad de oportunidades.

Dichas personas son imposibilitadas de desempeñarse en trabajos con un sueldo digno y excluidas de los procesos políticos, las personas discapacitadas tienden a ser las más pobres entre los pobres dentro de una población mundial de 1,3 mil millones de personas que subsisten con menos de un dólar diario. En consideración a su misión de luchar contra la pobreza en las naciones en desarrollo, el Banco Mundial propicia la adopción por parte de los países de políticas que satisfagan las inquietudes y necesidades de desarrollo de las personas discapacitadas. La consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) requiere concentrar los esfuerzos en los discapacitados debido a varias razones:

- Las personas discapacitadas se ven excluidas de la vida social y económica, por lo que suelen quedar al margen de las medidas destinadas combatir la pobreza.
- Esta exclusión no sólo las afecta a ellas, sino también a sus familias y comunidades, la discapacidad y la pobreza forman un círculo vicioso.
- A menudo la pobreza lleva a la discapacidad, la cual atrapa luego a las personas en la pobreza.
- Los discapacitados también corren un mayor riesgo de contagiarse con VIH/SIDA debido al abuso físico, a la falta de intervenciones y de actividades de extensión adecuadas en materia de prevención.

La presente investigación aborda la motivación y equidad de género de las personas con capacidades diferentes en edad laboral y la contribución que pueden hacer quienes se encuentran en esta situación al sector empresarial comercial de Cd. Victoria Tamaulipas. La importancia de este tema es que las personas con capacidades diferentes forman una parte fundamental de la sociedad y hoy en día se desconoce las oportunidades que se les brindan en el sector laboral.

Actualmente en Cd. Victoria Tamaulipas existe un total de 160,507 personas con capacidades diferentes, las cuales están en edad laboral, de esta población se desconoce el total de motivación que tiene una persona con capacidades diferentes al momento de formar parte en una empresa o cuando están en la búsqueda de un trabajo.

También se analiza la equidad de género que a las personas con capacidades diferentes se les presentan en el sector laboral, puesto que merecen las mismas oportunidades que una persona normal, y es fundamental saber el apoyo que estas reciben al momento de formar parte en una organización o en su vida diaria.

### **•Planteamiento del problema**

El problema principal sobre el que se enfoca esta investigación es el actual desconocimiento de información, así como la ausencia de esta última acerca de la motivación y equidad de género que presentan las personas con capacidades diferentes en el sector empresarial comercial ya que no son aceptados, se enfoca de manera específica a todas aquellas personas con capacidades diferentes en Cd. Victoria Tamaulipas.

Debido a que es de suma importancia reconocer que una persona con capacidades diferentes puede ejercer alguna actividad laboral y de acuerdo al tipo de discapacidad que se tenga, es en el área que desarrollara su labor.

Es necesario dar a conocer la problemática al sector empresarial para que consideren a estas personas en sus procesos de reclutamiento, selección y contratación de personal, para de esta forma se contribuya a la reducción de la tasa de desempleo tan alta que presenta Tamaulipas (5.1 %) y contribuya al ingreso de este sector de la población.

### **•Objetivos generales**

Identificar el grado de motivación laboral y equidad de género de las personas con capacidades diferentes en el entorno laboral de Cd. Victoria Tamaulipas.

Identificar las oportunidades laborales que se les ofrecen a las personas con capacidades diferentes en el sector empresarial comercial en Cd. Victoria, Tamaulipas.

### **•Pregunta de investigación**

¿Cuál es el grado de motivación y equidad de género de las personas con capacidades diferentes en el entorno laboral de Cd. Victoria, Tamaulipas?

¿Cuáles son las oportunidades laborales que se les brindan a las personas con capacidades diferentes en el sector empresarial comercial en Ciudad Victoria Tamaulipas?

### **•Hipótesis**

El grado de motivación de las personas con capacidades diferentes de Cd. Victoria, Tamaulipas es bajo y prevalece la falta de equidad de género, de igual manera que en la población general, en la que los varones siguen teniendo preferencia para el desempeño de diversas funciones de trabajo.

Las oportunidades laborales ofrecidas por el sector empresarial comercial de Cd. Victoria, Tamaulipas, en caso de existir, son limitadas a puestos de baja jerarquía, como vendedores u obreros. Los puestos de supervisión a gerente no figuran entre las opciones ofrecidas a las personas con esta situación.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Definición de personas con capacidades diferentes**

Se considera persona con capacidades diferentes a todo ser humano que presente temporal o permanentemente una limitación, pérdida o disminución de sus facultades físicas, intelectuales o sensoriales, para realizar sus actividades connaturales.

Son aquellas personas que requieren un proceso diferente para desarrollar sus habilidades y capacidades. Dichas personas resultan vulnerables, pues necesitan apoyo constante, y posibilidades de encontrar caminos para crecer y realizarse plenamente.

El término personas con capacidades diferentes, se emplea para referirse a las condiciones que afectan en diversos grados las capacidades y funciones sensoriales, intelectuales, motoras y emocionales del ser humano. Por lo tanto, se trata de personas con necesidades diferentes cuyas limitaciones no deben disminuir su dignidad como seres humanos ni su derecho a participar en la vida de la comunidad a la que pertenece.

Las capacidades diferentes son una situación provocada en la interacción entre la persona, sus características, el medio físico y social no habilitado para la diversidad propia de la naturaleza humana.

## 2.2. Tipos

Es importante que las personas con capacidades diferentes no están enfermas, simplemente tiene una condición de vida diferente. Es decir, son individuos con los mismos derechos y obligaciones que todos. Esta situación impide que las personas con capacidades diferentes participen plena y efectivamente en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás. Por eso, se deben romper las barreras mentales que les impiden tener una actitud accesible y trato digno.

Dependiendo del tipo de discapacidad se pueden incorporar al nivel empresarial. Las personas con capacidades diferentes están categorizadas por edad, por sexo y también por el tipo de capacidad que tienen, es decir, cuantas personas ven, escuchan, caminan, y de acuerdo a eso se les asignara el tipo de actividad que desarrollaran en la empresa (Cuadros 1 y 2).

**Cuadro 1. Población total de Cd. Victoria según condición y tipo de limitación en la actividad, por sexo**

Sexo	Grupos quinquenales de edad	Población total
Total	20-64 años	181.087
Hombres	20-64 años	86.964
Mujeres	20-64 años	95.245



**Cuadro 2. Condición de limitación en la actividad de las personas con capacidades diferentes en Cd. Victoria, Tamaulipas**

Total	Caminar o moverse	Ver	Escuchar	Hablar o comunicarse	Atender el cuidado personal	Poner atención o aprender	Mental
5.201	2.496	1.649	349	463	234	223	632
2.765	1.357	798	189	256	125	116	383
2.990	1.557	1.012	263	229	207	134	273

### 2.3. Ley que los ampara

El sistema para el desarrollo de la familia de Tamaulipas (DIF) son las que protegen a las personas con capacidades diferentes en Ciudad Victoria Tamaulipas. Atiende a personas con discapacidad intelectual, motora, auditiva, visual, y sus familias. Su objetivo principal es:

\*Promover la incorporación al desarrollo de las personas con discapacidad en Tamaulipas, basándose en una cultura de respeto hacia sus derechos humanos, en equidad de condiciones y accesibilidad, para mejorar su calidad de vida y la de su familia.

Brinda asesoría en cuanto a los servicios que otorga el DIF-TAMAULIPAS, así mismo, canaliza a instituciones federales, estatales y municipales en cuanto al servicio requerido por la persona con capacidad diferente, así como el seguimiento del servicio solicitado.

Respecto al empleo promueven la integración laboral de la personas con discapacidad, en base a una evaluación de habilidades y aptitudes para desarrollar un trabajo.

Y en la economía contribuyen las superaciones de la persona con discapacidad, otorgándole capacitación y orientación para obtención de apoyos a:

- Proyectos productivos.
- Promoción de descuentos en el transporte federal y urbano y comercios locales al presentar la Credencial Nacional para Personas con Discapacidad.

### 2.4. Se incluyen en la tasa de desempleo

Las personas con discapacidades diferentes también ejercen los mismos derechos que cualquier otra, es por eso que también tienen la misma capacidad para trabajar y estas mismas si son incluidas en la tasa de desempleo. También son contadas como población activa. Ya que el hecho de que una persona padezca de discapacidad auditiva, no quiere decir que no pueda hacer otras labores de trabajo, y que a su vez beneficia por ejemplo a las empresas comerciales, porque si llega un cliente que padezca de la misma discapacidad, ellos se pueden comunicar de manera que los dos se podrán entender y manejar la misma relación.

### 2.5. Factores que afectan la falta de empleo

Las personas con capacidades diferentes son un talento que no deben desaprovecharse.

- Falta de experiencia, preparación o educación para competir en el ámbito laboral, es por eso que deben prepararse mucho mejor, ya que siempre será esa su desventaja no el tipo de discapacidad que tengan si no la falta de oportunidades.
- Falta de demanda por falta del sector empresarial.
- Falta de información por parte de las empresas, ya que a veces no se puede diseñar un plan de empleo ajustado a las necesidades de las personas con alguna discapacidad.

## 2.6. Sector empresarial comercial

### 2.6.1. Definición de empresa

Julio García y Cristóbal Casanueva, autores del libro “Prácticas de la Gestión Empresarial” (citado por Merca 2.0), define la empresa como una “entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados.

### 2.6.2. Clasificación según la actividad o giro

Las empresas pueden clasificarse de acuerdo a varios criterios: por la procedencia del capital, la dimensión y por la actividad que desarrollen. Por este último se clasifican en:

**Industriales:** la actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas.

**Extractivas:** Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovable o no renovable.

**Manufactureras:** Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados.

- De consumo final: producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades de consumidor
- De producción: estas satisfacen a las de consumo final

**Comerciales:** Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados.

Pueden clasificarse en:

- Mayoristas: venden a gran escala o a grandes rasgos
- Minoristas: Venden al menudeo
- Comisionistas: Venden de lo que no es suyo, dan a consignación

**Servicio:** Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en: transporte, turismo, instituciones financieras, servicios públicos, servicios privados, educación, finanzas, salubridad.

## 2.7. Motivación

### 2.7.1. Definición

La motivación consiste en el acto de animar a los trabajadores, con el fin de que tengan un mejor desempeño en el cumplimiento de los objetivos. A través de la motivación, se

logra un mejor desempeño, una mayor productividad, mayor eficiencia, creatividad, responsabilidad y un mayor compromiso por parte de los trabajadores.

## **2.8.1. Algunas teorías de la motivación**

### **2.8.1.1. Los tres factores de McClelland**

Su teoría centra la atención sobre tres tipos de motivación:

1. Logro: se trata del impulso de obtener éxito y destacar. Y por tanto la motivación surge de establecer objetivos importantes, apuntando a la excelencia, con un enfoque en el trabajo bien realizado y la responsabilidad.
2. Poder: se trata del impulso de generar influencia y conseguir reconocimiento de importancia. Se desea el prestigio y el estatus.
3. Afiliación: se trata del impulso de mantener relaciones personales satisfactorias, amistosas y cercanas, sintiéndose parte de un grupo. Se busca la popularidad, el contacto con los demás y ser útil a otras personas.

### **2.8.1.2. La Teoría X y Teoría Y de McGregor**

Es una teoría muy utilizada en el mundo empresarial, en la que aparecen dos estilos de dirección contrapuestos.

1. La Teoría X presupone que los seres humanos son perezosos, tendiendo a eludir las responsabilidades, y por tanto deben ser estimulados a través del castigo.
2. La Teoría Y presupone que lo natural es el esfuerzo en el trabajo, y por tanto los seres humanos tienden a buscar responsabilidades.

## **2.9. Equidad de género:**

Significa que mujeres y hombres, independientemente de sus diferencias biológicas, tienen derecho a acceder con justicia e igualdad al uso, control y beneficio de los mismos bienes y servicios de la sociedad, así como a la toma de decisiones en los ámbitos de la vida social, económica, política, cultural y familiar.

Es la aceptación de las diferencias entre hombres y mujeres, y la aceptación también de derechos, buscando el ideal de un equilibrio en el que ninguno de ambos sexos se beneficie de manera injusta en perjuicio del otro.

### **1. METODOLOGÍA**

El diseño de la investigación es no experimental transaccional, con enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo (Cuadro 3).

### **Cuadro 3. Ficha técnica del tipo de investigación**

<b>Concepto</b>	<b>Descripción</b>
Diseño de investigación	No experimental transaccional
Alcance de investigación	Descriptivo
Enfoque de estudio	Cuantitativo

Fuente: Elaboración propia

La unidad de análisis de la presente investigación son las personas con capacidades diferentes en edad laboral y las empresas comerciales de Cd. Victoria, Tamaulipas.

La población de ésta investigación incluyó a las personas con capacidades diferentes de cualquier tipo, que ascienden a 160,507 y las empresas comerciales de tamaño mediano y grande con giro de supermercados, que son 44 empresas, ambas en Ciudad Victoria Tamaulipas.

La muestra se obtuvo, para la población de personas con capacidades diferentes, a través de muestreo no probabilístico por bola de nieve, debido a la delicadeza del tema que complicó la localización de las personas con capacidades que quisieran proporcionar información y para la población de empresas comerciales, por muestreo probabilístico aleatorio simple. La muestra fue de 20 personas con capacidades diferentes y 20 empresas del sector comercial.

Los instrumentos de medición fueron dos cuestionarios, uno por unidad de análisis. El primero se aplicó a las personas con capacidades diferentes y se les formularon 5 preguntas cerradas en escala Likert. El segundo cuestionario se aplicó a las empresas comerciales y consistió de nueve preguntas cerradas con diferentes escalas (Cuadro 4).

**Cuadro 4. Ficha técnica del método de recolección de datos**

<b>CONCEPTO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	
<b>Unidad de análisis</b>	Personas con capacidades diferentes	Empresas Comerciales de Cd. Victoria
<b>Población</b>	160,507 personas en edad laboral	44 empresas
<b>Muestra</b>	20 personas con capacidades diferentes	20 empresas
<b>Tipo de muestro</b>	Muestreo no probabilístico por bola de nieve	Muestreo probabilístico aleatorio simple
<b>Instrumento de recopilación de información</b>	Cuestionario con 9 preguntas	Cuestionario con 5 preguntas

Fuente: Elaboración propia

## **1.RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. Nivel de motivación equidad de género de las personas con capacidades diferentes en edad laboral en Cd. Victoria, Tamaulipas**

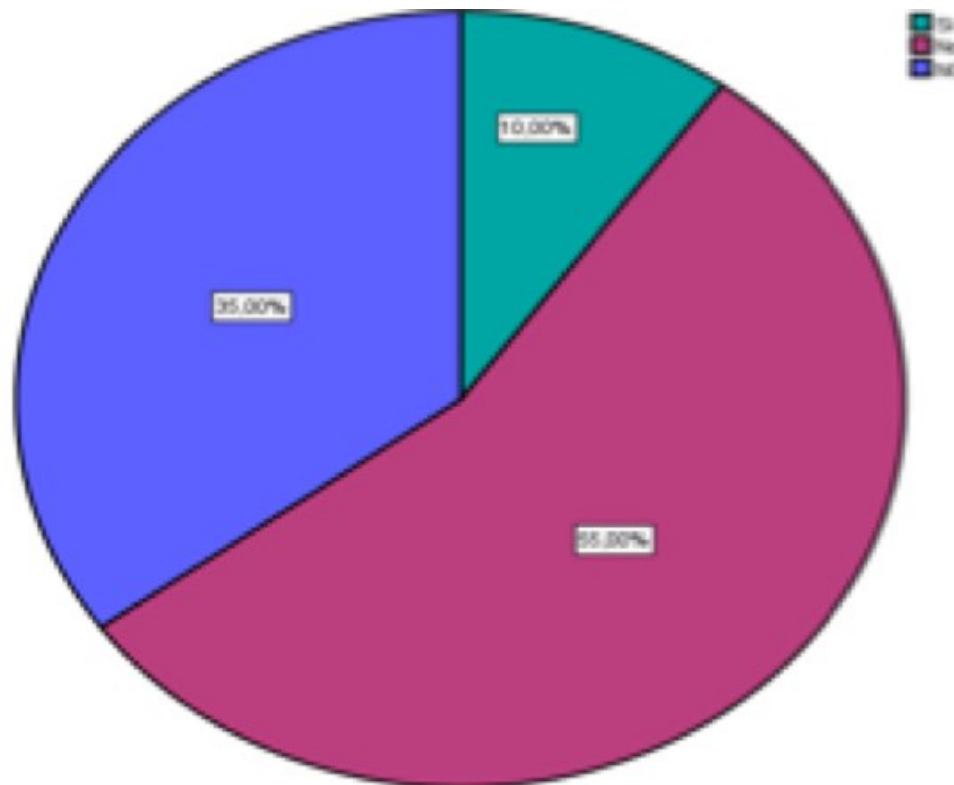
Los resultados arrojados por las encuestas indican que el 50% de las personas encuestadas tiene entre los 51-60 años, seguido del 30% donde las personas asilaban entre 30-40 años, y el 20% que son personas con edades entre los 41-50 años. En género, 60% son varones y 40% mujeres.

El 65% forman parte del entorno laboral y el 35% no, pero en algún momento de su edad laboral han estado en busca de un empleo.

Los resultados obtenidos en cuanto a la equidad de género, menciona el 55% que nunca les han tratado de manera injusta en el entorno laboral, por consiguiente el otro 35% prefirió no contestar, el otro 10% dijo que alguna vez le han tratado de manera

injusta (Gráfico 1). Si se considera el párrafo anterior, de las personas que prefirieron no contestar, se establece la hipótesis de que alguna vez se les ha tratado de manera injusta, por lo que prefieren no contestar.

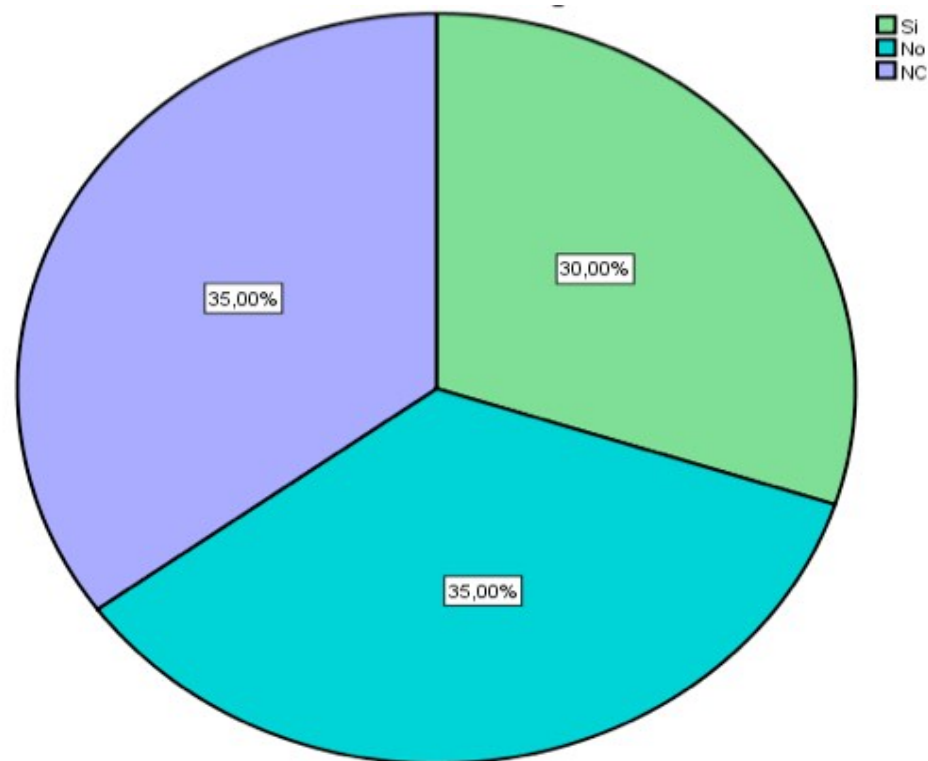
**Gráfico 1. Porcentaje de personas con capacidades diferentes que perciben haber recibido un trato injusto en el entorno laboral.**



Fuente: Elaboración propia

El 35% de las personas consideran que no existe equidad de género en la selección de candidatos para incorporarse a una organización, con el mismo porcentaje del 35% los encuestados omitieron la pregunta no contestando, por lo cual se toma como mayoría de un 70% que no existe equidad y el resto que es el 30% menciona que si existe al momento de la selección (Gráfico 2).

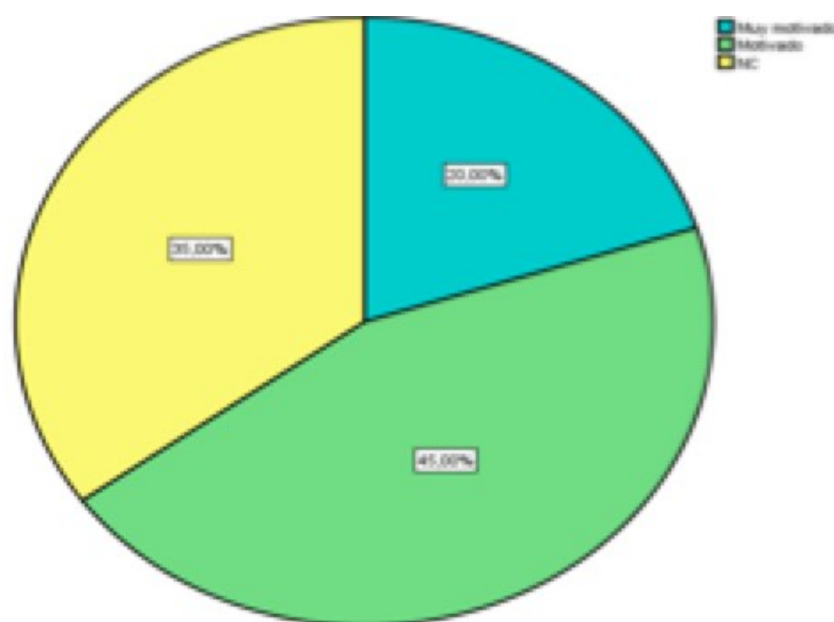
**Gráfico 2. Porcentaje de personas con capacidades diferentes que considera que existe equidad en la selección de candidatos para incorporarse a laborar en una organización**



Fuente: Elaboración propia

El 45% de las personas con capacidades diferentes se siente motivado en el ámbito laboral, el otro 35% no contestó la pregunta, por consiguiente el 20% de los encuestados dijo que se sentía muy motivado en cuanto al ámbito laboral (Gráfico 3).

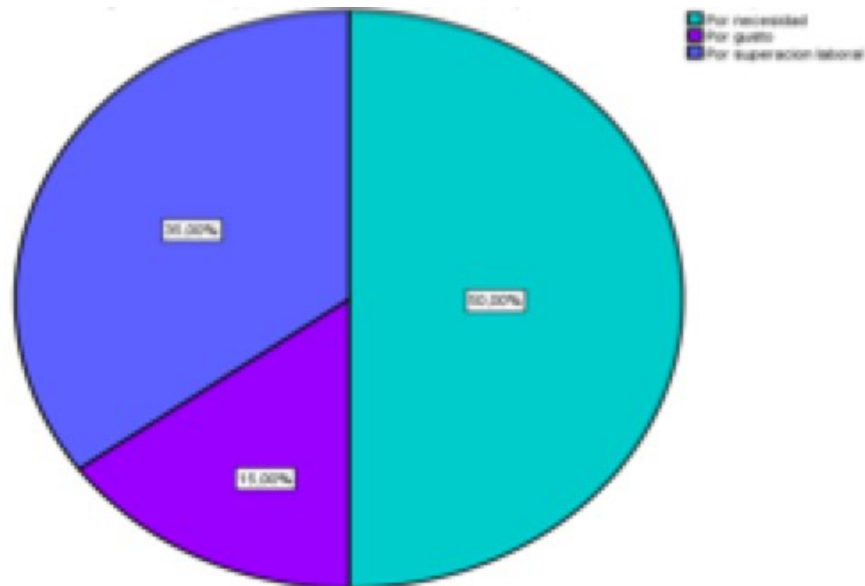
**Gráfico 3. Nivel de motivación de las personas con capacidades diferentes en el ámbito laboral**



Fuente: Elaboración propia

El principal motivo que les impulsa a las personas con capacidades diferentes a conseguir un empleo es por necesidad con un 50%. El otro 35% lo hace por superación laboral, el 15% restante lo hace por gusto (Gráfico 4).

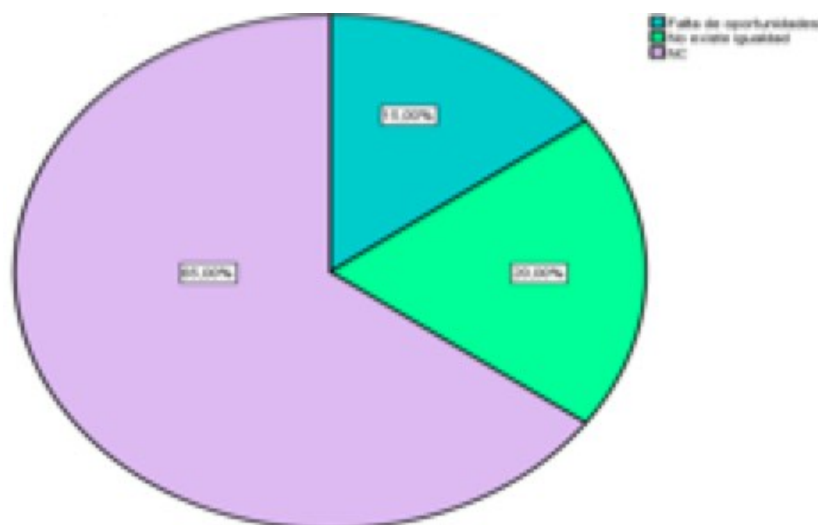
#### Gráfico 4. Motivo por el que las personas con capacidades diferentes buscan un empleo



Fuente: Elaboración propia

Los datos estadísticos reflejan que el 65% de las personas encuestadas no contestó la pregunta ¿Qué factor interviene para que no haya encontrado un empleo?; ya que es entendible callar ante el cuestionamiento debido a que muchas de las personas le son conmovidos los sentimientos o se sienten discriminados. El 20 %menciona que no existe igualdad al encontrar un empleo, y el otro 15% restante dijo que el factor que interviene es la falta de oportunidades (Gráfico 5).

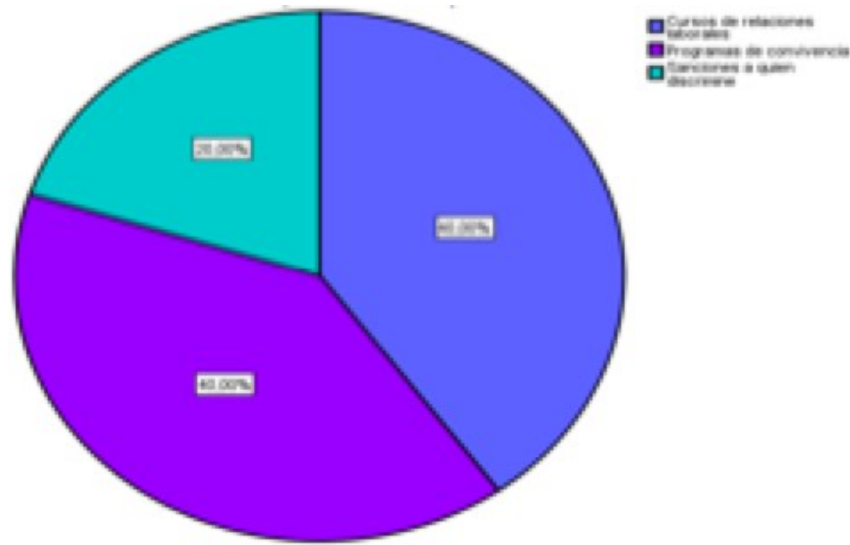
#### Gráfico 5. Factores que les limitan a las personas con capacidades diferentes encontrar un empleo



Fuente: Elaboración propia

Los encuestados consideran que se tomen medidas pertinentes en las empresas para concientizar a los trabajadores sobre la capacitación y no discriminación de personas discapacitadas, el 40% prefiere que se realice con cursos de relaciones laborales, el otro 40% indico que se podría llevar a cabo con programas de convivencia, y el otro 20% restante menciona que se apliquen sanciones a quien discrimine (Gráfico 6).

#### Gráfico 6. Actividades a implementar para evitar la discriminación en el entorno laboral



Fuente: Elaboración propia

A las personas encuestadas se les cuestionó acerca de que consideraban que ocurriría si existiera igualdad entre las personas, 55% indicó que México crecería, 25% de las personas con capacidades diferentes dijo que no pasaría nada, el 20% restante mencionó que surgirían conflictos de quien no esté de acuerdo.

Las personas encuestadas coinciden en que les beneficiaría si en las empresas toman medidas para las personas con capacidades diferentes y ofrecieran oportunidades laborales para ellos.

#### 4. 2. Oportunidades en el sector comercial de Cd. Victoria Tamaulipas para las personas con capacidades diferentes

El 65% de las empresas encuestadas están de acuerdo en que existan oportunidades laborales para las personas con capacidades diferentes (Gráfico 7). Ninguna de las empresas encuestadas mencionó estar en desacuerdo con la contribución del empleo para personas con capacidades diferentes, lo cual no significa que sí las contratarían sino que al ser un tema delicado y responder que no cuestionaría su responsabilidad social como empresa.

**Gráfico 7. Disposición de las empresas comerciales de Cd. Victoria a que se contribuya con empleo para las personas con capacidades diferentes**



Fuente: Elaboración propia



65 % de las empresas comerciales tán de acuerdo en que se les proporcionen oportunidades laborales a las personas con capacidades diferentes, pero el porcentaje se redujo a 45% cuándo se les cuestionó si estarían dispuestas a contratar a alguna pesona con capacidades diferentes para que labore en su empresa, 30% indico que no las contrataria y 25% indico que tal vez (Gráfico 8). El porcentaje más alto de esta pregunta esta dispuesto a la contratacion de una persona con capacidades diferentes, lo cual es muy favorecedor para este segmento de la población.

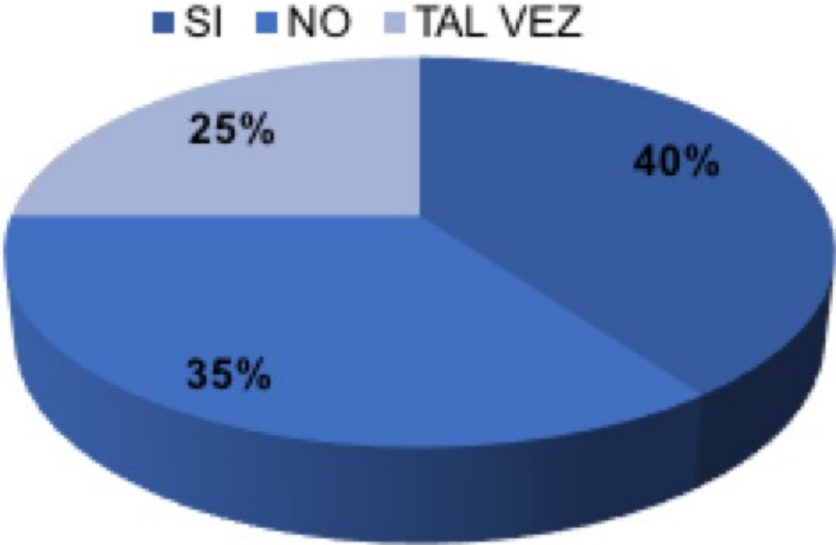
**Gráfico 8. Disposición de la empresa a contratar a alguna persona con capacidades diferentes**



Fuente: Elaboración propia

Considerando la necesidad de que algunas empresas comerciales dispongan del personal necesario para brindarla atención que requieren los clientes con capacidades diferentes se les cuestionó si asisten personas en esta situación, 40% indicó que sí asisten, 25% dijo que tal vez y 35% que no asisten personas con capacidades diferentes a su empresa (Gráfico 9).

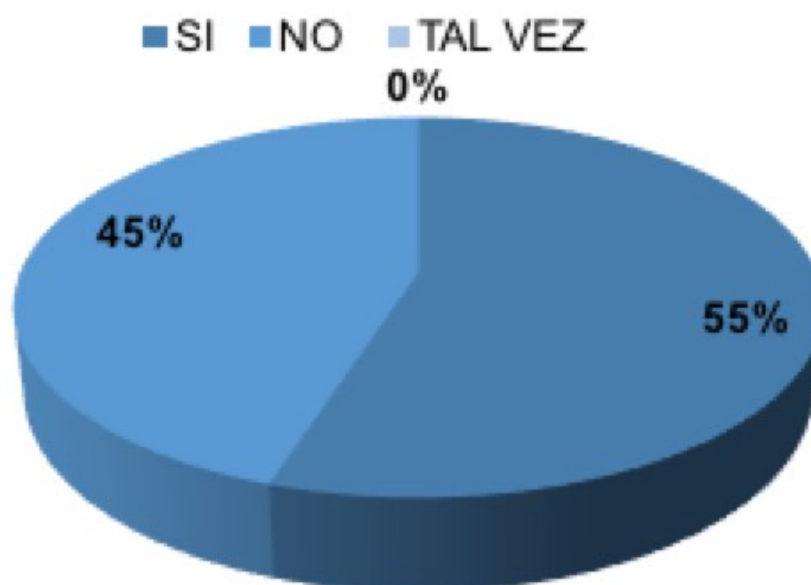
**Gráfico 9. Percepción de la asistencia de personas con capacidades diferentes a las empresas**



Fuente: Elaboración propia

El 55% indicó que si cuentan con personal que atienda a personas con capacidades diferentes cuando ingresan a su empresa, por el contrario el 45% dijo que no (Gráfico 10). Lo cual nos indica que aún existen empresas que no les brindan el apoyo que ellos merecen.

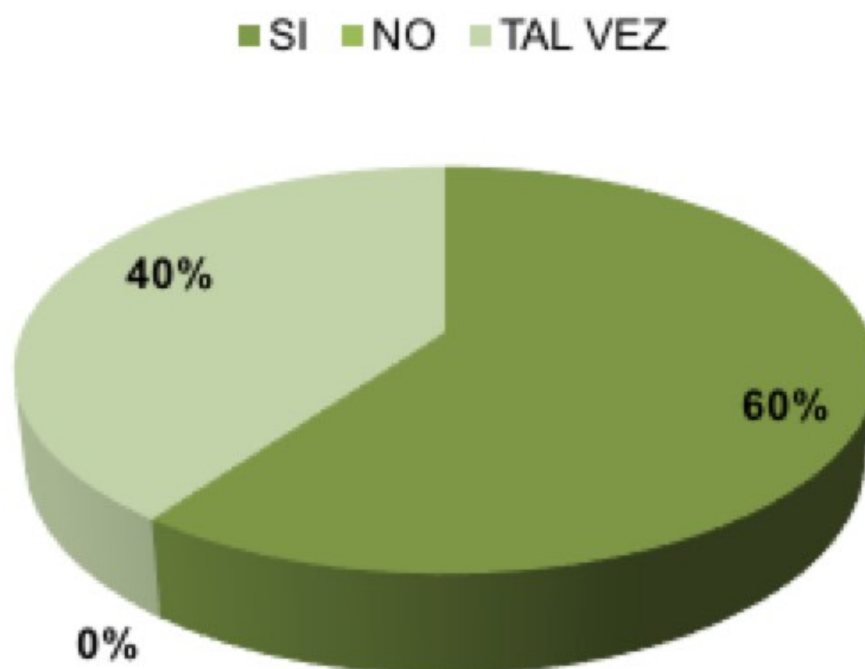
**Gráfico 10. Porcentaje de empresas que cuenta con personal capacitado para atender a las personas con capacidades diferentes**



Fuente: Elaboración propia

El 60% indicó que la tasa de desempleo se verá beneficiada al contratar personas con capacidades diferentes a su organización, mientras que el 40% indicó que no, ninguna de las empresas indicó la opción tal vez (Gráfico 11).

**Gráfico 11. Porcentaje de empresas que considera que la contratación de personas con capacidades diferentes contribuiría a reducir la tasa de desempleo**



Fuente: Elaboración propia

## 1.CONCLUSIÓN

La realización de esta investigación permitió el logro de los objetivo y concluir que las empresas aun no conocen la importancia de tener una persona con capacidades diferentes en su organización, y esto es algo fundamental ya que les abre las puertas a un sector laboral poco explorado y que no se toma en cuenta.

Las personas con capacidades diferentes merecen contar con oportunidades que les permitan satisfacer sus necesidades tanto básicas como de autorrealización, puesto que tienen los mismos derechos y existen leyes que las protegen. Si las empresas ofrecieran oportunidades laborales a las personas con capacidades diferentes podrían beneficiarse puesto que podrían emplearlas para la atención de clientes en situación similar, para lo cual los vendedores convencionales generalmente no están capacitados.

## 1.BIBLIOGRAFÍA

INEGI. (s.f.). Población con discapacidad por estado y municipio. Obtenido de [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2000/discapacidad/discapacidad2004.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2000/discapacidad/discapacidad2004.pdf)

Universidad Veracruzana. (2013). Programa Universitario para la Inclusión e Integración de Personas con Discapacidad (PIIP). Recuperado el 20 de diciembre de 2013. <http://www.uv.mx/piip/antecedentes/>.

*Emprendimiento*. (s.f.). Clasificación de las empresas. Recuperado el 15 de noviembre de 2013. Obtenido de <http://emprendimientobasico.blogspot.mx/p/clasificacion-de-las-empresas.html>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

Banco Mundial. s. f. *El banco mundial y la discapacidad*. Recuperado el 11 de noviembre de 2013, de <http://www.bancomundial.org/temas/resenas/discapacidad.htm>

Merca 2.0. Definiciones de empresa. Recuperado el 12 de febrero de 2016. <http://www.merca20.com/definiciones-de-empresa/>

# **Las IES y su contribución a las necesidades sociales de su entorno. Caso UPGM: programa de formación para la atención y prevención de desastres.**

Abi Roxana de la Cruz Alcudia

Profesora de tiempo completo; Universidad Politécnica del Golfo de México, [acruz@upgm.edu.mx](mailto:acruz@upgm.edu.mx)

Laura Elena Herrera Jiménez

Profesora de tiempo completo; Universidad Politécnica del Golfo de México, [lherrera@upgm.edu.mx](mailto:lherrera@upgm.edu.mx)

José Alberto Gutiérrez Rosique

Profesor de tiempo completo; Universidad Politécnica del Golfo de México, [jarosique@upgm.edu.mx](mailto:jarosique@upgm.edu.mx)

## **INTRODUCCION**

El reto que enfrentan las Instituciones de Educación Superior en el siglo XXI, es complejo; ya que no sólo debe dedicar esfuerzos para formar profesionistas altamente competitivos, sino que además debe contribuir en la solución de las problemáticas a las necesidades sociales del entorno en el que opera. El presente trabajo tiene la intención de mostrar los resultados obtenidos en el Proyecto "Programa de Formación para la atención y prevención de desastres", mediante el cual la Universidad Politécnica del Golfo de México, contribuye en la atención de una necesidad social en nuestro Estado planteada por el Gobierno del Estado de Tabasco en coordinación con los Fondos Mixtos de Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

En la actualidad la preservación del medio ambiente es un tema trascendental; sin embargo la sociedad no cuenta con los conocimientos y destrezas necesarias para asumir un rol protagónico en prevención de desastres, pues viene de un patrón cultural escaso. Con base en las experiencias registradas en los últimos años en la entidad, se han evidenciado las dificultades para dar un manejo apropiado en la atención de los impactos derivados de los desastres de origen natural ocurridos en Tabasco, las deficiencias responden a la falta de conocimiento y capacitación en el tema, dando como resultado la pérdida de otras posibilidades de cooperación, o en el mal aprovechamiento de las mismas.

Carecer de valores sociales de prevención en la cultura, limita las opciones de reducción de la vulnerabilidad y propicia que los procesos del riesgo como la degradación ambiental y la ocupación de zonas inseguras formen parte de la sociedad. En la región del golfo de México, existen múltiples condiciones de riesgo que afectan a gran parte de la población y dificultan el desarrollo social y económico. Las amenazas naturales como los desastres en que se pueden convertir son parte integral de la vida de cualquier cultura o sociedad, ejemplo de ello en el Estado de Tabasco, son las inundaciones del 2007, donde Tabasco sufrió la más severa inundación que se recuerde en poco más de un siglo, afectando cerca del 62% por ciento del territorio estatal, debido a la gran cantidad de lluvia que se presentó en la temporada de huracanes. (Semarnat, 2009).

Por todo lo anterior, la Universidad Politécnica del Golfo de México asume este reto y responde ante la demanda del Fondo Mixto Conacyt-Gobierno del Estado de Tabasco, para implementar un programa de formación de recursos humanos en la comprensión de factores y características que intervienen en la ocurrencia de desastres ocasionados por fenómenos naturales, que aporten elementos para el diseño de estrategias de adaptación, mitigación de riesgos y efectos, así como concientizar a la sociedad sobre las acciones para evitar en mayor medida impactos desastrosos.

La Universidad Politécnica del Golfo de México, por el área geográfica en que se encuentra, representa un laboratorio óptimo para el estudio de la atención y prevención de desastres, pues en esta región se han venido dando estos fenómenos con mayor ímpetu en los últimos años y representa un lugar adecuado para el entrenamiento y preparación de especialistas en la materia, que ofrezcan soluciones a las comunidades más vulnerables.

## **PROBLEMATICA**

Es cada vez más evidente la presencia y creciente recurrencia de fenómenos meteorológicos atribuidos al cambio climático global y las contingencias y desastres que provocan en las comunidades humanas. (Lastra y Gutiérrez, 2009).

La región Sur-sureste de México, tradicionalmente identificada como una zona de alta precipitación debido a la presencia de tormentas y depresiones tropicales, así como huracanes que ocurren en la temporada desde finales de otoño, hasta mediados de invierno.

En los años recientes los desastres provocados por los fenómenos naturales han ocasionado incontables pérdidas humanas y materiales, y entre los más impactantes que han afectado la región podemos mencionar:

El huracán Stan, acaecido en el 2005, provocó desbordamientos en el río Tapachula en Chiapas que arrasó con 2500 casas; así mismo en los Tuxtlas, Veracruz, donde la mayor parte de los habitantes de la Sierra tuvieron que evacuarse; y en su paso por Oaxaca, causó afectaciones severas. (Semarnat, 2009).

En 2007, el impacto de las inundaciones en Tabasco representó el 29.31% del PIB estatal, con cerca del 62% del territorio cubierto de agua, afectando 1,500 localidades cuyo factor destructivo dejó más de 1.5 millones de damnificados que representa el 75% de la población del estado, 6,500 kilómetros de carreteras y caminos afectados (73% de la red del estado) y 132 puentes, 570 mil hectáreas agrícolas siniestradas, 123 mil viviendas con afectaciones. Los impactos en términos de daños (acervo, patrimonio, bienes, estructuras construidas, capital natural afectado) y las pérdidas (en términos de producción, ingresos, empleo), erogaciones estatales y privadas en la emergencia, alteración de balances fiscales de los distintos órdenes de gobierno y requerimientos de flujos de gasto para la compensación a sectores sociales desprotegidos, y de inversión para la rehabilitación y reconstrucción resultan asimismo sin precedente en el estado. En conjunto los daños y pérdidas causados por el desastre ascendieron a 31.8 millones de dólares. El impacto socioeconómico resultó sin precedente en el Estado, relacionado con las pérdidas en la infraestructura, en sectores productivos, sociales y en términos ambientales, con mayor impacto en el sector productivo y en la agricultura. (CEPAL, 2009).

En el año 2011, la afectación por la presencia de lluvias abarca prácticamente toda la región y otras regiones del País, ocasionando pérdidas humanas, materiales y manteniendo un estado permanente de alerta ante la amenaza de mayores precipitaciones.

La comunidad académica y las instancias de fomento a la investigación y el desarrollo tecnológico han respondido a los retos que implica aportar conocimiento útil para la prevención, atención de las contingencias y reconstrucción; tan solo a través de los fondos mixtos del Consejo Nacional para la Ciencia y la Tecnología, en Chiapas,

Quintana Roo, Yucatán,, Tabasco y Veracruz, se han aprobado al menos 35 proyectos que cubren un amplio abanico de temáticas y modalidades, varios de ellos bajo propuestas de redes interinstitucionales.

Sin embargo este esfuerzo debe complementarse para responder a las contingencias, debido a que no se cuenta con recursos humanos especializados suficientes, en los diversos perfiles profesionales requeridos para dar una atención oportuna y eficaz.

Por tanto, se trata de contar con especialistas que permitan comprender los factores determinantes que ocasionan los desastres, a través del establecimiento en Tabasco de Programas nacionales o internacionales de formación de recursos humanos de calidad y éxito comprobados, especializados en la comprensión de factores y características que intervienen en la ocurrencia de desastres, ocasionados por fenómenos naturales que aporten elementos para el diseño de estrategias de adaptación, mitigación de riesgos y efectos, así como concientizar a la sociedad sobre las acciones para evitar en mayor medida impactos desastrosos.

## **DESARROLLO**

El ser humano está expuesto a gran cantidad de peligros, que atentan tanto en contra de su integridad como de su patrimonio; dichos peligros no se reducen a la existencia de fenómenos naturales como inundaciones, temblores, incendios; sino que también debemos añadir otros peligros inherentes al desarrollo industrial: fugas y derrames de químicos, desechos biológicos, explosiones, entre otros.

De ahí la necesidad de asumir un nuevo enfoque en materia de protección civil que permita generar una cultura en prevención y gestión de riesgos como ha ocurrido en otros países.

La Universidad Politécnica del Golfo de México con apoyo del Fondo Mixto Conacyt-Gobierno del Estado de Tabasco, implementa el Programa de Formación para la atención y prevención de desastres, consistente en la impartición de dos diplomados denominados "Mitigación De Riesgos, Sensibilización y Comunicación Social para la Atención y Prevención de Desastres" y "Atención de impactos en situaciones de desastre"; en respuesta a la demanda de formar especialistas en la comprensión de factores y características que intervienen en la ocurrencia de desastres ocasionados por fenómenos naturales, con la finalidad de diseñar estrategias de adaptación, mitigación de riesgos y efectos, así como concientizar a la sociedad sobre las acciones para evitar en mayor medida impactos de desastres; y dado que en el Estado de Tabasco se cuenta un con Sistema Estatal de Protección Civil, se decide dirigir los beneficios del programa al personal del Sistema de Protección Civil del Estado.

De manera coordinada se realizaron reuniones con el Director del Sistema Estatal de Protección civil, para darle a conocer el programa y calendarizar los Diplomados que comprendía el Programa. Los contenidos de los Diplomados, fueron avalados por el Director de Manejo de Emergencias de la Universidad de Texas en San Antonio, quien también funge como miembro de la International Association of Emergency Managers (IAEM).

El diseño curricular de los contenidos de los diplomados, se trabajó de acuerdo al modelo basado en competencias, para garantizar que el personal a capacitar adquiriera

las competencias necesarias en materia de prevención y atención a desastres, representando una mejora para el personal de las diferentes unidades de Protección Civil en el Estado, dado que la formación de recursos humanos especializados, contribuye a que la sociedad cuente con los conocimientos y destrezas necesarias para asumir un rol protagónico en prevención de desastres, ya que al insertar al especialista contra desastres en la sociedad, se atiende y se previenen los impactos de los riesgos, al emplear las herramientas adecuadas que permitan reducir los daños ocasionados y ofrecer soluciones a las comunidades vulnerables ante este tipo de fenómenos naturales.

Con respecto a los compromisos asumidos con el Fondo Mixto Conacyt-Gobierno del Estado de Tabasco, se establecieron tres etapas con sus respectivas metas en cada una de ellas, para garantizar el cumplimiento de los objetivos del programa.

<b>Descripción de la meta</b>	<b>Etapas en la que aplica</b>
1.- Un acuerdo específico firmado	1
2.- Un programa de formación diseñado para su desarrollo y consolidación en la UPGM	1
3.- 25 aspirantes capacitados	2 y 3
4.- Un plan de seguimiento y evaluación de la impartición de los diplomados.	2 y 3
5.- Un plan de trabajo para el seguimiento a la impartición y a las actividades prácticas del Programa de Formación para la Atención y Prevención de Desastres en coordinación con la Dirección de Protección Civil, el COPLADET y el CCYTET.	2 y 3
6.- Una red interinstitucional de egresados	3

## **CONCLUSIONES**

Los logros alcanzados fueron satisfactorios, dando como resultado un total de 25 egresados que se capacitaron en temas como: Prevención y mitigación de riesgos, sensibilización y comunicación social, prevención y mitigación de riesgos, organización e integración de Recursos, planes de contingencia, suficiencia alimentaria, plan de emergencias médicas, evaluación del impacto socio económico, análisis de daños, planes de evacuación, atención médica pre hospitalaria, programas de financiamiento, entre otros.

Con base en esa temática, los alumnos adquirieron las competencias necesarias para planear medidas de seguridad y prevención de desastres en diferentes ámbitos sociales mediante protocolos de control en la entidad para garantizar el mínimo de riesgos; la capacidad de comunicar y sensibilizar a la población vulnerable en las zonas de riesgo y puntos vulnerables en su entorno mediante un plan de desarrollo y comunicación social para la toma de decisiones; organizar e integrar recursos sobre programas de servicio, de seguridad e higiene, financiamiento y protocolo de rescate mediante brigadas que

brinden atención a la población afectada para disminuir el impacto físico y social de los mismos; poner en marcha planes de contingencia en situaciones de desastre a través de la elaboración de planes de desalojo, rutas y tratamiento de emergencias para dar respuesta en situaciones de peligro, así como elaboración de planes y logística alimentaria para dar respuesta en situaciones de emergencia.

### **Formación de Recursos Humanos**

El Programa de formación para la atención y prevención de desastres, contribuyó en formar recursos humanos con habilidades y capacidades que permitan en primer término reproducir la cultura de la prevención en sus áreas de trabajo y toda la zona de influencia en el que operan constantemente, divulgando y facilitando la información sobre los hechos o fenómenos con explicaciones de sus causas; y por otra parte adquirieron conocimientos que les permitirán ante condiciones de desastres, ser más eficientes y eficaces en la administración de los recursos, además de contribuir en la asistencia para la atención, rehabilitación y reconstrucción de las poblaciones más afectadas.

El objetivo primordial del proyecto consistía en la formación recursos humanos en materia de prevención y atención a desastres, por lo que el Programa comprendía la impartición de dos diplomados con una duración de 150 horas cada uno.

En el primer diplomado se logró captar a un total de 28 participantes provenientes de los diferentes municipios del Estado, sin embargo durante el transcurso del proyecto muchos dejaron de asistir, logrando terminar los cuatro módulos que comprendía el diplomado I, un total de 21 personas.

En el segundo diplomado se integraron nuevos elementos, por lo que el grupo estaba integrado por 24 personas, pero nuevamente uno de los asistentes desertó del grupo, logrando egresar de este diplomado 23 personas.

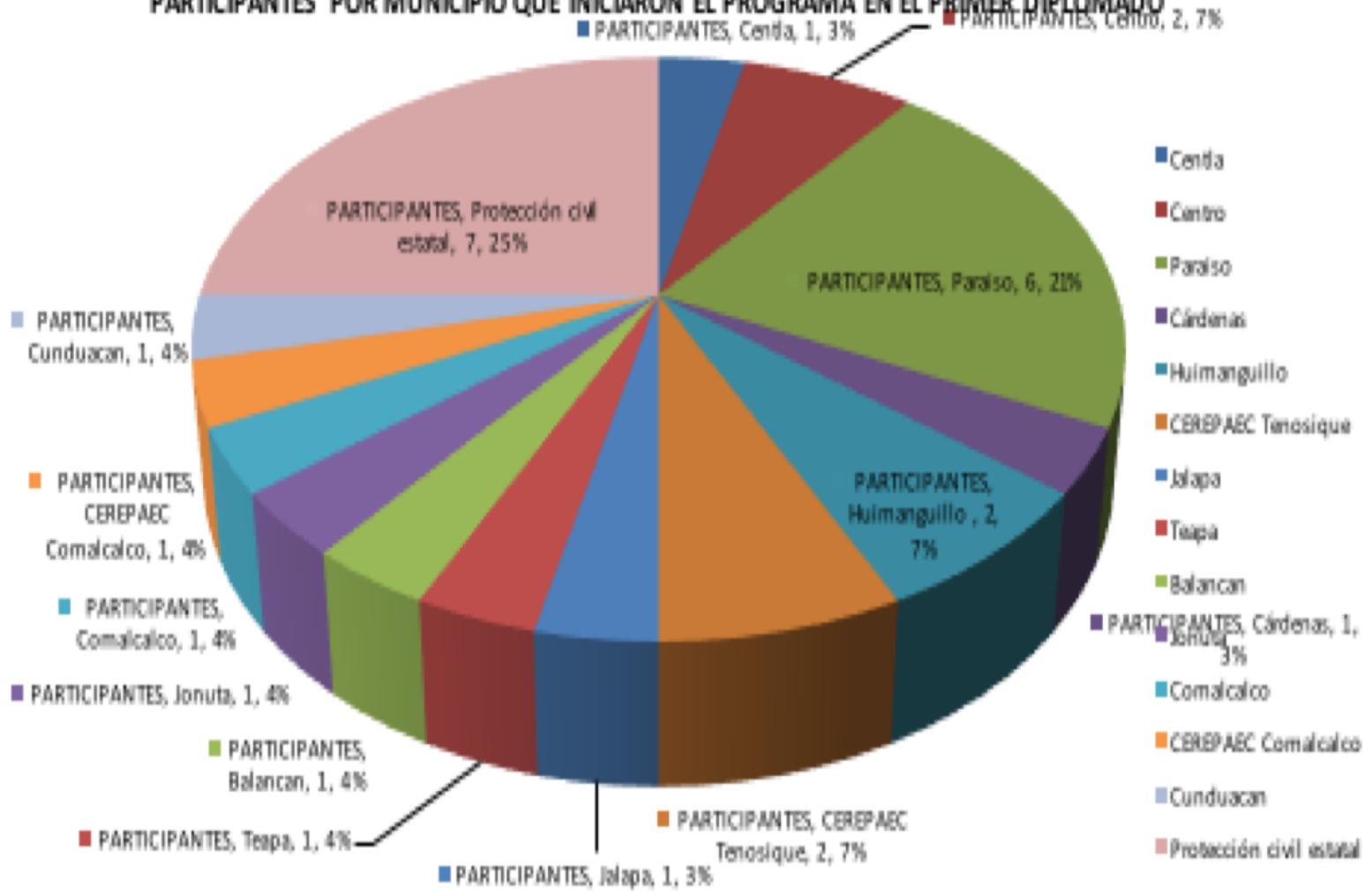
En total el número de personal capacitado fueron 25, cumpliendo así la meta planeada desde el inicio del proyecto.

El documento otorgado a los participantes, fue emitido por la Universidad Politécnica del Golfo de México, avalado por el Director del International Trade Center de la Universidad de Texas en San Antonio, Cliff Paredes. Dichos documentos quedaron registrados en los libros de control que la Dirección de Servicios Escolares de la Universidad emite para su control.

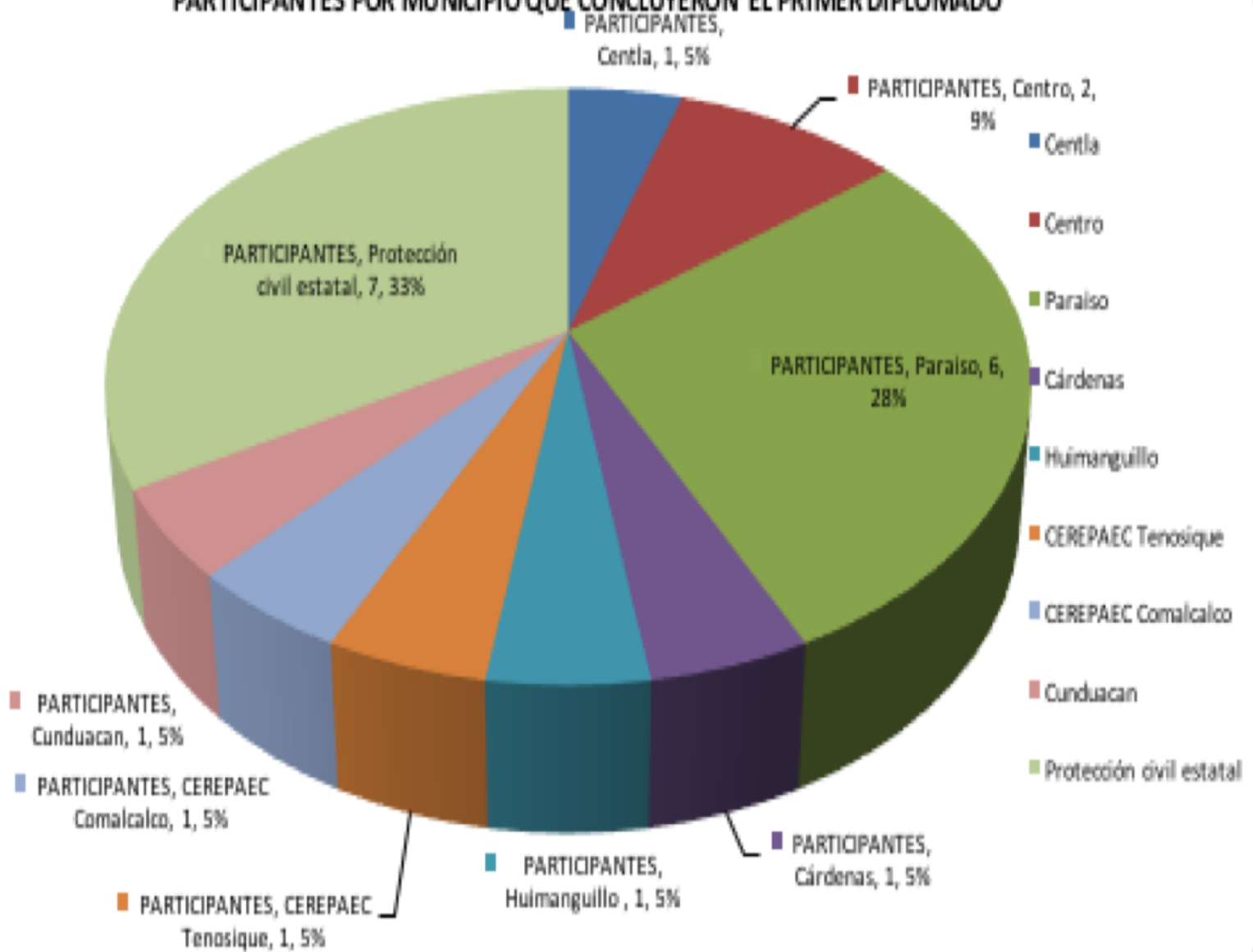
A continuación se refleja mediante un gráfico por municipio el número de alumnos que iniciaron el programa y el número de alumnos que lograron concluir de forma satisfactoria.



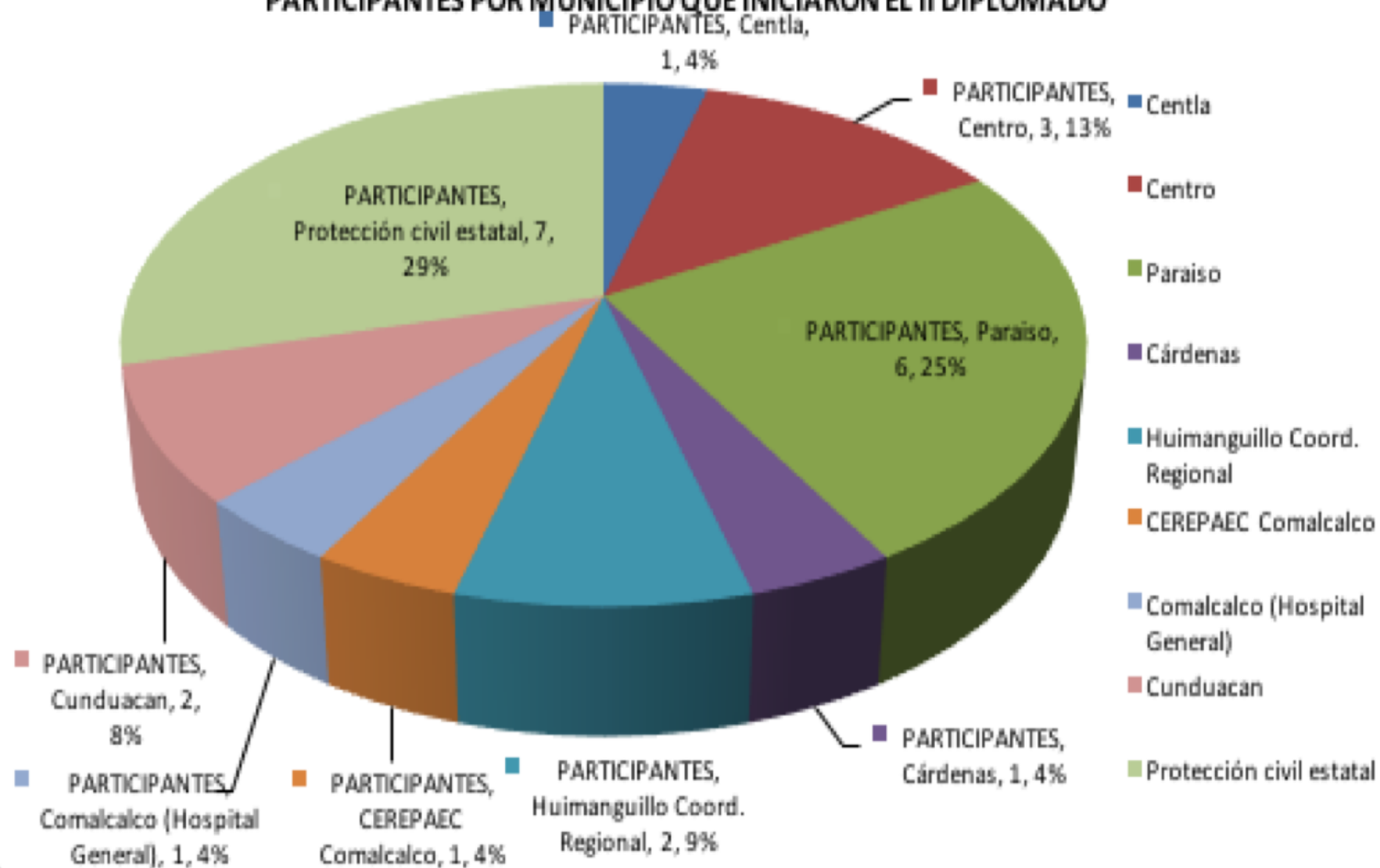
### PARTICIPANTES POR MUNICIPIO QUE INICIARON EL PROGRAMA EN EL PRIMER DIPLOMADO



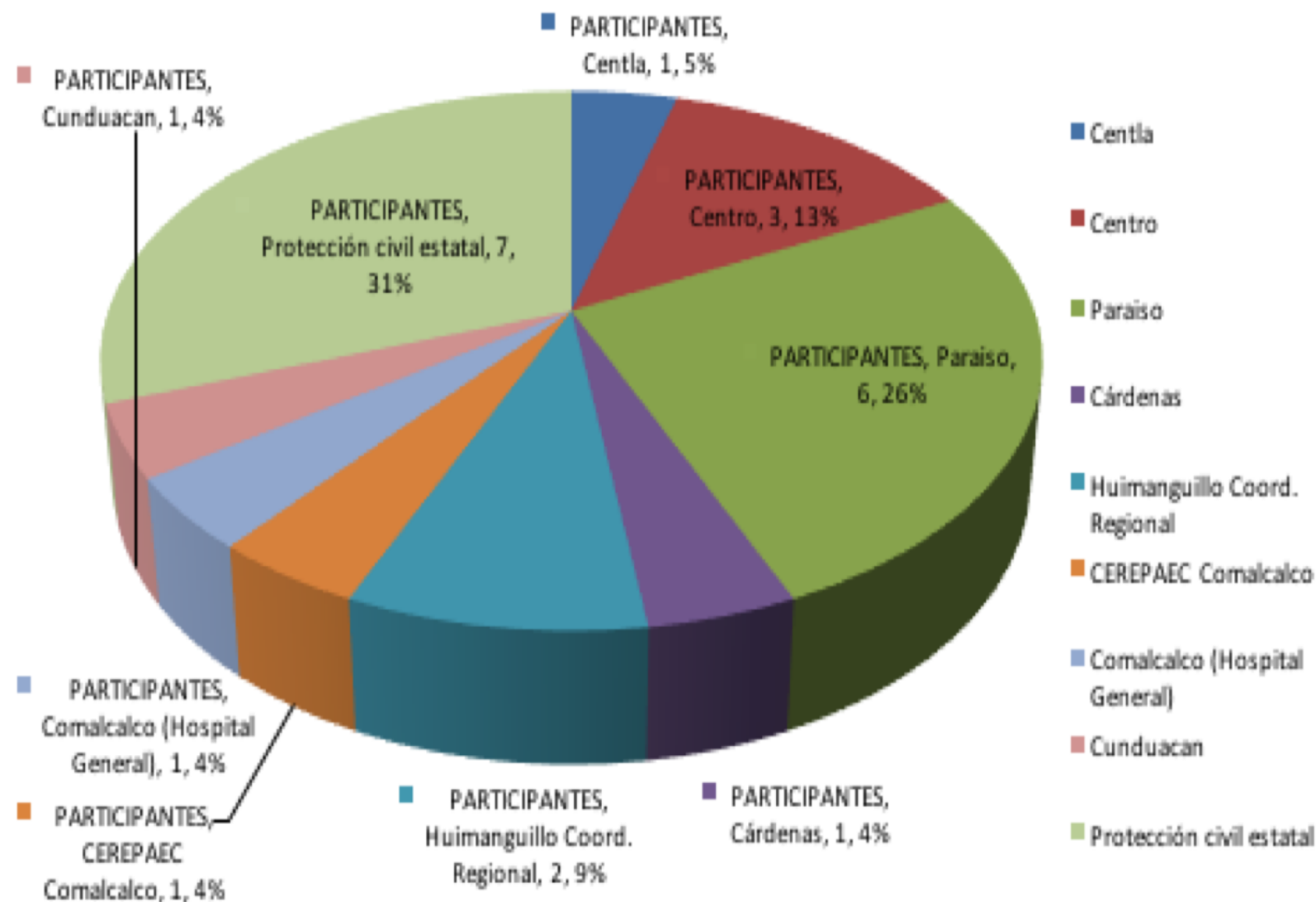
### PARTICIPANTES POR MUNICIPIO QUE CONCLUYERON EL PRIMER DIPLOMADO



### PARTICIPANTES POR MUNICIPIO QUE INICIARON EL II DIPLOMADO



### PARTICIPANTES POR MUNICIPIO QUE CONCLUYERON EL II DIPLOMADO



## **Productos obtenidos**

Los productos obtenidos durante el desarrollo del proyecto, consistieron en: Contratos con instructores, un programa diseñado, 25 egresados del diplomado, un plan de seguimiento y evaluación de los diplomados, un plan de trabajo de seguimiento de actividades prácticas y una red interinstitucional para el seguimiento de egresados.

Por otra parte los participantes del programa, además de todas las competencias adquiridas en materia de atención y prevención de desastres, lograron integrarse en equipos de trabajo, mediante los cuales surgieron proyectos muy importantes en torno a la prevención y atención de desastres naturales en Tabasco:

- Reducción de vulnerabilidad en la comunidad de los Aztlanes, 3ra. sección, municipio del Centro.
- Fortalecimiento de mujeres tabasqueñas ante riesgo de desastre.
- Análisis para la mitigación de daños no estructurales, ante algún fenómeno perturbador en el Hospital General de Comalcalco Tabasco.
- Manual Práctico de equipos de bombeo.
- Estudio de pertinencia para especialidad y maestría en gestión de riesgos.
- Programa de capacitación para el personal de Protección Civil.
- Plan de Emergencia para la colonia Petrolera.

La tercera etapa del Proyecto, consideró realizar un seguimiento a los egresados del Programa, para constatar la puesta en práctica de los proyectos desarrollados durante la impartición de los diplomados, además de realizar los trámites para formalizar un convenio de colaboración universidad-protección civil, con la finalidad de continuar apoyando estas acciones en beneficio de la sociedad tabasqueña.

Para tal efecto se utilizaron las Tecnologías de Información, con la finalidad de dar un seguimiento oportuno a cada una de las acciones realizadas por los egresados, habilitando un grupo en la página web de la universidad, a través de la UPGM virtual, mediante la cual los egresados podrán enviar avances periódicamente y compartirán entre ellos a través de foros sus diferentes experiencias en materia de prevención y atención de riesgos.

Cada proyecto formó parte del seguimiento del programa, donde se pudieron constatar avances sobre las diversas acciones que se emprendieron, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en el Programa de Formación para la Atención y prevención de desastres.

## **Compromisos asumidos por los usuarios**

Cada beneficiado del programa asumió el compromiso de servir a su comunidad y ser los portavoces que permitan generar un cambio de cultura con respecto a la prevención de riesgos en la población tabasqueña.

Por otra parte la Coordinación Estatal de Protección Civil, asume su compromiso en continuar brindando las facilidades y espacios para que el personal de esta institución continúe capacitándose con el firme objetivo de prevenir y atender aquellos fenómenos naturales a los que estados como el de Tabasco, se encuentran expuestos.

## **Recomendaciones**

Para que el programa pueda tener un gran impacto social, es indispensable contar con el compromiso moral de cada uno de los egresados de los Diplomados, a fin de que puedan difundir, replicar los conocimientos adquiridos con sus compañeros de trabajo y el grupo social en el que se encuentren, pues entre mayor información sobre la cultura de prevención de riesgos entre la población, mayor será la mitigación de los mismos.

Por otra parte, no es suficiente contar con el compromiso de la Coordinación Estatal de Protección Civil, es necesario un mayor involucramiento de todos los sectores del Gobierno Estatal y municipal, de tal forma que se les pueda brindar a los actores principales (personal de protección civil), en caso de un desastre, todas los equipos y herramientas necesarias que les permitan ser eficaces en la ejecución de sus tareas.

## REFERENCIAS:

CEPAL. (2009). Tabasco, características e impacto socioeconómico de las inundaciones provocadas a finales de octubre y a comienzos de noviembre de 2007 por el frente frío número 4. Disponible en: [http://www.cepal.org/mexico/noticias/noticias/0/32940/resumen\\_evaluacion\\_tabasco.pdf](http://www.cepal.org/mexico/noticias/noticias/0/32940/resumen_evaluacion_tabasco.pdf)

Lastra, R. A., & Gutiérrez, C. I. (2009). *Cuando el río suena: las inundaciones en Tabasco y las políticas públicas*. México: Fundación IDEA.

Semarnat. (2009). *Cambio climático. Ciencia, evidencia y acciones*. México.

## ANEXOS

### Anexo 1: Poblaciones afectadas con la inundación del estado de Tabasco en el 2007.

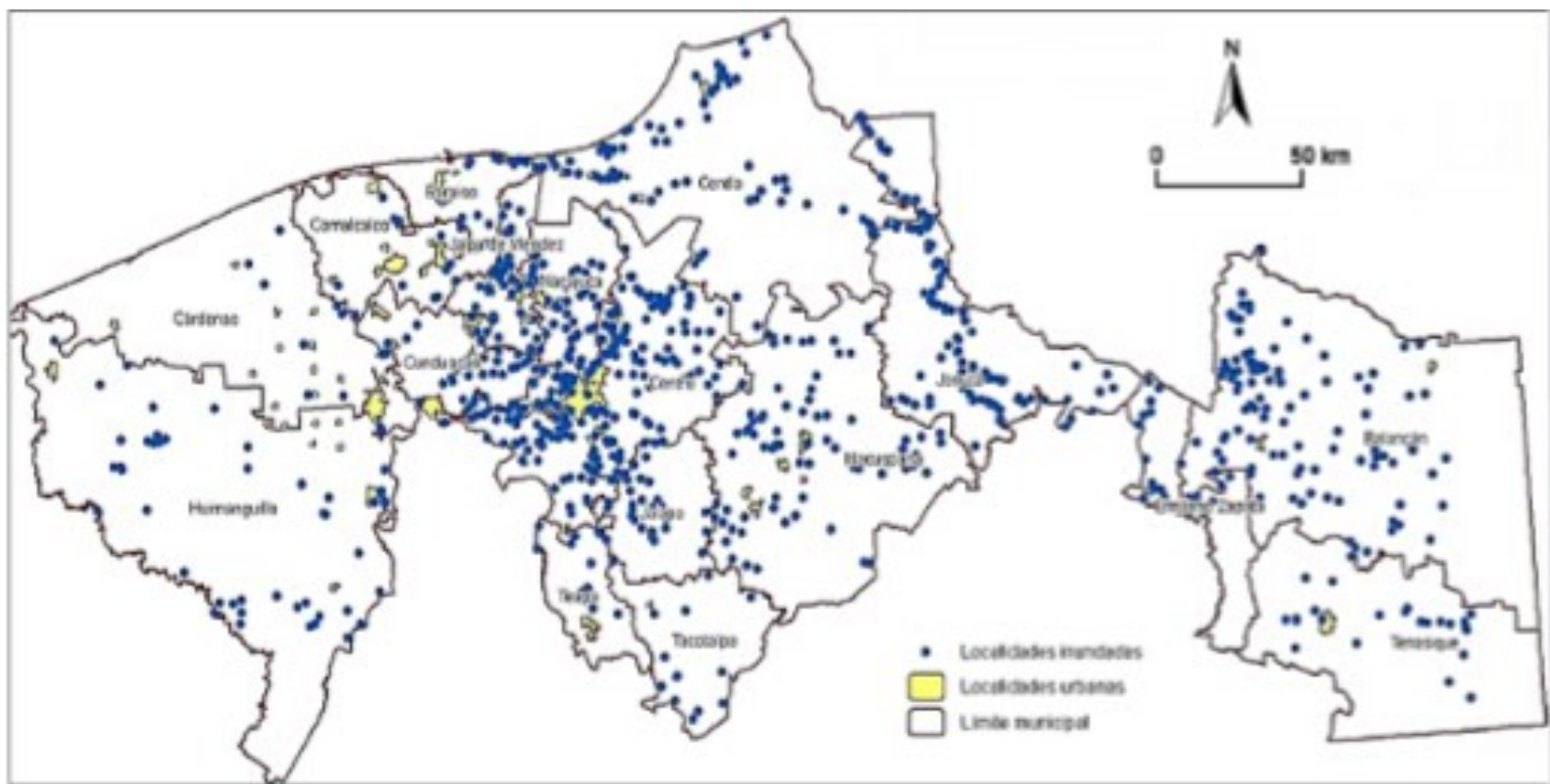


Figura 1. Localidades inundadas del estado de Tabasco durante el evento de 2007 (Fuente: CEDUA 2008: Presentación del Arq. José Luis Escalera Morfin, SEDESOL; mapa elaborado por la Dirección General de Desarrollo Territorial, SEDESOL, con información de la Secretaría de Planeación del Gobierno del Estado de Tabasco).

**Anexo 2: Productos obtenidos en el programa de Formación para la Atención y Prevención de desastres.**

ETAPA	DESCRIPCION DE LA ETAPA	PRODUCTO COMPROMETIDO	PRODUCTO OBTENIDO
1	Gestionar la firma de un acuerdo de colaboración específico para impartir el Programa.		Contratos con instructores.
1	Desarrollar un Plan para el fortalecimiento y consolidación del programa.	Un programa diseñado	Un programa diseñado
2	Impartir el Programa de Formación para la atención y prevención de desastre con la participación de especialistas en prevención y atención de desastres con reconocimiento internacional.	25 egresados del diplomado	25 egresados
2 y 3	Un plan de seguimiento y evaluación de la impartición de los Diplomados.	Un Plan de seguimiento y evaluación de los Diplomados.	Un Plan de seguimiento y evaluación de los Diplomados.
2 y 3	Desarrollar un Plan para el fortalecimiento y consolidación del programa.	Un Plan de trabajo de seguimiento de actividades prácticas.	Un Plan de trabajo de seguimiento de actividades prácticas.
3	Establecer un programa de seguimiento de egresados del Programa de Formación para la Atención y Prevención de Desastres, que se integren en una red interinstitucional.	Una red interinstitucional para el seguimiento de egresados.	Una red interinstitucional para el seguimiento de egresados.

# **Estrategias de la psicología del marketing, para la comercialización de un producto que permita fomentar el consumo responsable.**

Nínive Ligonio Hernández

Profesor de Tiempo Completo, Universidad Politécnica del Golfo de México, [nligonio@upgm.edu.mx](mailto:nligonio@upgm.edu.mx)

Laura Elena Herrera Jiménez

Profesor de Tiempo Completo, Universidad Politécnica del Golfo de México, [lherrera@upgm.edu.mx](mailto:lherrera@upgm.edu.mx)

José Alberto Gutiérrez Rosique

Profesor de Tiempo Completo, Universidad Politécnica del Golfo de México, [jarosique@upgm.edu.mx](mailto:jarosique@upgm.edu.mx)

## **Introducción**

México ha tenido grandes cambios en diversos aspectos de su entorno, una transformación cultural, social, y de innovación tecnológica, así como una economía de rápido crecimiento, estos cambios han permitido acercarnos a un mundo globalizado y competitivo, que demanda productos en base a necesidades, deseos, estilos de vida, personalidad, ubicación etc.

Las empresas cambian, los consumidores evolucionan de acuerdo a las nuevas tendencias, la competencia aumenta marcando la pauta para desarrollar nuevos y mejores productos, acorde con las necesidades reales del consumidor y que permita fomentar el consumo responsable, para aprovechar áreas de oportunidad que se presentan en un mercado tan competitivo como el nuestro. Hoy en día las habilidades que se requieren para tener éxito laboral han cambiado, el acceso a fuentes de información, internet, redes sociales, permiten tener un panorama más claro sobre los patrones de conducta del individuo en la sociedad.

La sustentabilidad es un tema de moda, que ha generado grandes movilizaciones, a nivel mundial como nueva alternativa laboral, como medio para disminuir la agresividad contra el medio ambiente y aprovechando los recursos para generar nuevos productos sin exceder su explotación.

## **Antecedentes.**

Hoy en día todo gira en torno a la mercadotecnia, en nuestras actividades cotidianas, en nuestro ambiente laboral, familiar, social y esto conlleva que a través del tiempo hayan surgido numerosas teorías, que han tratado de explicar el comportamiento del individuo, así como establecer un marco de referencia que nos permita entender la psicología del consumidor.

El comportamiento del consumidor no ha sido materia de estudio independiente e importante hasta los años 60, El objetivo principal era proporcionar un instrumento que permitiese prever cómo reaccionarían los consumidores a los mensajes promocionales y comprender los motivos por las que se toman las decisiones de compra. De esta forma se eligen estrategias comerciales que influirán en su conducta. Cuatro instrumentos son fundamentales en el marketing: El producto, el sistema de distribución, el precio y la promoción o publicidad. El marketing como disciplina empezó a utilizarse en Estados Unidos a principios del siglo XX, aunque con un significado distinto al actual. El

marketing aporta una forma distinta de concebir y ejecutar la función comercial o relación de intercambio entre dos o más partes (*Satesmases 1996*).

Sin embargo en los últimos años, ha surgido una nueva vertiente en la Mercadotecnia “El consumo responsable” donde muchos autores coinciden en que es necesario diseñar y crear productos de acuerdo a las necesidades reales del consumidor y que coadyuven a la contribución del medio ambiente. De acuerdo a datos de la OMS (2012) México ocupa el 1er lugar a nivel mundial en el consumo de cigarrillos y refrescos embotellados seguido de Estados Unidos, esto significa que el consumismo de la población es un patrón de conducta que es necesario analizar, con el fin de identificar aquellos factores que nos impulsan a consumir un determinado producto explotando sin control los recursos, atentando contra la economía familiar al adquirir productos que contaminan el medio ambiente y que en muchas ocasiones no son necesarios. Por ello considero se debe satisfacer las necesidades reales de la población, con base en las características de: Región, cultura, ideología, tradiciones, costumbres, entorno ambiental, recursos, etc.

Por ello el papel que desempeña el mercadólogo para estudiar las acciones concretas de los consumidores es complejo, pues se puede responder a las interrogantes ¿Cuándo compramos y en qué cantidad? ¿Qué compramos? ¿Dónde compramos? Pero la interrogante ¿Por qué compramos? Es sin duda lo que nos permite conocer la psicología de consumidor para identificar mejores áreas de oportunidad.

Es una difícil tarea en donde un sinnúmero de factores influye en nuestra decisión de compra. Innumerables autores realizado aportaciones en torno al marketing, tratando de explicar todos aquellos factores que influyen en el consumidor, sin embargo en nuestra cultura se ha definido a la familia como el principal sector demandante en el mercado, donde la realización de compra era de responsabilidad del ama de casa. Así como la responsabilidad de fomentar buenos hábitos de consumo.

Algunos autores como *Philip Kotler*, considerado “Padre de la mercadotecnia” menciona que: “A diferencia de otras culturas, el hombre mexicano es un consumidor menos participativo en cuanto a las compras que se realizan dentro del hogar, pues incluso algunas adquisiciones de artículos de uso personal son decididas por el ama de casa. Su comportamiento de compra aún en países de América Latina como el nuestro es cambiante, y en donde el patrón de conducta varía en lo que se refiere a la compra de servicios o bebidas en donde él tiene mayor injerencia. Sin embargo considero que en los últimos años al incorporarse la mujer al sector productivo, el hombre se ha visto en la necesidad de jugar un nuevo rol al involucrarse en las actividades propias del hogar.

Por lo anterior, es necesario conocer el comportamiento del consumidor que permita desarrollar productos que satisfagan las necesidades y deseos reales, Para ello es necesario recopilar información necesaria que le permita definir un patrón de conducta de consumo, esto es fundamental como parte de su aprendizaje en el entorno de la mercadotecnia, esto contribuirá a cambiar la perspectiva del emprendedor al desarrollar productos de mejor calidad, y que le permita auto emplearse en un mercado tan competitivo como el nuestro.

Hoy en día es necesario preparar emprendedores actualizados y con las competencias adecuadas para enfrentar el medio laboral, esto requiere de una efectiva formación que beneficiará no solo a los educandos, que tendrán un contacto directo con los

consumidores, identificando sus necesidades sino a los empresarios porque permitirá desarrollar mejores productos.

## **Problemática**

La falta de cultura emprendedora, el desaprovechamiento de áreas de oportunidad impulsaron la realización de esta investigación que permitirá diseñar productos de acuerdo a las necesidades reales del mercado. Por ello el presente trabajo pretende ser una fuente de información para realizar proyectos que permita comprender las tendencias, los gustos y preferencias de la población y de esta forma identificar el perfil psicografico que finalmente determinen las tendencias de compra.

Hoy en día las habilidades que se requieren para tener éxito laboral han cambiado, el acceso a fuentes de información, internet, redes sociales, permiten tener un panorama más claro para diseñar productos y/o servicios que demande el mercado y que coadyuvara al éxito en el mercado laboral.

En Tabasco una de las problemáticas principales para desarrollar productos acorde con las necesidades del consumidor, es la ideología de girar todas las actividades en torno a la actividad petrolera del estado, es importante mencionar que la mercadotecnia no gira en torno a ella sino que se tienen que desarrollar, ideas en torno a patrones de conducta, identificar los factores que influyen en su decisión de compra, crear un perfil de consumo responsable y de esa forma crear productos acorde con este patrón, sin afectar el entorno ambiental y la rentabilidad en el mercado.

## **Metodología de la Investigación**

Esta investigación será de carácter cuantitativa y descriptiva ya que la información que se recopile de las encuestas, será analizada e interpretada debidamente para obtener información relevante que defina los patrones de conducta del consumidor, a través de una serie de instrumentos de medición como son: La aplicación de cuestionarios de forma aleatoria, aplicadas a un segmento de la población que nos permita obtener muestras de los patrones de conducta.

La observación directa e indirecta formara parte de la metodología de la investigación para obtener un perfil psicografico de los consumidores. A través de la participación de proyectos en ferias regionales, que permite medir el impacto de un producto, a través de su comercialización y el impacto que tiene en el consumidor.

Para finalizar es necesario enfatizar la importancia de recolectar información entre la población para identificar patrones de conducta, y de esta forma identificar estrategias de marketing para impulsar productos en el mercado y desarrollar acciones y proyectos que contribuyan a elevar la comercialización de un producto.

## **Diseño de la Investigación**

Durante el desarrollo de la presente investigación se recurrirá a las siguientes fuentes de información: Fuentes bibliográficas para concentrar dicha información en fichas de trabajo, aplicación de cuestionarios. (Muestra poblacional)

Asimismo, se utilizaran TIC que permita acceder a fuentes de información a través de páginas webs y buscadores de información, para profundizar en aquellas situaciones que puedan representar áreas de oportunidad para el desarrollo de nuevos productos,



de acuerdo a las tendencias del mercado como el cuidado del medio ambiente y/o el cuidado de la salud.

Realizaremos un análisis de los datos recolectados a través de método probabilístico. Las herramientas estadísticas que se utilizarán serán la distribución de frecuencias y las representaciones gráficas, específicamente las gráficas de barra o de pastel.

### Resultados

Paraíso Tabasco, es un municipio de la región de la Chontalpa con una superficie 577.55 km<sup>2</sup> y con una población de 86 620 habitantes, por ello se seleccionó una muestra poblacional de 120 personas para la aplicación de encuestas que defina un patrón de conducta para desarrollar productos de acuerdo con las necesidades reales del mercado.

Población encuestada: 120 personas

Lugar: Paraíso Tabasco, región de la Chontalpa (Centro)

<p>35% de la población encuestada, les gustaría que se desarrollaran productos de acuerdo a los estilos de vida: vivienda, viajes, moda, transporte, etc.</p>	<p>50% de la población encuestada, les gustaría que se desarrollaran productos de necesidades básicas en el mercado: Alimentación, Seguridad, Salud.</p>	<p>15% de la población encuestada, les gustaría que se desarrollaran productos de moda en la actualidad: colores, diseños, perfumes, etc.</p>
---	--	---

Otros resultados que arrojó la encuesta aplicada es que deben promoverse:

\*Organismos de financiamiento. Es importante conocer los diferentes tipos de organismos que otorgan financiamientos, que les permita obtener recursos para desarrollar, productos y aplicar estrategias de marketing para impulsarlos en el mercado. La mayoría de los emprendedores desconocen cuáles son los organismos que brindan financiamiento, los trámites a realizar, apertura de convocatorias, siendo una de las razones por la cual no se continúan la realización de los proyectos.

### Conclusión

El Dr. José Felipe Ojeda Hidalgo en su libro Desarrollo de la responsabilidad social en las organizaciones, define al Desarrollo Sustentable como un *“Proceso de cambio en el cual la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y el cambio institucional se encuentran en armonía y aumentan tanto el potencial actual como el potencial futuro para satisfacer las necesidades y aspiraciones humanas, es decir, satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las habilidades de generaciones futuras para que ellas estén en condiciones de satisfacer sus propias necesidades”*.

Considero que hoy en día se deben desarrollar productos sustentables como una herramienta que permita disminuir los efectos nocivos al medio ambiente, que permita interrelacionarse con la sociedad, generar oportunidades laborales, aprovechar los recursos de una determinada región, sin embargo para poder hacerlo es necesario, conocer a los consumidores reales y potenciales cuáles son sus preferencias, gustos, necesidades reales, de esta manera identificaremos las áreas de oportunidad en el mercado que nos permitirán tener una mejor alternativa en un mercado tan cambiante y competitivo como el nuestro.

Finalmente podemos recalcar la importancia que ha tomado en los últimos años la palabra “sustentable” dentro del ámbito mercadológico, que permite aprovechar los recursos de manera efectiva para generar productos sustentables y rentables.

## **Bibliografía**

Espejo, J., & Fisher, L. (2007). *Mercadotecnia*. México: Mc Graw Hill.

KotlerP, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Mc Graw Hill.

Kotler, K. (2012) *Dirección de Marketing*, México: Pearson

Medina, F. d., & Hidalgo, J. F. (2013). *Desarrollo de la responsabilidad social en las organizaciones*. México.

Sampieri, R. H. (2007). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

# La participación activa de la Universidad Politécnica de Victoria en el desarrollo de la comunidad

Víctor Manuel Martínez Rocha

Profesor de tiempo completo. Universidad Politécnica de Victoria. [vmartinezr@upv.edu.mx](mailto:vmartinezr@upv.edu.mx)

Daniela Cruz Delgado

Profesora de tiempo completo. Universidad Politécnica de Victoria. [dcruzd@upv.edu.mx](mailto:dcruzd@upv.edu.mx)

Estela Torres Ramírez

Profesora de tiempo completo. Universidad Politécnica de Victoria. [etorresr@upv.edu.mx](mailto:etorresr@upv.edu.mx)

## INTRODUCCIÓN

El modelo de desarrollo que impera en la mayoría de los países del planeta potencia la producción destinada a la exportación, el crecimiento económico y el libre comercio internacional. Frente a este panorama, la RSE nace como una reacción del mundo corporativo, de la sociedad civil y de otros grupos a este estilo de crecimiento económico para hacer frente a cuestiones como el desarrollo de la sociedad, el cuidado del medio ambiente, la economía y los derechos humanos.

Para los ejecutivos empresariales parece claro que la vigencia de una empresa no sólo depende de aspectos comerciales, sino de la integración de la filosofía social a sus prácticas, en la medida que les permite diferenciarse de la competencia y contribuir al desarrollo sustentable de las diferentes regiones en donde operan.

La adopción de criterios de RSE en la gestión empresarial implica la formalización de prácticas en los ámbitos social, económico y medioambiental, así como la transparencia informativa respecto a los resultados obtenidos en su aplicación y el escrutinio externo de los mismos. En cada una de estas áreas se analiza el comportamiento social de la empresa con la pretensión de encontrar impactos positivos para el entorno.

La inmersión de las empresas e instituciones en el contexto globalizado, es decir, la apertura económica y comercial de los mercados ha planteado nuevos retos para las empresas, destacando esencialmente el de su persistencia frente a la competitividad. Esta competitividad ha implicado establecerse más allá de su estricta lógica de generación de riqueza y empleo, a efecto de reorientar su rol en agentes de cambio y desarrollo para las comunidades en las cuales se desenvuelven (Cardozo, 2003 citado por Martínez, 2007).

Para De la Cuesta (2003) la responsabilidad social de la empresa se define como el conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, nacionales e internacionales, con los grupos de interés. Estos compromisos están circunscritos a las consecuencias de la actividad empresarial en los ámbitos social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos. La RSE incide tanto en la gestión de las organizaciones en sus actividades productivas y comerciales, como en sus relaciones con los grupos de interés: *stakeholders*, término utilizado para designar a todos aquellos agentes que tienen algún tipo de interés en las actividades de una empresa, como empleados, clientes, inversores, grupos ambientalistas y la comunidad misma.

La responsabilidad social se define como la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético que contribuya al

desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas; y que cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento y esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones (NMX-SAST-26000-IMNC-2011, SE, 2014).

El desarrollo sostenible, término relevante en la definición anterior, se considera como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, es decir a la integración de las metas de una calidad de vida elevada, la salud y la prosperidad con justicia social y al mantenimiento de la capacidad de la tierra para conservar la vida en toda su diversidad. El desarrollo sostenible tiene tres dimensiones –económica, social y ambiental–, que son interdependientes y se refuerzan mutuamente. El desarrollo sostenible puede considerarse como una vía para expresar las más amplias expectativas de la sociedad en su conjunto y consiste en satisfacerlas respetando los límites ecológicos del planeta y sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades (Guía NMX-SAST-26000-IMNC-2011/ISO 26000:2010, SE, 2014a).

México participó desde sus inicios en la integración de la norma ISO 26000 que integra la experiencia internacional en responsabilidad social (ISO, 2014). La responsabilidad social es inherente a los agentes económicos, en los que las empresas participan activamente porque sus actividades impactan en la sociedad. La universidad como parte del sector empresarial, sea público o privado, influye en la sociedad al proporcionarle el recurso humano necesario para su desarrollo. La universidad, a través de su función académica tiene un contenido altamente social al buscar la transformación del país de forma inteligente y eficaz (Remolina, 2003; Casilla y Camacho, 2012).

Reynoso (2012) hizo un análisis de los organismos promotores de la responsabilidad social en México y menciona que estos son Alianza por la Responsabilidad social en México (AliaRSE), integrada por la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX), el Consejo Coordinador Empresarial (CCE), la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN), la Confederación USEM (Unión Social de Empresarios de México), Caux Round Table México, Impulsa (Junior Achievement México), la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), el Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas (IMEF), el Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica (Compite), la Cámara de Comercio de la Ciudad de México y el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). Este último actúa como el organismo operador del Distintivo ESR, y ambas instituciones -AliaRSE y el Cemefi-, entregan también el Reconocimiento a las Mejores Prácticas de RSE cada año.

Destaca también la oficina de El Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en México, que es una de las Redes Locales del Pacto Mundial que buscan que las empresas adopten los diez principios universales determinados por esta iniciativa internacional presente en 135 países del mundo.

A nivel regional y estatal destaca el trabajo de entidades como UniRSE Jalisco, una alianza de los principales organismos empresariales jaliscienses para la promoción de la RSE, entre los que se encuentran la Coparmex Jalisco, la Cámara de Comercio de Guadalajara, la Confederación de Cámaras Industriales de Jalisco y la Unión Social de Empresarios de México (USEM) Guadalajara.

En el Estado de Sinaloa trabaja AccionaRSE, una asociación integrada por las empresas de esa entidad federativa que han obtenido el Distintivo ESR, cuyo objetivo es promover la adopción de la responsabilidad social empresarial por parte de más empresas, impactando y beneficiando a la comunidad sinaloense.

En Sonora, la RSE es impulsada por la Fundación del Empresariado Sonorense (FESAC), creada en 1997 con la representación y aprobación de la gran mayoría de las cámaras y organismos empresariales y profesionales de ese estado.

Otro territorio del norte de la República en el que avanza la responsabilidad social de las empresas es el Estado de Chihuahua, que es promovida por la Fundación del Empresariado Chihuahuense (FECHAC), asociación civil que se define a sí misma como un vehículo que utilizan más de 31 mil empresarios locales para hacer llegar su apoyo a la comunidad.

En el centro del país trabaja Querétaro Socialmente Responsable, una alianza promovida por la Fundación Roberto Ruiz Obregón con el concurso de cámaras empresariales, organizaciones sociales, universidades y autoridades gubernamentales del Estado de Querétaro.

Y en la región del Bajío se formó recientemente AliaRSE por Guanajuato, una iniciativa que encabeza el Consejo Coordinador Empresarial de Irapuato y vincula a universidades, organizaciones de la sociedad civil, gobiernos municipales y el Gobierno del Estado de Guanajuato, además de destacadas empresas de esa entidad.

Aunque no son todos, estos organismos comparten el compromiso de promover la RSE en México y son una referencia para las empresas que deseen impulsar programas de responsabilidad social, especialmente a nivel local y regional (Reynoso, 2012).

La investigación en las universidades también debe basarse en la responsabilidad social, por lo que el compromiso de los investigadores con el medio ambiente, el control de desechos y el consumo razonable deben estar presentes durante el desarrollo de proyectos, que deben ser amigables con el medio ambiente (Martínez, 2013). En consecuencia, al hablar de responsabilidad social se hace necesario incorporar el término sustentabilidad, que es la transición de la responsabilidad social empresarial a la empresa socialmente responsable, asumiendo como sustentabilidad la garantía de permanencia en el tiempo de la organización en las dimensiones ética, económica, sociocultural y ambiental, sin causar daños y procurando el beneficio permanente tanto a sus clientes internos como a los externos, entorno, ambiente y sociedad (Chirinos, et. Al., 2012).

En general, existen diversas investigaciones y estudios que analizan la responsabilidad social desde su evolución hasta su aplicabilidad por parte de las empresas (Duque, et. al. 2013; Vélez, 2011; Pradini y Sánchez, 2007) y es analizada desde el ámbito de diversas disciplinas del conocimiento (Bergel, 2007; Mori, 2009; López, 2007).

La responsabilidad social aborda siete materias fundamentales, de las cuales el presente trabajo analiza la participación activa y desarrollo de la comunidad de la Universidad Politécnica de Victoria (UPV). La participación activa y desarrollo de la comunidad, como parte de la responsabilidad social, establece que las organizaciones deberían tener una relación con las comunidades en las que operan (Mercared, 2014).

La relación de las organizaciones con la comunidad pretende contribuir al desarrollo de la misma. La comunidad son los asentamientos residenciales o sociales ubicados en

una proximidad física a la base o bases de la organización. Esta relación, entre comunidad y organización, varía según la naturaleza, tamaño y misión de la organización (Mercared, 2014).

La Universidad Politécnica de Victoria tiene influencia en cuatro regiones del estado: Centro, Altiplano, Valle de San Fernando y Sur, a través de los municipios en los que la Universidad está presente con sedes en las que se imparte educación a distancia: Victoria, Jaumave, Burgos y González, respectivamente. La presencia de la universidad en los municipios mencionados se fundamenta en el Plan Estatal de Desarrollo.

El Plan Estatal de Desarrollo Tamaulipas 2011-2016 se constituye de cuatro vertientes: El Tamaulipas Seguro, El Tamaulipas Humano, El Tamaulipas competitivo y El Tamaulipas Sustentable. De los cuatro, la presente investigación se fundamenta, principalmente en el Tamaulipas Humano, cuya temática involucra el Desarrollo social participativo (Plan Estatal de Desarrollo, Tamaulipas, 2014), ampliamente vinculado con la fundamentación de la Participación activa y desarrollo de la Comunidad abordada en la teoría de la Responsabilidad Social y que es el eje central en la discusión de este estudio.

Ante este contexto surgen las preguntas ¿Qué acciones de participación activa y desarrollo de la comunidad realiza la Universidad Politécnica de Victoria? y ¿Cómo puede la UPV mejorar su responsabilidad social, a través de la participación activa y desarrollo de la comunidad? Ante estas interrogantes los objetivos de este estudio fueron: a) describir los eventos de participación activa que para el desarrollo de la comunidad realiza la Universidad Politécnica de Victoria (UPV) y b) detectar oportunidades de mejora para la realización de eventos que hasta el momento no se han realizado y que incidan positivamente en el desarrollo de la comunidad.

La investigación se fundamenta en la teoría de la Responsabilidad social que “remite al concepto de “derechos universales” y a la idea de relación y, no solo de complementariedad, sino de compenetración, entre el derecho y la ética, entre lo que es obligatorio y lo que es justo” (Calvo, s/f). La UPV consiente de su responsabilidad social emprende diversas acciones en este ámbito que propician el desarrollo de la comunidad y de la propia institución, puesto que se benefician ambos actores: sociedad-institución.

## **METODOLOGÍA**

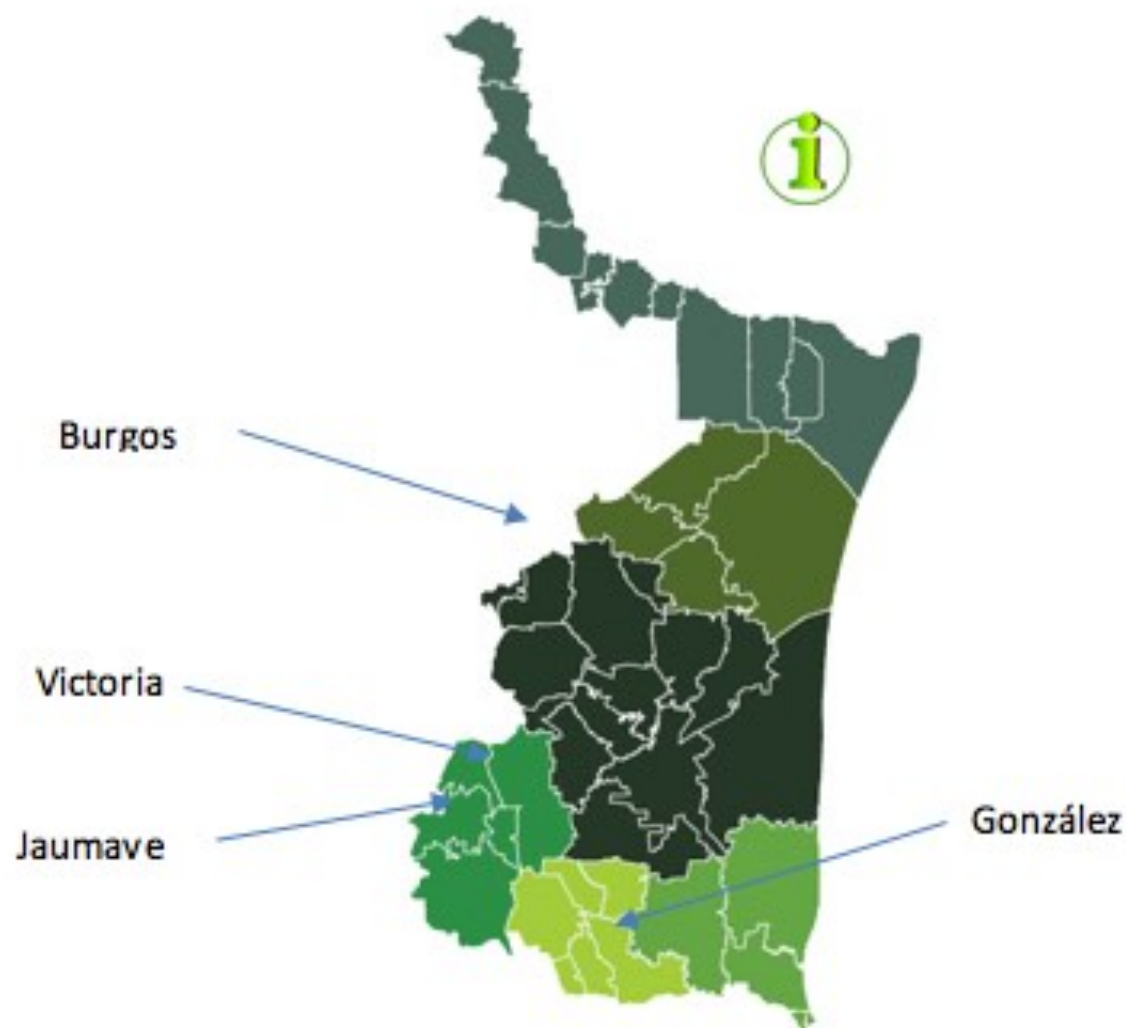
El estudio se basó en la observación participante de los autores, quienes han estado involucrados en la organización y realización de algunos de los eventos de participación activa y desarrollo de la comunidad que impulsa la Universidad Politécnica de Victoria.

La observación participante es una técnica de recogida de información que consiste en observar a la vez que se participa en las actividades del grupo que se está investigando. Para conocer bien un tema que se esté investigando es necesario introducirse en él, en este caso, para analizar la participación activa de la UPV resulto necesario ser parte de la misma para conocerla y a la vez ser parte de la comunidad analizada (municipios en que está presente la UPV) para recoger datos sobre su vida cotidiana.

La unidad de análisis fue la Universidad Politécnica de Victoria, ubicada en la capital de Tamaulipas. La universidad tiene influencia, además de Victoria, en los municipios en los que tiene sedes e imparte educación a distancia: Jaumave, Burgos y González (Figura 1). La población en situación de pobreza en estos municipios sede de educación a distancia de la UPV es mayor que el porcentaje en el estado de Tamaulipas, en el cual la población en situación de pobreza asciende a 39.4 %, mientras que en los municipios es

de entre 65 y 68%, por ello, y alineado al Plan Estatal de Desarrollo, se busca fortalecer el desarrollo de las comunidades de estos municipios, la participación activa de la UPV es un factor relevante para lograrlo.

**Figura 1. Presencia de la Universidad Politécnica de Victoria en los municipios de Tamaulipas**



Fuente: Adaptado del Gobierno de Tamaulipas

El periodo de estudio fue de 2011 a 2014. La UPV inicio sus actividades en 2007, por lo que se considera pertinente el análisis de su participación activa y desarrollo de la comunidad a partir de años posteriores a la fecha de haber iniciado su actividad.

Las variables analizadas fueron los eventos de participación activa y desarrollo de la comunidad realizados por la UPV, entre los que se encuentran:

- Publicaciones
- Congresos
- Ciclos de conferencias y foros
- Eventos culturales

- Atención de la salud
- Torneos deportivos
- Actividades sociales

La NMX-SAST-26000-IMNC-2011/ISO 26000:2010 aborda siete materias fundamentales de la responsabilidad social definidas en la norma e ilustradas en la siguiente Figura 2 (SE, 2014b).

**Figura 2. Materias fundamentales de la responsabilidad social**



Fuente: SE, 2014b

El punto 6.8. Participación activa y desarrollo de la comunidad es el que se analiza en este ensayo. El estudio se dividió en dos etapas:

- Primera etapa: se realizó la autoevaluación de la UPV sobre su participación activa y desarrollo de la comunidad, para lo que se recopiló la evidencia existente en la universidad sobre los eventos en este ámbito realizados por la UPV.
- Segunda etapa: el cuerpo académico del Programa Educativo de Administración y Gestión de Pymes detectó y analizó las oportunidades de mejora para realizar eventos que incrementen la participación activa y desarrollo de la comunidad de la UPV.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN



La UPV, en atención a los preceptos establecidos por la materia de la responsabilidad social bajo la forma de participación activa, ha definido diversos grupos de interés sobre los cuales aplicar su participación activa para el desarrollo de la comunidad. Los grupos mencionados están integrados por los dueños de las Mipymes establecidas en los municipios en los que la universidad tiene presencia: Victoria, Jaumave, Burgos y González.

También se enfoca la responsabilidad social a los grupos vulnerables de la sociedad, tales como personas de escasos recursos, personas afectadas por fenómenos meteorológicos, personas que requieren de servicios médicos, entre otros.

Los eventos de participación activa que la UPV ha realizado abarcan el ámbito social, deportivo, cultural y académico (Cuadro 1). Predominan las acciones en materia social y académica (48 y 33 %, respectivamente). La relevancia de las acciones se mide por la permanencia y sus efectos.

**Cuadro 1. Actividades y eventos de participación activa y desarrollo de la comunidad realizados por la UPV**

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>
Social	Labor de limpieza ambiental a Rio San Marcos
	Entrega de juguetes a Escuela Primaria
	Colecta Cruz Roja
	Participa la UPV en Altruista campaña de donación de sangre
	Entrega de juguetes, almuerzo y creativos juegos a Jardín de Niños
	Actividad a favor de Pro Animal
	Puente peatonal en el balneario “El Ojito” Jaumave Tamaulipas
	Acopio de despensas y entrega a los damnificados
	Cuidado al Medio Ambiente
	Acopio de alimentos y entrega de despensas a niños de la Escuela “Profesor Alfredo Rodríguez”
	Entrega de juguetes a comunidades rurales
	Entrega de juguetes en hospital infantil
	Participación de la UPV en el Torneo de Fútbol “Copa Gobernador 2013”
Deportiva	Organización y participación en la conmemoración del día de la bandera en el Municipio de Jaumave Tamaulipas.
	Participación en el programa dominical “Libre 17” con bailes folclóricos.

Fuente: Elaboración propia

Todas las acciones de responsabilidad social son importantes, sin embargo, en este estudio se evalúan las acciones de responsabilidad social de acuerdo a su sostenibilidad. Se consideran más sostenibles las acciones en el ámbito académico, porque está relacionado con la formación directa de recursos humanos. En el ámbito social son sostenibles siempre y cuando se enfoquen a incrementar las capacidades de los individuos beneficiarios, si son para paliar momentáneamente una condición de precariedad no deben considerarse sostenibles.

Acorde al precepto anterior, la UPV debe mejorar su participación activa y desarrollo de la comunidad incrementando las acciones que se enfoquen al desarrollo de capacidades, habilidades, talento y, en general, capital humano, que permitirá a los individuos enfrentar y resolver las problemáticas que se les presenten y con ello acceder a una vida y trato digno.

La participación activa y desarrollo de la comunidad de la UPV podría enfocarse a la impartición de talleres que incrementen las capacidades, habilidades y, en general, el capital humano de las personas y grupos vulnerables. Ejemplos de actividades, cursos, talleres, entre otros, que pudieran ofrecerse se presentan en el Cuadro 2.

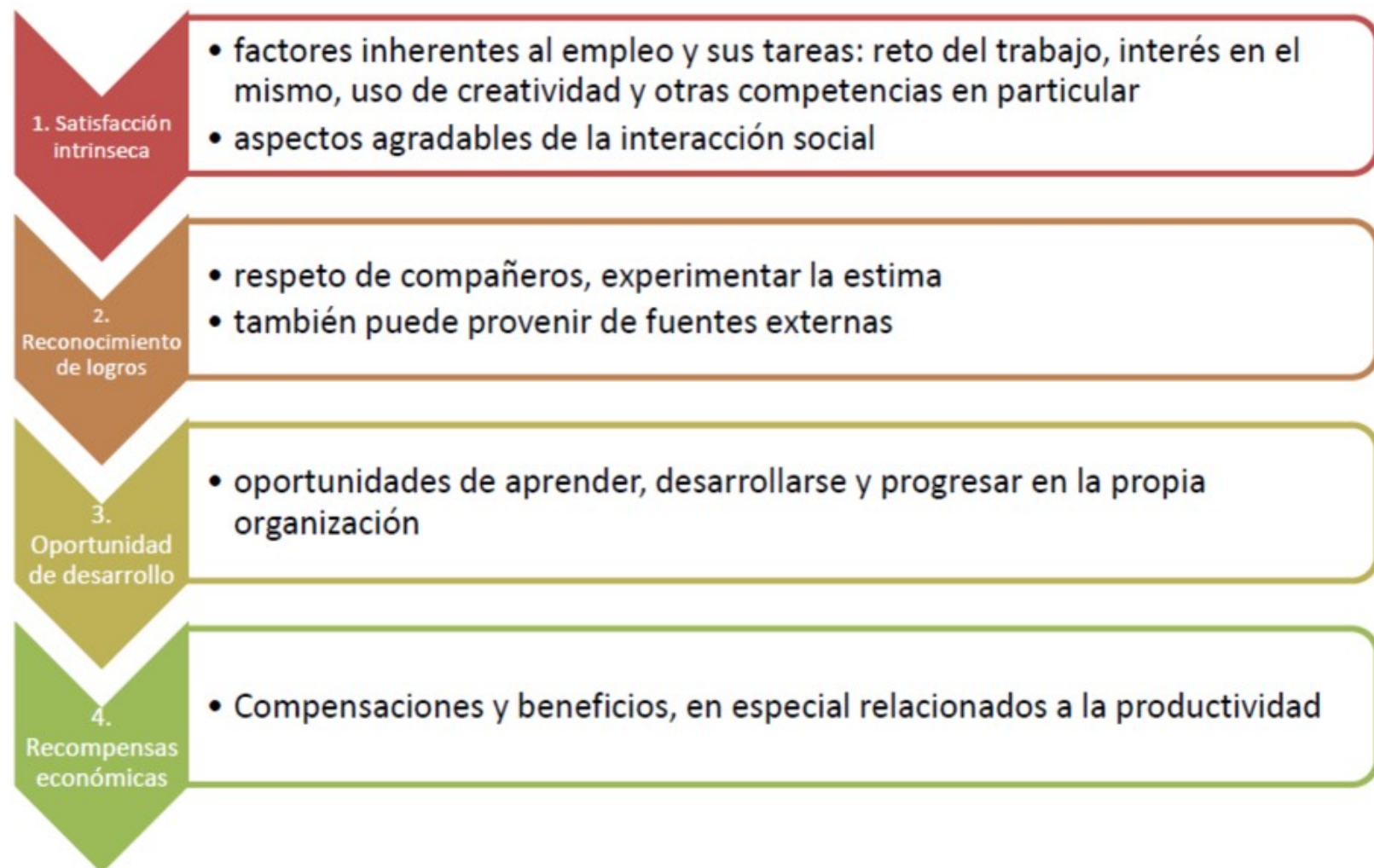
**Cuadro 2. Actividades, curso y talleres propuestos para que la UPV fortalezca su participación activa y desarrollo de la comunidad**

<b>Actividad</b>	<b>Población objetivo</b>	<b>Propósito</b>
Talleres de asesorías administrativas, contables y fiscales	Mipymes de los 4 municipios	Apoyar a los empresarios en el desarrollo de manuales, registros contables, cálculo y declaración de impuestos.
Talleres de emprendedurismo	Estudiantes de nivel medio superior	Impulsar y desarrollar el emprendedurismo entre los jóvenes tamaulipecos.
Talleres en uso de las TIC's	Mipymes de los 4 municipios	Proporcionar herramientas para aprovechar las ventajas de usar las TIC's en los negocios.
Campañas para promover el cuidado del medio ambiente, agua etc.	Estudiantes del nivel básico	Concientizar a los estudiantes en la importancia del cuidado del medio ambiente, agua etc.
Cursos de aprovechamiento de materiales reciclables	Mipymes de los 4 municipios y estudiantes de nivel medio superior	Desarrollar la capacidad empresarial de microempresarios y jóvenes.

Fuente: Elaboración propia

Los talleres y campañas propuestos se enfocan al desarrollo del talento humano, con énfasis en el cuidado del medio ambiente, valor indispensable actualmente en la sociedad. Castillo (2012) establece cuatro categorías de factores necesarios para el desarrollo del factor humano (Figura 3).

**Figura 3. Factores necesarios para el desarrollo del factor humano**



Fuente: Castillo, 2012.

Los factores de la Figura 2 se relacionan con las necesidades de cada individuo que van desde las fisiológicas hasta las de autorrealización personal, en consecuencia la dirección de las flechas indicando de dónde parte el individuo y hacia dónde se dirige serían en sentido contrario, puesto que las necesidades básicas del individuo se satisfacen, generalmente, con las recompensas económicas, por tanto sería el número 1 y el reconocimiento y satisfacción serían los aspectos más elevados de satisfacción de necesidades, números 3 y 4, respectivamente.

Las satisfacción de las necesidades del ser humano impactan en su desarrollo, mientras más y mejor satisfechas estén las necesidades del ser humano mayor será su desarrollo. Los beneficios económicos y de artículos que satisfagan sus necesidades son necesarios, pero se insiste en que prevalezcan los beneficios orientados al desarrollo de sus capacidades, habilidades y talento porque a través de ellos podrá también satisfacer sus necesidades primarias tales como la alimentación, vestido, calzado y de seguridad o estabilidad.

## CONCLUSIONES

El estudio permitió el logro de los objetivos planteados. La descripción de los eventos de participación activa que realiza la UPV para el desarrollo de la comunidad permite visualizar hacia dónde debe encaminar sus esfuerzos para impactar positivamente en los grupos beneficiarios. Si bien es cierto que los ámbitos cultural y deportivo son importantes porque inciden de manera positiva en la prevención de diversos problemas de salud que enfrenta la población del país, tales como la obesidad y sobrepeso, se considera de mayor relevancia destinar el esfuerzo de participación activa y desarrollo de la comunidad a la solución de problemas estructurales.

La generación de capacidades dentro de la comunidad y la creación de las condiciones necesarias para la generación de empleos son dos actividades básicas para el desarrollo de la comunidad, la participación activa de la UPV se puede enfocar al fomento de ambos factores, puesto que por la naturaleza de sus actividades (investigación y docencia) posee el recurso humano necesario. Las actividades a desarrollar en cada comunidad deben estar acorde a lo demandado por la localidad, región o zona de que se trate.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Bergel, Salvador Darío. Responsabilidad social y Salud. Revista Latinoamericana de Bioética, vol. 7, núm. 12, enero-junio, 2007, pp. 10-27, Universidad Militar Nueva Granada. Colombia.
- Calvo, Cristina, s/f. Las diferentes teorías que sustentan la responsabilidad social de la empresa. [http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/334\\_calvo.pdf](http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/334_calvo.pdf). Recuperado el 28 de mayo de 2014.
- Casilla, Darcy; Camacho, Hermelinda. Evaluación de la Responsabilidad Social Universitaria. Opción, vol. 28, núm. 69, septiembre-diciembre, 2012, pp. 452-465. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela
- Castillo Contreras Rita del Carmen. 2012. Desarrollo del capital humano en las organizaciones. Red Tercer Milenio. 144 pág. ISBN 978-607-733-011-0
- Chirinos, María Eugenia; Fernández, Lizyllen; Sánchez, Guadalupe. Responsabilidad empresarial o empresas socialmente responsables. Razón y Palabra, núm. 81, noviembre-enero, 2012. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Estado de México, México
- Duque Orozco Yenni V., Marleny Cardona Acevedo, Jaime A. Rendón Acevedo. 2013. Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Cuadernos de Administración / Universidad del Valle / Vol. 29 N° 50 / julio - diciembre de 2013.
- Gobierno de Tamaulipas. 2014. Mapa de Tamaulipas dividido en municipios. <http://tamaulipas.gob.mx/tamaulipas/municipios/> Acceso el 25 de abril de 2014.
- ISO. 2014. ISO 26000 Responsabilidad social. ISO 26000 Visión general del proyecto. [http://www.iso.org/iso/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf)
- López Jaramillo, Carlos. La responsabilidad social del conocimiento en psiquiatría Revista Colombiana de Psiquiatría, Vol. XXXVI, núm. 4, 2007, pp. 568-569, Asociación Colombiana de Psiquiatría. Colombia.

- Martínez, José William. Responsabilidad social en la investigación aplicada. Investigaciones Andina, vol. 15, núm. 26, 2013, pp. 625-626. Fundación Universitaria del Área Andina. Pereira, Colombia
- Martínez Garcés, Dora Cecilia. 2007. La responsabilidad social empresarial, el papel de los gobiernos, los organismos multilaterales y las ONG`S. Proyecto de investigación. Universidad Anáhuac. Facultad de Economía y Negocios.
- Mercared sostenible. 2014. Participación activa y desarrollo de la comunidad. <http://www.mercaredsostenible.com/participacion-activa-y-desarrollo-de-la-comunidad.html>. Acceso el 05 de mayo de 2014.
- Mori Sánchez, María del Pilar. Responsabilidad social. Una mirada desde la psicología. Liberabit. Revista de Psicología, Vol. 15, Núm. 2, 2009, pp. 163-170. Comunitaria. Universidad de San Martín de Porres. Perú
- Plan Estatal de Desarrollo Tamaulipas 2011-2016. <http://tamaulipas.gob.mx/wp-content/uploads/2013/11/PED-TAMAULIPAS-Actualizaci%C3%B3n-2013.pdf>. Accesada el 22 de abril de 2014.
- Pradini Javier, Eduardo Sánchez. La responsabilidad social en el Tercer Sector. Salud y drogas, vol. 7, núm. 1, 2007, pp. 137-151, Instituto de Investigación de Drogodependencias. España
- Remolina, Gerardo. La responsabilidad social de la universidad. Nómadas (Col), núm. 19, 2003, pp. 239-246, Universidad Central. Colombia
- Reynoso López, Ricardo. Organismos promotores de la responsabilidad social en México. GANAR-GANAR mayo/junio 2012.
- SE (Secretaría de Economía). 2014a. Guía de responsabilidad social. <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/competitividad-normatividad-normalizacion-normalizacion-internacional/iso-26000/guia-de-responsabilidad-social>
- SE (Secretaría de Economía). 2014b. Materias fundamentales de responsabilidad social. <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/competitividad-normatividad-normalizacion-normalizacion-internacional/iso-26000/materias-fundamentales>
- Vélez Evans, Ana María. Un recorrido hacia la responsabilidad social corporativa. Revista Ciencias Estratégicas, vol. 19, núm. 25, enero-junio, 2011, pp. 55-74, Universidad Pontificia Bolivariana. Colombia

# Modelo de Simbiosis Industrial Aplicado para la Sustentabilidad

Magda Gabriela Sánchez Trujillo

Profesora Investigadora. Escuela Superior Tepeji. UAEH. [mgabyst@gmail.com](mailto:mgabyst@gmail.com).

Ismael Reyes González

Profesor Investigador. Escuela Superior Tepeji. UAEH. [ismaelreg@hotmail.com](mailto:ismaelreg@hotmail.com).

Vianey Demetrio Hipólito

Alumna de Ingeniería Industrial. Escuela Superior Tepeji. UAEH. [Narciso\\_29\\_05@hotmail.com](mailto:Narciso_29_05@hotmail.com).

## Introducción

Dentro de la ecología los elementos (agua, aire, flora, fauna) que conforman la naturaleza interactúan para propiciar un sistema ecológico que permite mantenerse, renovarse, o perpetuarse, bajo principios de equilibrio y tendencias propias. El enfoque opuesto de lo antes mencionado ha ocasionado que el detrimento ambiental se torne en un fenómeno impredecible cuya posibilidad de abatir, mermar o controlar se tornan más complejos a medida que avanzamos tecnológicamente.

Parte de los retos claves del siglo XXI tienen sus bases en la sustentabilidad considerando el replanteamiento de los procesos de producción bajo una óptica del máximo aprovechamiento de energía y recursos naturales. Se pretende con ello la interacción de las industrias para generar la eficiencia de funcionamiento y reducción de las emisiones al exterior.

Desde los años 50`s se han dado pasos para tratar de mitigar el impacto causado al ambiente. A partir de este momento, se introdujeron conceptos como: prevención de la contaminación, reciclaje, minimización de residuos, producción más limpia y ecoeficiencia, entre otros. Sin embargo, los precedentes más importantes de la ecología industrial se encuentran cimentados bajo los conceptos de simbiosis industrial y sinergia de subproductos, nacidos en los años 70`s. El principio que siguen estos conceptos es que el flujo de residuos de una industria se incorpore a otra convirtiéndose en materia prima para la segunda, con lo que se busca cerrar el ciclo de materia. (Ayres, 2001).

En este esquema, se busca el intercambio de materiales y se formulan adaptaciones tecnológicas para la producción y consumo de materiales, ya que la simbiosis industrial se enfoca en los flujos a través de redes de negocios y otras organizaciones en economías local y regional como un medio de desarrollo sustentable ecológico industrial. La simbiosis industrial involucra tradicionalmente industrias separadas en una orientación colectiva como una ventaja competitiva involucrando intercambio físico de materiales, energía, agua y/o subproductos. La clave para la simbiosis industrial es la colaboración y las posibilidades de sinergias por la proximidad geográfica. (Sánchez, Reyes, Garrido, 2012).

De esta manera la transformación de materiales, procesos y flujos se enfoca hacia la generación de lo que se conoce como simbiosis industrial; ésta se da cuando las industrias de una región colaboran para utilizar los sub-productos de otras compañías o de otra forma compartir recursos (Ehrenfeld, 2005); lo cual podría generar producción eco-industrial.

Esta producción ecológica debe reunir ciertos requerimientos que según el informe de la Comisión Mundial sobre Ambiente y Desarrollo del año 1987 (Informe Brundtland, ONU 1987) son: la explotación de recursos ambientales mínima de acuerdo a la calidad de absorción del medio receptor; garantizar calidad ambiental conforme se busque el incremento económico, esto es, tomar las carencias del medio como posibilidad de mejorar tanto en lo social, ambiental y tecnológico; fomentar el uso consciente de los recursos, ya que la sobreproducción o mal manejo de éstos incurre en un gasto de desecho y uno mayor en cuanto a reposición de daño se refiere y finalmente, la producción industrial ecológica que requiere ser regido por un modelo que permita su réplica, así como la unidad de industrias en una red de flujo de materiales, lo que podría conformarse como un parque eco-industrial.

### *Problemática*

De acuerdo con (Chertow, citado por Elabras, 2009) la simbiosis industrial es un término que forma parte de la llamada ecología industrial, destacando su propósito de llevar hacia un cauce común las industrias convencionales, normalmente separadas, buscando ventajas competitivas derivadas del intercambio de materiales, energía, recursos físicos, agua y productos secundarios (sub-productos).

El enfoque de cero desperdicio/cero residuos se apoya tanto en la simbiosis industrial como en el uso de nuevas tecnologías para el alcance de su objetivo, así como en el diseño ecológico (ecodiseño), la cadena de suministro de ciclo cerrado y la gestión del producto, (Curran,2011).

Por su parte el campo de la ecología industrial aborda el estudio de lo siguiente:

- a) Los flujos de materiales y energía en las actividades, tanto de las industrias como de los consumidores,
- b) Los efectos sobre el medio ambiente de dichos flujos,
- c) la influencia de los factores económico, político, regulatorio y social en el flujo, uso y transformación de los recursos, (Chertow, 2000). Sus principales propósitos son la minimización de desechos y la conversión de productos secundarios en productos y materiales reutilizables, y a través de esto, crear el potencial para contribuir a la sustentabilidad de la industria de la manufactura, (Roberts, 2004).

El concepto de desarrollo sostenible ha sido reconocido desde 1992 en la Conferencia Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo (ECO-92), durante la cual se establecieron las directrices ambientales, entre las que destacan: la adopción de los principios de desarrollo sostenible por parte de las naciones participantes, es decir, la adopción de políticas y estrategias de gestión que se centran en el equilibrio de la integridad ambiental, equidad social y la eficiencia económica, las “3S” de la sustentabilidad Rosenthal, (2003) .

A pesar de su creciente importancia en los últimos años, el desarrollo sostenible aún enfrenta una serie de desafíos, tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo y de reciente industrialización (DN / NIN). Incluso con los esfuerzos institucionales internacionales y de gobierno resulta difícil de transformar el concepto de desarrollo sostenible de la retórica a la realidad. En este punto se ha hecho hincapié en los vínculos entre la economía y el medio ambiente, restando atención a las dimensiones sociales de sostenibilidad.

Este hecho plantea no solo el intercambio al interior de las plantas sino también interplanta, lo cual conlleva a visualizar el diseño de parques industriales ecológicos (EIPS), los cuales están siendo difundidos en muchos países como un nuevo modelo industrial que puede conciliar las tres dimensiones de la sostenibilidad, ya que reorganiza prácticas y actividades industriales con el fin de satisfacer objetivos sostenibles de desarrollo. Este beneficio mutuo para la comunidad, economía y medio ambiente se establece claramente en la definición de parque eco-industrial (EIP).

De acuerdo con Lowe, (2001). Un EIP es “una comunidad de empresas de bienes y servicios ubicados juntos en una propiedad común. Los miembros buscan mejorar el rendimiento ambiental, económico y social a través de la colaboración y la gestión ambiental de recursos. Al trabajar juntos, la comunidad de negocios busca un beneficio colectivo que es mayor que la suma de beneficios que cada empresa cuenta con sólo la optimización de su rendimiento”. El objetivo de un EIP es mejorar el desempeño económico de las empresas participantes y reducir al mínimo sus impactos ambientales. Los componentes de este enfoque incluyen el diseño verde de la infraestructura del parque y las plantas (nuevas o modernizadas), limpieza en la producción, prevención de la contaminación, uso eficiente de agua, etc. Un EIP busca además que el impacto neto de su desarrollo sea positivo en las comunidades vecinas.

En suma, la ecología industrial y la simbiosis industrial, son conceptos clave para la idea del parque eco-industrial, por lo que haremos más adelante la descripción a detalle de ambos. Lo anterior nos lleva a plantear el siguiente objetivo:

### **Objetivo**

El presente proyecto de investigación aplicada tiene como objetivo el diseño de un modelo no lineal que permita la interacción simbiótica de agua para minimizar su consumo con miras a alcanzar un desarrollo sustentable.

### **Bases Teóricas**

La ecología industrial (IE) ha surgido en los últimos años como una guía para crear oportunidades para implantar negocios ambientales, y para reestructurar el sistema industrial con conceptos de sustentabilidad. Frosch y Gallopoulos han discutido el concepto de ecología industrial desde 1989, en su artículo “estrategias para manufactura”. IE analiza los flujos de recursos naturales desde la extracción hasta la fabricación, el uso del producto, su reutilización y regreso al medio ambiente; de esta forma se analiza el efecto combinado de todos estos pasos en el medio ambiente (EPA, 2001). Si los materiales son reciclados a través de los sistemas industriales como lo son en ecosistemas naturales, a continuación, estos subproductos de un proceso se convierten en la materia prima de otro y el concepto de residuo dejaría de existir.

#### **Simbiosis Industrial**

La Simbiosis Industrial es el intercambio de materiales entre varios sistemas productivos de manera que el residuo de uno es materia prima para otros y su implantación promueve una red de empresas. El objetivo inicial de la Simbiosis industrial es económico, pero tiene consecuencias ambientales y sociales, positivas. La simbiosis



industrial se encuentra contenida dentro de la Ecología Industrial, de manera que no puede existir ecología industrial sin utilizar el método de simbiosis industrial, pero la ecología industrial es más amplia, ya que contempla aspectos económicos, ambientales y sociales para tender a la sustentabilidad.

Como consecuencia del enfoque que ofrece la ecología industrial, pueden observarse tres elementos clave dentro de éste (Cervantes, 2007):

- Creación de una red de industrias o entidades relacionadas con su entorno.
- Imitación del funcionamiento de los ecosistemas.
- Inclusión de los tres sectores del desarrollo sustentable (social, económico y ambiental).

Desde la introducción de IE y CP el concepto de simbiosis industrial (IS) se ha puesto en una nueva perspectiva. El término “simbiosis” designa relaciones en la naturaleza en el que al menos dos empresas intercambian materiales, energía, información beneficiándose mutuamente, y tomando ventaja de sus sinergias.

Cherton, (2000) en su artículo Simbiosis Industrial: literatura o taxonomía, define el concepto de IS como: “Simbiosis industrial como parte del campo emergente de la ecología industrial, que demanda atender el movimiento de materiales y energía a través de economías locales y regionales”.

En este sentido, Côté y Cohen-Rosenthal (1998), definen una serie de criterios que caracterizan a un parque eco-industrial, las cuales se listan a continuación.

- 1.- Puntualiza como una comunidad de intereses y la aglomera en el diseño del parque.
- 2.- Reduce el impacto ambiental o la huella ecológica a través de la sustitución de materiales tóxicos, la absorción de dióxido de carbono, intercambio de materiales y el tratamiento integral de los desperdicios.
- 3.- Maximiza la eficiencia energética a través del diseño y la construcción, co-generación e interacción simbiótica de la comunidad de interés.
- 4.- Conservación de materiales mediante el diseño y construcción, re-uso, recuperación y reciclado.
- 5.- Vincula las compañías con proveedores y clientes con la comunidad en la cual estén situados los parques eco-industriales.
- 6.- Mejora continua del desempeño ambiental de las compañías individuales y en conjunto.
- 7.- Implanta un sistema regulatorio, el cual permite flexibilidad a las compañías para alcanzar sus objetivos individuales.
- 8.- Uso de incentivos económicos que desalienten el desperdicio y la contaminación.
- 9.- Empleo de un sistema de gestión de la información que facilite el flujo de energía y materiales dentro de un ciclo más o menos cerrado.
- 10.- Creación de un mecanismo que busque alentar, entrenar y educar a gerentes y trabajadores, a cerca de las nuevas estrategias, herramientas y tecnologías para mejorar el sistema productivo.

11.- Orientar las estrategias de mercadeo para la atracción de empresas que llenen nichos y complementen a otras firmas.

Cero desperdicio es por tanto, un marco de referencia sistémico que pretende eliminar los restos, así como evitar la disposición final o incineración. Esta filosofía pretende eliminar las fuentes de desperdicio a lo largo de toda la cadena de suministro. Para ello se migra de un sistema de abasto lineal (diseño lineal) y una cultura de disposición final, a favor de un ciclo cerrado con base en estrategias ambientales exitosas, en la figura 1 se presenta el diagrama dicho proceso.

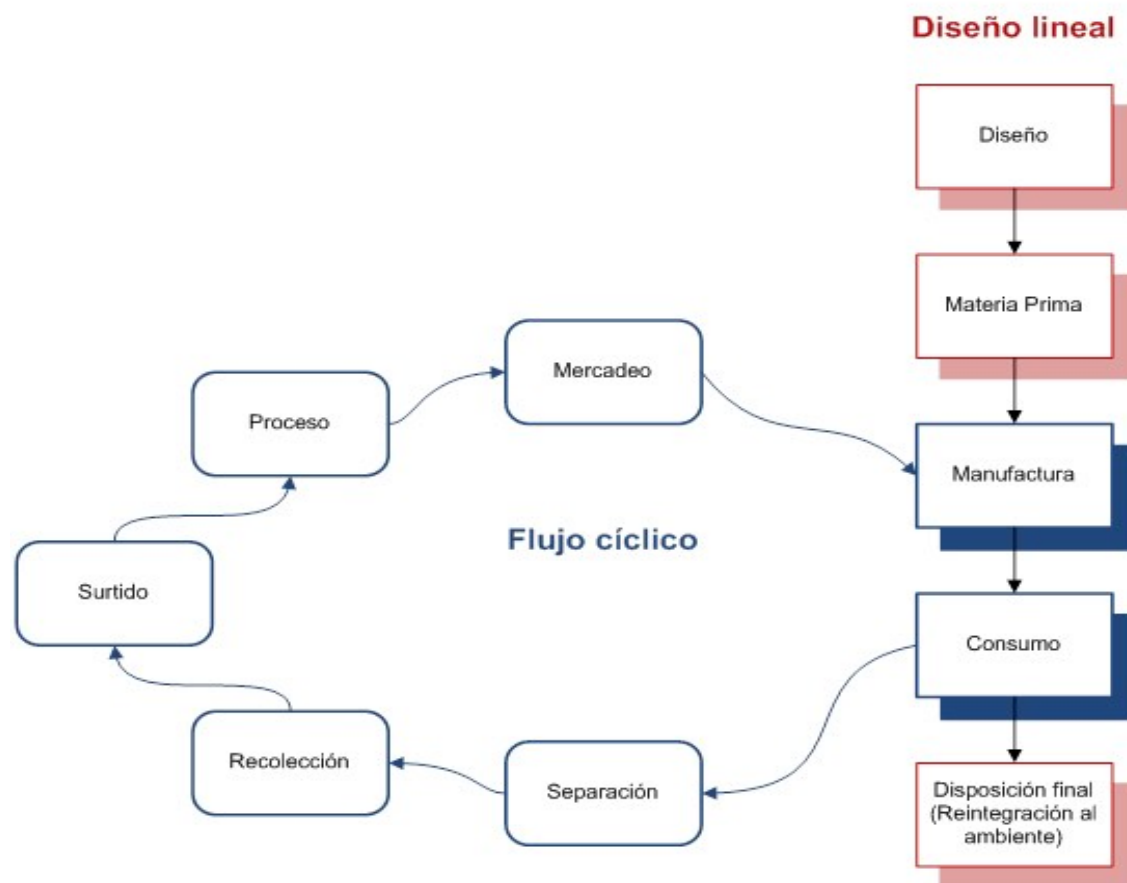


Figura 1. Sistema de flujo cíclico para cero desperdicios. Adaptado de: (Curran y Williams, 2011)

Cero desperdicio en redes industriales se define como: el objetivo pragmático y visionario, para guiar a las personas en la emulación de los ciclos sustentables de la naturaleza, donde todos los desechos materiales son reutilizados por otros ciclos. Cero desperdicio significa diseñar y gestionar productos y procesos para reducir el volumen y toxicidad del desperdicio y materiales, tan cerca como sea posible de la nada, conservando y recuperando sin quemarlos o depositarlos en estaciones de disposición final. El éxito en la implementación de esta filosofía eliminaría todas las descargas a la tierra, agua o aire (ambiente) que puedan amenazar al planeta, personas, animales o a la salud del planeta. En la industria, el objetivo de cero desperdicios, se completaría con la ayuda de la simbiosis industrial y las nuevas tecnologías. (Curran y Williams, 2011).

Siguiendo con Curran, et al., algunas estrategias para lograr cero desperdicios en la industria son:

- Eco-diseño

- Simbiosis industrial
- Gestión de la cadena de suministro como un ciclo cerrado
- Uso de nuevas tecnologías
- Gestión del producto hasta su reintegración al ambiente
- Evaluación del ciclo de vida del producto
- Planes para sistemas de gestión ambiental

### *Herramientas para Implementar Simbiosis*

Se utilizan muchas y variadas herramientas y métodos que le permiten analizar y fomentar las interacciones e interrelaciones existentes entre los sistemas industriales y también otras que se desarrollan al interior de una sola empresa o sistema, empero en este caso se exponen las que se han adaptan a la investigación en cuestión.

Entre ellas podemos mencionar:

- Diagramas de flujo. Diagramas donde se expresan los procesos que tienen lugar en una empresa, entidad, región, etc. y se indican las materias primas, los residuos, emisiones y descargas, así como los materiales y energía intercambiados.
- Mercado de subproductos. Consiste en la compra venta de residuos y/o subproductos entre entidades distintas.
- Producción más limpia. Definida como la aplicación continua de una estrategia ambiental preventiva para aumentar la eficiencia de productos, procesos y servicios y disminuir los riesgos para el hombre y el medio ambiente (PNUMA, 2008).

### ***Materiales y Método***

La investigación se realiza en una empresa manufacturera de giro textil, fundada en el año de 1867. Entre la gama de productos con los cuales cuenta la empresa podemos mencionar: toallas faciales, para manos, medio baño, baño completo, batas de baño, tapetes para baño y sábanas. La organización cuenta con alrededor de 330 empleados, desde administrativos hasta operarios. Es considerada una mediana empresa, dentro del rango de las Pymes (pequeñas y medianas empresas), *clasificación de empresas en México*, es la compañía más importante en el centro del país.

### Proceso de producción

La empresa tiene un proceso semi-automático, ya que en éste conviven fases manuales, en las cuales existe la intervención del operador, y fases automáticas, en las cuales la máquina realiza la operación por sí misma y cada determinado tiempo, el proceso productivo cumple una orden de trabajo, con un metraje establecido. Se engarza en el proceso de producción de tejidos de rizo, que inicia con la recepción de algodón que se almacena para ser integrado al proceso de hilado, en el cuál se conforman (enconan) los hilos que serán utilizados en el siguiente proceso. (Ver Figura 2).

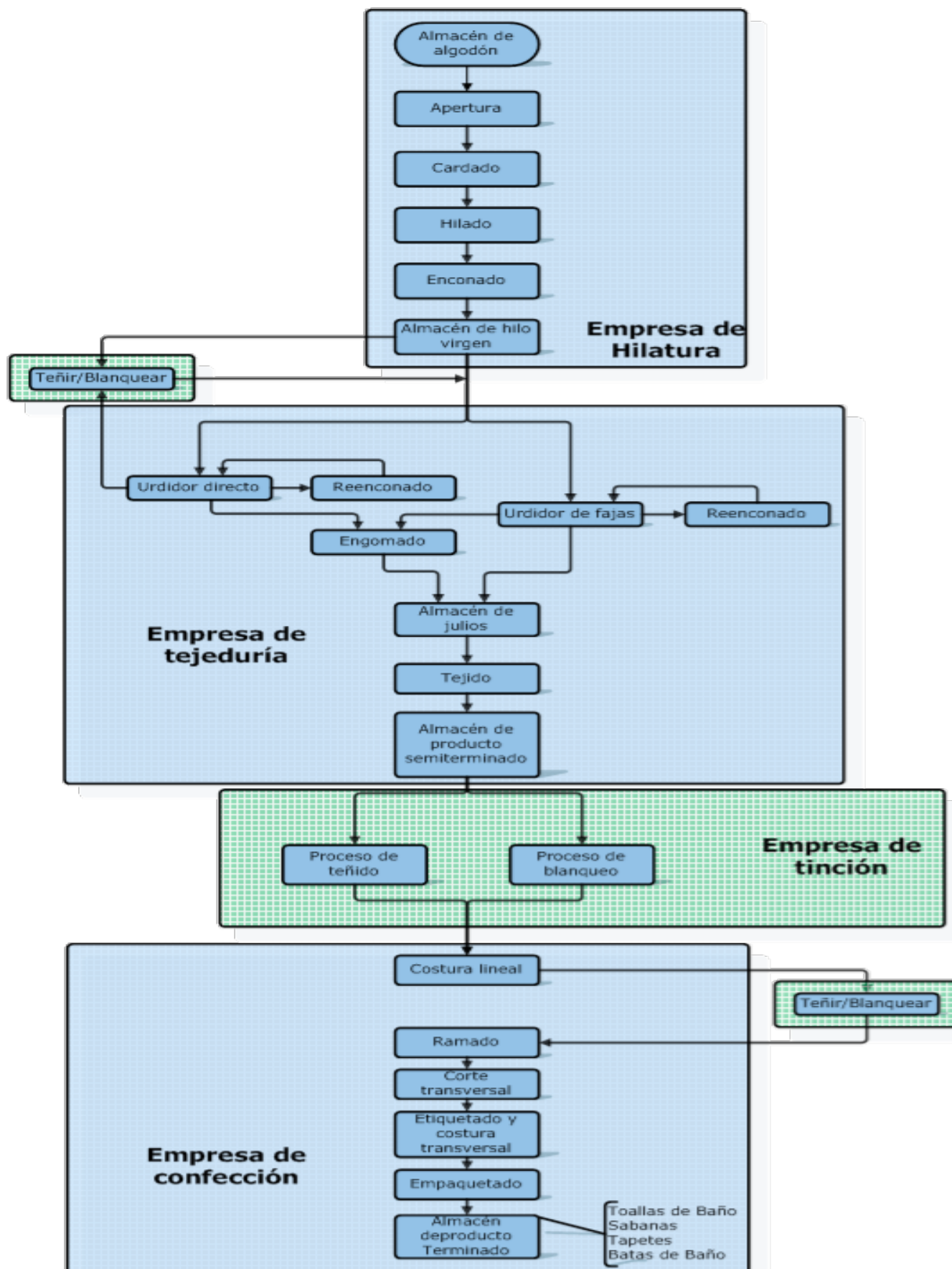


Figura 2. Seguimiento del proceso de producción de la empresa a partir de la observación del proceso.

La empresa cuenta con cuatro departamentos que son hilatura, Urdido y engomado (Tejeduría), puente sierra (confección) y Teñido; los cuales contribuyen de cierta forma en el proceso de manufactura de toallas.

Hilatura se encarga de unir el algodón y formar los hilos, de acuerdo a la necesidad del proceso será de una hebra, dos o hasta tres en cada torsión, en este espacio, se ocupa el agua para mantener la humedad del algodón.

En la parte de Urdido, varios hilos se unen de manera tal que formen en cierto modo un telar tan ancho como las especificaciones indican y tan largo como la maquinaria lo permite, para que posteriormente en la parte de engomado, se les dé a éstos resistencia y un brillo peculiar. En esta parte el agua se emplea para dar calor a la goma empleada y es de dos tipos: vapor y agua caliente. En el área de confección de toallas se asigna un logo, o detalles que sean requeridos por el cliente, para este departamento, el agua funge como agente condicionador de la humedad del ambiente.

Para la parte de tintorería dividiéndose en teñido y pre teñido, un lugar muy húmedo y caliente, se le atribuye la función de colorar las telas antes confeccionadas, empleando gran cantidad de agua para este proceso, su requerimiento de agua corresponde al 80% del total ministrado por la empresa y el 20% restante se divide en los demás departamentos así como cocina, sanitarios, regaderas, entre otros. La gran cantidad de agua ocupada en tintorería, de acuerdo a cálculos realizados bien podría abastecer a 1000 familias de la región por un periodo de un mes.

Este vital líquido bien puede ser aprovechado para otras plantas e incluso para la ciudadanía; el punto anterior toma relevancia ya que el trabajo se centra en el establecimiento de redes de intercambio de agua entre varias plantas que conforman la empresa.

Frosch y Gallopoulos (1989) proponen que es posible la reducción de residuos cuando otra empresa emplea éstos como materia prima simbiosis industrial, también llamado sinergia de productos.

En el presente caso se pretende propiciar los medios con base a un análisis minucioso para la generación de un modelo que permita la reducción de consumo de agua dulce y fomentar la trata de agua de desecho para su posible uso en algún otro proceso en el cual se pudiera emplear el agua tratada, considerando que cumpla con los requerimientos para el siguiente proceso. En la figura 2 ya se mostró la relación existente entre las partes del proceso, ello lo limitamos al área de tintorería donde se trabajará por los criterios antes mencionados; en dicho departamento se cuenta con 2 depósitos de agua, éstos a su vez abastecen a las 7 máquinas situadas en dicho espacio y con las cuales se logra el objetivo de teñido, éstas requieren del vital líquido para desempeñar su función, en el proceso se aplican químicos para dar los colores establecidos a la tela, o decolorarlas según el patrón de especificación del producto tal como se muestra en la figura 3.

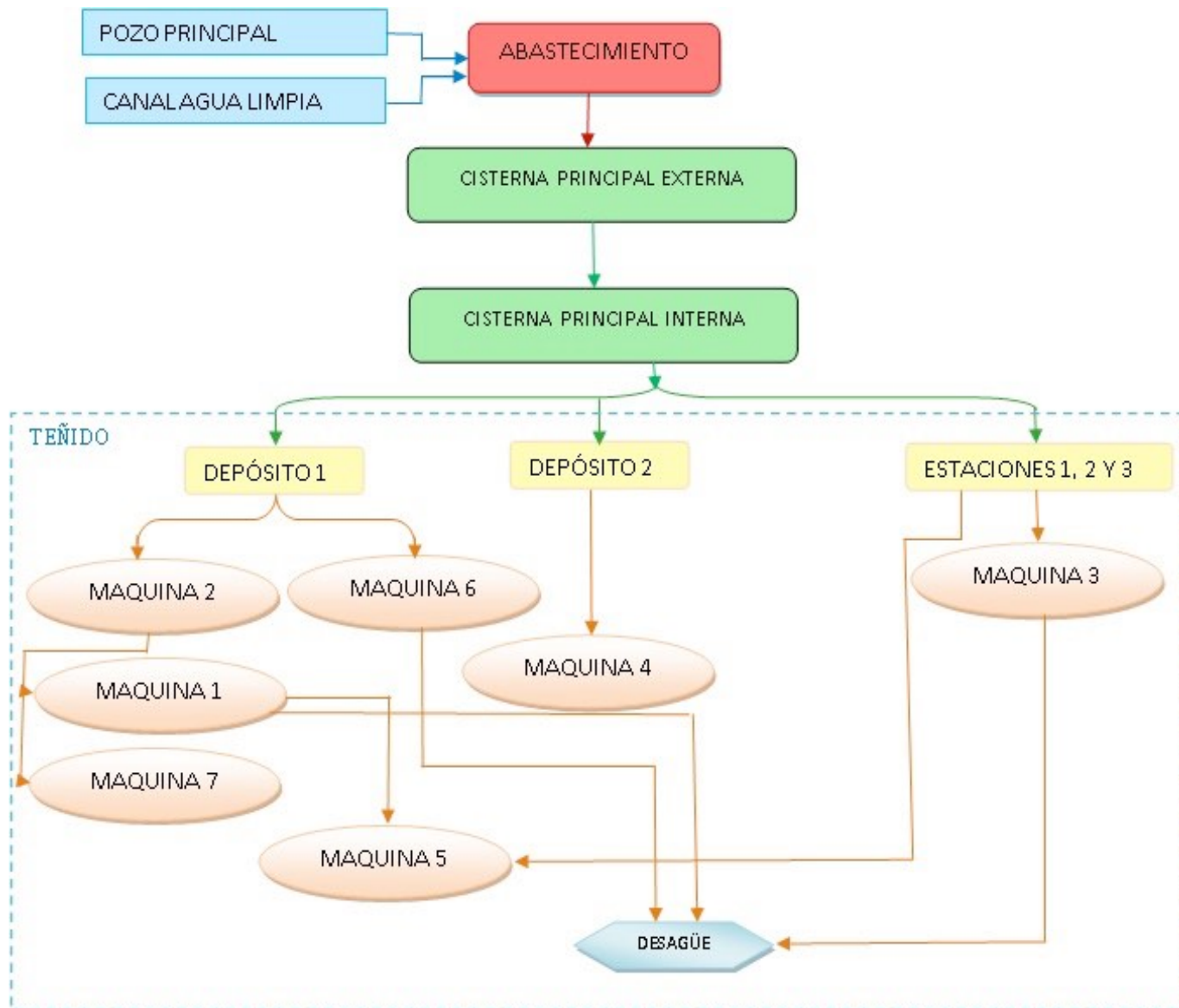


Figura 3. Diagrama de flujo del departamento de Tintorería a partir de datos de la empresa.

Una vez determinado el diagrama de flujo se procede al diseño de la maquinaria, con énfasis únicamente en aquellas tuberías correspondientes a donde circula el agua independientemente del estado en el que se encuentre éste (líquido y gaseoso), dicho diseño ayudará a una posterior definición de modelo matemático que responda a la optimización del vital líquido y englobe la participación de las variables afines al proceso (entradas, salidas, gasto, desperdicio, nivel de pureza, entre otros); para posteriormente simular en un programa avanzado, el resultado obtenido para proponer el modelo óptimo de distribución y manejo o reutilización del recurso crítico para la planta.

Como se podrá observar en la figura 4, se tiene el diseño ya completo de todos los componentes del departamento, observándose la relación entre ellos y la fisonomía de cada ente que participa en el proceso; el ambiente es desarrollado en el programa de Autocad Plant 3D 2014 para tuberías especialmente.

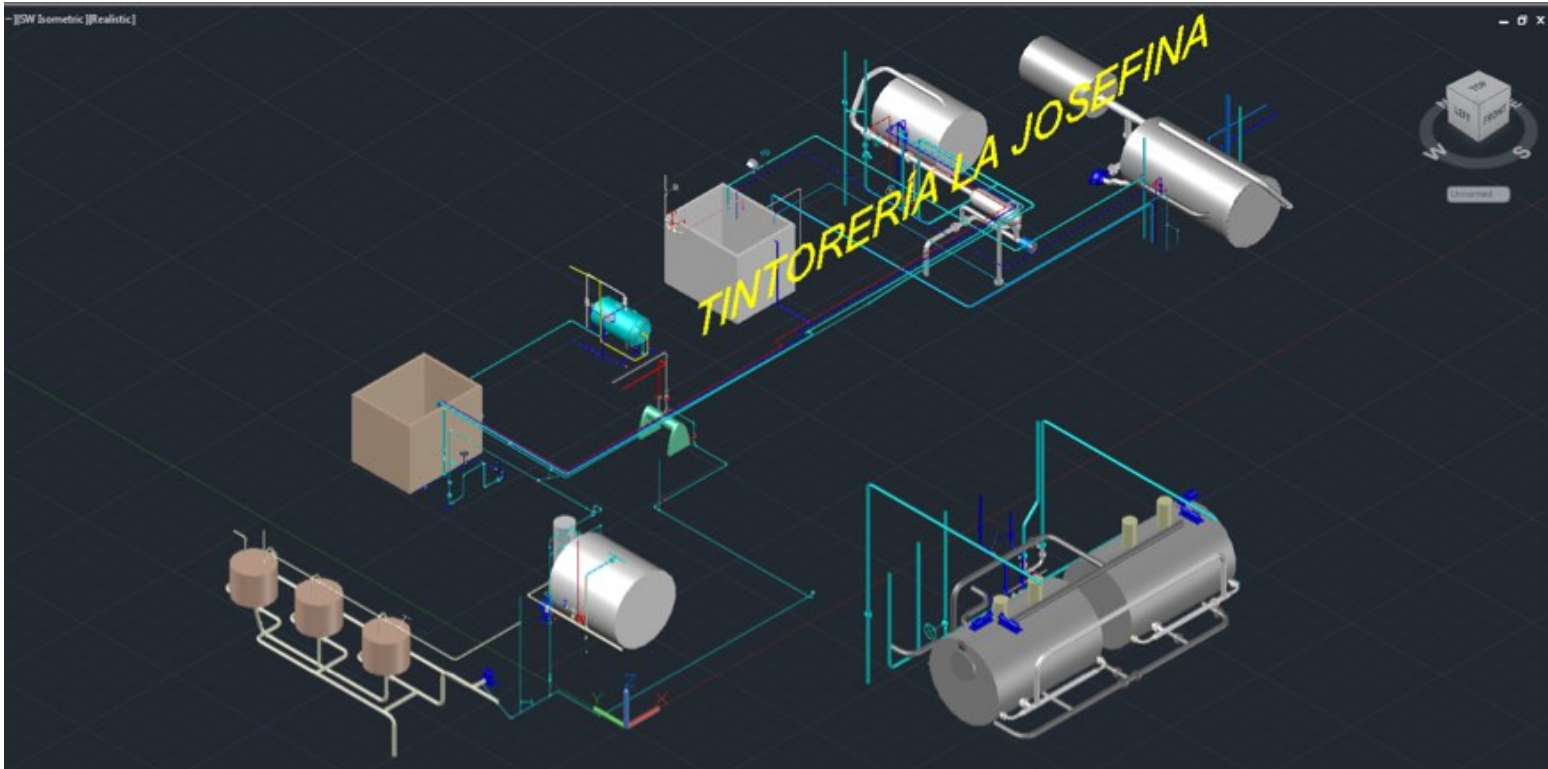


Figura 4. Diseño de Tintorería en Autocad Plant 3Da partir de datos de la empresa.

El escenario donde se desarrolla la investigación tiene cabida en la exploración del efecto que tiene la variación del agua dulce y el costo del tratamiento de aguas residuales.

Para el planteamiento de diseño del modelo se tiene la formulación de un modelo matemático no lineal, ya que ello se refiere a que los parámetros que representan las variables de estudio llevan a una multiplicación; y se caracteriza por ser de dos niveles porque refiere a la toma de decisiones de un líder hacia los demás departamentos (considerando en este caso al líder como el departamento de tintorería por representar el requerimiento de recurso crítico), siendo los restantes los probables receptores del residuo ya con el tratamiento que cubra la requisición que el receptor exige para el desempeño de su proceso; no obstante se espera también una retroalimentación por parte de los demás departamentos en cuanto al recurso para incurrir en una mejora continua y una negociación apropiada recordando que las partes interesadas poseen políticas propias en cuanto a la disposición del agua. (Ver figura 5).

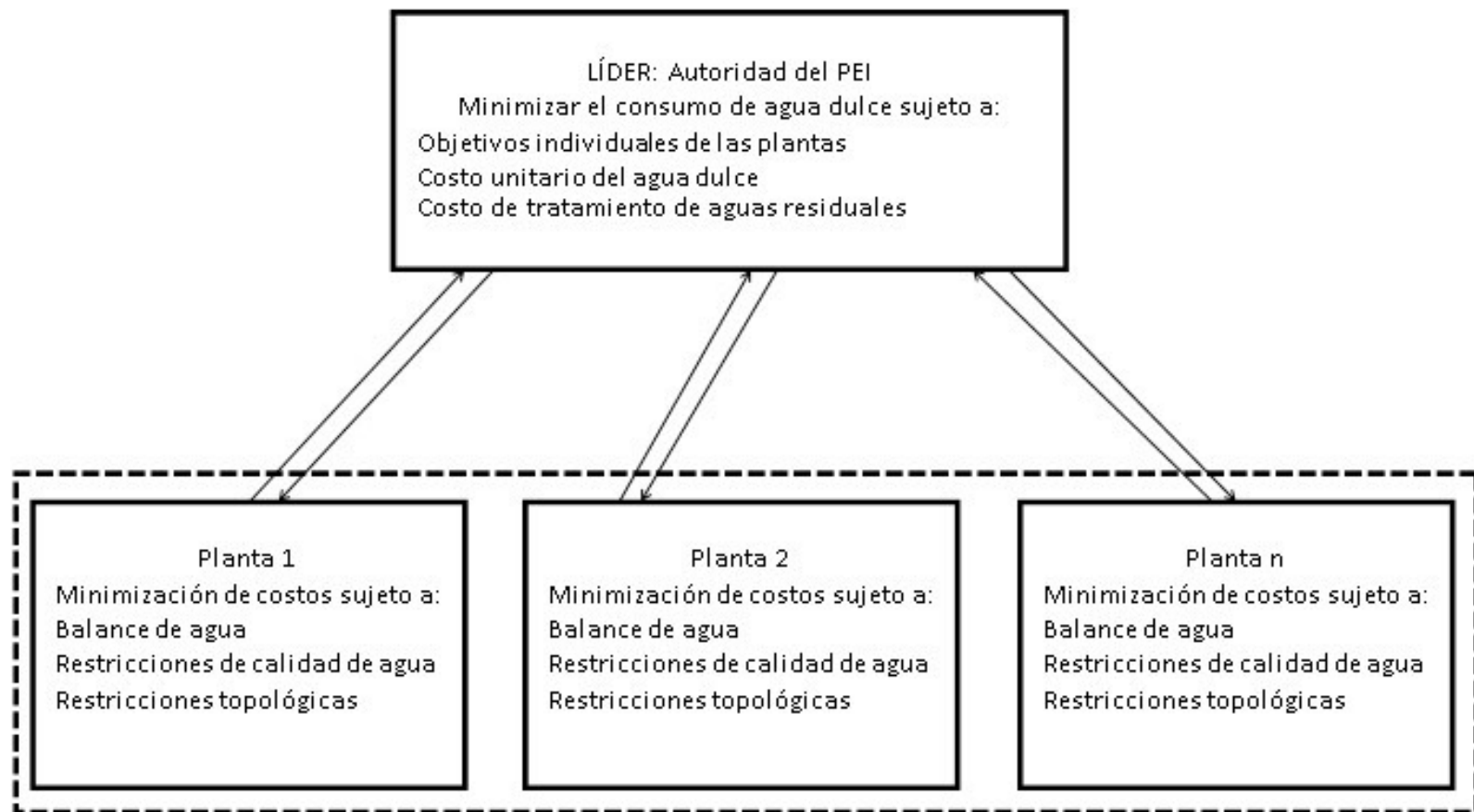


Figura 5. Modelo Dos niveles Takama y Umeda (1980)

Descripción del Modelo de Optimización

Nomenclatura

**Parámetros constantes**

$S_i$  = Cantidad de agua disponible en la planta

$D_j$  = Agua necesaria en la planta

$c_{j,in}$  = Concentración máxima permisible de contaminantes

$m_{ij}$  = Costo unitario para el reciclaje de agua de la planta i a la planta j

$FW^L$  = Límite inferior para agua dulce total consumido

$FW^U$  = Límite superior para agua dulce total consumido

Variables de control de líder



$P_F$  = Costo unitario de agua dulce

Variables de control de seguidor (control óptimo)

$r_{ij}$  = Agua que va de la planta i a la planta j

$F_j$  = Agua dulce que entra a la planta j

$W_i$  = Volumen de aguas residuales generados por la planta i

$TC_i$  = Costo total incurrido por planta que funciona como fuente y el receptor.

Cantidad de agua disponible en la planta	5000 m <sup>3</sup>
Agua necesaria en la planta	4770.97 m <sup>3</sup>
Concentración máxima permisible de contaminantes	•Ver tablas 1 y 2
Costo unitario para el reciclaje de agua de la planta i a la planta j	20.71
Límite inferior para agua dulce total consumido	4293.873 m <sup>3</sup>
Límite superior para agua dulce total consumido	5248.067 m <sup>3</sup>
Costo unitario de agua dulce	20.71
Volumen de aguas residuales generados por la planta i	1= 544.5 m <sup>3</sup> 2=123.6255 m <sup>3</sup> 3=47.52 m <sup>3</sup> 4= 0 m <sup>3</sup>

Tabla 1	
Parámetros de agua con sedimentos para agua de pozo	
STS	<1
pH	7.15

Tabla 2	
Parámetros de agua con sedimentos para la red municipal	
STS	<1
pH	7.60
Dureza	32
Conductividad	4584
DQO	<5
Turbidez	0.05
Color	<5
Hierro	<0.1
Magnesio	<0.05

Con lo anterior se llega a las siguientes ecuaciones que cumplen con las requisiciones que muestran las variables antes planteadas.

El problema está formulado de la siguiente manera:

- 1.El líder tiene el objetivo de reducir al mínimo consumo de agua dulce de tintorería.

$$\min \sum_j F_j \quad (1)$$

Sujeto a los siguientes parámetros:

$$P_W^L \leq P_W \leq P_W^U \quad (2)$$

$$P_F^L \leq P_F \leq P_F^U \quad (3)$$

- 1.Sujeto a lograr los objetivos del seguidor.

$$\max \lambda$$

- 1.El costo incurrido por cada planta consiste de tres componentes:

- Costo de agua dulce utilizado por la planta
- Costo para el tratamiento de aguas residuales generado por la planta
- Costo de transporte y recepción que agrupan el reciclado de agua.

- 1.Las siguientes ecuaciones muestran limitaciones del balance y calidad de agua que entran a la planta de estudio.

$$\sum_j r_{ij} = S_i \quad \forall i \quad (5)$$

$$\sum_i r_{ij} + F_j = D_j \quad \forall j \quad (6)$$

1.La ecuación mostrada a continuación determina la cantidad de contaminante en el agua dulce.

$$\sum_j r_{ij} \leq D_j c_{j,in} \quad \forall j \quad (7)$$

1.La siguiente, es una restricción topológica, por lo que permite la reutilización de agua en la misma planta.

$$r_{ij} = 0 \quad \forall i = j \quad (8)$$

1.El costo incurrido para reciclaje se divide equitativamente entre la fuente y el receptor de corriente de reciclaje, denotado como sigue:

$$SC_i = W_i P_W \quad (9)$$

1.El costo total incurrido por cada planta como la fuente y el receptor está dada por lo siguiente:

$$TC_i = SC_i + DC_j \quad \forall i = j \quad (11)$$

## V. Resultados

### Descripción

F1 + F2 + F3 + F4= Consumo de agua dulce de las plantas 1, 2, 3, 4.

r= entrada de agua dulce a la planta 1, 2, 3, 4 ( $r_{ij}$ )

r11= agua que va de la planta 1 a la planta 1

r12= agua que va de la planta 1 a la planta 2

r13= agua que va de la planta 1 a la planta 3

r14= agua que va de la planta 1 a la planta 4

Donde:

1= Tintorería

2= Hilatura

3= Tejido

4= Confección

DC= Costo para recepción de agua por la planta 1, 2, 3,4

SC=Costo de la planta que funge como fuente (1, 2, 3, 4)

W= Volumen de agua residual generada por la planta 1, 2, 3, 4 que puede ser reciclada.

Tc= Costo total incurrido por la planta que funciona como emisor o receptor del vital líquido

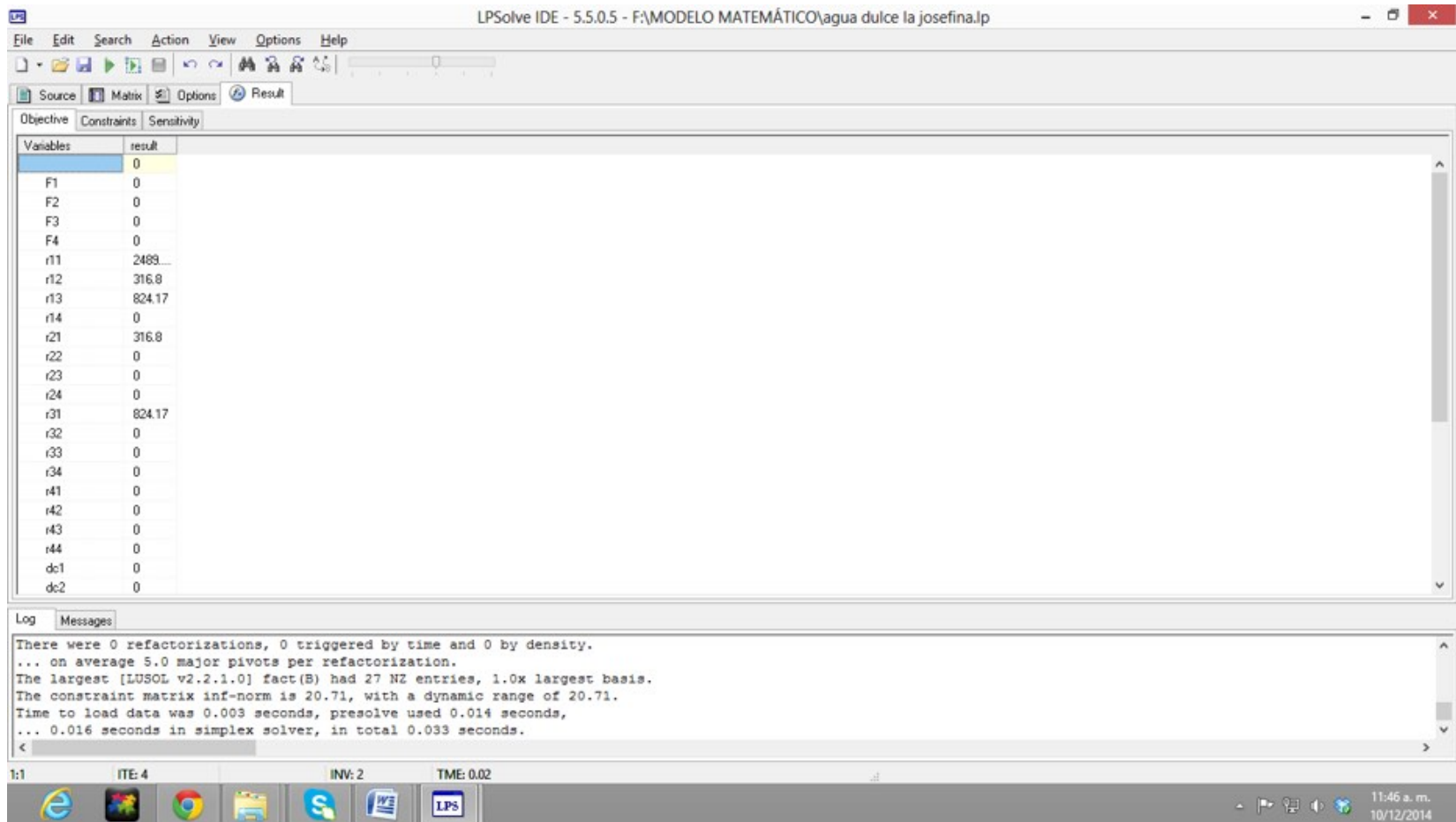
The screenshot shows the LPSolve IDE interface. The main window displays the following code:

```
1 /* Objective function */
2
3 min:F1+F2+F3+F4;
4
5
6 /* Variable bounds */
7 x11+x12+x13+x14<=3630;
8 x21+x22+x23+x24<=316.8;
9 x31+x32+x33+x34<=824.17;
10 x41+x42+x43+x44<=0;
11
12 x11+x21+x31+F1=3630;
13 x12+x22+x32+F2=316.8;
14 x13+x23+x33+F3=824.17;
15 x14+x24+x34+F4=0;
16
17 x11+x21+x31+x41<=3630;
18 x12+x22+x32+x42<=316.8;
19 x13+x23+x33+x43<=824.17;
20 x14+x24+x34+x44<=0;
21
22 dc1=F1;
23 dc2=F2;
24 dc3=F3;
25 dc4=F4;
26
27 F1+F2+F3+F4<=4770.97;
```

The Log window shows the following output:

```
There were 0 refactorizations, 0 triggered by time and 0 by density.
... on average 5.0 major pivots per refactorization.
The largest [LUSOL v2.2.1.0] fact(B) had 27 NZ entries, 1.0x largest basis.
The constraint matrix inf-norm is 20.71, with a dynamic range of 20.71.
Time to load data was 0.003 seconds, presolve used 0.014 seconds,
... 0.016 seconds in simplex solver, in total 0.033 seconds.
```

The status bar at the bottom shows: 1:1 ITE: 4 INV: 2 TME: 0.02. The system tray shows the time as 11:51 a.m. on 10/12/2014.



Variables	Resultados	Variables	Resultados	Variables	Resultados
F1	0	r11	2489.03	dc1	0
F2	0	r12	316.8	dc2	0
F3	0	r13	824.17	dc3	0
F4	0	r14	0	dc4	0
		r21	316.8		
		r22	0		
		r23	0		
		r24	0		
		r31	824.17		
		r32	0		
		r33	0		
		r34	0		
		r41	0		
		r42	0		
		r43	0		
		r44	0		

Los resultados arrojan que no existe minimización del consumo de agua dulce por parte de las plantas de estudio y sí se logra la simbiosis, ya que de la planta 1 se puede reutilizar 2489.03 m<sup>3</sup>, de la planta 1 a la 2 se reutilizan 318.2 m<sup>3</sup>, de la misma a la planta 3 824.17 m<sup>3</sup>, de la planta 2 a la 1 316.8 m<sup>3</sup> y de la 3 a la 1 824.17 m<sup>3</sup>.

Variables	Resultados	Variables	Resultados	Variables	Resultados
-----------	------------	-----------	------------	-----------	------------

De las variables SC 1, 2, 3, 4 se observa que no existe afección en cuanto al costo como fuente o receptor.

Del volumen de agua residual generada solamente es el 15% considerado al inicio, sin más por desechar.

El costo total incurrido por la planta que funge como emisor o receptor no presenta ningún cambio.

Se espera integrar el plan metodológico de simbiosis industrial para lograr la sustentabilidad facilitando el intercambio de agua en empresas; tiene sus bases en reducir la contaminación favoreciendo el mínimo consumo de agua dulce; lo anterior se logra analizando el umbral y requisiciones de cada planta, suscitando con ello una producción y tecnologías más limpias.

A lo largo de la investigación se pretende proponer políticas de optimización, cuyas mejoras se ven guiadas por los criterios y las preocupaciones de las partes que conforma la empresa; para así establecer redes de intercambio de agua entre dichas partes. Lo anterior se logra con el modelo de distribución propuesto, lo cual facilitará la definición del modelo matemático que propiciará la optimización de consumo de agua dulce, desechos de la misma que por ende se verá reflejado en la reducción de costos.

La temática de sinergia de productos representa una estrategia ecológica que contribuye a la reducción del impacto medioambiental para la preservación de los recursos naturales; lo cual es una oportunidad para reducir desperdicios en el municipio de Tepeji del Río de Ocampo Hidalgo, ya que además de contener mayor parte de industrias textiles, es vecino de Tula de Allende, cuya contaminación tanto de suelo, aire y agua, han sido una problemática que repercute en problemas de salud.

Para efectos económicos la implementación de tecnologías más limpias genera oportunidad de incremento de ingresos gracias al máximo aprovechamiento de recursos y mínima generación de desperdicios.

## **Conclusiones**

La investigación planteada contribuye a la aportación de modelos matemáticos que permiten el desarrollo tecnológico e innovador de la industria bajo un marco de preocupación por nuestro medio y los recursos que escasean a pasos agigantados.

La investigación por el tema se sustenta en publicaciones y problemáticas que a muchos suscita en nuestro cotidiano vivir; por ello es prudente ya no sólo trabajar en reparaciones, sino en la búsqueda de maneras de cómo evitar dichos daños ya provocados; haciendo uso de todos los medios habidos hasta el momento (tecnología, innovación y nuevas filosofías) que pueden garantizar la maximización de recursos a nivel local, regional, nacional e internacional.

## **Bibliografía.**

Ayres, R., Ayres I. (2001). *A Handbook for Industrial Ecology*, (2nd.Edition). Northampton: Edwar Elgar.

- Boix, M., Monstruc, L. (2010). Multiobjective optimization of industrial water networks with contaminants. *Computer Aided Chemical Engineering*, 28, 859-864.
- Cervantes, G. (2006). Manual de la asignatura: *Introduction to Industrial Ecology. Part B: Industrial Ecology Concepts and Industrial Ecosystems (2 ECTS)*. Reporte Final del Proyecto Europeo MECOSIND.
- Chiu, A., Young, G. (2004). On the industrial ecology potential in Asian developing countries. *Journal of Cleaner Production*. 12, 1037–45.
- Chertow, M.R. (2000). Industrial symbiosis: literature and taxonomy. *Annual Review of Energy and Environment*, 25:313–37. 5 (1-2), 87-95.
- Côté, R.P. y Cohen-Ronethal (1998). Designing eco-industrial parks: a synthesis of some experiences, *Journal of cleaner production*, 181-188, Recuperado de: [www.elsevier.com/locate/jclepro](http://www.elsevier.com/locate/jclepro)].
- Curran, T. y Williams, I.D. (2011), A zero waste vision for industrial networks in Europe, *Journal of Hazardous Materials, Waste Management Research Group, School of Civil Engineering and the Environment*. University of Southampton, Southampton SO17 1BJ, UK, Recuperado de [www.elsevier.com/locate/jhazmat](http://www.elsevier.com/locate/jhazmat).
- Ehrenfeld, J. (1997). Industrial Ecology: A Framework for Product and Process Design. *Journal of Cleaner Production*, 5 (1-2), 87-95.
- Environmental Protection Agency (EPA). (2001). Industrial ecology focusing on the environment from the point of view of resources, products, industrial systems and eco-efficiency. *Industrial Ecology Work book*. U pp. 67-98
- Frosh, RA., Gallopoulos, NE.(1989). Strategies for manufacturing. *Scientific American*. 261(3), 94- 102.
- Lowe, y Warren, J. (2001). *The source of value: an executive briefing and sourcebook on industrial ecology*. PNNL-10943. Richland (Washington): Pacific Northwest National Laboratory.
- PNUMA. (2008). Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Recuperado de: [www.unep.org](http://www.unep.org).
- Roberts, B.H. (2004). The application of industrial ecology principles and planning guidelines for the development of eco-industrial parks: an Australian case study. *Journal of Cleaner Production*. 12, 997–1010
- Sánchez, M., Reyes, I., Almazán, G., Molina, H. y Garrido, L. (2013). Hacia una propuesta de transformación de un micro-parque industrial a un micro-parque eco-industrial en Tepeji del Rio: Caso industrial textil, *Innovación y Desarrollo Tecnológico*. Revista Digital, 5(2), 16-26, (2013) ISSN: 2007-4786.

Stigson, B. (1999). World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). What is Eco-Efficiency? In *Workshop Eco-Efficient*. P. 2, Sidney, Australia. Recuperado de: [www.wbcSD.ch/DocRoot/IVejTnoAn2qiwxlpsWL/EEWhat.pdf](http://www.wbcSD.ch/DocRoot/IVejTnoAn2qiwxlpsWL/EEWhat.pdf).

Takama, N., y Umeda, T. (1980). Multilevel, multiobjective optimization in process engineering. *Chemical Engineering Science*, 36, 129 – 136.



# Los clústeres en las Micro, Pequeñas y Medianas empresas como parte de la responsabilidad social de la Región del Valle del Évora, Sinaloa, México.

Imelda Zayas Barreras

Profesor de tiempo completo. Universidad Politécnica del Valle del Évora. Correo electrónico:

[imelda.zayas@upve.edu.mx](mailto:imelda.zayas@upve.edu.mx)

Arnoldo Sánchez López

Director de programas académicos. Universidad Politécnica del Valle del Évora. Correo electrónico:

[arnoldo.sanchez@upve.edu.mx](mailto:arnoldo.sanchez@upve.edu.mx)

## Introducción

El Estado de Sinaloa cuenta con un total de 36764 unidades económicas, de las cuales 34831 son microempresas, 1371 pequeñas empresas, 422 medianas empresas y 140 son empresas grandes, localizadas en toda la extensión territorial del Estado según estadísticas de INEGI (2011), donde se encuentra incluida la Región del Évora que comprende los Municipios de Angostura, Mocorito y Salvador Alvarado. En ésta Región existen un pequeño grupo de Pequeñas y Medianas empresas (Pymes), las cuales no se encuentran organizadas en grupos de trabajo, en su mayoría su trabajo es de ventas y servicios que lo realizan en lo individual, presentándose el problema de que éstas empresas desconocen la formación de *clústeres* y la innovación tecnológica que trae consigo su formación, que les permita una mejor consolidación en su trabajo y logren ser más competitivas.

Es por tal motivo que se ha realizado éste trabajo de investigación, con la finalidad de detectar los problemas de trabajo, innovación, competitividad y desarrollo tecnológico, en pequeños grupos de las empresas de la Región del Évora del Estado de Sinaloa, atendiendo las siguientes hipótesis y objetivos:

### Hipótesis:

- Las empresas de la Región del Évora, desconocen la formación de *clústeres* para la integración de trabajo en equipo.
- Las Mipymes de la Región del Évora lograrían una mayor competitividad e innovación tecnológica en la zona, con la formación de los *clústeres*, además de formar pequeños grupos que ayuden en la reducción de los costos de producción.

### Objetivos:

- Lograr identificar si las Mipymes de la Región del Évora, conocen la formación de *clústeres* y su aplicabilidad para lograr el trabajo en equipo.
- Identificar y dar a conocer a las Mipymes de la Región del Évora, que con la formación e integración de *clústeres* se obtiene una mayor competitividad e innovación tecnológica entre empresas de la zona, además de reducir los costos de producción de sus productos, permitiendo una administración.

Esta propuesta de investigación consta de seis apartados incluyendo la introducción. En el primero se destaca la importancia de los *clústeres* y la innovación tecnológica; en el segundo se hace una breve reflexión sobre Las Mipymes y su problemática; en el tercero se analiza algunos aspectos de la empresa: su competitividad y formación de *clústeres*, Información de la empresa tractora para la formación de *clústeres* en el Municipio de Angostura, metodología aplicada y por último se hace referencia a los resultados y conclusiones que se han llegado en el estudio.

## **Las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) y su problemática.**

El Estado de Sinaloa se encuentra dividido por tres zonas geográficas (zona norte, zona centro y zona sur), de las cuales la zona norte está integrada por los Municipios de Ahome, El Fuerte, Choix, Guasave, Sinaloa, Angostura, Salvador Alvarado, Mocorito y Badiraguato; en esta misma zona se encuentra ubicada la Región del Évora, que comprende los Municipios de Angostura, Mocorito y Salvador Alvarado; es una región dedicada en mayor parte a la agricultura, la pesca y comercio.

“La Región del Évora cuenta con un conjunto de entidades económicas que es reconocido por el INEGI (2011) con un total de 4,467 empresas, de las cuales se dedican al comercio sólo el 49.37%, pero dentro de las entidades dedicadas al comercio el 93% son empresas comerciales dedicadas al menudeo, entre las más comunes son las tiendas de abarrotes, farmacias y mini súper. El 7% restante se refieren a empresas de intermediarios comerciales que surten a los de menudeo.

El sector industrial está formado por 287 empresas que representa en el 6.42% del total, mayormente son transformadoras de alimentos que constituyen el 75.26% de este sector y las dedicadas a la manufactura de ropa que son el 19.6%, el resto integra a negocios de la construcción y metal mecánicas.

El 44.27% restante de las empresas de la región está constituido por las que se dedican a los servicios, transportes, entretenimiento y la atención al sector primario. Del conjunto de empresas de la región el 65.4% se ubica en el Municipio de Salvador Alvarado, un 24.2% en el Municipio de Angostura y un 9.8% en el Municipio de Mocorito”.

Las empresas objeto de estudio son las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (Mipymes) localizadas en la Región del Évora, Estado de Sinaloa; dedicadas al comercio, la industria y servicios, mismas que presentan algunos aspectos problemáticos señalados por Saavedra y Tapia (2011) “La problemática de la industria en México se resumen en: a) indefinición de la política industrial; b) política fiscal no promotora del desarrollo; c) financiamiento y tasas de interés no competitivas; d) mercado deprimido no propicio para tomar ventajas de economías de escala; e) falta de apoyo e incentivos para la pequeña y mediana industria; f) servicios públicos no competitivos y de calidad, precio e infraestructura; g) prácticas comerciales desleales de empresas de los países signatarios del TLCAN y h) regulaciones ambientales y ecológicas más estrictas y costosas que de las de nuestros socios comerciales. Este enfoque de algún modo está señalando que el desarrollo de la industria depende básicamente de las decisiones de política industrial.

De este modo se puede señalar que la problemática de las MIPYME industriales es muy compleja y tiene que ver tanto con aspectos de políticas públicas que no han sido diseñadas de acuerdo con sus capacidades y limitaciones específicas, como con sus limitaciones internas que van desde aspectos financieros y organizacionales hasta aspectos de acceso a tecnologías de punta”.

También cabe señalar que las Pymes presentan otro tipo de problemas como lo es su situación financiera y las necesidades que tienen con respecto al financiamiento y el diseño de estrategias para su desarrollo como lo indica la CEPAL (2013) “Las empresas —y en especial las pymes— tienen grandes necesidades financieras para ampliar capacidades, adquirir competencias, desarrollar estructuras productivas y gerenciales e implementar estrategias. Así, el financiamiento adquiere un carácter instrumental para el logro de los principales objetivos que se persiguen: crear condiciones para reducir la brecha de productividad e incrementar la competitividad de las pymes.

Por lo tanto, para avanzar en el desarrollo de un sistema que contemple en forma integrada el financiamiento se necesita una visión de conjunto de las necesidades financieras de las pymes y de las restricciones que enfrentan para la obtención de créditos. En este sentido, entre otras medidas, se recomienda desarrollar programas vinculados con lo siguiente:

- Garantías de respaldo para créditos a pymes.
- Capacitación y fortalecimiento de capacidades empresariales para el acceso a diversas formas de financiamiento.
- Productos financieros diferenciados para el segmento de las pymes.
- Mecanismos de financiamiento no bancario.
- Flexibilización de mecanismos de regulación bancaria y establecimiento de incentivos para el otorgamiento de créditos a las pymes.
- Simplificación de trámites que ayuden a superar las limitaciones legales que obstaculizan el acceso al crédito para las pymes”.

También cabe señalar que existen otros problemas de organización en las empresas como lo es la relación con la administración pública, para la canalización de recursos económicos, por medio de programas los cuales no se han preocupado por las empresas pequeñas y medianas y mucho menos las micro empresas que ni siquiera muchas de ellas se registran en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por la excesiva burocracia que existe en la administración pública.

Dentro de los problemas de las Mipymes se encuentra la informalidad de los integrantes de la organización, para el desarrollo de sus actividades, debido a que hay muchas empresas que no tienen un organigrama y actúan dentro de la empresa como informales pero complementan al sistema formal que deberían de tener, además de que no tienen bien establecidos sus objetivo, misión, visión y algunos otros elementos administrativos que se requieren para el desarrollo de las empresas.

### **Los *clústeres* y la innovación tecnológica.**

Los *clústeres* surgen a partir de la necesidad que tienen las pequeñas y medianas empresas, de interrelacionarse con otras para lograr una mayor competitividad en el mercado, es por tal motivo De Arteché (2013) dice que “Los *clústeres* se constituyen en un modelo que favorece el desarrollo regional al consolidar fortalezas, sectores y referentes actores cuya interacción promoverá crecimiento económico sostenido, que de otra manera hubiese sido difícil de realizar. Los *clústeres* son aceleradores del proceso de desarrollo de regiones. Fue a mediados de los noventa que se retoma el tema de importancia de la ubicación geográfica de la producción, de las redes de empresas y de los actores y agentes sociales para el logro de la competitividad. Asimismo, los *clústeres* llevan consigo elementos de conocimiento tácito en lo que se refiere a conocimiento e innovaciones, competencias, productos y servicios; ese conocimiento se va acumulando y desarrollando, lo que hace presuponer que es un beneficio para todos los integrantes y la comunidad donde se localiza”.

Para la formación de *clústeres* es necesario analizar la localización y el territorio donde se formará y si existen las condiciones de desarrollo y participación de las empresas, por lo que se convierte en una variable de análisis y discusión, según los señalamientos que hace Ferrera (2011) “El desarrollo territorial significa aprovechar oportunidades que ofrece la zona. Significa que las empresas de posicionamiento, las instituciones y los ciudadanos para competir a escala global, regional y local. En el caso de grupos de empresas que forman *Clusters*, una estrategia de desarrollo demandas

territoriales que son capaces de reaccionar rápidamente a los cambios, innovar y cooperar. Más que simples concentraciones e instituciones que formen una visión más amplia, ellos deben estar en interacción. La grupos pueden convertirse en grupos, pero el proceso desarrollo territorial no es sólo una cuestión de la promoción de *clústeres*. Entonces, cómo se convierten en importantes nuevas formas de pensar sobre ubicación, sin embargo, la historia demuestra que agrupaciones no surgieron como una opción política público, sino como la acción de los empresarios y del apoyo institucional.

La formación de agrupaciones regionales requiere de una mayor sinergia que crea un ecosistema social, o es un ambiente preparado para innovar y atraer desarrollos. En este caso, la cooperación entre las empresas e instituciones es la clave de todo el proceso, que fomente la sinergia creativa. Generar sinergias creativas implica el aprendizaje colectivo a la promoción de políticas y de las fuerzas que involucran comunidad sobre su progreso, el cambio de mentalidades y ciudadanía alentadora”.

Cabe mencionar que el hecho de formar una asociatividad empresarial o *clústeres* tiene sus ventajas de desarrollo, reducción de costos, compartir conocimientos, desarrollar nuevas capacidades de innovación de productos o procesos, entre algunas otras que menciona Gil-Bolívar (2011) “Dentro de las iniciativas de asociatividad empresarial, los *clústeres* se han constituido en una estrategia privilegiada para el desarrollo de la competitividad regional. Desde la perspectiva de la Nueva geografía económica, estas aglomeraciones en virtud de su concentración espacial pueden, con base en el trabajo sobre algunas externalidades, lograr mejoras en la reducción de costos, la construcción de conocimiento compartido, el desarrollo de innovaciones conjuntas y la productividad. Desde la mirada de los costos de transacción y teoría de la firma, al interior de los *clústeres* se puede suscitar una mejora de la eficiencia colectiva, que a su vez se traduciría en una ventaja competitiva, que si se potencia a través de acciones conjuntas y la integración de esfuerzos y capacidades, puede permitir el desarrollo de economías de escala. Adicionalmente, en el marco de la estructura y la dinámica de estas aglomeraciones, se pueden incubar y gestar nuevos negocios y emprendimientos con base en el desarrollo de nuevas capacidades de innovación, que con el tiempo producirán la expansión de los alcances iniciales del *clúster*”.

En cuanto a innovación tecnológica, los *clústeres* tienen su participación porque al agruparse, se involucran en otros procesos y tienen que adecuarse a las circunstancias de todas las empresas participantes, es ahí donde entra la innovación, porque tienen que buscar un punto de equilibrio donde las empresas puedan comulgar con la misma idea, así mismo participan en la adquisición de tecnologías para ser más competitivos, con indica Martins (2013) “Innovación a través de las agrupaciones industriales se puede definir como una manera de aumentar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas por cosechar los beneficios generados por el local de estructuras y las sinergias a través de relaciones de cooperación. Los *clústeres* proporcionan alianzas, que entre otras cosas promover la flexibilidad en términos de volumen de producción y de variedades, reducciones en la inversión costos, la reducción de los costos de transacción y el aumento de operaciones eficiencia, aumento de la capacidad de negociación, y el desarrollo de procesos de innovación tecnológica”.

### **La empresa: su competitividad y formación de *clústeres***

Las empresas pueden asociarse y formar equipos de trabajo como lo son los *clústeres* para el desarrollo y crecimiento de la empresa porque a la vez les permitirá

lograr ser más competitivas y desarrollo en el área o región que lo deseen; para tal efecto es necesario reconocer la utilidad que se tiene con la formación de *clústeres*, como lo señala Valdivia (2011) “Los *clústeres* se conforman por dos motivos importantes: estratégicos (logro de sinergias, mejora de la posición competitiva, flexibilidad, cabildeo, manejo de información y conocimientos) y operativos (compartir costos, adquisición de habilidades, economías de escala y alcance, mejores condiciones con proveedores o clientes). Se caracterizan por la búsqueda de objetivos comunes, la confianza, la reciprocidad, la cooperación e interdependencia de los agentes. Ciertas condiciones ambientales locales pueden favorecer su desarrollo: la existencia de una cultura cooperativa y asociativa, el conocimiento tecnológico acumulado y el relevante para la innovación, el ambiente favorable para la innovación, el aprendizaje interactivo, la capacidad de influencia en el gasto público, la existencia de entidades privadas y públicas de apoyo, la existencia de relaciones entre las universidades y centros de investigación con el sector productivo. Además hay que considerar la interacción entre las características tecnológicas del sector, las estrategias de las empresas y las del *clúster*.”

¿Cómo clasificar a los *clústeres*?, hay varias posibilidades. Una se basa en la combinación de la arquitectura de los productos y la articulación y la complejidad de la tecnología, de modo que se tendría *clústeres* tradicionales basados en la subcontratación, en el ensamblaje, en productos complejos, en innovación y desarrollo; en cada categoría se pueden considerar además cuestiones como los flujos de información, la complejidad tecnológica, el aprendizaje, el esfuerzo innovador, la gobernabilidad. Otra clasificación se fundamenta en la tecnología de las empresas: las que se basan en recursos naturales, los abastecedores predominantes de la oferta, las escalas intensivas, información intensiva, especialización en la oferta, conocimiento intensivo. Una tercera clasificación: *clústeres* industriales, *clústeres* locales, distritos industriales y redes de negocio. Y una final, en *clústeres* centrales, complementarios y dependientes”.

La formación de *clústeres* trae consigo algunas ventajas para las empresas como la infraestructura, atención de expertos en el tema, distancias para transporte cortas, aumento de redes sociales, entre otras como indica Tallman (2013) “Otra fuente de conocimiento externo, sólo se reconoce en estudios de gestión recientemente, es la pertenencia a un grupo local de las empresas en industrias relacionadas y de apoyo. *Clusters*, o distritos industriales como comúnmente se les conoce en la vida económica geográfica, han sido reconocidas dentro de ese campo para algo más largo. Las agrupaciones se dice que tienen una variedad de beneficios potenciales para las firmas miembro de: infraestructura especializada a nivel local, fuerzas expertos regionales de trabajo, las distancias de transporte cortas, las redes sociales que puede aumentar la confianza y reducir los riesgos de oportunismo, y así sucesivamente. Un beneficio crítico, sin embargo, es la existencia de ' no negociadas interdependencias, o el intercambio de conocimientos que tienen lugar sin transacciones económicas. Estas interdependencias se conocen comúnmente como los desbordamientos de conocimiento, y han llegado a ser visto como un identificador de clave de *clústeres*. Los desbordamientos se definen como no deseado y no compensada transferencias de conocimiento de una empresa a otra. En un *clúster*, los derrames tienen el efecto de conocimiento en movimiento de lo privado a la esfera pública a nivel local, es decir, el conocimiento externalidades tienden a estar a disposición de todas las empresas del *clúster*. El muy hecho de que este conocimiento es móvil categoriza como componente

conocimiento, a menudo, ya sea tecnología dura o el conocimiento del proceso. Conocimiento arquitectónico también se puede compartir en grupos, sino que se desarrolla entre las empresas del distrito, ya que se dedican a múltiples cooperativa e interacciones competitivas en el tiempo”.

#### *Información de la empresa tractora para la formación de clústeres en el Municipio de Angostura.*

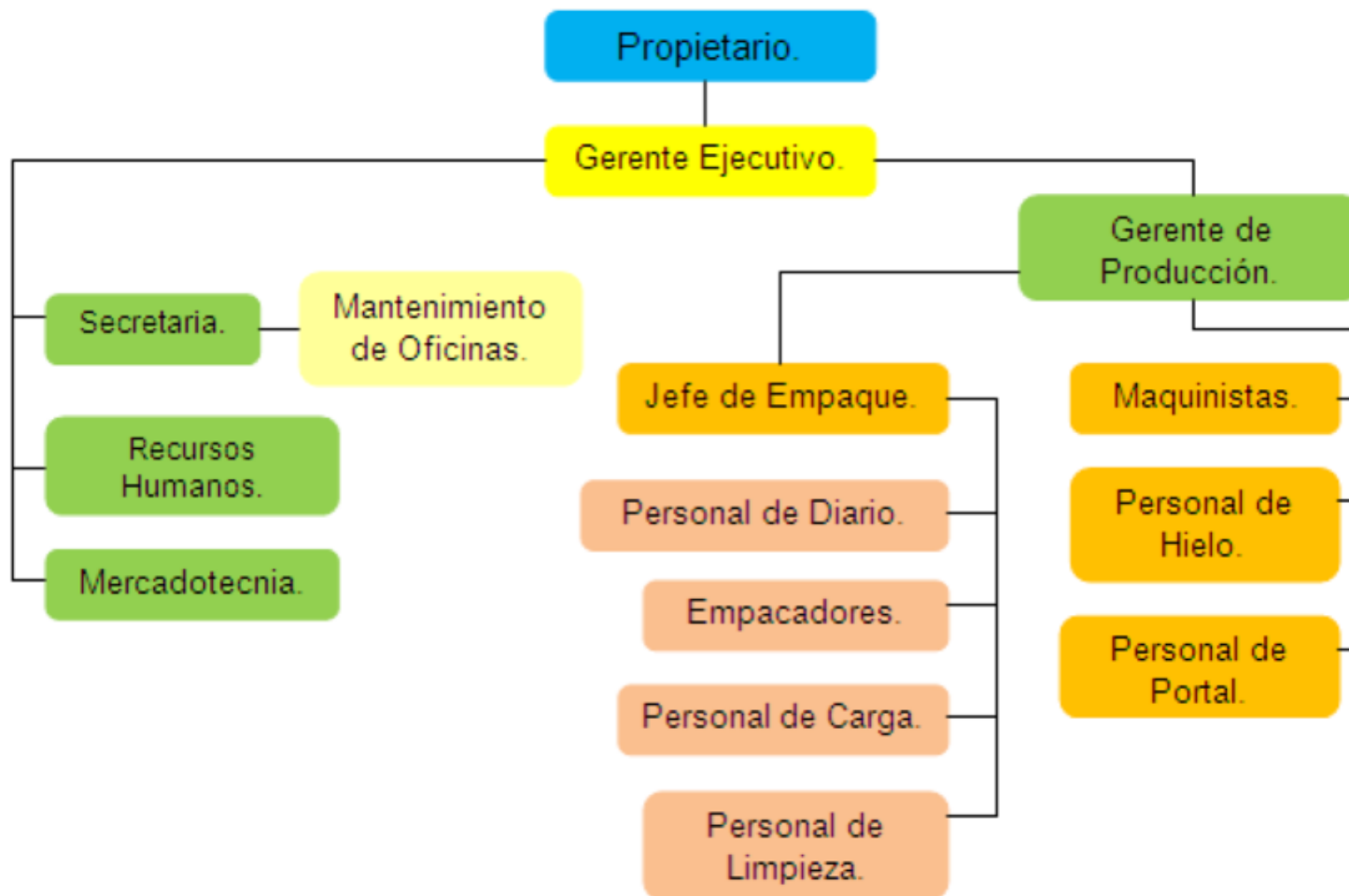
Congeladora Junior Ávila S.A de C.V. es una empresa de pocos años inicio a partir del 2007, en ese tiempo solo tenía la función de la compra y venta de camarón a los pescadores de la comunidad de La Reforma, el producto era congelado y vendido a diferente lugares de México.

En Agosto de 2011, se solicitó un trámite para exportar los productos de mar al extranjero y al ser aceptada como una Planta Congeladora empezó con la comercialización asociándose a la Compañía Ocean Garden y Meridian Products INC, a quienes les ofrece productos como camarón y jaiba.

Desde esa aceptación de exportar a Los Estados Unidos, se compra el producto a las Cooperativas o a sus respectivos pescadores para un proceso de congelación, donde se selecciona el producto por tallas y por estándares de calidad necesarios para ser exportados.

En la actualidad, Congeladora Junior Ávila S.A de C.V. es una empresa con mayor responsabilidad para mantenerse con la Compañía estadounidense con su aceptación de exportación, considerando ella misma que le hace falta conocer a otras Compañías para extenderse aún más.

En el tiempo que es de pesca la Congeladora llega a tener aproximadamente 80 empleados en la temporada alta de pesca que es de septiembre a diciembre, mientras que en tiempo regular considerada la temporada baja de enero a junio, tiene acerca de 10 que están distribuidos dependiendo de su trabajo y su ubicación de puesto en el organigrama que se presenta



### Misión

Congeladora Junior Ávila S.A de C.V. es una empresa que ofrece a los pescadores de la Comunidad de La Reforma múltiples servicios como la venta de hielo y compra de productos del mar, para después ser comercializados a diferentes lugares de la Republica así como a los Estados Unidos.

### Visión

Congeladora Junior Ávila S.A de C.V. busca ser una de las empresas líderes en la comercialización de productos del mar a nivel nacional e internacional.

### Objetivos

- Comercializar los productos del mar como lo es el camarón, jaiba y pescado.
- Congelar y empacar los productos para ser exportados.
- Ayudar a las cooperativas y sus respectivos pescadores con el hielo y procesamiento de sus productos.

La empresa tiene un proceso de producción donde se guía para generar su producto y entregar al cliente. Cada vez que va a iniciar la temporada de captura de camarón la empresa hace compromisos de colaboración con las Sociedades Cooperativas de Producción Pesquera de La Reforma (SCPP Nicolás Escárraga Inzunza SCL de CV y SCPP Arturo Montoya Velázquez SC de RL de CV.), donde la empresa Congeladora Junior Ávila se compromete a proporcionarles apoyos a los pescadores en gasolina y hielo para que empiecen su captura de camarón, esto les permite que las dos Sociedades cooperativas les entreguen el producto capturado, es decir se hace el convenio de compra de camarón a las cooperativas, que es la principal materia prima con la que trabaja la empresa.

Una vez que se recibe el producto se pone en tinas con hielo para su lavado y es el momento de checar los equipos de enfriamiento de que deben estar a su capacidad

indicada para los márgenes de calidad del producto; mismo que se desinfecta poniéndolo el producto en agua, hielo y dióxido de cloro durante 20 minutos, esto es para cumplir con los estándares de calidad que marca el cliente Ocean Garden o bien Meridian Products INC.

Con respecto a apoyos financieros otorgados del gobierno, la empresa no tiene ninguno, pero si espera obtener apoyo para mejorar la infraestructura de la empresa e innovar los equipos y maquinaria requeridos para su proceso de producción.

En el aspecto financiero el administrador de la empresa indicó que en la actualidad se encuentra estable y en aumento sus situación, esto gracias a la producción y el precio de los productos en el mercado internacional; esto a pesar de que nuestra empresa no tiene apoyos financieros de parte del gobierno. Cuando se consideran bajas de producción en la empresa, se considera un fondo económico obtenido de las utilidades del período anterior, para solventar esta temporada y mantener estable la situación financiera.

### **Problemática de la empresa**

Los problemas encontrados en la empresa son principalmente en el área de recursos humanos, porque no capacitan a los trabajadores en las áreas que se desempeñan, además de que cada temporada de producción fuerte que es de septiembre a diciembre, se contratan entre 70 y 90 trabajadores para el manejo del camarón que es el área de selección, empackado y almacenado; que no se capacitan con anticipación a la incorporación del trabajo, sino que los trabajadores viejos es decir que ya tienen años de ser contratados en estas fechas, enseñan a los trabajadores de nuevo ingreso, pero no hay una formalidad en la capacitación, siendo que la empresa por trabajar productos que requieren de calidad para su exportación, tiene muchos requisitos que establecen las empresas comercializadores del extranjero, es por ello que el contador – Administrador manifestó que se necesita de capacitación a los trabajadores e involucrarlos en las áreas de manejo especializado del producto, así como en los aspectos administrativos, que deben de conocer los objetivos, misión, visión, organigrama de la empresa. De igual forma es importante que propietarios y personal de gerencia y trabajadores de planta (base) reciban cursos de capacitación en el manejo y administración de la empresa, porque por ejemplo no se establecen objetivos de venta para el año o el semestre, por lo que desconocen si se aumentaron las ventas en los últimos dos años, esta información sólo la maneja el contador pero se requiere de comunicación entre trabajadores de alto y medio nivel.

Otro problema detectado es que no se pone atención en evaluar el proceso de atención al cliente, aunque sean pocos los clientes, es necesario establecer esta comunicación y procedimiento de atención, para mantener cautivos a los clientes con el buen trato, manejo de producto y calidad del mismo

### **Metodología**

La metodología aplicada en la presente investigación es de carácter cualitativo ya que se pretende interactuar directamente con los propietarios o administradores de las Micro, Pequeñas y medianas empresas de la Región del Évora, realizando entrevistas semiestructuradas; para la muestra se utiliza la técnica de “bola de nieve” (técnica que consiste en seleccionar una entidad al azar y esa misma entidad recomienda otra para que se le aplique la investigación, así sucesivamente, hasta que se alcance la saturación teórica que indica que no es necesario continuar pues se obtendrán los mismos



resultados), se logró entrevistar a 20 empresas Mipymes, de un total de 4467 de Mipymes que existen en la Región del Évora, basándose en el directorio de empresas de Sinaloa, validado por INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía e Informática) y la Cámara Nacional de Comercio en la Región. Seleccionando sólo aquellas empresas que cumplen con el requisito de 1-10 empleados para Microempresas, 11 – 30 empleados para pequeñas empresas y de 31 a 100 empleados para medianas empresas dedicadas al comercio. También se realizó una entrevista específica a la empresa Congeladora Junior Ávila S. A. de C. V. aplicando un cuestionario integral de viabilidad de la empresa para formar la cabeza de la formación del *clústeres* pesquero en la región.

La metodología que se utilizó para el desarrollo de la investigación de campo es de carácter cualitativo ya que se pretende interactuar muy de cerca con nuestros objetos de estudio en este caso las Micro, Pequeñas y Medianas empresas, de la Región del Évora.

## **Resultados y Conclusiones**

Para efectos de esta investigación se realizaron 20 entrevistas a las empresas de la Región del Évora, donde se encontraron los siguientes que la mayoría de las empresas desconocen de los *clústeres* e incluso nunca habían escuchado esta palabra y por supuesto ninguna empresa los ha invitado a formar parte de una red de empresas.

Con la formación de un *clústeres* se permitirá aprovechar al máximo los recursos con que cuenta una región o territorio adquiriendo la materia prima que se produce en dicha región, situación que se detectó en las empresas que no compran sus productos o materia prima con otras empresas de la región, sino que pagan transporte y/o paquetería, por la compra en otros lugares, ya sea en algún Estado de la República mexicana, o bien en el Extranjero, dependiendo donde encuentre el producto a más bajo precio; situación que hace que los precios de dichos productos se incrementen considerablemente, y que en ocasiones no se obtengan utilidades para la empresa.

Lo anterior es debido a que las empresas desconocen los productos o materias primas que venden las otras empresas de la región, porque no se tiene el cuidado de promocionar sus productos entre empresas, sólo hacen la promoción local e interna con los clientes cautivos. Es por ello que se requiere de hacer publicidad y promoción en todo el Municipio dejando a un lado el celo de vendedor competidor y permitir que todas las empresas se enteren que es lo que se vende en cada empresa del Municipio.

Si las empresas toman en cuenta que se pueden unir para mejor y ser más competitivos, es importante señalar que se requiere de la formación de los *clústeres*, donde las mismas empresas indican que sí están dispuestos a llegar a acuerdos y firmar convenios para la formación de *clústeres*, porque éstos les traerán mayores beneficios, haciendo a las empresas cada vez más productivas y competitivas, con dicha interrelación empresarial.

## **Resultados del Diagnóstico de competitividad**

A la empresa Congeladora Junior Ávila S.A. de C. V. se le aplicó el cuestionario integral de diagnóstico de competitividad para determinar la viabilidad de la empresa,

donde se encontró que ésta empresa es viable debido a que su puntuación es de 8.05 puntos en su calificación final; desglosando los resultados en la siguiente tabla:

#### Calificación por área

Área	Puntaje	Calificación	Ponderación	Calificación ponderada
Administración	62	8.16	25%	2.04
Mercado	70	8.75	20%	1.75
Finanzas	139	7.90	30%	2.37
Producción	123	7.88	15%	1.18
Recursos humanos	34	7.08	10%	0.71

Calificación Final: 8.05

Por lo tanto el resultado es que es una empresa viable, en la cual podemos establecer la formación de un clúster, fungiendo como empresa líder o tractora para su integración. Véase en archivo adjunto cuestionario integral con sus resultados.

Claro está que tiene áreas de atención como el caso de recursos humanos que habrá que capacitar a los empleados en todas las áreas para que no existan problemas.

#### Propuestas

Con el desarrollo del presente trabajo, se ha llegado a la conclusión de que las empresas de la Región del Valle del Évora, no conocen de la formación de *clústeres*, pero sí les interesa capacitarse e iniciar con la integración, para ser más competitivos y buscar que los recursos económicos obtenidos, sean distribuidos en la misma región, y no sean otros estados o países los beneficiados con la compra de productos.

Se recomienda a todas las Micro, pequeñas y Medianas Empresas de la Región del Valle del Évora, que busquen la formación de los *clústeres*, entre empresas, para así aprovechar los recursos naturales de la región, o bien las materias primas que se desarrollen, con la finalidad de que abaraten costos de producción, reduzcan los gastos de transporte o paquetería, se fomente la participación y organización de las empresas para difundir más sus productos.

Así mismo se les recomienda a las empresas, realizar una publicidad o promoción de sus productos en la región, informando que venden y con qué características y calidad, para que las empresas también se informen dónde pueden comprar el mismo producto que compraban en Guadalajara, y a un precio más bajo.

Por lo tanto es importante que las empresas cuando hayan detectados las materias primas que se encuentran a la venta en la región, firmen con las empresas un convenio de colaboración y compromiso de compra – venta, para que sea asegurada su mercancía, de esta forma se integran en un *clústeres*, logrando una mayor productividad y competitividad para las empresas.

En base al análisis de la información obtenida del Municipio de Angostura, empresas de la localidad La Reforma, se llegó a la conclusión de que si es factible la

formación de un *clústeres* en la actividad pesquera que se realiza en el Municipio, y por las características de empresas que existen en La Reforma, específicamente involucrando a la empresa Congeladora Junior Ávila S. A. de C. V. y las sociedades cooperativas de producción pesquera existentes, por lo que es necesario iniciar la parte de capacitación y sensibilización de las empresas para que conozcan sobre los beneficios de la formación de *clúster* así como los requisitos que debe de cumplir la empresa.

Esta formación de redes de empresas será un detonante para el desarrollo del Municipio de Angostura, en el que se observará la organización para el trabajo de las empresas, y permitirá que otras empresas externas interesadas participen con la apertura de sus sucursales en este municipio, creando ofertas de empleo, participando en el movimiento económico de la región entre otros beneficios.

## Referencias

1.CEPAL (2013), Como mejorar la competitividad de las PYMES en la Unión Europea y América Latina y el Caribe, *CEPAL/al-Invest*, consultado el día 13 de Marzo de 2014 en: [WWW.Cepal.Org](http://WWW.Cepal.Org) y <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/48996/ComoMejorarCompPYMES.pdf>.

1.De Arteche, Mónica; Santucci, Marina y Welsh, Sandra Vanessa (2013), Redes de clusters para la innovación y la transferencia del conocimiento. Impacto en el crecimiento regional en Argentina. *Estudios Gerenciales*, vol. 29, No. 127, pp. 127-138, consultado el día 21 de marzo de 2014 en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21229175002>.

2.Ferrera de Lima, Jandir (2011), Clusters territoriales: elementos para la reflexión, *Acta Scientiarum. Humanidades y Ciencias Sociales*. Vol. 33, no. 2. pp. 199-204, consultado el día 23 de marzo de 2014 en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=307325341010>

3.Gil-Bolívar, Fabio A. (2011), Algunos interrogantes en torno al desarrollo de los clusters. *Revista Ciencias Estratégicas*, Vol. 19, no. 26, pp. 281-293, consultado el día 23 de marzo de 2014 en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151322415010>.

4.INEGI (2011), Micro, pequeña, mediana y gran empresa: Estratificación de los establecimientos: censos económicos 2009 - 2011, *Instituto Nacional de Estadística y Geografía – México*. Consultado el 16 Febrero 2014, en: [www.inegi.org.mx http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono\\_Micro\\_peque\\_mediana.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/pdf/Mono_Micro_peque_mediana.pdf)

5.Martins Tristao, Hélcio; Oprime, Pedro Carlos; Jugend, Daniel y Da Silva, Sergio Luis (2013) Innovation in industrial clusters: a survey of Footwear Companies in Brazil. *Journal of technology management & innovation*. Vol. 8, no. 3. pp. 45-56, consultado el 25 de Marzo de 2014 en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84728717004>.

6.Saavedra García, María Luisa y Tapia Sánchez, Blanca (2011), Mejores prácticas y factores de competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas.

Economía no. 32, consultado el 13 de Marzo 2014 en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=195623319002>.

7. Tallman, Stephen. (2013). The search for externally sourced knowledge: clusters and alliances. *Universia Business Review*. Núm. 40, consultado el 27 de marzo de 2014 en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43328679005>.

8. Valdivia Altamirano, Wiliam F. (2011), Reseña de competitividad, clústeres e innovación. *Economía, sociedad y territorio*, Vol. XI, no. 36. pp. 547-552. Consultado el día 25 de Marzo de 2014 en. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11118171011>.

---

# DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES

# **Detección de necesidades de capacitación en un organismo desconcentrado de la Secretaría del Medio Ambiente de Recursos Naturales (Semarnat)**

Christian Paulina Mendoza Torres

Dra. en Administración, Profesora de Tiempo Completo del área económico administrativa en la Universidad Laja – Bajío: [pao\\_mendoza@hotmail.com](mailto:pao_mendoza@hotmail.com)

María Guadalupe Arredondo Hidalgo

Dra. en Administración. Profesora de Tiempo Completo, División de Ciencias Económico – Administrativas del Departamento de Gestión y Dirección de Empresas, Campus Guanajuato de la Universidad de Guanajuato: [lupita@grupocrea.com.mx](mailto:lupita@grupocrea.com.mx)

José Felipe Ojeda Hidalgo

Dr. en Administración Profesor – Investigador de Tiempo Completo, Universidad Politécnica de Guanajuato: [jojeda@upgto.edu.mx](mailto:jojeda@upgto.edu.mx)

## **I. Introducción**

La capacitación continua de los colaboradores es esencial en toda organización, ya que es una herramienta para que desarrollen su potencial alineándose con los objetivos de la misma. Es por ello que existe la necesidad de planear los programas de capacitación de una manera ordenada y sobre todo basada en evidencia de las necesidades actuales de la organización.

La capacitación se entiende como un proceso en el cual las personas dentro de las organizaciones, potencializan las competencias que se les pide desarrollar y va directamente relacionada con el valor que el capital humano obtiene cuando se ha identificado específicamente las necesidades que deben cubrirse a partir de un programa diseñado para tal fin.

De acuerdo con Zarazúa (1999) para una organización es importante lograr la calidad de sus servicios y/o productos a través de la gente, por lo que es necesario contar con personal productivo, y para ello se requieren de la capacitación, si ésta se imparte de manera continua se generará en el individuo un interés hacia el conocimiento y actualización que son los aliados para el progreso del ser humano, ya que lo único que no perderá valor será el conocimiento acumulado. Por lo anterior el área de Dirección de la organización objeto de estudio, en el logro del propósito de la Jefatura de Personal, considerando que el cúmulo de conocimientos de los trabajadores llevará a una organización al éxito o fracaso, promueve la detección de necesidades entre su equipo de trabajo para elaborar en base a ello el Programa Anual de Capacitación (PAC), 2014. Dicho programa se planea considerando que la capacitación permitirá la implementación de programas de calidad en la organización, ya que están conscientes de que un empleado capacitado tiene menos posibilidades de provocar errores en la producción y existe una necesidad menor de supervisarlos, pues se sabe de antemano que está haciendo bien su trabajo.

En este sentido, la Dirección y la Jefatura del Departamento de Personal de la organización objeto de estudio, han fomentado un mayor involucramiento de los titulares y colaboradores de cada una de las áreas para identificar las necesidades específicas de cada una. Esto con la finalidad de que cada área analice, diseñe y proponga sus propios métodos para desarrollar de manera óptima sus funciones y de este modo

colaborar en el logro de los objetivos y metas de su área de adscripción y de la Dirección local. Dentro del gobierno federal, la planeación de la vida y carrera de los servidores públicos está dentro del servicio profesional.

Por cuestiones de anonimato y confidencialidad solicitada por la organización participante en el proyecto, se aludirá a la misma en el transcurso del proyecto con el nombre de “Organismo dependiente de SEMARNAT”.

## **II. Objetivos del estudio.**

Objetivo general.

- Identificar las necesidades de capacitación específicas de cada uno de los departamentos de un Organismo Desconcentrado dependiente de SEMARNAT, para diseñar el Programa Anual de Capacitación, 2014.

Objetivos particulares.

- Conocer el estado actual de conocimientos, capacidades y habilidades del personal de cada uno de los departamentos.
- Conocer los conocimientos, capacidades y habilidades deseables para los puestos de cada uno de los departamentos.
- Identificar los temas en los que es necesario invertir en capacitación durante el 2014 para desarrollar y reforzar las capacidades y habilidades indispensables en los diferentes puestos.

## **III. Marco teórico – Bases teóricas.**

### **1. Concepto de capacitación.**

La capacitación tradicionalmente, era entendida como el proceso necesario dentro de las organizaciones, que permita al empleado incorporarse en las actividades laborales cotidianas. Actualmente, este concepto ha cambiado indudablemente. Conforme a Chiavenato (2008) la capacitación es la vía para que las personas descubran su imaginación constructiva definida como creatividad. Es decir, que se puedan ver como personalidades creativas e innovadoras, esto trae como consecuencia que las empresas se tornen más valiosas.

Werther y Davis (2008) indican que la capacitación, vista como el desarrollo de habilidades técnicas, operativas o administrativas, incide en el largo plazo dentro del desarrollo de las personas, ya que coadyuvan en el desempeño de sus funciones dentro de la organización.

Tabla 1. Diferencia entre desarrollo y capacitación.

	Capacitación	Desarrollo
Responde a:	Cómo hacer.	Qué hacer, qué dirigir.
Definición:	Actividad sistemática y programada que busca preparar al trabajador para que desempeñe sus funciones asignadas.	Educación que busca el crecimiento profesional
Objetivo:	Integrar al personal al proceso productivo.	Acrecentar actitudes de una determinada filosofía empresarial
Nivel:	Trabajadores en general	Ejecutivos
Plazo:	Corto plazo	Largo plazo
Tipo de educación:	Perfeccionamiento técnico	Aprendizaje integral con miras al desempeño future.

Fuente: extraído de Werther y Davis (2008, p.253).

El concepto de capacitación desde la definición del Instituto Nacional del Emprendedor (2014) es: “el entrenamiento avanzado que se le proporciona al trabajador para facilitarle un mayor desarrollo personal y profesional que permita, en consecuencia, el desarrollo de la empresa misma, mediante la adquisición de conocimientos principalmente de carácter técnico, científico y administrativo”.

En el marco legal mexicano, la capacitación es vista como un derecho para el trabajador, incluso desde la base de la Ley Federal del Trabajo (2012) en sus artículos 153-A a 153-X en donde todos los trabajadores tienen derecho a que su patrón le proporcione capacitación o adiestramiento en su trabajo que le permita elevar su nivel de vida y productividad conforme a los planes y programas formulados de común acuerdo por el patrón y el sindicato o sus trabajadores. Todo esto aprobado por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS).

A partir de la diferenciación del concepto de capacitación y de la identificación del potencial de las personas, se puede ir enlazando la importancia de enfocar los esfuerzos de las organizaciones en desarrollar planes de capacitación idóneos, tanto para ellas, como para los empleados que se insertan activamente en estos programas.

Por otro lado, el sistema de Servicio Profesional de Carrera en la administración Pública Federal se define como sigue:

“es una política clave para la profesionalización de los servidores públicos, fomenta la eficiencia y eficacia de la gestión pública, lo que se traducirá en una mejora en los servicios que se ofrecen a la ciudadanía. Este Sistema permite administrar los recursos humanos de las instituciones sujetas a la Ley del Servicio Profesional de Carrera y garantizar su ingreso, desarrollo y permanencia en la Administración Pública Federal a través del mérito y la igualdad de oportunidades; en un marco de transparencia y legalidad”.



De primera instancia, las necesidades de capacitación deben estar alineadas a los objetivos estratégicos que persigue cada institución, tanto pública, como privada. Es preciso, inicialmente a la definición de capacitación, seguir con la detección de necesidades de capacitación para cada institución.

Dentro del Reglamento de la Ley del Servicio Profesional de Carrera en la Administración Pública Federal, en su Capítulo Décimo Segundo, se determina que el Subsistema de Capacitación y Certificación de Capacidades se implementará con base en los diagnósticos de detección de necesidades de capacitación que realicen las dependencias.

Será responsabilidad de los Comités Técnicos de Profesionalización, establecer a través de la DGRH y en coordinación con las unidades administrativas de la dependencia, programas de capacitación para los diferentes puestos del Sistema, sujetándose a la disponibilidad presupuestaria de ésta, y determinar el carácter obligatorio u optativo de las actividades de capacitación. Dichos programas se establecerán conforme a las disposiciones que al efecto emita la Secretaría y deberán ser registrados ante la misma.

Otro de los organismos encargados de la capacitación en nuestro país es la Dirección General de Centros de Formación para el Trabajo (DGCFT). Se trata de un organismo dependiente de la Secretaría de Educación Pública del gobierno federal mexicano que tiene como objetivo la formación de recursos humanos que satisfagan las necesidades de los sectores productivos y de servicios, estando bajo su responsabilidad la capacitación para y en el trabajo que se imparte en los Centros de Capacitación para el Trabajo Industrial (CECATI).

Los objetivos institucionales de la DGCFT son:

- Ofrecer a la población programas de capacitación que permitan su incorporación a un trabajo remunerable, estable y socialmente útil.
- Vincular a los Centros de Capacitación para el Trabajo Industrial (CECATI) con los sectores empresariales y gubernamentales, para la revisión permanente de los programas de estudio y para el acceso de los capacitados a la planta productiva, con el objeto de complementar su capacitación y facilitar su adaptación a los procesos de producción.
- Dar validez oficial a los conocimientos y habilidades adquiridos fuera de las aulas.

La capacitación para el trabajo, socialmente útil, es prioritaria como toda acción educativa a cargo del estado, pues de ello depende el crecimiento integral de los individuos; esto es, el desarrollo armónico y pleno de sus capacidades.

Para el orden de gobierno estatal, en Guanajuato está el Instituto Estatal de Capacitación (IECA) cuya misión es: “capacitar y desarrollar talento humano conforme a los perfiles laborales requeridos por el sector productivo de nuestra entidad, apoyando transversalmente en la creación y conservación de empleos, para mejorar la calidad de vida de la sociedad guanajuatense”. (IECA, 2014). Este organismo tiene vinculación con el sector productivo del estado para certificar a las personas que se incorporan en el medio ambiente laboral y que desean desarrollar las competencias necesarias para estar calificados, de acuerdo a estándares específicos de cada empresa.

## **2. Concepto de adiestramiento.**

Otro concepto enlazado directamente al tema de capacitación es el del adiestramiento.

Debido al crecimiento en la incorporación productiva de las pequeñas y medianas empresas en el nuestro país, el concepto de adiestramiento se refiere al entrenamiento inicial o básico necesario para que un trabajador pueda realizar sus actividades o funciones para las que fue contratado. Se relaciona asimismo, como el entrenamiento físico relacionado con el proceso de capacitación.

Esta capacitación o adiestramiento se puede impartir en la empresa o fuera de esta. Si tiene personal propio o bien contrata instructores especializados en las áreas que se requiere, la vinculación deberá realizarse a través de contratos de capacitación con instituciones especialistas tales como universidades, escuelas, u organismos especializados en el tema.

Por otra parte, la STPS establece que la capacitación y el adiestramiento deberán tener por objeto:

- Actualizar y perfeccionar, tanto los conocimientos como las habilidades del trabajador en su actividad. De la misma manera, proporcionarle información sobre la aplicación de nueva tecnología en ella.
- Preparar al trabajador para ocupar una vacante o puesto de nueva creación.
- Prevenir riesgos de trabajo.
- Incrementar la productividad.
- En general, mejorar las aptitudes del trabajador.

## **3. Diagnóstico de necesidades de capacitación.**

Blake (2000) establece que para la detección de las necesidades de capacitación de las organizaciones, se debe de forma sistemática: analizar a las personas, a las tareas, a la organización y con esto interpretar el entorno.

Para las instituciones descentralizadas del gobierno federal mexicano, el objetivo primordial del diagnóstico es puntualizar las necesidades de los colaboradores en sus áreas de trabajo para cumplir con su misión, para el desempeño de sus funciones o para el desarrollo de los proyectos en los cuales participa. Esto desde la base del programa anual o de la planeación estratégica de cada órgano desconcentrado realice a partir de un programa bien establecido.

La necesidad de capacitación existe cuando una actividad, función o tarea dentro de la organización no se realiza con la eficiencia adecuada. Es en este momento cuando el área de recursos humanos o capital, debe llevar a cabo la ejecución de la misma, dependiendo el nivel jerárquico de que se trate.

Conforme a Blake (2000) se establecen tres tipos de necesidades de capacitación: por discrepancia, por cambio y por incorporación.

a. Por discrepancia: son las que se tienen en la organización y se originan debido a que algún colaborador desempeña sus funciones de forma insatisfactoria. A partir de esta idea, se debe lograr coincidir en cuatro vertientes: la del discrepante, la de su jefe, la del sistema de poder de la organización, y la del capacitador que deberá atender a las necesidades de entender la necesidad de coincidir en la capacitación.

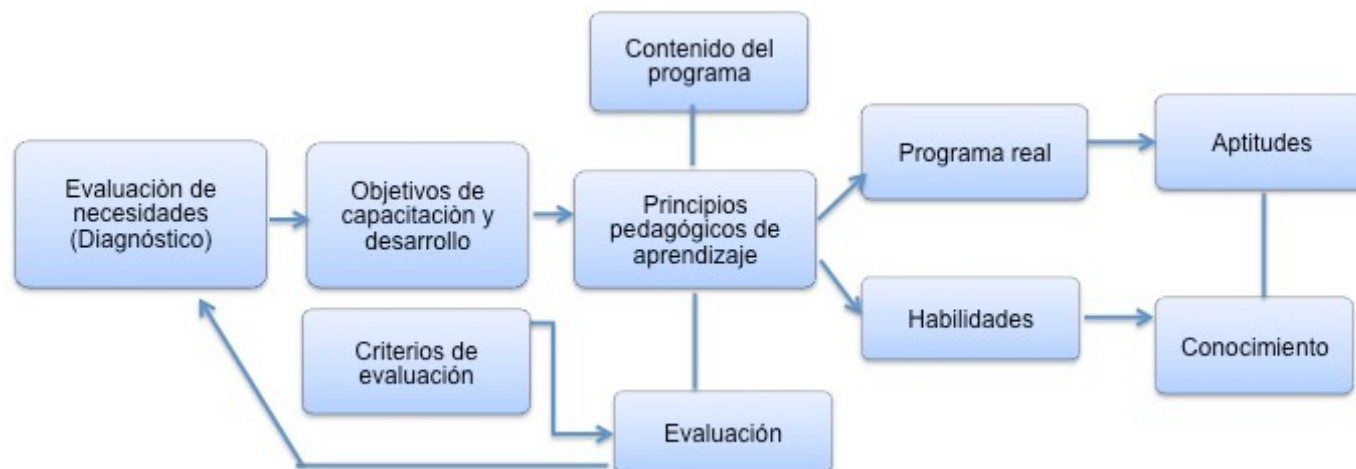
b. Por cambio: son las que se darán por el hecho de que la organización decide cambiar la forma de llevar a cabo alguna función que actualmente se lleva de forma diferente a lo que requiere un proyecto en especial. Como consecuencia natural, se da la resistencia al cambio por parte de los colaboradores.

c. Por incorporación: son las que se dan como consecuencia de que el proyecto a seguir requiere de actividades o tareas que en el presente no se están realizando.

#### 4. El proceso de capacitación.

El proceso debe ir enlazado a partir de un proceso inicial del diagnóstico de las necesidades de capacitación de la empresa. La siguiente figura, muestra que los pasos en esta preparación involucran aspectos como las habilidades de los colaboradores.

**Figura 1. Pasos en la preparación de un programa de capacitación y desarrollo.**



Fuente: Werther y Davis (2008, p. 255).

Con base en el documento Diagnóstico de Necesidades de Información (2008) de la STPS, se debe incorporar dentro del proceso de capacitación, una serie de recomendaciones para que favorezcan a las siguientes acciones:

- La estructuración y el desarrollo de planes y programas de las instituciones involucradas.
- Establecimiento de acciones de seguimiento y evaluación del proceso capacitador.

En siguiente figura se muestran los cambios en el comportamiento del recurso humano, que se esperan obtener debido al proceso de capacitación en las organizaciones.

**Figura 2. Tipos de cambios en el comportamiento en razón de la capacitación.**



Fuente: extraído de Chiavenato (2010, p.372)

### **Metodología.**

#### **Enfoque de investigación.**

Este diagnóstico se realizó con un enfoque cualitativo de investigación con la finalidad de profundizar en la perspectiva de cada área respecto a sus necesidades de capacitación para lograr los objetivos planteados por la Dirección Local. El enfoque cualitativo indaga enfáticamente en la percepción de los participantes, quienes en este caso son los más indicados para identificar y explicar sus necesidades de capacitación, sugerencias y áreas de oportunidad. Dando seguimiento a las características del enfoque cualitativo, se buscaron respuestas para reconstruir la realidad de los colaboradores de la organización, tal y como los observan ellos mismos en sus diferentes sistemas sociales previamente definidos. Otra de las características del presente estudio por las cuales se considera un abordaje cualitativo fue que no se generalizaron de manera probabilística los resultados a la población de la empresa, ya que se involucró únicamente a unos cuantos sujetos de cada área para comprender e interpretar el fenómeno de estudio a través de las experiencias que vivían como parte de sus funciones laborales.

#### **Población y muestra.**

De acuerdo con lo señalado en el apartado del enfoque de investigación, no se buscaba generalizar los resultados, por lo que se consideró un muestreo no probabilístico para profundizar en los significados que le otorgan los colaboradores de la organización objeto de estudio a la capacitación; la elección de los colaboradores de cada área que participaron en los grupos de enfoque se efectuó con el apoyo de la jefatura del departamento de personal, tomando como parámetros las características de la investigación, así como de su antigüedad, horarios, y funciones claves dentro del área,

para cumplir con las condicionantes de una muestra dirigida bajo un procedimiento de selección que diera pie a la inclusión del personal preponderante para comprender la capacitación que requerían, así como los conocimientos, capacidades y habilidades que tenían sus compañeros de trabajo y los aquellos deseables para el área.

El estudio se realizó con un total de 30 personas de 5 áreas diferentes de la Dirección del organismo dependiente de SEMARNAT. Las estrategias de muestreo empleados para la conformación de los grupos de enfoque fueron varios, entre ellos podemos señalar los siguientes: muestra de expertos, muestra de casos-tipo, muestra de casos sumamente importantes para el problema y muestreo por conveniencia; se consideraron diversas estrategias debido a la naturaleza del fenómeno y la saturación de categorías.

La Jefatura del Departamento de Personal convocó al personal de 5 áreas para asistir a 4 sesiones de grupo y una entrevista con el director del organismo dependiente de SEMARNAT. Finalmente el número de participantes por departamento se conformó de la siguiente manera, como se indica en la tabla 2.

**Tabla 2. Número de asistentes a los grupos de enfoque por departamento**

<b>Departamento</b>	<b>Núm. de asistentes a los grupos enfoques</b>
Dirección del organismo (Área A)	1
Departamento Técnico (Área B)	9
Departamento Hidráulico (Área C)	7
Departamento Legal (Área D)	5
Departamento Administrativo (Área E)	9

Cabe destacar que el nombre de los departamentos se modificó por fines de privacidad para la difusión de la información.

### **Técnica de recolección de datos**

Los datos se recolectaron en sesiones de grupos de enfoque guiadas por una moderadora y basados en la guía de tópicos diseñada previamente para lograr los objetivos del estudio. Se realizó una sesión por cada área para discutir el tema a profundidad y explorar las necesidades que los participantes perciben. En total se realizaron 4 sesiones con una duración promedio de una hora cada una y una entrevista a profundidad con el área de dirección. Las sesiones fueron grabadas en audio para guardar un registro preciso de lo que ahí se comentó. Posteriormente de estas grabaciones se realizó la captura de los datos para su análisis.

### **Diseño de la investigación**

El estudio se abordó desde un diseño de investigación-acción, ya que se buscaba otorgar soluciones y sugerencias para identificar los temas de capacitación para cada

área participante en el estudio, basado en análisis de opiniones de personas que efectúan diversas funciones de puestos.

Por lo anterior el proyecto se realizó siguiente las fases esenciales de estos diseños: 1.- observación: planeación de la logística para el levantamiento de datos, de acuerdo con los horarios y áreas involucradas, 2.- pensar: analizar e interpretar los datos recolectados en los grupos de enfoque y la entrevista, y 3.- actuar: otorgar recomendaciones al organismo gubernamental para su programa de capacitación 2014.

El diseño de investigación-acción permitió: detectar el problema y diagnosticarlos, formular un plan para introducir los cambios y recibir retroalimentación de dichas sugerencias del área de dirección, sin embargo, no se dará un seguimiento para evaluar los resultados derivados de la capacitación que se implementará en el organismo, debido a los alcances económicos y de tiempo señalados en las negociaciones iniciales.

## **Análisis de datos.**

Los datos recolectados en cada sesión fueron capturados, se analizaron cualitativamente identificando códigos y categorías para lograr el total entendimiento del fenómeno a estudiar. En base a dicha codificación y categorización se realizó la interpretación y la descripción de necesidades de cada área, plasmándolas en los resultados que se muestran en el siguiente apartado.

Al finalizar el análisis se aplicaron los criterios de validez y confiabilidad de los resultados, mediante la dependencia, credibilidad, transferencia y confirmabilidad, como lo señala Hernández-Sampieri (2010).

## **Resultados**

A continuación se describen los principales resultados derivados de los grupos de enfoque llevados a cabo con los diferentes departamentos y la entrevista con el área de dirección. Dichos resultados se exponen de acuerdo con las respuestas otorgadas por los participantes, agrupadas en cinco tópicos: a) Temas técnicos, b) Temas humanistas, c) Características sugeridas para las sesiones de capacitación, d) Evaluación de cursos anteriores.

La entrevista con el área de dirección clasifica las respuestas en los siguientes temas: a) Capacitación de nuevo ingreso, b) Principales problemáticas percibidas en la organización, d) Temática sugerida para la capacitación 2014, e) Temas humanistas y f) Características sugeridas para las sesiones de capacitación.

### **I. Dirección del organismo (Área A)**

#### **1.- Capacitación de ingreso**

Se considera que la capacitación que recibe el personal de nuevo ingreso es compleja y muy poca, en primera instancia por el manejo de tecnicismos que emplean

en la organización, lo cual dificulta, en ocasiones, el desarrollo óptimo de funciones del puesto. Incluso el personal no recibe una inducción especializada según el área para la cual se le contrata, esto aunado a la carencia de perfiles requeridos para la realización de tareas de acuerdo a los puestos generan una serie de problemas en el sentido estricto de la capacitación al no contar con las habilidades, capacidades y competencias básicas para los puestos.

*“La capacitación de la gente de nuevo ingreso es incipiente y complicada, en ocho horas no puedes explicarles algo tan complejo como lo que se maneja en la organización, es otro idioma porque existe muchísimo vocabulario por aprender” (Director).*

Respecto a los comentarios recabados por el entrevistado para la inducción que recibe el personal, se sugiere:

- Llevar a cabo un proceso de reclutamiento y selección distintos a los actuales, en los cuales se tomen en cuenta los perfiles necesarios de acuerdo al puesto, área y de ser necesario procesos, tomando en cuenta que hacia este modelo se encamina la organización.
- Desarrollar un modelo de competencias necesarias y básicas para los puestos y en base al mismo reclutar y capacitar al personal que ingresa para reforzar las características que ya posee la persona y así cubrir los requerimientos.
- En cuanto a la gente que ya labora, es necesario realizar un plan de trabajo anual en el cual se especifique las competencias técnicas que deben generar o reforzar mediante capacitación, de acuerdo a los objetivos y metas planteadas por procesos o departamentos.

## **2.- Principales problemáticas percibidas en la organización.**

- Respecto a las opiniones expresadas por el entrevistado se deduce que los problemas con la capacitación comienzan desde el momento en el cual algunas de las personas que ingresan a la institución no tienen el nivel académico requerido, la motivación, ni la actitud para laborar ahí.
- Por otro lado el personal de campo tiene muy poco o nulo involucramiento con el equipo administrativo, lo cual genera falta de vinculación y valoración entre las funciones de unos y otros, y cómo aportan valor en su totalidad al proceso.
- Otra situación que detona una serie de problemáticas es la brecha de antigüedad entre el personal, al prevalecer dos grupos: “Los nuevos” y “Los viejos”, entre los cuales llegan a presentarse hasta veinte años de diferencia de haber ingresado a la organización.
- Los viejos: De acuerdo a lo expresado, son personas muy exigentes, tienen muy buenos antecedentes en cuanto a su capacitación, se perciben como gente que ya no necesita aprender nada, y algunos, no desean compartir sus conocimientos ni experiencia con “los nuevos”, lo cual dificulta la integración de los equipos de trabajo y por consecuencia el trabajo.
- Los nuevos: Dentro de este mismo grupo se identifica una polarización:
  - La gente comprometida. Personal impulsora de la organización, dispuesta a la capacitación, aprendizaje e identificada con la organización.

La gente con poca actitud. Personal poco comprometido, con poca disposición de aprender y asistir a las capacitaciones, hacen lo necesario o menos, en ocasiones

suelen propiciar más trabajo a sus compañeros de área, debido a la carencia de compromiso por capacitarse.

Esta clasificación de colaboradores, propicia por lo tanto la percepción de requerir talleres o cursos encaminados a la integración entre el equipo de áreas y la organización en su totalidad, así como el trabajo en equipo, la motivación y el compromiso con el cual se trabaja.

- Otra de las problemáticas percibidas es la falta de empatía y amabilidad que existe para atender a los usuarios, al argumentar que el personal, en concreto quien tiene trato directo con la ciudadanía, es grosera, no invierten el tiempo requerido para atender al usuario con cortesía y aprender a decir no amablemente. *“Es lamentable la actitud de la gente con el usuario, tienen una falta de madurez, ya que son bastante groseros con el usuario, no se dan cuenta que todo el trabajo que se hace aquí es por ellos, no dan un plus para decir amablemente no” (Director).*

- La planeación, coordinación y programación entre el área de recursos humanos y los departamentos o personal que recibirá los cursos no es la adecuada, este fue otro de los problemas detectados, en gran medida se atribuye al recurso económico, el cual se les otorga hasta marzo, mes en el cual pueden comenzar a buscar y definir los cursos, además de otros factores como los múltiples pendientes y actividades de las áreas, lo cual en ocasiones les limita asistir en los horarios y días agendados, así como la comunicación poco asertiva desde organismos federales, al no informarles de los cursos que se ofertarán y los facilitadores que se asignarán en tiempo y forma.

- Una de las principales áreas de oportunidad en las cuales enfatizó el entrevistado fue: el liderazgo, integración de equipo, empatía y motivación que ejercen los puestos de mando, ya que al no fomentar una cultura organizacional sólida entre sus colaboradores, transmitir la importancia que tienen como personal de la organizacional y comunicarse asertivamente con ellos generan poco o nulo compromiso hacia los procesos desarrollados.

*“Nuestro problema más fuerte es la cultura de trabajo, así, los equipos de trabajo, lo que llamamos sociedades anónimas, trabajan tan diferente entre sí, esto se debe al liderazgo de sus jefes, no hay una visión para fortalecer el clima organizacional, los líderes no hace ver a su gente lo importante que son para la empresa, no lo transmiten, tenemos bastante radio pasillo por esa misma razón y cada quien toma e interpreta lo que quiere” (Director).*

### **3.- Temática técnica sugerida para la capacitación 2014**

- a. Temas técnicos básicos que deben considerarse al ingresar al organismo.
- b. Office básico, intermedio y avanzado.
- c. Ortografía y redacción.
- d. Unificar criterios e interpretaciones respecto a las leyes que manejan, no sólo conocerlas, sino además homologar las percepciones.
- e. Se sugiere evaluar a la gente para conocer el nivel en el cual se les debe ubicar, de tal manera que se agrupen de acuerdo a los resultados de la evaluación.

### **4.- Temas humanistas sugeridos para la capacitación 2014**

- a. Atención y servicio al cliente.
- b. Trabajo en equipo (motivación e integración).



c.Liderazgo (para directores y jefaturas).

## **5.- Características sugeridas para las sesiones de capacitación**

a.Horarios. Horario laboral de acuerdo al área, incluso homologar horarios con el personal que deba participar en el curso tomando en cuenta los procesos que les atañen, y comprometerlos haciéndolos firmar.

b.Días de la semana. Días laborales, debido a experiencias pasadas con cursos realizados en horarios o días no laborales en los cuales tuvieron muy poca participación o incluso cancelación total.

c.Asistentes. Personal que comparta procesos en común, de acuerdo a su nivel de conocimientos y necesidades de capacitación, buscando un lugar y horario común.

## **II. Residencia Técnica (Área B)**

### **1. - Temas técnicos**

a.Software de hidrología y topografía.

b.HMS Software.

c.Hydrologic Engineering Centers River Analysis System (HEC- RAS).

d.MIKE by DHI Software.

e.AutoCAD.

f.Arcview.

g.Macrostation.

h.Sistema de Información Geográfica (SIG o GIS).

i.Aguas superficiales: nuevos sistemas, por ejemplo Infoworks RS (modelador de aguas superficiales).

j.Estación total (topografía).

k.Aguas subterráneas, manejo de los acuíferos, revisar los niveles, aprender cómo es su comportamiento.

l.Piezometría.

m.Geohidrología

n.Diseño, construcción, supervisión y calidad de plantas de tratamiento.

o.Sistemas de saneamiento y parámetros de control.

p.Meteorología.

q.Calidad: técnicas de monitoreo, técnicas de laboratorio.

r.Sistemas de alertamiento temprano.

s.Inglés técnico, conversación y redacción.

t.Al personal de campo, capacitarlo en el uso de equipo electrónico con el que ya se cuenta.

u.Microsoft Office intermedio y avanzado.

### **2.-Temas humanistas**

a.Integración de equipos. Cursos que fomenten el que todos aprendan, apoyen y los de mayor experiencia la compartan para no empezar de cero y estén abiertos a las aportaciones del personal de nuevo ingreso.

- b.Motivación de trabajo en campo. Para el personal de campo, cursos en los que se les haga ver la importancia de realizar correctamente su trabajo, ya que impacta en el proceso general.
- c.Talleres que fomenten la visión de los jefes inmediatos, para estar abiertos a propuestas y mejoras, que fomenten la creatividad en lugar de limitarla.
- d.Difundir qué hace cada área, sus responsabilidades y funciones en el proceso.
- e.Procesos de innovación y calidad.
- f.Atención al cliente: para mejorar el servicio que se da y saber tratar a cada tipo de persona.

### **3.- Características sugeridas para las sesiones de capacitación**

- a.Horarios. Se sugiere que sea dentro del horario laboral debido a que hay personal que tiene otro empleo o que estudia fuera del horario laboral.
- b.Duración. No importa la duración, siempre y cuando no pase mucho tiempo entre un curso y otro, más aun cuando ambos abordan los mismos temas, ya que se olvida por la carga de responsabilidades.
- c.Días de la semana. Se sugiere de lunes a viernes.
- d.Fechas. Se recomienda que sea en el periodo de enero a mayo, o de noviembre a diciembre, porque en temporada de lluvias no es recomendable debido a la alta carga de trabajo.

### **4.- Evaluación de cursos anteriores**

- Es positivo y más productivo dividir al grupo por niveles dependiendo de los conocimientos previos de cada quien.
- El tiempo de los cursos anteriores no ha sido productivo en su totalidad, debido a las diferencias que existen en cuanto a los conocimientos que tienen los participantes, lo cual les impide avanzar de manera conjunta. Comentó un participante que *“se pierde mucho tiempo entre que el capacitador se entretiene explicándole a alguna persona lo básico y mientras los demás pues nos aburrimos, entramos a internet, perdemos tiempo, ya cuando acuerdas se acabó el tiempo y no viste nada”*.
- Es positivo que al final los instructores evalúen a los participantes y les otorguen una calificación basada en el aprovechamiento.
- Los cursos mejor evaluados son aquellos cuya temática, ejemplos y ejercicios estuvo directamente relacionada con el trabajo cotidiano.
- Es bien calificado cuando los cursos son más prácticos que teóricos.
- Respecto a los cursos de motivación a los cuales han asistidos, consideran que no han sido aplicados en la práctica cotidiana, todo es momentáneo por la euforia con la cual se imparte el taller, pero una vez que terminan la actitud sigue igual, atribuyen esto en gran medida al poco o nulo interés que muestran los jefes inmediatos al no transmitir con conductas o mensajes verbales lo visto en ese tipo de talleres.

## **III. Infraestructura Hidráulica Urbana (Área C)**

### **1.- Temas técnicos**

- a.Capacitación referente a programas como PRODDER, PROSANEAR, PAL, etc., de manera más profunda.
- b.Microsoft Office: Excel y Project, Access, para personal de apoyo. Por niveles (básico, intermedio, avanzado).
- c.Cursos de redacción.

d. Software que tenga que ver con las áreas: AutoCAD (básico, intermedio y avanzado), Microsoft Project, Arcview para localización (base de datos gráfica), Hydrologic Engineering Centers River Analysis System (HEC- RAS), Epanet (diseño de redes de agua potable y alcantarillado), SWW, AH.

e. Diseño de plantas de tratamiento.

f. La parte normativa: Ley de Obras Públicas y su reglamento. Actualización al respecto: *“No está por demás revisar las modificaciones y comentándolo empiezan a salir dudas”*.

g. Inglés técnico.

## **2.- Temas humanistas**

a. Desarrollo institucional, en función a la filosofía organizacional.

b. Desarrollo humano.

c. Para el personal de apoyo: liderazgo y trabajo en equipo.

## **3.- Características sugeridas para las sesiones de capacitación**

a. Horarios. Se sugiere que sea viernes en la tarde y sábados en la mañana. O bien, en horario laboral.

b. Incluso se contempla la posibilidad de que sean en línea.

c. Duración. 4 o 5 fines de semana seguidos de diez horas.

d. Días de la semana. Viernes y sábado.

e. Facilitadores. Instructores avalados.

f. Método didáctico. Cursos didácticos: *“como una receta de cocina”*.

## **4.- Evaluación de cursos anteriores**

- Es importante y les gusta cuando se aplica un examen al finalizar el curso.

- Los cursos anteriores han sido a la medida de sus necesidades.

- Tal vez los problemas han sido los temarios, necesitan los temarios adaptados a la realidad que viven a diario.

- *“Lo que se ha hecho es muy bueno”*.

## **IV. Unidad Jurídica (Área D)**

### **1.- Temas técnicos**

- En materia de procedimientos administrativos, materia fiscal, en lo que tenga que ver con emisión de actos de autoridad y justicia administrativa.

- Derecho penal, porque solamente una persona lo lleva actualmente y existe la necesidad de que los demás tengan un mayor acercamiento al tema. Que cubra el conocimiento general y una actualización o un diplomado.

- Redacción de sentencias, con un enfoque hacia la parte técnica.

- Seminario de amparo.

- Para las asistentes: Microsoft Office nivel intermedio (por ejemplo, que incluya el uso de fórmulas en Excel).

- Introducción y actualizaciones de la Ley de Obras Públicas para el puesto al que le toca asistir a las licitaciones (curso interno que normalmente imparte la SFP).

### **2.- Temas humanistas**

- Administración del tiempo.

- Desarrollo de habilidades según el área.
- Inteligencia emocional.

### **3.- Características sugeridas para las sesiones de capacitación**

- a.Horarios. Se sugiere que sean temprano, por la mañana de 8:00 a 10:00, para continuar con las labores cotidianas. Fomentar la puntualidad en todos los participantes del curso.
- b.Días de la semana. Se sugiere que los cursos se impartan entre semana.
- c.Facilitadores. Personas preparadas, especializadas y con experiencia en materia de agua.
- d.Método didáctico. Ejemplos o casos aplicables al trabajo cotidiano del área.

### **4.- Evaluación de cursos anteriores.**

Han tomado cursos en materia de juicios contenciosos, administrativos, justicia administrativa y amparo. Tomaron uno en materia de justicia administrativa, la mayoría de los participantes eran de Jurídico. Sería muy bueno tomarlo conjuntamente con todo el personal de administración. Los cursos que son evaluados como más útiles son los que han sido dirigidos específicamente al área de trabajo de la Unidad, y de ahí se toman nuevas ideas.

Por ejemplo comentaron que les gustó uno que se les otorgó de jurisprudencia, ya que fue de basta utilidad para sus funciones de departamento. Comentaron que les pareció muy positivo un curso en el que el instructor invitó a un Secretario del Tribunal y pudieron conocer su criterio, *“fue muy bueno, nos dijo: ‘están mal sus resoluciones’”*.

Los cursos que no han sido bien evaluados son aquellos en los que los instructores no tienen el conocimiento actualizado y *“nos quedamos con dudas, o sin resolver nuestro problema”*.

## **V. Subdirección de enlace administrativo**

### **1.- Temas técnicos**

- a.Actualización en materia de la Ley fiscal.
- b.Cursos de finanzas (actualización).
- c.Office básico, intermedio y avanzado (específicamente Excel y Power Point en nivel intermedio y avanzado).
- d.Capacitación en organización y planeación de actividades.
- e.Desarrollo y certificación de páginas web.
- f.Cursos de calidad con enfoque en ISO.
- g.Inducción y capacitación especializada para los nuevos de acuerdo al área a la que se les asigne.

### **2.- Temas humanistas**

- a.Actitud de servicio, al interior y al exterior de la organización.
- b.Atención al cliente.
- c.Integración y motivación del equipo de trabajo.
- d.Cursos de programación neurolingüística.
- e.Organización y planeación del tiempo.

### 3.- Características sugeridas para las sesiones de capacitación

- a. Horarios. En horario laboral, de preferencia entre 9 a.m. y 3 p.m.
- b. Duración. Lo más conveniente sería de 2 a 6 horas semanales como máximo.
- c. Días de la semana. Entre semana (lunes a viernes).
- d. Fechas. A principios de año (Entre el primer trimestre y /o semestre) De preferencia, a mitad de mes, pero no a finales, porque esto repercute en sus múltiples pendientes que se juntan.
- e. Facilitadores. Enviar CV y considerar catedráticos que realmente estén especializados y vinculados en la práctica con los temas de los cuales impartirán el curso.

### 4.- Evaluación de cursos anteriores

- Los cursos de programación neurolingüística e ISO que tomaron recientemente (2013), les pareció muy bueno debido a que realmente lo aplicaron en sus funciones cotidianas.
- Consideran que hay gente que ya no asistió a los cursos, porque no les ve la importancia o incluso por la metodología o modelo didáctico del capacitador.
- Una de las principales problemáticas para ellos en materia de los cursos programados anteriormente, es el poco tiempo con el cual se les comunica, la poca aplicación práctica que le da el facilitador al curso, el permiso o valoración que dan a la capacitación los jefes o supervisores inmediatos, y el horario, este último fue mencionado en mayor medida.
- Hay gente que tiene mucho tiempo laborando en la empresa, por lo cual han adquirido bastante experiencia y no tienen la mentalidad de requerir ser capacitados.
- En términos generales perciben los cursos anteriormente tomados como “*buenos*”, pero algunos muy largos, lo cual dificultó asimilar la información o incluso cursarlo completo.

### Conclusiones

Conforme a Blake (2000) se establece que los programas de capacitación requieren identificación, análisis y evaluación desde la alineación y coherencia de los objetivos y la planeación estratégica de las organizaciones. Al contratar personal de nuevo ingreso en la institución, se requiere que cubran el perfil solicitado para el puesto, ya que varias de las necesidades de capacitación mencionadas son requisitos básicos que debería cumplir el candidato desde el momento de ser contratado. En este sentido se sugiere incrementar el nivel educativo del perfil de los puestos y motivar a continuar sus estudios académicos.

Guiñazú (2004) indica que la capacitación debe impartirse desde el contexto interno de la organización, y debe cumplir con tres requerimientos: estar alineadas con las ideas rectoras de la organización, lograr arraigo con la cultura organizacional y crear acuerdos entre los participantes. De esta manera, los cursos deben ser relacionados y especializados en su trabajo cotidiano. Enfocados a lo que hace cada área, como un “traje a la medida”. Los cursos mejor evaluados han sido aquellos a los cuales los participantes identifican como directamente aplicables a su trabajo diario.

Se sugiere que la metodología didáctica de la capacitación, en caso de ser necesario, sea en la medida de lo posible práctica, ya que es realmente la que la

mayoría de los participantes de los grupos de enfoque han valorado y aplicado en sus funciones laborales.

Es necesario que para que una organización subsista y evolucione, debe ser capaz de responder a las demandas del medio ambiente (Guiñazú, 2004). Deben concatenarse los contenidos con aquellos requerimientos que la sociedad exige. Al hablar de cursos de software, surgió la cuestión de las licencias y las versiones. Se comentó en algunas áreas que se tomaron los cursos de cierto software con una versión, la cual no coincidía con la que tienen disponible en su equipo de cómputo de la institución. Fue reiterada la petición de que se compren las licencias de los programas requeridos y que las versiones de éstas coincidan con las mismas que se imparten en los talleres.

Se sugiere homologar los grupos del personal que participan en los cursos técnicos y/o especializados, lo ideal, de acuerdo con especialistas, es dividirlo por niveles, por ejemplo: básico, intermedio y avanzado, y realizar un examen de diagnóstico previo al curso para ubicar a cada participante en el nivel que le corresponde. De este modo el aprendizaje es más efectivo para todos.

Generar una matriz de planeación en la que se especifique de manera clara y concreta el objetivo de la capacitación por departamentos y posteriormente procesos, con características como las metas, el curso propuesto, las áreas que participarían, el tiempo asignado, los horarios y días sugeridos, el temario que se impartirá, los grupos que participarían por nivel de conocimiento, los capacitadores propuestos, un breve CV, y la evaluación obtenida antes y después de haber tomado el curso, para este último factor se sugiere un seguimiento puntual en el cual se involucre recursos humanos y el jefe inmediato.

Es necesario llegar acuerdos y motivar al personal, de tal manera que se les haga firmar la matriz de planeación en señal de compromiso con la capacitación que se les ofrece, la cual ellos mismos sugieren y consideran requerir.

Algunos de los cursos de capacitación que se sugieren como obligatorios para todo el personal es el de: Office básico, intermedio y avanzado; planeación de tiempo y actividades, trabajo e integración en equipo, calidad en el servicio y motivación laboral hacia la productividad.

Finalmente se concluye que es necesario un programa de seguimiento y evaluación de lo aprendido en los cursos. Chiavenato (2014) indica que es necesario saber si el programa de capacitación alcanzó sus objetivos desde la identificación de necesidades de la organización, aquellos que participaron como colaboradores y los clientes. Esto es fundamental, ya que actualmente no hay ningún marco de referencia que les de retroalimentación del estatus en cuanto a la actualización de las habilidades y capacidades reforzadas u obtenidas que contribuyan en el cumplimiento de las metas del área y del programa de capacitación.

## **Bibliografía**

1.American Psychological Association (2010). Manual de estilo de Publicaciones de la American Psychological Association (3a ed.). México, D.F., México: El Manual Moderno.

- 2.Blake O. (2000). Origen, detección y análisis de las necesidades de capacitación. México, D.F.: Ediciones Macchi.
- 3.Guiñazú, G. (2004). Capacitación efectiva en la empresa. Invenio, vol. 7, núm. 12, junio, 2004, pp. 103-116, Universidad del Centro Educativo Latinoamericano Argentina.
- 4.Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (2008). Guía de Capacitación de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Recuperado de: <http://observatoriodelacapacitacion.stps.gob.mx/oc/capacitacion/G2-DNC.pdf>.
- 5.Hernández-Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5ª. ed.). México., D.F., México: McGraw Hill Interamericana.
- 6.Instituto Estatal de Capacitación (2014). Recuperado de:<http://ieca.guanajuato.gob.mx/ieca/index.php/conoce-el-ieca/mision>.
- 7.Instituto Nacional del Emprendedor (2014). Recuperado de: <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=1&sg=8>.
- 8.Ley Federal del Trabajo (2012). Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/125.pdf>.
- 9.Reglamento de la Ley del Servicio Profesional de Carrera en la Administración Pública Federal (2007). Recuperado de: [http://www.spc.gob.mx/Reglamento\\_LSPC-6-sep-07.pdf](http://www.spc.gob.mx/Reglamento_LSPC-6-sep-07.pdf).
- 10.Secretaría de Educación Pública (2014). Recuperado de:[http://www.dgcft.sems.gob.mx/quienesomos.php?idcont=menu\\_pre111](http://www.dgcft.sems.gob.mx/quienesomos.php?idcont=menu_pre111).
- 11.Servicio Profesional de Carrera de la Administración Pública Federal Mexicana (2014). Recuperado de: <http://www.spc.gob.mx>.
- 12.Werther W. y Davis K. (2008). Administración de Recursos Humanos. México D.F.: Editorial Mc-Graw Hill.
- 13.Zarazúa, J.L. (1999). Capacitación: un proceso continuo y programado para hacer frente a la globalización. Gestión y estrategia. 15 (15) Universidad Autónoma de México.

## El contexto del poder y la política en las organizaciones

Ignacio Arroyo Arroyo

Profesor de Tiempo Completo. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico:  
[iarroyo@uppenjamo.edu.mx](mailto:iarroyo@uppenjamo.edu.mx)

Janet del Carmen Coronado Hernández

Profesora de Tiempo Completo. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico:  
[jcoronado@uppenjamo.edu.mx](mailto:jcoronado@uppenjamo.edu.mx)

Nidia Isabel Ramírez Manjarrez

Profesora e Investigadora de Tiempo Completo. Universidad Politécnica de Guanajuato. Correo electrónico:  
[nramirez@upgto.edu.mx](mailto:nramirez@upgto.edu.mx)

### Introducción

Con el paso del tiempo podemos observar cómo se desarrollan las organizaciones en un ambiente cambiante tanto interno como externo a las mismas. Es en estos dos entornos donde encontramos dos: “el poder y la política”.

*“Una faceta de la vida organizativa se nutre, efectivamente, de conductas racionales que implican planificación, organización, dirección y control. Pero junto a ellas, o incluso íntimamente relacionadas con ellas, existen un conjunto de conductas dirigidas a obtener, mantener y usar el poder. Las luchas más o menos soterradas por el poder, la información de alianzas, las maniobras estratégicas... son tan endémicas en la vida organizativa como la dirección o el control”* (Zaleznick, 1970). Por otro lado, la aproximación a las organizaciones desde una perspectiva política nos ayuda a comprender el significado de los conflictos, juego de intereses y fuentes de poder como los responsables de los cambios internos, y nos ayuda a reconocer a los miembros de la organización como actores políticos y a la cultura y subculturas como modelos de alta significación política.

Históricamente Michel Foucault realiza entonces una conceptualización crítica del poder, pues, lo que se necesita es una nueva economía de las relaciones de poder, un camino que implique más relaciones entre teoría y práctica. Este camino consiste en tomar como punto de partida las formas de resistencia contra diferentes formas de poder; es decir, que antes que analizar el poder a partir del punto de vista de su racionalidad interna, se trata de analizar las relaciones de poder a través del antagonismo de las estrategias. El análisis de las resistencias al panóptico en términos de táctica y de estrategia no tiene como finalidad mostrar que el poder es anónimo y victorioso siempre. Se trata, por el contrario de señalar las posiciones y los modos de acción de cada uno, las posibilidades de resistencia y de contra-ataque de unos y otros (Foucault, 1980).

La política es un hecho en la vida de las organizaciones. Las personas que pasan por alto este hecho de la vida lo hacen bajo su propio riesgo. Pero uno podría preguntarse, ¿tiene que existir la política? ¿No es posible que una organización esté libre de la política? Es posible, pero muy improbable.

Puesto que la mayoría de las decisiones tiene que tomarse en un clima de ambigüedad, donde los hechos rara vez son totalmente objetivos y por tanto abiertos a la interpretación, la gente dentro de las organizaciones utilizará cualquier influencia que



esté a su alcance para colorear los hechos de manera que apoyen sus metas e intereses. Desde luego, eso crea las actividades que llamamos politiquería. Por tanto, para contestar la pregunta ¿no es posible que una organización esté libre de la política?, podemos decir que sí, cuando todos los miembros de esa organización tengan las mismas metas e intereses; cuando los recursos organizacionales no estén escasos; y cuando los resultados del desempeño sean totalmente claros y objetivos.

## **El Poder en las organizaciones**

Para Mayz-Vallenilla (1982) el término *poder* proviene del latín *possum* – *potes* – *posse*, que significa *ser capaz, tener fuerza para algo*, o que es lo mismo, ser potente para lograr el dominio o posesión de un objeto físico o concreto, o para el desarrollo de tipo moral, política o científica. Aquí se identifica el vocablo *potestas* que se traduce potestad, potencia, poderío, el cual se utiliza como homólogo de *facultas* que significa posibilidad, capacidad, virtud, talento. El término *possum* recoge la idea de ser potente o capaz pero también alude a tener influencia, imponerse, ser eficaz entre otras interpretaciones. El autor señala que íntimamente ligados al poder como *potestas* o *facultas* y de idea de fuerza que lo acompaña, se hallan los conceptos de *imperium* (el mando supremo de la autoridad), de *arbitrium* (la voluntad o albedrío propios en el ejercicio del poder), de *potentia* (fuerza, poderío o eficacia de alguien) y de *auctoritas* (autoridad o influencia moral que emanaba de su virtud).

El poder es la capacidad de influir en el comportamiento de los miembros de una organización, un gerente o cualquier miembro de la organización estar en búsqueda de incrementar el poder que ejerce sobre las personas de su entorno, es decir incrementar la dependencia de los demás con respecto a este, ya sea por adquirir conocimientos que lo hagan necesario para el puesto o bien por el poder que otorga un cargo para dirigir a un grupo de personas, de esta manera se busca maximizar de los demás hacia uno mismo y minimizar la de uno hacia los demás.

En las organizaciones, suele definirse el poder como “el resultado de la posición de un individuo en un tiempo y lugar y de sus cualidades personales”, identificándose tres formas de poder: entendido como la capacidad de dominación explícita o implícita, como la capacidad de distribuir y compartir influencia y como la capacidad de resistir el poder de otros (Hollander, 1978).

En la organización, el término poder se puede asociar a actividades tales como guiar, influir, persuadir o vender, e incluso el poder puede llegar a ser constructivo (Emans, Munduate, Klever, y Van de Vliert, 2003). Así, este poder incluiría la habilidad o capacidad de forzar a alguien para se comporte de una determinada manera (Mulder, De Jong, Koppelaar, y Verhage, 1986).

Para French y Bell (1996) identifican una serie de elementos comunes al concepto de poder como: Obtener un efecto (salirse con la suya), se da durante una interacción social (dos o más personas), supone la capacidad de influir en los otros, los resultados favorecen a laguna de las partes.

Para Whetten y Cameron (1991) identifican dos fuentes de poder dentro de las organizaciones que son:

- El “poder personal” estaría relacionado con la experiencia de la persona, su atractivo personal, el esfuerzo y la legitimidad.
- El “poder de la posición” tendría cinco orígenes diferenciados que son: la posición que tiene la persona dentro de una red de información y comunicación; la importancia que tiene el trabajo que realiza esa persona; su grado de discreción en el trabajo; la visibilidad que el trabajo que realiza esa persona tiene de cara a personas influyentes y el grado de importancia que tiene la tarea respecto a los objetivos de la empresa.

En el ámbito de las organizaciones el tema del poder tiene tres claros referentes: El primero en la fructífera línea de investigación sobre el liderazgo en grupo; el segundo surge del interés que se ha desarrollado por la cultura organizacional y por las prácticas de dirección japonesas (Ouchi, 1981), cuyos antecedentes en Occidente los encontramos en la nueva escuela de relaciones humanas de los años cincuenta y sesenta (McGregor, 1960) y (Likert, 1961) y en el movimiento sociotécnico de Tavistock. En la actualidad el modelo teórico que parece contar con un mayor grado de aceptación es el de la contingencia estratégica como en tercer lugar.

Frente a la perspectiva racional, sin lugar a dudas la más seguida en la evolución del pensamiento organizativo orientado a la consecución eficiente de las metas, surge una nueva perspectiva desde el paradigma natural, que considera a las organizaciones “como coaliciones, constituidas por distintos grupos e individuos con intereses distintos” (Pfeffer, 1982). Desde esta nueva visión, las organizaciones son consideradas como “coaliciones de alianzas temporales que se forman para desarrollar acciones conjuntas, transformarse en coaliciones dominantes y erigirse en el grupo clave de influencia” (Beer, 1980).

Contrariamente a la aproximación racional de la contingencia, subrayan que los miembros de las organizaciones tienen intereses diversos y, en tal sentido, consideran a las organizaciones como coaliciones. Aunque los teóricos de este modelo parten de los mismos supuestos que partían los del enfoque de la contingencia, introducen un proceso estratégico intermedio (el poder), mediante el cual pueden darse explicaciones alternativas sobre las características estructurales de las organizaciones (Hickson y Hinnings, 1971) y (Hickson, 1981). Entienden, por tanto, que las organizaciones son sistemas abiertos que se enfrentan y responden a los cambios que se producen en el entorno. Así mismo, presuponen que las distintas partes del entorno generan cambios en las diferentes áreas de la organización. Por tanto, las organizaciones habrán de estar diferenciadas desde el punto de vista estructural, a fin de responder mejor a los cambios producidos en esos entornos específicos. Desde esta perspectiva, la principal fuente de poder es la incertidumbre proveniente del entorno, por lo que las subunidades más poderosas serán aquellas que más se relacionen con dicha incertidumbre y logren reducirla.

Con respecto a las políticas, Rodríguez (1992) se refieren al poder en acción, a las estrategias y tácticas utilizadas para conseguir poder. Desde el punto de vista de los teóricos de las organizaciones, las políticas podrán definirse como aquellas actividades que se desarrollan en tales contextos para adquirir, incrementar y usar el poder y otros recursos, a fin de obtener los resultados pretendidos en una situación en la que existe incertidumbre o disensión sobre las alternativas a seguir. También puede ser definida

como un proceso de influencia en el que el individuo o el grupo intentan conseguir ciertos beneficios, usando tácticas y estrategias que le hagan merecedor de ellas. Más concretamente, la actividad política en las organizaciones usualmente se refiere a un conjunto especial de conductas que se ejecutan para conseguir poder u otro tipo de ventajas sobre los demás.

Mintzberg (1985) señala cinco posibles fuentes de poder dentro de las organizaciones que son: la posibilidad de controlar un determinado recurso, el control de una determinada habilidad técnica, los conocimientos de un área específica, las prerrogativas legales y por último, la capacidad del trabajador de acceder a las personas que tienen poder en alguna de las primeras cuatro bases.

Así pues, no sólo resulta interesante tener poder sino también tener la capacidad de acceder a personas que tienen poder, esto es, la capacidad de relacionarse con personas que ejercen poder en alguna de las bases citadas.

No obstante, cuando se trata de identificar las bases de poder, es la propuesta de French y Raven (1959) la que mayor popularidad ha alcanzado. A pesar del paso del tiempo, estos tipos de poder social siguen siendo actores principales en cualquier manual de Psicología Industrial, y, también hoy en día, siguen siendo elementos a partir de los cuales desarrollar estrategias de Desarrollo Organizacional. Concretamente estos autores distinguen cinco tipos de poder:

1. Poder de recompensa, que está basado en la capacidad que dentro de la organización tiene una persona para administrar incentivos positivos con el objetivo de conseguir determinados resultados o conductas entre los empleados.
2. Poder coercitivo, que está en la capacidad que tiene una persona para administrar sanciones y castigos.
3. Poder legítimo, está en la creencia de que quien posee el poder tiene un derecho legítimo a ejercerlo y quien recibe las consecuencias de este poder tienen una obligación legítima de aceptarlo.
4. Poder referente, está basado en la posesión de determinados rasgos que resultan valiosos para otras personas.
5. Poder de experto, está en los conocimientos, experiencia o habilidades que posee la persona con poder y que desean los demás miembros de la organización.

La teoría del poder debería considerar lo que se viene llamando la teoría evolutiva de la burocracia que, lógicamente, ya no se centra sólo en la eficiencia, sino que introduce otras variables importantes como el poder del estado y las disfunciones en amplios sectores de la sociedad, que la modulan profundamente. Es difícil, no obstante, reescribir la historia de la burocracia con una visión amplia del entorno y de la externalidad. No debemos olvidar que el ejercicio del poder implica siempre una actitud ética, que en el contexto de las organizaciones va a estar determinada por el sistema de valores que impere en la cultura concreta de cada organización.

En las organizaciones los principales instrumentos del poder suelen ser cuatro según Arnoletto (2013) : la coerción, los premios, la persuasión y el conocimiento. Quien los

gestiona y administra, ejerce poder, y en ese ejercicio del poder, con frecuencia se originan conflictos.

Los dos primeros: la coerción y los premios en general están ligados al poder del puesto que se ocupa en la organización; los dos segundos: la persuasión y el conocimiento, son instrumentos del poder personal, del ascendiente alcanzado por quien ocupa el puesto. También nos habla de otros poderes como:

- El poder descendente es la influencia que puede ejercer un superior sobre un subordinado. El poder ascendente se refiere a los intentos de los subordinados para influir sobre sus superiores.
- El poder lateral se refiere a la influencia, o intentos de influir, sobre aquellas personas o unidades institucionales que no son ni nuestros subordinados ni nuestros superiores, sino que están ubicados en posiciones jerárquicas similares, pero diferenciadas por el tipo de tareas asignadas.

Las organizaciones que responden al modelo llamado “piramidal” o “vertical” se manejan principalmente con el poder descendente. En la práctica informal, el poder ascendente, como influencia sobre el superior inmediato, también existe. En cambio despierta mucha resistencia el poder lateral u horizontal, que suele denominarse en la jerga organizacional con el verbo “puentear”. Curiosamente, en los nuevos modelos organizacionales no piramidales se recomienda mucho esa relación lateral para mejorar la coordinación y la eficiencia en la gestión.

Aparte del poder formal como lo menciona Arnoletto (2013) conferido por el organigrama y las hojas de operaciones, tareas o funciones, hay siempre mucho interés en las organizaciones por conocer el poder real que cada parte tiene, para usar esa información en diagnósticos organizacionales o análisis de conflictos. Los indicadores para esa medición suelen ser los siguientes:

- La asignación presupuestaria de las distintas unidades organizacionales: el incremento o reducción de las asignaciones presupuestarias por espacios de tiempo.
- El volumen y calidad de la actividad desempeñada: número de usuarios, número y calidad de las funciones o tareas asignadas.
- La representación departamental o personal en comités importantes de la organización.
- Número, categoría profesional y retribución de los empleados de cada unidad.
- Volumen o dimensión estructural de las unidades.
- Capacidad de crear estados de opinión en la organización por parte de la unidad o de sus integrantes.
- Grado de influencia de cada unidad sobre los procesos decisorios de la organización.
- Si los miembros de cada unidad tienen o no posibilidad de acceso directo a los altos cargos de la organización.
- Ubicación y entorno físico de cada unidad: espacio asignado, mobiliario, infraestructura tecnológica, etc.
- Resultados de entrevistas a diverso nivel para evaluar el poder asignado a unidades y personas en la organización.

## **La política en las organizaciones**

Con respecto a las políticas, Rodríguez (1992) se refieren al poder en acción, a las estrategias y tácticas utilizadas para conseguir poder. Desde el punto de vista de los teóricos de las organizaciones, las políticas podrán definirse como aquellas actividades que se desarrollan en tales contextos para adquirir, incrementar y usar el poder y otros recursos, a fin de obtener los resultados pretendidos en una situación en la que existe incertidumbre o disensión sobre las alternativas a seguir. También puede ser definida como un proceso de influencia en el que el individuo o el grupo intentan conseguir ciertos beneficios, usando tácticas y estrategias que le hagan merecedor de ellas. Más concretamente, la actividad política en las organizaciones usualmente se refiere a un conjunto especial de conductas que se ejecutan para conseguir poder u otro tipo de ventajas sobre los demás.

La importancia actual que se está dando a la dimensión política en las organizaciones, lo posibilita el hecho de considerarlas como sistemas artificiales en términos de Simon (1973) o como instrumentos, término sugerido por Perrow (1970). Desde esa perspectiva, la noción clave reside en que tales sistemas artificiales o instrumentos se crean desde el poder, por el poder y en calidad de instrumentos de poder. En consecuencia, consideramos tan esencial la dimensión política para explicar cualquier fenómeno crítico de la organización, que aún estamos sorprendidos por la poca atención que se le ha prestado durante largo tiempo desde la teoría de las organizaciones.

La conducta política implica, por tanto, actividades discrecionales y pluralistas desde el punto de vista de la organización formal, a pesar de estar inserta en unos códigos normativos (Farrell y Petersen, 1982), lo que a veces puede dar lugar a situaciones altamente ambiguas. Así mismo, la conducta política incluye actividades relacionadas con la adquisición, desarrollo y uso del poder, como han puesto de manifiesto, entre otros, Madison (1980) y Hardy (1985), y se orienta hacia la protección o promoción de los intereses propios de los actores, tal como han puesto de manifiesto Robbins (1989), Farrel y Petersen (1982). Por último, la conducta política implica conflicto de intereses entre los actores, tal como sostienen Vredenburg y Maurer (1984).

### **Factores para el desarrollo de la política**

De igual forma Rodríguez (1992) afirma que los factores que inciden en el desarrollo de la orientación política en las organizaciones, son, cuando menos, de dos tipos: individuales y contextuales.

En primer lugar la necesidad de poder McClelland (1976), estudiada ampliamente por McClelland, a través de técnicas proyectivas en una primera fase y de técnicas neurofisiológicas en la actualidad. Desde esta perspectiva se sostiene que las personas con alta necesidad de poder están interesadas ante todo en usarlo para su propio beneficio y utilizan todas las tácticas a su alcance en el trabajo para lograr sus metas particulares. Por el contrario, quienes están socializados en valores más solidarios y altruistas aunque tengan una alta necesidad de poder, y lo logren, lo utilizarán para ayudar a los demás.

Un segundo factor que debemos considerar desde el punto de vista individual es la inseguridad emocional, pues algunas personas se alinean en unos determinados cursos de acción o en unas políticas determinadas, no por conseguir poder, sino por sentirse

seguros, respaldados, por tener un marco de referencia fuerte y cercana donde acudir para afianzar su propia identidad psicológica y social.

Muy relacionado con el anterior, existe un tercer factor, la necesidad de aceptación, que contribuye a sí mismo al desarrollo de prácticas políticas por parte de los empleados con afán de movilidad social o de ser aceptados por grupo situados en niveles superiores o con más poder. Para conseguir este fin orientan sus conductas hacia las metas de esos grupos (Rodríguez, 1992).

En cuanto a los factores de carácter organizacional que influyen en el desarrollo de la orientación política, podríamos destacar los tres siguientes. En primer lugar, la estructura piramidal de las organizaciones posibilita la existencia de prácticas políticas, ya que las personas tienden a consolidar posiciones, defender intereses y lograr alianzas que aseguren tanto su propia estabilidad como la de la organización. No obstante, el desarrollo de las políticas ha de articularse y seguir las normas características de ese tipo de estructura para no crear rupturas traumáticas, sino un clima integrador y de entendimiento. En segundo lugar, la ausencia de normas objetivas de desempeño genera la creación de políticas entre los empleados a fin de ganarse el reconocimiento de los jefes. Si las normas de desempeño fuesen claras para todos y pudieran, además, ser medidas de forma objetiva, sería mucho menos necesaria la conducta política, ya que los márgenes de maniobrabilidad serían mínimos. Por el contrario, en la medida en que tales normas no están suficientemente claras o no son medibles de un modo objetivo, la clarificación y la objetividad es establecida mediante conductas políticas (Zaleznick, 1970).

### **La política como poder**

Señala Robbins (1996) que existe la llamada dimensión “legítima-ilegítima” en el comportamiento político. El comportamiento político legítimo se refiere a la política normal de todos los días: quejarse con el superior, pasar por alto la cadena de mando, la formación de coaliciones, la obstrucción de políticas o decisiones organizacionales por medio de la inactividad o una adhesión excesivamente rigurosa a las reglas y el desarrollo de contactos fuera de la organización por medio de las actividades profesionales. Sin embargo, también existen comportamientos políticos ilegítimos que violan las reglas implícitas del juego. A quienes realizan tales actividades extremas a menudo se les llama individuos que juegan con pelota dura. Las actividades ilegítimas incluyen el sabotaje, la delación y las protestas simbólicas como el utilizar ropa no ortodoxa o botones de protesta o el que grupos de empleados se reporten enfermos de manera simultánea.

La inmensa mayoría de todas las acciones políticas en las organizaciones son legítimas. Las razones son pragmáticas: las formas extremas, ilegítimas, del comportamiento político presentan un riesgo muy real de originar la pérdida de la membrecía en la organización o de la imposición de sanciones extremas contra aquellos que las utilizan, y luego no tienen suficiente poder para cerciorarse de que funcionen (Robbins, 1996).

Las organizaciones como un sistema político, parte de la diversidad de actores organizativos, así como, de la pluralidad de intereses, objetivos y de la distribución del poder entre las distintas unidades e individuos de la organización (Arnoletto, 2013).

De igual forma para Rodríguez (1992), todas las organizaciones, ya sean de carácter educativo, industrial, político, religioso o meramente asistencial, existen posiciones de dominancia: quienes planifican, diseñan deciden y controlan, y otras posiciones subordinadas y relegadas a la mera ejecución: quienes ejecutan y llevan a cabo las tareas según el plan diseñado.

También la evasión del trabajo suele ser una conducta política habitual por parte de los empleados con necesidad de poder. En tal sentido, cuando en una organización o en alguna de las unidades que la constituyen no es posible la promoción y tampoco se proporciona el reconocimiento u otros incentivos intrínsecos al trabajo, las personas con necesidad de poder optarán por buscar otras alternativas profesionales fuera de la organización (Zaleznick, 1970).

Sin embargo, y aquí comienzan las limitaciones, las organizaciones no son sistemas democráticos. Los derechos democráticos de los miembros de la organización han de dejarlos fuera del recinto, maximice en momentos tan delicados como los que atraviesa la economía en estos momentos. Además, un excesivo énfasis en la dimensión política puede generar un fenómeno de politización, paranoias y situaciones de cinismo nada deseables, ni desde el punto de vista humano ni desde la perspectiva de la organización.

En todo caso la perspectiva política nos puede ayudar a comprender y a enfrentarnos con intereses divergentes, al contemplar la dinámica de las organización bajo la idea no de perdedores y ganadores, sino desde la idea constructiva de la negociación y del compromiso, a partir de la cual sea posible examinar y reestructurar las relaciones entre individuo, organización y sociedad dentro de un marco pluralista efectivo y no meramente de revestimiento estético. No debemos olvidar, por otra parte, que el ejercicio del poder implica siempre una actitud ética, que en el contexto de las organizaciones va a estar determinada por el sistema de valores que impere en la cultura concreta de cada organización.

Para Weber (1944), al analizar las relaciones entre liderazgo y burocracia, dentro del enfoque tradicional, sostiene que con o sin líderes, una organización moderna no puede prescindir de la burocracia, por lo que el líder debe, en primer lugar, derrotar a otros líderes potenciales emergentes y luego supervisar estrechamente a la burocracia, para evitar que ésta emplee en su contra su competencia técnica y su dominio de los secretos del oficio. Esto es particularmente delicado porque las personalidades del burócrata y del líder son contradictorias: el burócrata es un eficaz y racional ejecutor de órdenes dentro de lo ya conocido, animado del sentimiento del deber de su oficio, mientras que el líder es un hombre de partido, con capacidad creativa, iniciativa política propia y responsabilidad personal en el planteamiento de innovaciones.

Las organizaciones no son sistemas perfectamente racionales. Muy pocas son las acciones que se realizan o las decisiones que se toman que están basadas estrictamente en datos objetivos. La mayoría de las decisiones que se adoptan en las organizaciones están influidas en alguna medida por factores políticos.

Aquí es donde nos damos cuenta que la realidad en nuestro país es la siguiente. La política no colabora a lograr las metas de la organización (del grupo), sino en lograr metas personales (intereses individuales). Dado que en México no existe una

supervisión formal y estricta que vigile a los altos cargos en el sentido de si están actuando bajo intereses particulares o de la organización.

Factores políticos, economía, globalización, y la ambición de grupos por el poder, dan como resultado una organización que tarde o temprano perderá de vista sus objetivos y metas, para cumplir con las decisiones de los jefes de la misma. No podemos ignorar el peso que tiene el liderazgo en México, ya que nuestro sistema es tan frágil, que al colocar a un jefe sin ese don de liderazgo y que ha tomado el puesto por imposición, dará por resultado una mala dirección, incumplimiento en las metas y sobre todo, una gran desmotivación y descontento de los trabajadores de la organización. Esto nos enseña que todavía necesitamos desarrollar una cultura donde las decisiones se tomen en base a lo que busca cada organización y no basar dichas decisiones en intereses particulares de gente que ni tiene la capacidad, el liderazgo y la experiencia necesaria y suficiente para tan gran responsabilidad. Para finalizar se puede reconocer que México debe tener una buena gestión política, ya que los directivos necesitan la colaboración de actores fuera de su autoridad para lograr sus objetivos.

## **Conclusiones**

Los miembros de una organización suelen responder de manera distinta a los diferentes modos de poder, el poder de experto y de refrena derivan de las cualidades individuales. En cambio los poderes de coerción, de recompensa y legitimo derivan de la organización, el uso indicado del poder puede llevar altos niveles de desempeño, El poder del jefe también juega un papel importante al determinar la satisfacción de sus empleados. Una buena política empresarial se relaciona positivamente con el alto desempeño, en tanto cuando una organización es más política menor será su satisfacción aquellos que no acceden a beneficiarse de la política organizacional pueden sentirse frustrados.

Es evidente que mediante el análisis político se abre la posibilidad de contemplar las organizaciones como construcciones sociales basadas en intereses diversos y, por tanto, susceptibles de negociación. Es un medio, por tanto, para la superación constructiva de los conflictos. Además, a través del análisis político, podemos explorar y poner en tela de juicio el mito de la racionalidad organizacional al plantearnos a quienes benefician la consecución de las metas de un modo racional, eficiente y efectivo en las organizaciones y cómo las propias organizaciones son instrumentos de legitimación de intereses tanto internos como externos, no siempre claros. En consecuencia, nos posibilita reevaluar la significación ideológica del concepto de racionalidad en las organizaciones. Por otro lado, la aproximación a las organizaciones desde una perspectiva política nos ayuda a comprender el significado de los conflictos, juego de intereses y fuentes de poder como los responsables de los cambios internos, y nos ayuda a reconocer a los miembros de la organización como actores políticos y a la cultura y subculturas como modelos de alta significación política.

El poder se construye y funciona a partir de otros poderes, de los efectos de éstos, independientes del proceso económico. Las relaciones de poder se encuentran estrechamente ligadas a las familiares, sexuales, productivas; íntimamente enlazadas y desempeñando un papel de condicionante y condicionado. En el análisis del fenómeno del poder no se debe partir del centro y descender, sino más bien realizar un análisis



ascendente, a partir de los "mecanismos infinitesimales", que poseen su propia historia, técnica y táctica, y observar cómo estos procedimientos han sido colonizados, utilizados, transformados, doblegados por formas de dominación global y mecanismos más generales.

## Bibliografía

- Arnoletto, E. J. (2013). *Los conflictos en los procesos sociales*. Córdoba, Argentina: Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1346/index.htm>
- Beer, M. (1980). *Organization change and development: a systems view*. Sta. Monica, California: Goodyear Publishing.
- Emans, B., Munduate, L., Klever, E., & Van de Vliert, E. (2003). Constructive consequences of leaders'forcing influence styles. *Applied Psychology. An International Review*, 52(1), 36-54.
- Farrell, D., y Petersen, J. C. (1982). Patterns of political behavior in organizations. *Academic of Management Review*, 9(2), 165-179.
- Foucault, M. (1980). *El ojo del poder. Entrevista con Michel Foucault*. (J. Benthán, Trad.) Barcelona: La Piqueta.
- French, J., y Raven, B. (1959). The bases of social power. *Institute for social research*, 150-167.
- French, W. L., y Bell, C. H. (1996). *Desarrollo organizacional. Aportaciones de las ciencias del comportamiento de las organizaciones*. México: Prentice-Hall.
- Hardy, C. (1985). The nature of unobtrusive powers. *Journal of Management Structures*, 22.
- Hickson, D. (1981). Organizations as power. *Jai Press*, 151-196.
- Hickson, D., y Hinnings, C. (1971). A strategic contingencies. Theory of intraorganizational power. *Adm. Science Quarterly*, 216-229.
- Hollander, E. (1978). *Leaderships dynamics: a practical guide to effective relationships*. New York: Free Press/MacMillan.
- Likert, R. (1961). *New patterns of management*. New York: McGraw-Hill.
- Madison, D. (1980). Organizational politics: an exploration of manager's perceptions. *Human Relations*, 2(33).
- Mayz-Vallenilla, E. (1982). *El dominio del poder*. España: Ariel S.A.
- McClelland, D. (1976). *Power: the inner experience*. New York: Irvington/J. Wiley.
- McGregor, D. (1960). *The human side of enterprise*. New York: McGraw-Hill.
- Mintzberg, H. (1985). *Power in and around organizations*. New York: Prentice Hall.

- Mulder, M., De Jong, R. D., Koppelaar, L., y Verhage, J. (1986). Power, situation and leaders's effectiveness: an organizational field study. *Journal of Applied Psychology*, 71, 566-570.
- Ouchi, W. G. (1981). *Theory Z: How american business can meet the japanese challenge*. Los Angeles: Chicago Press.
- Perrow, C. (1970). *Organization analysis: a sociological view*. Belmont. California: Brooks/Cole.
- Pfeffer, J. (1982). Power in Organizations. *American Journal of Sociology*, 88(3), 605-608. Obtenido de <http://www.jstor.org/stable/2779127>
- Robbins, S. (1989). *Organizational behavior*. New York: Prentice-Hall.
- Robbins, S. (1996). *Comportamiento organizacional. Teoría y práctica*. México: Prentice Hall Hispanoamerica. Obtenido de [www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2007/mame.htm](http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/cu/2007/mame.htm)
- Rodríguez, A. (1992). Poder y politicas en las organizaciones. *Psicología política*(5), 99-115. Obtenido de <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N5-5.pdf>
- Simon, H. (1973). *Las ciencias de lo artificial*. Barcelona: ATE.
- Vredenburg, D. J. (1984). A Process Framework of Organizational Politics. *Human Relations*, 47-65. doi:10.1177/001872678403700103
- Weber, M. (1944). *Economía y sociedad*. México: FCE. Obtenido de <http://www.buscalibre.com.mx/economia-y-sociedad-weber-max-fce-mexico/p/17dwbyb>
- Whetten, D. A., y Cameron, K. S. (1991). *Developing management skills*. New York: Harper Collins.
- Zaleznick, A. (May-June de 1970). Poder and politics in organizational life. *Harvard Business Review*.

# **Estrategias De Mercado Para El Crecimiento De La Microempresa: El Caso De Una Carnicería En Pénjamo, Guanajuato.**

Julieta Varela Cervantes

Estudiante de la Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico: [212030113@uppennjamo.edu.mx](mailto:212030113@uppennjamo.edu.mx)

María Candelaria García Chávez

Estudiante de la Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico: [212030107@uppennjamo.edu.mx](mailto:212030107@uppennjamo.edu.mx)

Jennifer Cortes Castañeda

Docente-Investigadora. Universidad Politécnica de Guanajuato. Correo electrónico: [jcortes@upgto.edu.mx](mailto:jcortes@upgto.edu.mx)

## **Introducción**

De acuerdo con el INEGI (2015), en México las microempresas representan el 94% del total de empresas que operan en el país; en el estado de Guanajuato se encuentra el 5% de las micro empresas mexicanas. A pesar de la importancia que tienen estas empresas para la economía, desarrollo, operación y sostenibilidad del país, el estado no ha encontrado una estrategia definida y certera para potenciar a estas organizaciones, las acciones cortoplacistas, sexenales o trianulaes descuidan sus aspectos estratégicos y de gestión. Agregando, a lo anterior, que un gran porcentaje son empresas familiares con características particulares en términos de administración, estructura, poder y distribución de utilidades. El fortalecimiento de estas empresas ha provenido de ellas mismas, de las cámaras y asociaciones, de los grupos consultores o de las Universidades.

Actualmente, el éxito de las microempresas en el país se encuentra estrechamente vinculado con la creación de correctos planes estratégicos para lograr los objetivos comerciales. Una de las herramientas básicas es la realización de estrategias y tácticas que ayuden al cumplimiento de los objetivos y expectativas de la organización que ha determinado cumplir en un periodo. Así mismo, es de vital importancia para las empresas conocer su nivel competitivo en el mercado, mediante indicadores que arrojen la información requerida para la ejecución de nuevas técnicas comerciales.

En este sentido, los indicadores del mercado son manifestaciones que expresan la percepción, valoración y distinción que el cliente le atribuye a un producto o marca y que pone de manifiesto la ubicación en la catalogación que tiene en su memoria. (Rodríguez, 2013). Los indicadores que a las entidades económicas les preocupa elevar son: el Top of Mind, Top of Best y la Participación de mercado, ya que estos muestran el impacto que tiene la empresa y la percepción que tiene el cliente acerca de las mismas entidades. Para lograr lo anterior, los expertos de mercado se dedican a la investigación de factores que le ayuden al crecimiento de las empresas y su mejora continua. El éxito empresarial depende, la mayor parte, de la correcta realización de planes estratégicos que ayudarán a conocer la competencia, el mercado y a la misma empresa, por consiguiente, se podrán realizar los cambios necesarios que ayuden a su mejora.

Los planes estratégicos no son exclusivos de las grandes corporaciones sino de las organizaciones con interés de crecimiento o bien, aquellas que deseen mantener sus

operaciones, como en el caso de las microempresas mexicanas, cuya importancia local, estatal y nacional es esencial en términos económicos y de generación de empleo.

### **Planteamiento del Problema.**

En México, se tienen registradas 54,055 carnicerías (INEGI, 2015) e integran una de las micro empresas con mayor demanda y competencia dentro del mercado actual, estas organizaciones requieren planes y estrategias para mantenerse a la vanguardia comercial. Su importancia radica no sólo en ser un motor y el sustento económico de una familia, sino en la demanda de los clientes que continúan comprando en estos establecimientos y no en tiendas de autoservicio. En el presente, existen 37 carnicerías en la ciudad de Pénjamo, Guanajuato.

Dada la relevancia de estas microempresas, se inició el estudio de una carnicería ubicada en el mercado de la ciudad de Pénjamo, Guanajuato; con el objetivo de mejorar sus estrategias comerciales; se eligió porque es una de las carnicerías con más demanda en la ciudad. El nombre de establecimiento se omitirá a lo largo del trabajo, para mantener su anonimato y protección de los datos personales.

El establecimiento estudiado fue fundado por sus propietarios ante la necesidad de tener un sustento económico, trabajo y deseos de progresar. Debido a todo esto los clientes empezaron a pedir la carne cruda, sobre todo, en los meses de diciembre y desde entonces, comenzó su incremento en los productos derivados del cerdo. Los empresarios tenían dudas y miedo, pero, con la meta fija de brindar calidad, para que funcionara y al cliente se le brindara un buen servicio con bajo precio, el cual era variable en esa época, pero, siempre se buscó mantenerlo estable y al alcance de los clientes. Hoy en día esta carnicería es un establecimiento productor y proveedor de carne de cerdo más importante en el municipio de Pénjamo, Gto., así como en las comunidades cercanas.

### **Marco teórico.**

Las Microempresas son unidades económicas de producción y comercialización a pequeña escala, que en los últimos años y debido la falta de oportunidades de trabajo bien remuneradas, se han convertido en una estrategia de supervivencia de la población mexicana y una parte fundamental de la estructura económica. (SOLFI, 2015)

Dichos entes comparten ciertos rasgos: operan con escalas de baja producción, emplean métodos de producción intensivos en trabajo, utilizan tecnologías y métodos informales o externos a los sistemas escolarizados, emplean personal cuyas habilidades y calificaciones son resultado de la experiencia, y son a menudo de propiedad familiar. (SOLFI, 2015)

Como datos relevantes se exponen los siguientes:

- El 95.2% de las empresas del país son Microempresas.
- Constituyen más el 90% del aparato productivo.

- Producen el 15% del Producto Interno Bruto.
- Generan 5 de cada 10 empleos.

Las microempresas son de gran importancia tanto para la economía del país (como para la economía familiar, ya que afirma que son las primeras fuentes de autoempleo y empleo de la población menos favorecida (cuatro de cada 10 mexicanos trabajan en una microempresa formalmente establecida). (Von Wobeser, 2015)

Cabe señalar que dichas empresas se desarrollan en diferentes ámbitos comerciales y productivos, uno de los principales negocios son “las carnicerías”.

Los mexicanos son amantes de la carne, por tratarse de un producto de primera necesidad y que forma parte de la dieta del mexicano, el mercado sigue siendo muy amplio; los grandes volúmenes de venta y la eficiencia en su operación permiten obtener ganancias sustanciales. (Entrepreneur, 2015)

Según cifras del Consejo Mexicano de la Carne, el valor de la producción de esta industria supera los \$37,000 millones anuales (el 0.50% del Producto Interno Bruto, PIB) y genera ventas por más de \$39,000 millones. También cada año da empleo directo a 50,000 personas, e indirectamente ocupa a más de 500,000. Mientras que las carnicerías son el último eslabón de esta cadena. (Consejo Mexicano de la Carne, 2015)

El giro de las empresas comercializadoras de carnes son de los principales negocios en los cuales gran parte de las familias mexicanas realizan su actividades económicas; dichos negocios son de vital importancia debido a que son los responsables del abastecimiento urbano de uno de los principales elementos de la canasta básica de alimentos.

Las carnicerías por más pequeñas o grandes que sean, deben regirse por normas sanitarias y de calidad que avalen sus productos así como brindar una atención adecuado al mercado al que se estén dirigiendo para con esto poderse mantener en el gusto del consumidor.

Es de vital importancia el estudio de dichos entes económicos por su importancia dentro del mercado y como este tipo de negocios representan una ventana al éxito empresarial si saben manejar de la manera correcta.

La integración, formulación y selección de estrategias dentro de una empresa es uno de los procesos más serios y difíciles que toda organización enfrenta y que debe realizar si quiere seguir en un mercado tan competitivo; por esta razón la planeación estratégica juega un papel importante dentro del ente económico el cual recae en la utilización de planes o herramientas útiles para las empresas los cuales ayuden a la identificación de problemas y la facilitación de toma de decisiones.

La implementación de un Plan de Mercadotecnia es de vital importancia dentro de cualquier empresa, más en las micro, debido a que es determinante en lo que se refiere a gestión, estrategias o finanzas.

El Plan de Mercadotecnia facilita el logro de objetivos, ayuda a tratar con entidades financieras y así conseguir nuevos fondos, amplia el conocimiento del entorno empresarial y agiliza el proceso de toma de decisiones. (Madrid, 2015)

Por dichas razones debe implementar esta herramienta mercadológica dentro de las microempresas para que por medio de sus resultados obtengan resultados que les ayuden a tener una mejora continua la cual sea una puerta hacia el crecimiento empresarial de este tipo de negocios.

## **Metodología**

Se realizó un estudio no experimental, exploratorio transversal en el municipio de Pénjamo, Guanajuato, durante los meses de enero a abril de 2015, en ese periodo se plantearon las estrategias para el establecimiento estudiado. Cabe señalar que dicha investigación está realizada como un estudio de caso de acuerdo con Hernández y Fernández (2010), además, para el planteamiento de las estrategias se recurrió a los fundamentos de la planeación estratégica.

Asimismo, se diseñó un instrumento mejor conocido como “encuestas de salida” con 3 preguntas para poder determinar el Top of Mind, Top of Best y la Participación del mercado, aplicado a 100 personas en el establecimiento de la carnicería.

Tales preguntas fueron las siguientes:

Top of Mind: Mencione el nombre de la primera carnicería de Pénjamo que se le venga a la mente.

Top of Best: ¿Cuál crees que es la mejor carnicería de Pénjamo?

Participación del mercado: ¿A cuál carnicería acudes más en Pénjamo?

La carnicería en estudio tiene una fuerte presencia dentro del mercado de carnes en el municipio de Pénjamo, Guanajuato, enseguida se expone su situación actual, las recomendaciones y estrategias implementadas para su mejora continua, comenzando por el análisis interno de la empresa y el externo, desde la perspectiva de la mercadotecnia.

### **1. Análisis de la empresa. Filosofía empresarial.**

#### **Misión.**

Satisfacer a nuestros clientes a través de los controles de calidad, apoyándonos en el servicio de nuestro personal y en la higiene de nuestros equipos e instalaciones, ofreciendo así los precios más bajos de la región en los productos derivados del cerdo.

#### **Recomendación de misión.**

Somos una empresa dedicada a la producción y venta de carne y derivados de cerdo, satisfaciendo las necesidades y deseos del cliente a través de nuestro servicio, precio y calidad.

#### **Visión.**

Ser una empresa líder en la venta de carne de cerdo comprometida con el desarrollo y calidad de nuestros productos en el estado de Guanajuato.

#### **Recomendaciones de visión.**

Ser una empresa líder en el mercado para el 2020 en la venta de carne de cerdo comprometida con el desarrollo y calidad de nuestros productos en el estado de Guanajuato.

### **Valores.**

**Honestidad:** Al tener transparencia en todas nuestras acciones.

**Calidad:** Porque debemos hacer las cosas a la primera y ofrecer siempre el mejor producto a nuestros clientes.

**Higiene:** Porque se llevan a cabo normas de higiene en instalaciones y personal.

**Puntualidad:** Cumplir con los horarios y compromisos a tiempo.

**Disciplina:** Con el comportamiento de respeto y orden, dentro y fuera de las instalaciones.

**Servicio:** Brindar lo mejor de nosotros para la satisfacción de nuestros clientes.

**Perseverancia:** Porque debemos de mantener la consistencia en nuestras acciones para alcanzar las metas y objetivos.

**Responsabilidad:** Para cumplir los compromisos y asumir las consecuencias de nuestros actos.

### **Recomendación de valores.**

**Honestidad:** Al tener transparencia en todas nuestras acciones.

**Calidad:** Porque debemos hacer las cosas a la primera y ofrecer siempre el mejor producto a nuestros clientes y brindar lo mejor de nosotros para la satisfacción de los mismos.

**Higiene:** Porque se llevan a cabo normas de higiene en instalaciones y personal.

**Disciplina:** Con el comportamiento de respeto y orden, dentro y fuera de las instalaciones.

**Perseverancia:** Porque debemos de mantener la consistencia en nuestras acciones para alcanzar las metas y objetivos.

## Análisis FODA “Carnicería”

<b>Fortalezas:</b>	<b>Oportunidades.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Mejores precios de la región.</li> <li>•Carnes de excelente calidad.</li> <li>•Personal adecuado.</li> <li>•Instalaciones adecuadas.</li> <li>•Variedad en carne de cerdo.</li> <li>•Estacionamiento exclusivo para los clientes.</li> <li>•Herramientas necesarias.</li> <li>•Ofrece productos derivados del cerdo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Incrementar el mercado.</li> <li>•Crear una cadena de carnicerías.</li> <li>•Tener participación en las relaciones públicas.</li> <li>•Mayores promociones y publicidad.</li> <li>•Pedidos a domicilio.</li> </ul>
<b>Debilidades.</b>	<b>Amenazas.</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ubicación.</li> <li>•Servicio.</li> <li>•Logística interna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Incremento del precio de la carne de cerdo.</li> <li>•Incremento del combustible.</li> <li>•Escasez del cerdo.</li> <li>•Precios más bajos por la competencia.</li> <li>•Enfermedades porcinas.</li> <li>•Competencia.</li> </ul>

### Competidores.

- Competidor 1.
- Competidor 2.
- Competidor 3.

### FODA de la competencia.

#### •“Competidor 1”.

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Ampliar la gama de productos.	Competencia.
Creación de nueva sucursal en un lugar más céntrico de la ciudad de Pénjamo.	Contingencias sanitarias.
Creación de nuevas promociones.	Aumento en el precio del ganado.
Tener más rutas en la entrega a domicilio.	Variación de demanda



•“Competidor 2”.

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Servicio más eficiente.	Competencia.
Ampliación del local comercial.	Falta de actualización.
Nueva ubicación.	Aumento precio de ganado.
	Contingencias sanitarias.

•“Competidor 3”.

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Servicio a domicilio	Competencia
Ampliación del local	Elevados precios
Creación de promociones	Baja y alta de ventas

**4 P's. Líneas de productos y precios.**

Precio por kilogramo.

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO</b>
Chicharrón	\$ 110.00
Carnitas	\$ 130.00
Tacos	\$ 3.00
Pierna	\$ 55.00
Costilla	\$ 50.00
Chorizo	\$ 65.00
Lomo	\$ 58.00
Aldilla	\$ 53.00
Bistec de Pierna	\$ 57.00
Bistec de Lomo	\$ 60.00
Carne picada	\$ 57.00
Carne molida	\$ 57.00
Morongga	\$ 40.00
Prensado	\$ 50.00
Cuero	\$ 38.00
Lonja	\$ 22.00

## **Fijación del precio.**

El precio asignado por kilogramo de carne de cerdo independientemente de la pieza que sea, se establece tomando en cuenta los costos que éste ocasiona hasta que llega a la empresa, así como el precio al que es comprado en vida el puerco. Un factor importante que se toma en cuenta al momento de fijar los precios, es el precio establecido por los competidores en el mismo tipo de carne para que el que se está manejando esta carnicería no esté por encima de este, y que a su vez sea el más conveniente para el cliente comparado con la competencia.

## **Horarios.**

Los horarios en los que está disponible dicha carnicería es de las 7:00 am, que es la hora en la que se abre la carnicería, a 8 pm o en caso de ser necesario hasta que sea atendido el ultimo cliente que se encuentre en espera después de la hora establecida, sin ser cerrada durante este lapso de tiempo. La carnicería no cuenta con pedidos de carne a domicilio, lo cual podría ser aprovechado como oportunidad; sin embargo en la venta de carnitas por pedido si cuenta con dicho servicio.

## **Plaza.**

La Plaza es el elemento de la mezcla de mercadotecnia que se refiere al estudio de los canales y la distribución física de los productos, para hacerlos llegar hasta el consumidor final. La plaza de la carnicería es la mencionada a continuación ya que se tomaron en cuenta varios factores para su determinación.

La distribución del producto que se empleara será la distribución física, que es la tarea que consiste en planear, organizar y controlar el flujo físico de los materiales y bienes terminados desde su punto de fabricación hasta la entrega del producto final. Un canal de distribución está formado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que éste pasa del fabricante al consumidor final o al usuario industrial. Siempre incluye al fabricante y al usuario final del producto y también a intermediarios, por ejemplo, mayoristas y detallistas.

Existen 2 tipos generales de canales de distribución:

- Directo.
- Indirecto.

Para la venta de este producto se utilizara el canal de distribución directo ya que este se presenta cuando los fabricantes venden directamente a los consumidores, sin hacer uso de los intermediarios, que en este caso es la estrategia que se estaría empleando en la carnicería ya que ésta tiene trato directo con el consumidor final.

Cabe mencionar la carnicería es un servicio de tipo minorista ya que las ventas que se realizan en el son a detalle y el trato es con el consumidor final directamente para su necesidad.

Es muy importante la forma de distribución del local ya que de ello depende en gran parte en llamar la atención del cliente y por consecuencia incrementar la demanda considerablemente de producto en dicho mercado.

## **Promociones.**

Se realizan promociones tres veces al año en los siguientes días festivos:

- Día de las Madres.
- Fin de año.
- Día del niño.
- Navidad.

Regalando gorras, bolsas, playeras y alcancías en forma de cerdo a la clientela en general.

- A partir de cinco kilogramos de chorizo se realiza un descuento de \$5.00 por kilo.
- A partir de cinco kilogramos en toda la línea de producto se realiza un descuento de \$2.00 por kilo.

## **Recomendaciones para las promociones.**

Tomando en cuenta las promociones con las que cuenta la carnicería se decidió realizar las siguientes recomendaciones:

- Quitar la promoción que se realiza el día niño para moverla a días más factibles como el 15 y 16 de septiembre que se realiza la celebración de las fiestas patrias ya que en esta fecha se considera un incremento considerable de demanda en carne de cerdo.

## **Resultados.**

Las estrategias diseñadas para el presente estudio de caso son las siguientes:

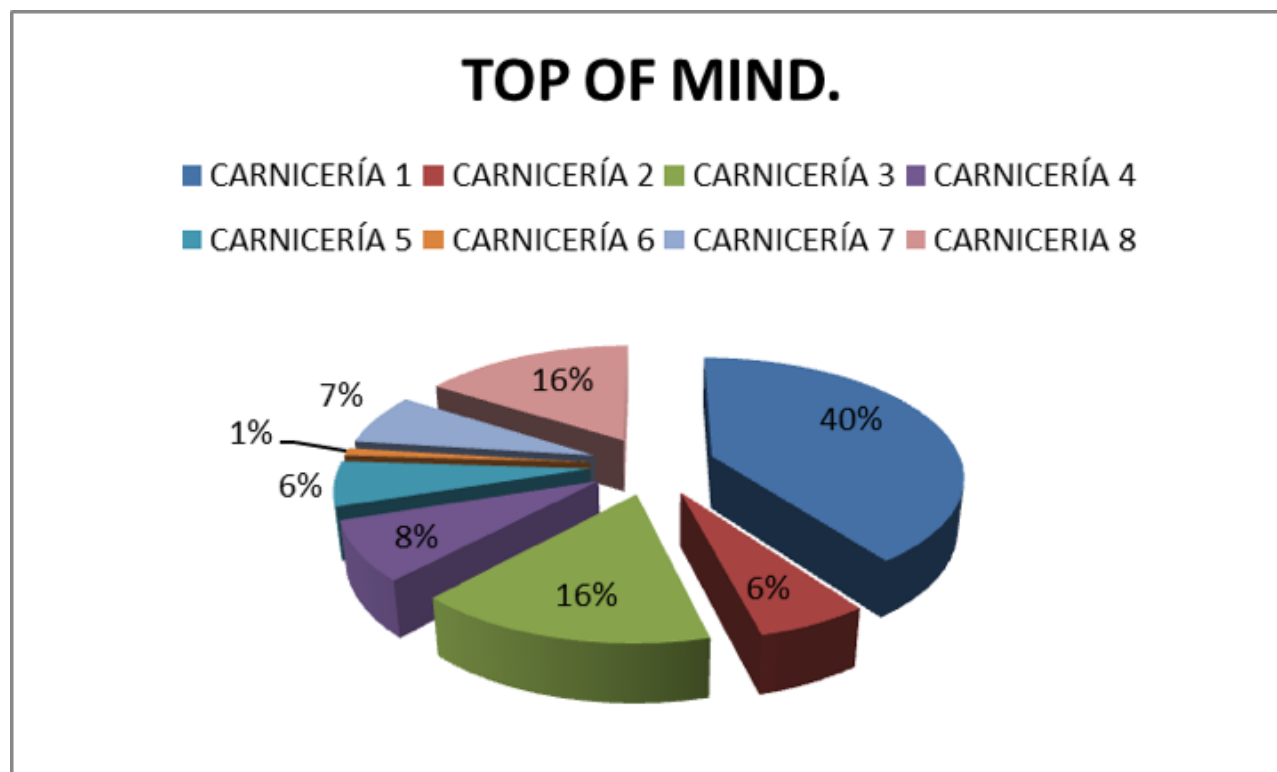
- Realizar publicidad a través de volantes.
- Modificación al proceso de atención al cliente por medio de implementación de una nueva caja de cobro.
- Realizar actividades promocionales a través de descuentos.
- Crear un sistema de bonificación capaz de comprobar la buena atención del empleado al consumidor.
- Otra de las maneras de verificación será la actuación de un comprador misterioso para verificar el adecuado comportamiento del empleado hacia el consumidor.

## **Top of mind.**

El Top of Mind es un indicador en porcentaje que señala cual es la primera opción que viene a la mente de un cliente al pensar en producto, marca o servicio.

1.Mencione el nombre de la primera carnicería de Pénjamo que se le venga a la mente.

<b>CARNICERÍAS.</b>	<b>PERSONAS.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
CARNICERÍA 1	40	40%
CARNICERÍA 2	6	6%
CARNICERÍA 3	16	16%
CARNICERÍA 4	8	8%
CARNICERÍA 5	6	6%
CARNICERÍA 6	1	1%
CARNICERÍA 7	7	7%
CARNICERIA 8	16	16%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

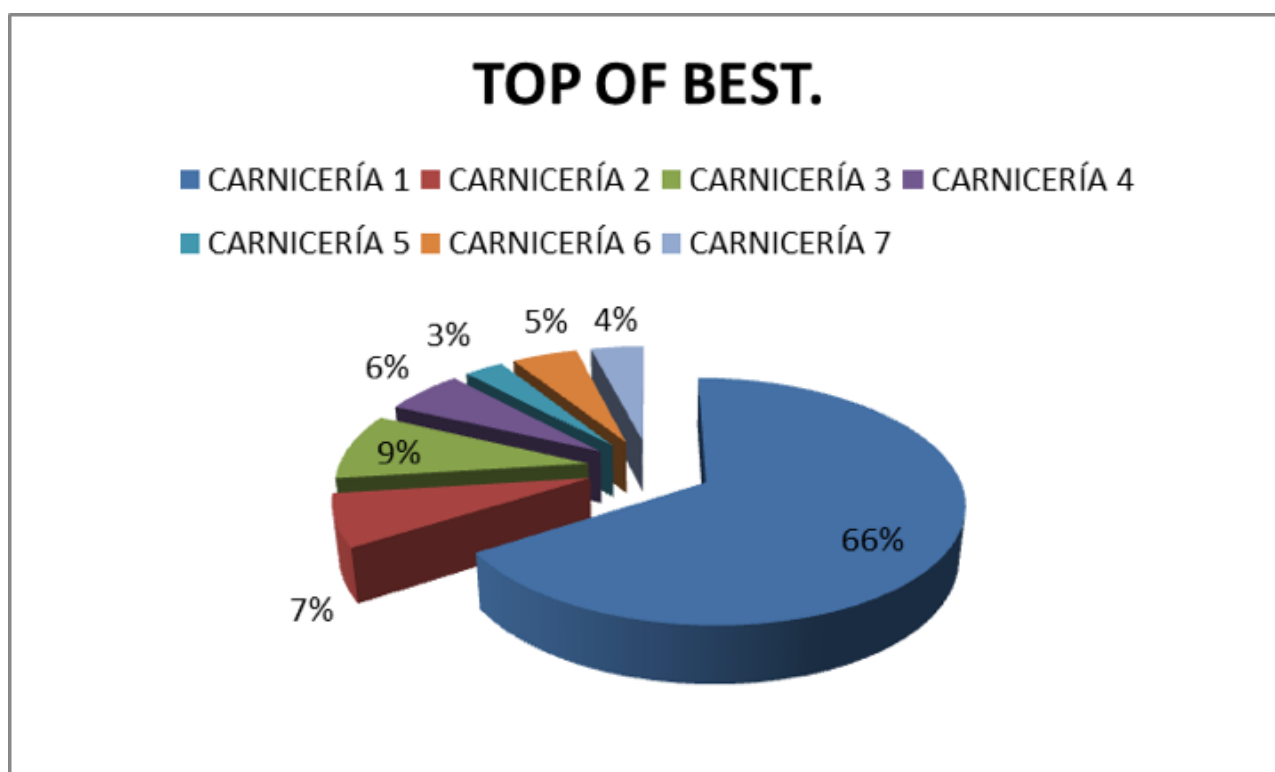


### Top of best.

Es un indicador de mercado en porcentaje que señala cual es el producto, servicio o marca que los clientes perciben como el mejor del mercado.

1.¿Cuál crees que es la mejor carnicería de Pénjamo?

<b>CARNICERÍAS.</b>	<b>PERSONAS.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
CARNICERÍA 1	66	66%
CARNICERÍA 2	7	7%
CARNICERÍA 3	9	9%
CARNICERÍA 4	6	6%
CARNICERÍA 5	3	3%
CARNICERÍA 6	5	5%
CARNICERÍA 7	4	4%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

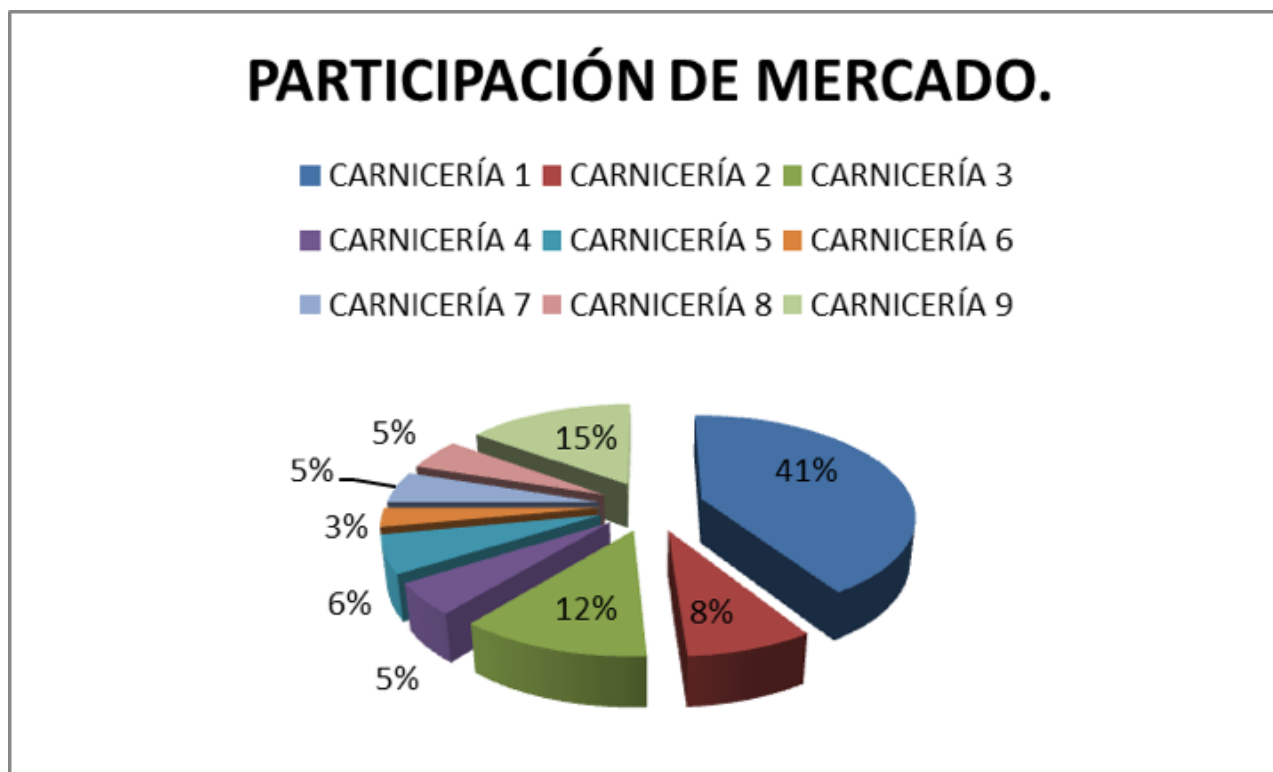


### **Participación de mercado.**

Es un indicador de mercado en porcentaje que señala las ventas que tiene una empresa con respecto a las ventas de la competencia.

1. ¿A cuál carnicería acudes más en Pénjamo?

<b>CARNICERÍAS.</b>	<b>PERSONAS.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
CARNICERÍA 1	41	41%
CARNICERÍA 2	8	8%
CARNICERÍA 3	12	12%
CARNICERÍA 4	5	5%
CARNICERÍA 5	6	6%
CARNICERÍA 6	3	3%
CARNICERÍA 7	5	5%
CARNICERÍA 8	5	5%
CARNICERÍA 9	15	15%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



### **Conclusiones:**

Se puede apreciar que gracias a la aplicación del plan de mercadotecnia antes explicado se pueden lograr los objetivos empresariales de la Carnicería estudiada.

Por medio de las estrategias establecidas se llega al correcto cumplimiento de los mismos ya que en estas se plasman las tácticas a desarrollar haciendo uso de distintas herramientas. Dicha carnicería cuenta con un nivel elevado de aceptación dentro del mercado penjamense, pero, aun teniendo este grado de preferencia necesita mantenerse y, al implementar las estrategias establecidas de una manera inteligente puede convertirse en una potencia en venta de carne de cerdo. Se tienen todas las herramientas para poder crecer más dentro de éste mercado tan competitivo sólo es cuestión de llevarlas a cabo y vigilar los resultados.

La realización de este tipo de proyectos sirve a las empresas para estudiar bien el mercado en el cual se desarrollan y el cómo formular objetivos realistas que las lleven al éxito empresarial. Estableciendo tácticas con presupuestos al alcance se puede lograr un desarrollo continuo para las empresas que se encuentran en vías de desarrollo.

Es necesario que en el país se amplíe la visión neoliberal y de la modernidad para estudiar a las microempresas desde un enfoque social para comprender las múltiples dinámicas que suceden en un territorio determinado por diversos aspectos culturales.

## **Bibliografía**

- Consejo Mexicano de la Carne. (16 de junio de 2015). *Consejo Mexicano de la Carne*.  
Obtenido de [www.comecame.org](http://www.comecame.org)
- Entrepreneur. (2015). ABRE UNA CARNICERÍA BOUTIQUE. *ENTREPRENEUR*, 22-25.
- Hernández, R., & Fernández, C. y. (2010). *Metodología de la investigación*. México, D.F.:  
Mc Graw Hill.
- INEGI. (20 de Mayo de 2015). *DENUE*. Recuperado el 2 de Junio de 2015, de INEGI:  
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>
- Madrid, E. C. (18 de junio de 2015). *empresa al día*. Obtenido de [http://82.165.131.239/  
hosting/empresa/cajamadrid/leccion.asp?  
seccion=5&curso=27&leccion=9&cursos=1,](http://82.165.131.239/hosting/empresa/cajamadrid/leccion.asp?seccion=5&curso=27&leccion=9&cursos=1)
- Rodríguez, A. (2013). *Fundamentos de mercadotecnia. Antología*. Celaya: UdeG.
- SOLFI, S. D. (15 de JUNIO de 2015). *SOLUCIONES FINANCIERAS*. Obtenido de  
SOLUCIONES FINANCIERAS: <http://www.solfi.com.mx/#>
- Von Wobeser, L. H. (2015). RELACIÓN ENTRE EL GIRO DE NEGOCIO Y  
SUPERVIVENCIA EN MICROEMPRESAS: ESTUDIO LONGITUDINAL EN  
CANCÚN- MÉXICO. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 82.

# Innovación Y Creatividad, Elementos Clave Para Incrementar La Competitividad De Las Micro, Pequeñas Y Medianas Empresas (Mipymes)

Silvia Galicia Villanueva

Docente-Investigadora. Instituto Politécnico Nacional. Correo electrónico: [sgaliciav@ipn.mx](mailto:sgaliciav@ipn.mx)

Martha Jiménez García

Docente-Investigadora. Instituto Politécnico Nacional. Correo electrónico: [marthajimenezga@gmail.com](mailto:marthajimenezga@gmail.com)

Claudia Alejandra Hernández Herrera

Docente-Investigador. Instituto Politécnico Nacional. Correo electrónico: [al9505@gmail.com](mailto:al9505@gmail.com)

## Introducción

La apertura comercial de los mercados propicia la creación de Micro Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes). El potencial radica en el apoyo y fomento que se otorga a este sector, ya que se les considera un importante factor en la creación de empleos y base primordial de su economía, obteniendo con esto un alto crecimiento económico y bienestar de su población.

Las Mipymes han resentido con mayor profundidad los efectos negativos de las crisis económicas, recrudeciendo antiguas deficiencias y originando problemas entre los cuales Nacional Financiera (2009) distingue:

- El 98.8% de los establecimientos en México son Mipymes.
- La globalización benefició a un porcentaje bajo de empresas las cuales poseen competitividad internacional y tienen en las exportaciones su actividad principal.
- El 80% de las restantes operan en el mercado interno y se encuentran rezagadas.
- El financiamiento de la Banca Comercial al sector privado ha registrado una caída desde 1995.
- El financiamiento a las empresas proviene de proveedores y filiales.
- Las micro y pequeñas empresas carecen de acceso formal al financiamiento.
- Padecen de condiciones de desigualdad para competir con empresas de mayor tamaño.
- Enfrentan problemas de origen en sus procesos productivos, reducidos volúmenes de producción y falta de capacitación.

Según Skertchly (2000) las Mipymes juegan un papel importante, debido a que generan empleos y contribuyen al crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), sin embargo, son las que menos apoyo reciben de las instituciones gubernamentales y privadas.

La viabilidad de crear una micro y pequeña empresa, es un fenómeno que se presenta actualmente a nivel mundial. En los últimos años, en México se ha estimulado la



apertura de micro, pequeñas y medianas empresas, para las cuales han surgido acciones, programas y organizaciones con el fin de apoyar su desarrollo.

En los últimos años, la tendencia hacia el desempleo en nuestro país, ha originado como consecuencia que la mayor parte de la población empiece a trabajar de manera autónoma, desarrollando una nueva forma de hacer negocios, con la formación de grupos de emprendedores y empresarios dispuestos a enfrentar los retos del desarrollo de una empresa.

El Banco Mundial (2008), en un estudio que realizó en conjunto con la Secretaría de Economía observó que el funcionamiento, la falta de asesoría empresarial, una deficiente administración, recursos humanos no calificados, desconocimiento de mercados, tecnologías y una mala organización contribuyen en una baja competencia de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (Mipymes) de nuestro país.

De acuerdo a los informes estadísticos el “Programa para la Modernización y Desarrollo de la Industria Micro, Pequeña y Mediana en México” puesto en marcha a partir del año 1991 a 1994, estuvo destinado a resolver la problemática empresarial.

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes), constituyen la columna vertebral de la economía nacional por los acuerdos comerciales que ha tenido México en los últimos años y además por su alto impacto en la generación de empleos y en la producción y distribución de bienes y servicios, además de la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos, representa un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza.

De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en México existen aproximadamente 4 millones 15 mil unidades empresariales, de las cuales 99.8% son PYMES que generan 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y 72% del empleo en el país. INEGI (2009).

### **Características generales de las PyMES**

- El capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad.
- Los propios dueños dirigen la marcha de la empresa; su administración es empírica.
- Obtienen algunas ventajas fiscales por parte del Estado que algunas veces las considera causantes menores dependiendo de sus ventas y utilidades.
- Su tamaño es pequeño o mediano en relación con las otras empresas que operan en el ramo.

### **Clasificación de las Mipymes en México**

La clasificación de las empresas se muestra en el cuadro 1, de acuerdo al Diario Oficial de la Federación (DOF) publicado el 30 de junio de 2009, establece que el tamaño de las empresas se determinará, a partir del número de trabajadores multiplicado por 10%; más el monto de las ventas anuales por el 90%. Esta cifra debe ser igual o menor al tope máximo combinado de cada categoría, que va desde 4.6 en el caso de las micro, hasta 250 para las medianas.

### **Cuadro 1: Clasificación micro, pequeñas y medianas empresas**

Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de ventas anuales (mdp)	Tope Máximo combinado
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$ 4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y servicios	Desde 11 hasta 50		95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	23
	Industria	Desde 51 hasta 100		5
	Servicios	Desde 51 hasta 250		25

\*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%

**Fuente:** Diario Oficial de la Federación. 30 Junio de 2009. México

Por lo anterior estas empresas presentan ventajas y desventajas que permiten realizar estudios para entender su forma de operación en beneficio de la sociedad.

## Cuadro 2: Ventajas y desventajas de las Mipymes

Ventajas	Desventajas
•Son un importante motor de desarrollo del país	•No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y técnica de producción.
•Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambios procesos técnicos necesarios.	•Es difícil contratar personal especializado y capacitado, por no poder pagar salarios competitivos.
•Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una empresa grande.	•La calidad de la producción cuenta con algunas deficiencias por que los controles de calidad.

**Fuente:** Promexico.gob/ SE (2012)

El problema fundamental de las Mipymes en México, es la falta de asesoría administrativa y financiamiento por parte de las instituciones financieras nacionales y más aún las internacionales.

El entorno del sector empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, distingue dos categorías; entorno genérico y específico

**Entorno genérico:**

- Factores económicos
- Factores políticos – legales
- Factores socio – económicos
- Factores tecnológicos

**Entorno específico:**

- Clientes
- Proveedores
- Competidores
- Aspectos sociopolíticos
- Tecnología

*Programa de apoyo gubernamental para fortalecer el desarrollo empresarial.*

*“Nacional Financiera”*

Auspicia un “Programa de Apoyo a Emprendedores” tiene como objetivo principal el identificar proyectos de emprendedores, evaluar su viabilidad y buscar los apoyos financieros necesarios para garantizar su implementación

Los aspectos referidos anteriormente se pueden mejorar con elementos de creatividad que permita a las empresas hacer los productos y/o servicios de una manera diferente.

Creatividad es la disposición para crear que existe en estado potencial en todo individuo y en todas las edades. Estrechamente dependiente del medio sociocultural, esta tendencia natural a realizarse requiere condiciones favorables para su expresión.

La creatividad se entiende como la capacidad para combinar ideas de una manera singular, o establecer asociaciones poco comunes entre las ideas. La organización que estimula la creatividad, desarrolla enfoques nuevos ante las cosas, o soluciones singulares para los problemas.

Gordon (1963, p.), profesor de la Escuela de Negocios de Harvard, quien desarrolló la Sinéctica, técnica de creatividad e innovación, define la creatividad como: “Es la

actividad mental desarrollada en aquellas situaciones donde se plantean y se resuelven problemas, con el resultado de invenciones artísticas o técnicas”

Steve Jobs, el genio creativo de Apple, dice: “Creatividad es justamente conectar cosas” (Gallo, 2011, p. 79)

Sin embargo, estas definiciones no hacen distinción en cuanto al grado de creatividad que se aplique o tenga alguna persona en particular, puesto que no existe diferencia en el proceso creativo entre un niño ideando nuevos juegos, un ejecutivo diseñando una estrategia competitiva o un genio creando una obra de arte. Lo importante es saber que todos tenemos un gran potencial creativo, la diferencia está en que algunos lo utilizan, mientras otros ni siquiera saben que lo tienen; empero, en todos los casos, la creatividad puede desarrollarse a altos niveles para aplicarse en cualquier actividad o ámbito de nuestro trabajo, profesión y vida personal.

Las empresas no salen adelante por falta de recursos, sino de ideas

**Figura 1: Capacidad creadora.**



**Fuente:** *Elaboración propia*

*La Fuerza Cerebral.* Cómo el capital intelectual está llegando a ser el activo más importante de las empresas

### **Causas que bloquean la creatividad**

- Temor al fracaso
- Pasatiempos pasivos
- Críticas destructivas
- Vivir una vida de rutinas
- Aceptar los convencionalismos
- Temor al cambio

## Capacidad creativa CC

- La CC es aplicable a todo aspecto
- Todos nacemos con potencial creativo
- Capacidad que no se utiliza se atrofia
- La CC es un proceso mental único y aplicable a todo

## Los cursos de creatividad

- La creatividad puede ser deliberadamente desarrollada
- Cualquier persona de inteligencia promedio tiene beneficios
- El desarrollo de la creatividad ayuda a desarrollar otras capacidades.

De la forma cómo se cuestione un problema u objetivo, dependerán las soluciones o ideas que se obtengan

## Principios de la creatividad

- Enfrente los problemas, no los rechace
- Acepte las ideas de los demás
- Diversifique sus lecturas
- Cuestione lo que lee, los problemas...
- Utilice diferentes prácticas de creatividad
- Observe los problemas desde diferentes ángulos

## Capacidades funcionales de la mente

Se inicia por examinar en forma simple, pero clara, el funcionamiento de nuestra mente a partir del siguiente esquema:

Se distinguen en nuestra mente las capacidades funcionales siguientes:

*Memoria.* Capacidad de almacenar la información que se recibe a través de los cinco sentidos y es la materia prima para procesar conocimientos, así como insumo de las capacidades razonadora y creativa.

*Capacidad razonadora.* Capacidad encargada de producir juicios, críticas y opiniones, razonamientos a partir de la información almacenada en la memoria, así como la recibida en el momento de funcionar sobre un problema o situación en particular.

*Capacidad creativa.* Capacidad de producir ideas nuevas y diferentes a lo que se ha conocido. En esta capacidad se procesa la misma información utilizada por la capacidad razonadora, que se encuentra almacenada en la memoria.

Es decir, la diferencia está en la forma como procesan dicha información cada una de las capacidades mentales.

Se piensa una idea, se analiza o critica para después producir otras ideas, en cada una de las cuales se hace lo mismo: analizarlas, criticarlas y aún descartarlas. De forma se está utilizando simultáneamente ambas capacidades, lo cual es contrario al proceso del pensamiento creador.

En la solución creativa de un problema, las capacidades funcionales de la mente trabajan conforme los pasos siguientes:

1. El problema se plantea y se analiza, utilizando la capacidad razonadora. Conviene analizarlo en su mayor detalle.
2. Después de analizar el problema, se va al siguiente paso que es producir ideas. En esta parte, el propósito es obtener el mayor número de ideas, sin detenerse a analizar cada una de ellas, conforme se van produciendo. De hecho, hay que apagar la capacidad razonadora y sólo utilizar la capacidad creadora para producir ideas y aceptarlas, aún cuando parezcan muy descabelladas, ilógicas o improcedentes.
3. Una vez que se tiene un buen número de ideas, se procede a analizarlas y evaluarlas para elegir aquellas que sean las mejores para solucionar el problema. En este paso, la capacidad que predomina es la capacidad razonadora, aunque desde luego, también se pueden producir ideas para enriquecer las que se han elegido.

La aplicación de las capacidades funcionales de la mente, es el punto de partida para poner en práctica la creatividad y con ello, pasar al proceso del pensamiento creativo.

### **Ejercicio desarrollado, pasos a seguir:**

1. Analizar el problema que se presenta, de manera que se precise el propósito.
2. Una vez analizado el problema, utilizar la capacidad creativa y producir ideas, ideas y más ideas. No hay que detenerse en analizarlas, aunque algunas parezcan descabelladas, ilógicas o improcedentes. Lo importante es producir la mayor cantidad de ideas.
3. Después de terminar con el punto anterior, proceder a examinarlas y evaluarlas para elegir las mejores. Desde luego que también se puede proceder a mejorar y desarrollar ideas que parezcan descabelladas ilógicas o improcedentes. Éstas pueden ser las mejores.

Con el propósito de precisar y acentuar los atributos y las características de los actuales y futuros escenarios de negocio, conviene examinar, las diferentes transformaciones que se han dado paso de la vieja economía industrial a la actual economía del conocimiento o de la creatividad e innovación, que conlleva en la creación de valor y riqueza, en el comportamiento humano y gerencial en general.

Nunca antes la gente ha requerido de su creatividad como en el presente. Considérese que hasta los años 70's del siglo pasado, el mundo era relativamente estable —comparado con el actual—, en los diferentes aspectos u órdenes de la vida: económico, político, social, cultural, ecológico y otros. El ámbito socio económico era relativamente estable, y el futuro considerado como una extensión del pasado, incluso, parecía que la divisa era hacer más de lo mismo. Los cambios eran más de tipo evolutivo que

revolucionario, además de ser mínimos en una misma unidad de tiempo, que los que se producen ahora. Por ejemplo:

- Durante 23 años (de 1953 a 1976) se tuvo un tipo de cambio de \$12.50 por dólar y la gente no tenía el paradigma de la dolarización.
- Hasta antes de los años 70, los contratos laborales se llegaban a revisar, en muchos casos, cada dos años.
- La inflación, antes de los años 70 del siglo pasado, era de un dígito y algunas veces fue mayor en Estados Unidos que en México.
- Los cambios tecnológicos no se daba con la rapidez que ahora se producen, además de que en el presente se han desarrollado nuevas y más sofisticadas tecnologías, como son la Tecnología de la Información y la Comunicación, la nanotecnología, la robótica, el genoma humano, la bioinformática, entre otras.
- Los ciclos de vida de los productos eran de largo plazo, comparado con ahora, que cada vez son menores, como sucede con celulares, equipos de sonido, computadoras y otros, que cambian rápidamente en periodos menores a los 6 meses.

Todos estos cambios y muchos otros que día con día se producen tienen que enfrentarse con el cambio mismo. Si hay una nueva tecnología en el trabajo, tenemos que aprender a utilizarla y aplicarla creativamente, de lo contrario, caemos en la obsolescencia... y sin trabajo.

La creatividad humana es el recurso más importante, la transición de la era agrícola a la industrial fue basada en recursos naturales y trabajo físico, que dieron nacimiento a las grandes fábricas.

La transformación que ahora está en proceso es potencialmente mayor y más poderosa, porque se sustituyeron los insumos físicos; de tierra, trabajo, materias primas y trabajo físico, por la inteligencia humana, conocimientos y creatividad.

El papel de la creatividad merece resaltarse, porque sin ella, jamás habría prosperado la humanidad, mientras que con ella, ha sido posible todo cuanto nos rodea y que es precisamente lo que mueve la economía y los negocios. A este respecto, la National Academy of Sciences observó en un informe de 2007, que el incremento económico de Estados Unidos había sido generado por nuevas ideas, casi seis veces más que el crecimiento causado por incrementos en productividad en el trabajo, por la acumulación de capital o por el descubrimiento de recursos naturales.

La falta de creatividad entre la gente es explicable, si se parte de ese viejo aforismo: "Función que no se utiliza, se atrofia". Esto es consecuencia de diversas causas como las siguientes:

- La mayoría de las personas se apega fuertemente a la ley del menor esfuerzo, es decir, prefiere seguir las rutinas mentales que producir ideas.

- La mayor parte del trabajo que desarrolla el personal en su empresa, es de carácter repetitivo.
- Las personas en general tienden a seguir e imitar a otras personas, en trabajos, modos de vida, diversiones y otros aspectos, antes que crear los propios.
- En el trabajo, a todos los niveles, el desempeño de la gente y la información que utiliza, fortalece más la memoria y la capacidad de razonar y analizar, que a la aplicación de la creatividad.
- La gente en general tiende más a juzgar, criticar y analizar, que a ver los aspectos positivos de lo que es objeto de crítica y producir ideas.

Estas y otras causas por las cuales se atrofia el pensamiento creativo de las personas, pueden y deben superarse por la misma necesidad que se tiene de la creatividad. La buena noticia es que esta capacidad cerebral puede desarrollarse y cultivarse.

La creatividad es hoy en día la fuerza real para crear riqueza. En efecto, esta era económica ha sido llamada la economía del conocimiento, en virtud de que dicho recurso es considerado la fuente creadora de riqueza. No obstante, se debe precisar que no es el conocimiento en sí mismo lo que la crea, sino su desarrollo y aplicación en forma de tecnología o innovaciones; empero, la brecha entre la aplicación de un conocimiento teórico y su conversión en un invento o innovación requiere de capacidades cerebrales, particularmente de la capacidad creativa.

El progreso de la humanidad ha estado y estará sustentada en la capacidad creativa del hombre, razón suficiente de la creatividad, en todas los aspectos de nuestra vida en general, y en particular en el mundo de los negocios, haya sido aceptada con interés en países desarrollados o en proceso de desarrollo, en las escuelas y universidades, puesto que el saber hacerlo, es sembrar para cosechar el día de mañana un enorme potencial para la creación de valor, riqueza y ventajas competitivas. Resalta que en países de Europa, así como en China, India y Japón, el desarrollo de la creatividad ha sido considerado como un asunto de prioridad nacional. No hay que olvidar que la Unión Europea designó el 2009 como el Año de la Creatividad e Innovación, dando un fuerte impulso en las escuelas, empresas y demás organizaciones, con el fin de aumentar y fortalecer la capacidad de innovación.

Hay que tener siempre presente que la competencia actual en los negocios no es de productos sino de ideas, ideas y más ideas que se traduzcan en innovaciones prácticas y competitivas. Y para que en este escenario uno sea el protagonista, más que simple espectador, hay que cultivar y utilizar la creatividad. Es el pase de abordar para que llegar con éxito al destino profesional y personal.

Innovar es crear o modificar un producto e introducirlo en el mercado.

Tipos de innovación, según su aplicación:

- **Innovación de PRODUCTO:** Comercialización de un producto tecnológicamente distinto o mejorado, la innovación se da cuando las características de un producto cambian.
- **Innovación de PROCESO:** Ocurre cuando hay un cambio significativo en la tecnología de producción de un producto o servicio también ocurre cuando se



producen cambios significativos en el sistema de dirección y/o métodos de organización; reingeniería de procesos, planificación estratégica, control de calidad, etc.

- Innovación RADICAL: Aplicaciones nuevas de una tecnología o combinación original de nuevas tecnologías.

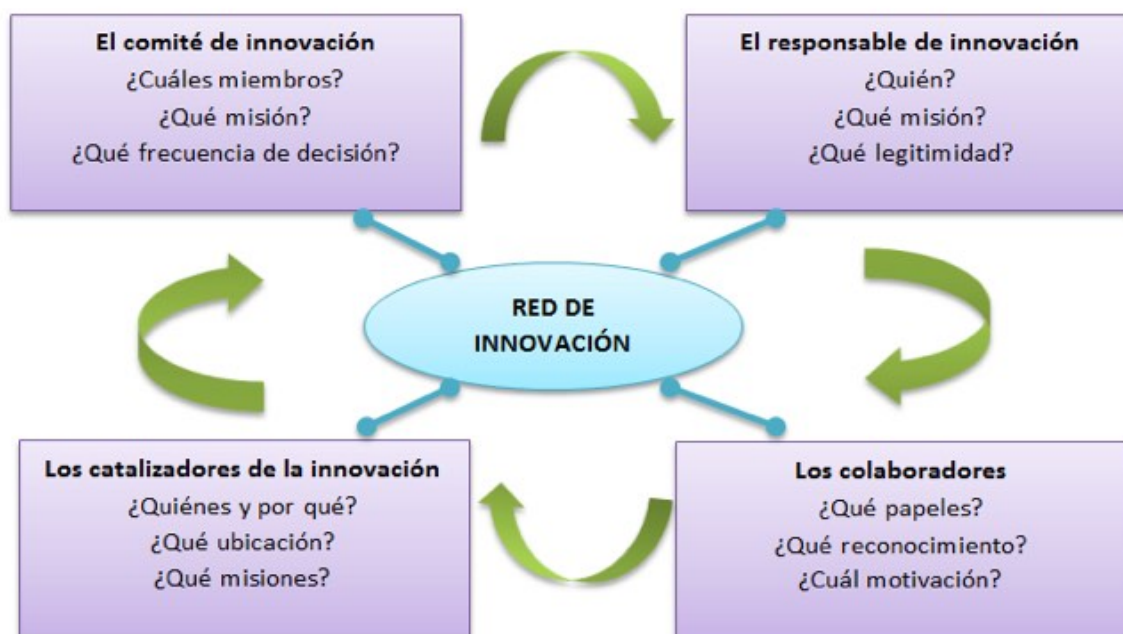
- Innovación INCREMENTAL: Mejoras que se realizan sobre un producto, servicio o método existente.

Es la organización y dirección de los recursos, tanto humanos como económicos, con el fin de aumentar la creación de nuevos conocimientos, la generación de ideas técnicas que permitan obtener nuevos productos, procesos y servicios o mejorar los ya existentes, y la transferencia de esas mismas ideas a las fases de fabricación, distribución y uso.

La capacidad de innovación de una empresa descansa sin duda en la existencia de un proceso de innovación, pero es ante todo el capital humano del que se dispone lo que en realidad influirá en el surgimiento de la innovación.

El ambiente interno de una empresa influye en la motivación de los empleados para emitir ideas y aumentar sus competencias. Corresponde a la empresa poner ese capital humano al servicio del proceso de innovación.

**Figura 2: Los cuatro pilares de la red de innovación**



**Fuente:** Elaboración propia

Los pilares de la red de innovación presenta los actores directos que deben participar, y establece el papel que le corresponde a cada uno desarrollar, en el sentido de lograr mejoras radicales y espectaculares en los proceso de la empresa.

La creatividad e innovación coadyuvan a que la empresa ofrezca mejores productos que satisfagan las necesidades del cliente final, razón por la cual la competitividad tiene una estrecha relación con los conceptos anteriores, de tal forma que se complementan para lograr los mejores productos y/o servicios de la empresa.

Según Fea (2000), la competitividad es la capacidad estructural de una empresa de generar beneficios de continuidad a través de sus procesos productivos y organizativos o simplemente por medio del producto que comercializa.

Silva (2002) Competitividad empresarial, es el conjunto de estrategias formuladas por la dirección de la empresa, que definen como ésta va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzarlos.

Por lo que, la competitividad es la capacidad que tienen las empresas de aprovechar en forma efectiva sus ventajas distintivas para ser mejores que sus competidores; es decir, es la capacidad de diferenciación que las coloca en cierta posición para poder competir y mantenerse en la preferencia de los clientes.

Una empresa tiene continuidad sólo si es capaz de adecuarse constantemente a las nuevas condiciones de mercado y a su entorno.

Fea (2000), señala que las empresas competitivas son aquellas que siendo pequeñas, medianas o grandes, tienen la capacidad para lograr producir un producto y ofrecer un servicio con valor y que de cualquier manera consiguen maximizarlos con la calidad, la optimización de sus recursos y de su proceso productivo.

Una empresa competitiva, es aquella que tienen la cualidad de la competitividad, en la cual todos sus componentes están alineados para tener la capacidad de producir y mercadear sus productos, bienes o servicios, en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales.

### **Una empresa para ser competitiva cumple con lo siguiente:**

- Proceso productivo óptimo, con la mejor organización humana y tecnológica.
- Recursos excelentes, porque dispone de capitales necesarios y sus materiales son óptimos y de calidad.
- Elevada calidad del proceso de transformación, con un producto final, capaz de ofrecer al cliente la máxima satisfacción.
- Considerable valor agregado, por la utilización óptima de los recursos que originan una producción sobresaliente, y que hace que la empresa se diferencie de las demás a través del producto, precio, de los servicios adicionales.
- Destacada calidad de su producto y minimización del costo, permitiendo un margen elevado entre los recursos empleados y el precio de venta del producto.

La apertura comercial y la globalización de los mercados así como las nuevas tecnologías de la información y la innovación tecnológica, obliga a las pequeñas y medianas empresas, a competir en calidad, precio y tiempo con los productos y/o servicios que ofrecen, con el propósito de evitar que mueran, deben buscar nuevas oportunidades y emprender acciones para permanecer en los mercados nacionales e internacionales, y así contribuir con el producto interno bruto, generar fuentes de empleo, y propiciar un desarrollo económico para el país.

González (2001) Es importante señalar que para ser competitivo y concurrir al mercado mundial, no es tan importante el tamaño de la empresa sino su nivel de competitividad.

Cabe subrayar que la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, se verá reflejada en mejores productos y/o servicios, así como en mayores estándares de calidad, si se desarrolla la creatividad e innovación como elementos de competitividad para el sector, lo que da la oportunidad de atender a los mercados locales, regionales y del exterior.

## **Conclusiones**

Los empresarios de las micro, pequeñas y medianas empresas, deberán emprender acciones para capacitar a su personal, para que desarrollen su creatividad e innovación, lo que permitirá una mayor competitividad además de estar preparadas para enfrentar los nuevos retos que implica la globalización de productos y/o servicios, misma que favorecerá su crecimiento y desarrollo, exportación de sus productos, permanencia en los mercados, generar nuevos empleos y lograr los mayores beneficios para la sociedad.

Adoptando la modalidad de negocio familiar que es cuando el empresario familiar desea transmitir su empresa, a la generación siguiente, sin embargo sólo una pequeña parte de las empresas familiares consigue mantener el carácter familiar por más de una generación.

Por tal razón la creatividad e innovación determinarán los factores de éxito de estas empresas tales como: Tradición y continuidad, calidad de productos y servicios, flexibilidad, planificación a largo plazo, ambiente empresarial familiar, innovación y emprendurismo, así como acciones de responsabilidad social.

Por otra parte deberán enfrentar los siguientes retos: Buscar capital para crecer sin involucrar el presupuesto familiar, resolver los conflictos de liquidez de la familia y el negocio, proponer que el sucesor familiar sea competente, mediar las rivalidades entre familiares en la no aceptación del sucesor, desarrollar la capacidad de negociación para mantener al personal y directivos.

## Bibliografía

- Banco Mundial, [www.bancomundial.org/](http://www.bancomundial.org/)
- Barker, (1995), Paradigmas, El negocio de descubrir el futuro, Colombia: McGraw-Hill Interamericana, S. A.
- Benoit-Cervantes (2011), Innovación, Grupo editorial Patria.
- Chan y Mauborgne (2005), La estrategia del océano azul, Grupo editorial Norma.
- Da Silva, Reinaldo O. (2002) Teorías de la Administración. Ed. Thomson. México, D. F.
- Diario Oficial de la Federación. 30 junio de 2009. México
- Fea, H. (2000). Competitividad es calidad. México: Alfaomega
- Gelb, (1998), Inteligencia Genial, Leonardo da Vinci, Colombia: Editorial Norma, S. A.
- González, G. (2001). Competitividad internacional y su aplicación a las PYMES. México: Mc. Graw Hill
- Howkins J. (2001), the creative economy, P. viii, Penguin books, Londres, Inglaterra.
- Hurson, T., (2008). Think Better. New York: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx)
- INEGI. (2009). *Micro, pequeña y mediana y gran empresa, estratificación de establecimiento*, Censos económicos. México.
- Jobs S. (2011), en Gallo, p. 79
- Martínez, (1995), Como Desarrollar la Creatividad Gerencial, México: PACSA.
- Michalko, (1998), Cracking Creativity, Berkeley, California: Ten Speed Press.
- Nacional Financiera (2009) y los empresarios México.
- Poza J., Empresas familiares, tercera edición, editorial CENGAGE Learning.
- Saldaña M. (1998), Administración de la empresa familiar, Grupo editorial Iberoamérica.
- Silva. M. (2002). Desarrollo empresarial y competitividad. México. Taller abierto
- Skertchly, R. (2000). *Microempresa, financiamiento y desarrollo*. México: Porrúa

# **La Consultoría En Las Pequeñas Empresas Como Factor Clave Para La Toma De Decisiones Estratégicas.**

Zulema Córdova Ruiz

1 Docente-Investigadora. Universidad Autónoma de Baja California. Correo electrónico:

[Zulema.cordova@uabc.edu.mx](mailto:Zulema.cordova@uabc.edu.mx)

Sósima Carrillo

Docente-Investigadora. Universidad Autónoma de Baja California. Correo electrónico: [sosima@uabc.edu.mx](mailto:sosima@uabc.edu.mx)

Ana Cecilia Bustamante Valenzuela

Docente-Investigadora. Universidad Autónoma de Baja California. Correo electrónico: [ceci@uabc.edu.mx](mailto:ceci@uabc.edu.mx)

## **Introducción**

La pequeña y mediana empresa proporciona más de la mitad de todos los empleos del país, incluyendo actividades que no son comerciales (SDE, 2008). El papel de las micro y pequeñas empresas es parte esencial en la economía de cualquier país, hablando de México, se considera que estas empresas constituyen una fuente importante en la generación de ingresos y por consiguiente la principal fuente de creación de empleos, siendo el impulsor de la economía de la nación. Este grupo de empresas está en constante crecimiento y las cifras ligadas a este grupo lo avalan; de acuerdo con el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), en la actualidad el segmento de la micro y pequeña empresa representan casi el 98% de las unidades económicas existentes en México, donde el 42.79% de estas empresas se dedican a la prestación de servicios, en el Estado de Baja California el 39.68% son empresas de servicios y en Mexicali el 49.03% de las empresas existentes se dedican a esta actividad (SIEM, 2013). La importancia de la pequeña y mediana empresa radica entre otros factores, en su capacidad para generar empleos, en su flexibilidad para aumentar la oferta de satisfactores y en su habilidad para adaptarse a regiones que es necesario promover dentro de un programa que tome en cuenta el desarrollo geográfico equilibrado.

## **Revisión literaria**

En nuestro país el 99 por ciento de empresas se integran por Pymes, de estas solo el 45 por ciento tienen una antigüedad de 12 años en el mercado y el 12 % son empresas con menos de 4 años en el mercado, es decir hay un porcentaje pequeño de creación de empresas en comparación con aquellas que tienen mas tiempo en el mercado. Sin embargo la principal característica que debe ser primordial para nuestra investigación es que estas empresas son tipo familiar y por lo tanto como nos indica Poza (2009) suelen tener problemas para su consolidación, pues el estrecho nexo que existe entre las personas que dirigen a veces impide la toma de medidas y decisiones difíciles para empresa.

## **Definición de pequeñas empresas comerciales**

La empresa es una organización económica de producción de bienes y servicios para un mercado específico, cuyo objeto primario o fin último es la obtención de utilidades para

sus dueños. De acuerdo con Ferrell & Hirt (2010) las empresas mediante sus actividades ofrecen productos que proporcionan satisfacción y beneficios a las personas. La empresa es una unidad dirigida por un empresario formada por los factores de producción: capital, trabajo y organización. Existen varias formas para clasificar a las empresas atendiendo a diversos aspectos, tales como su tamaño, capital invertido, activos, número de empleados, ingresos obtenidos, entre otros. Por tamaño las empresas pueden clasificarse como grandes, medianas, pequeñas o micro empresas. En 2009 se realizó una modificación a la clasificación, de acuerdo a la Secretaría de Economía el cambio intenta evitar la discriminación y ampliar el acceso a programas de apoyo, la estratificación se realiza con base al número de empleados y ventas anuales, como se muestra en el siguiente cuadro:

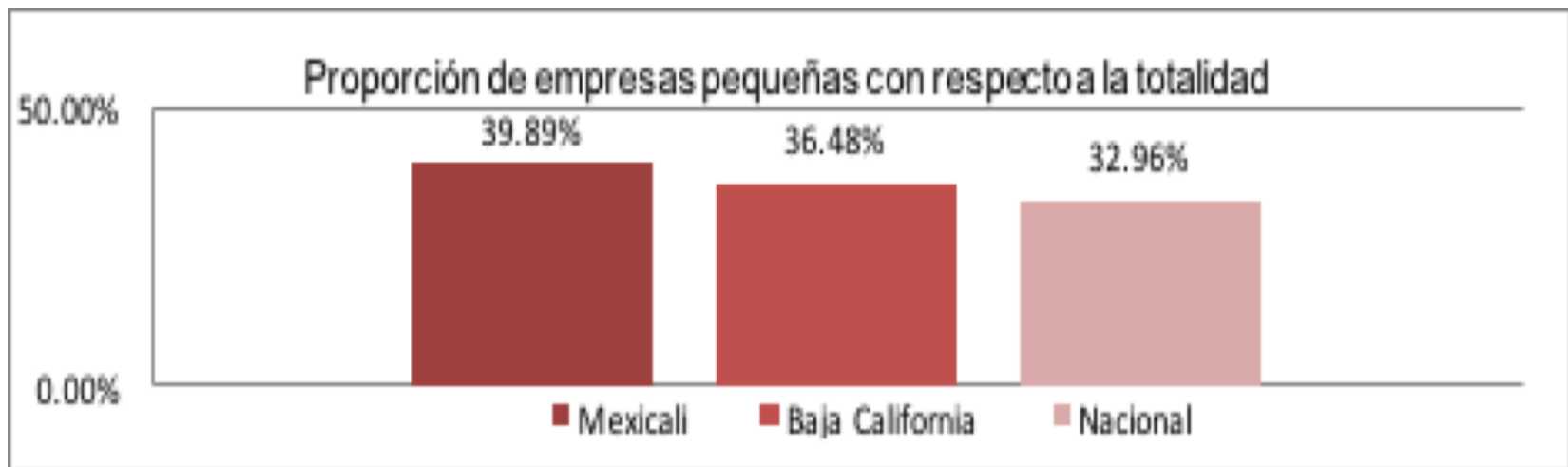
### Clasificación de empresas por tamaño

Estratificación				
Tamaño	Sector	Número de trabajadores	Monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	9.3
	Industria y servicio	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100	hasta \$250	
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

Fuente: Diario oficial de la Federación 25 de Junio 2009

De acuerdo al SIEM (2012) las pequeñas empresas de comercio son de gran importancia en nuestro país representando el 32.96% de las empresas que existen a nivel nacional, en el Estado de Baja California estas empresas constituyen el 36.48% y en Mexicali estas representan el 39.89%.

### Proporción de empresas pequeñas



Fuente: SIEM (2012)

Del Castillo, Cereceres, Rodríguez & Borboa (2005) definen a la empresa como una unidad productiva o de servicio que constituida según aspectos prácticos o legales se integra por recursos y se vale de la administración para lograr sus objetivos. Asimismo refieren que es una comunidad de personas que aportan lo que poseen y lo que son, con un fin de servicio mutuo y de complementación. Es una invención humana, diseñada para satisfacer mejor sus necesidades, mediante la unión de esfuerzos y recursos bajo una dirección que le permite cumplir sus propósitos y aportar beneficios a la sociedad, como se observa en la siguiente tabla sobre los componentes y criterios de eficacia de las empresas.

**Tabla 1. Componentes y criterios de eficacia de las empresas**

<b>Dueños</b>	Retorno de inversión
<b>Empleados</b>	Satisfacción en el trabajo, salario
<b>Clientes</b>	Calidad de productos y servicios
<b>Acreedores</b>	Rendimiento del crédito
<b>Comunidad</b>	Contribución a solucionar problemas sociales
<b>Proveedores</b>	Transacciones satisfactorias
<b>Gobierno</b>	Obediencia de leyes y regulaciones

Fuente: Del Castillo, Cereceres, Rodríguez & Borboa (2005)

### **Características generales y funcionales de las pequeñas empresas**

Barragán (2009) y Rodríguez (2010) señalan que las pequeñas empresas poseen ciertas características generales que las hacen diferentes al resto de las empresas y a través de las cuales pueden ser fácilmente reconocidas. Algunas de estas características serían las siguientes:

- a. Administración independiente, usualmente dirigida y operada por el propio dueño.
- a. El número de personal tiene un límite inferior y otro superior. En México oscila entre 11 y 50.
- b. Escasa especialización en el trabajo tanto en el aspecto productivo como en el administrativo.

- c.Limitados recursos financieros, en la mayoría de estas empresas el capital de la empresa es suministrado por el propio dueño.
- d.Sus sistemas de contabilidad y de control son elementales.
- e.Poca o ninguna especialización en la administración.
- f.La solución de problemas se hace mediante procedimientos de carácter informal y se resuelven conforme se hayan presentado.

### **Otras características de la pequeña empresa.**

Castañeda (2009) dice que las Pymes tienen ciertas características en el campo administrativo: Formas de origen: entre los creadores de las Pymes se encuentran estudiantes, recién egresados o personas que interrumpieron sus estudios, desempleados que optan por el autoempleo, hijos de empresarios, y trabajadores que buscan la independencia económica.

Formas de propiedad: cuatro quintas partes (19.7 %) de las entidades tienen un solo dueño, hallazgo que otorga validez a la proposición respecto al microempresario de ser alma y vida de su negocio. El 17.5 % de las unidades se hallan organizadas como sociedad, lo cual ofrece fuentes alternas de capital y una base gerencial de operación más amplia siempre y cuando se trate de socios adecuados y confiables que agilicen la toma de decisiones, al no dividir la autoridad (INEGI, 2010).

Localización: más de la mitad (52.6 %) de los establecimientos de la PYME, dicen estar ubicadas fuera de la residencia de los microempresarios, lo cual es sorprendente ya que esto conlleva a gastos que requieren un nivel de operaciones más complejo, el 37.1 % se hallan ubicados en la residencia, y el porcentaje restante no responde (INEGI, 2010).

Tendencia local: 26.2 % de los establecimientos de las Pymes, son propietarios; 67.6 % son rentados; y el 8 % son de otro tipo. Mientras que en giro industrial se observa una tendencia substancial de unidades con local propio, en el sector comercio y servicios los porcentajes de alquiler son más elevados. De modo similar, parece que las micro industrias con propietario único, tienden a rentar y ser menos dueños del local donde operan. En comparación de las empresas que operan con dos o más socios (INEGI, 2010).

Fuerza de grupo: la unidad de las Pymes está dada por la incorporación a entidades más grandes, las cámaras y asociaciones que con su antigüedad, prestigio, poder de convocatoria y representatividad aumentan la fuerza de las demandas del sector importantísima para su desarrollo.

De acuerdo a los últimos registros, el 92.4 % de las pequeñas y el 96 % de las medianas están afiliadas a una cámara o asociación. De este universo, la distribución, en el 77 % de la pequeña y el 74 % de la mediana, están adheridas a una cámara de comercio, a pesar de que términos prácticos la mayor parte del sector, no encuentra la utilidad de agruparse con otros empresarios.

Aun cuando esta idea prevalece, las ventajas que los empresarios más lúcidos consideran como vital importancia, se ubican en el ámbito propio del negocio (INEGI, 2010).



La comercialización: el 64.5 % de los pequeños empresarios señalan como ventaja de la agrupación este concepto y el 78 % para las medianas empresas. Estas cifras nos indican que entre mayor es el tamaño de la empresa, el factor de comercialización a escala empieza a considerarse un elemento importante en la operatividad de la empresa.

### **Interrelación entre pequeñas empresa.**

Las pequeñas empresas realizan como mínimo tres funciones fundamentales para las grandes empresas. Según la SDE (2008):

- 1.Facilitar la concentración en las zonas de mayor rendimiento.
- 2.Servir de ensayo y preparación de futuras grandes empresas.
- 3.Compensar las limitaciones inherentes a las grandes empresas.

En todos estos casos es esencial la existencia de numerosas pequeñas empresas que permiten que unas pocas grandes empresas se concentre ahí donde sus esfuerzos sean más eficientes.

- 1.Las pequeñas empresas tienen su función en cuatro aspectos básicos (Rodríguez, 2010).
- 2.Como suministradoras de materiales y piezas, (subcontratistas).
- 3.Como agencia de servicio para la gran empresa.
- 4.Como agente o distribuidoras.
- 5.Como clientes que usan, más que distribuir productos de la gran empresa.
- 6.Las pequeñas y medianas empresas forman el eslabón entre las gigantescas fábricas y los últimos mercados para los productos de éstos y con frecuencia son las mismas pequeñas empresas las que forman parte de dichos mercados.

### **Características importantes de las pymes.**

Gómez (2008), menciona las características de mayor peso de las empresas pymes:

- Tienen capital proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad, los dueños dirigen la empresa, la administración es empírica, utilizan más maquinaria y equipo aunque se basen en el trabajo más que en el capital, dominan y establecen un mercado más amplio, están en proceso de crecimiento (la pequeña tiende a ser mediana, y la mediana aspira a ser grande).
- Obtienen algunas ventajas fiscales.
- Componente familiar: Casi en su totalidad son empresas familiares, la toma de decisiones depende de ellos y puede producirse desacuerdo en la aplicación de las mismas.

- Falta de liquidez: Este es un problema muy común en las Pymes, por lo cual tienden a solicitar préstamos o financiamientos a organizaciones que apoyen su gestión.
- Poco productivas: Son consideradas así debido a su falta de liquidez.
- Relación tamaño – productividad. Mientras más pequeño sea el tamaño de la estructura de producción de una empresa, menor la concentración y representatividad en sus resultados.
- Falta de solvencia. La solvencia se refiere a los recursos, las Pymes carecen de recursos.

### **Importancia de las Pymes.**

Las pequeñas y medianas empresas, (Pymes), tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos.

Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza (Van Auken y Howard, 1993).

Sin embargo, las Pymes tienen algunas dificultades en virtud de su tamaño (Reyes, 2007):

- Acceso restringido a las fuentes de financiamiento.
- Bajos niveles de capacitación de sus recursos humanos.
- Limitados niveles de innovación y desarrollo tecnológico.
- Baja penetración en mercados internacionales.
- Bajos niveles de productividad.
- Baja capacidad de asociación y administrativa.

De hecho, el acceso al financiamiento ha sido identificado como uno de los más significativos retos para su supervivencia y crecimiento, incluyendo a las más innovadoras. En contraste, las grandes empresas tienen mayor facilidad para obtener financiamiento a través de medios tradicionales debido a que cuentan con mejores planes de negocios, más información financiera confiable y mayores activos.

No obstante Suárez (2001) describe las limitaciones, el papel de las Pymes en la economía del país ha sido un factor que ha generado incrementos en la producción; valor agregado; portaciones fiscales; fortalecimiento del mercado interno; aumento de exportaciones, etc., por lo que han sido motivo de diseño de políticas encaminadas a promoverlas y apoyarlas para elevar su competitividad y enfrentar la competencia de un mundo globalizado, sin olvidar el mundo de los emprendedores, donde las empresas líderes son aquellas que adoptan modelos de subcontratación y alianzas estratégicas con Pymes, que gracias a su capacidad de adaptación y flexibilidad crecen en un mundo en constante cambio, demostrando además que cuando se organizan pueden superar las aparentes limitaciones de su tamaño.

Las Pymes cuentan con la más amplia gama de giros productivos, comercializadores y de servicios y tienen la tendencia a realizar actividades autónomas que tienen relación con las empresas más grandes, y de este modo sufriendo la influencia de éstas que suelen someterlas, minimizando sus posibilidades de desarrollo o establecen una interdependencia.

Por pymes se entenderá la concepción de Robinson y Littlejohn (1981), toda organización de dimensión reducida que da lugar a un financiamiento y gestión cualitativamente diferentes a los difundidos en los textos normalmente vinculados con las grandes. Con esto se pretende no excluir a la microempresa por ser en su mayor parte autoempleo y donde evidentemente se encuentra a emprendedores que utilizan formas de gestión alternativas para sostener en el mercado a sus organizaciones, fuera de la racionalidad administrativa o del control de gestión, es decir los recursos se controlaran a través de mecanismos informales, como pueden ser la vigilancia de los recursos por familiares o amigos.

Las Pymes en México, de acuerdo a esta propuesta conceptual y bajo criterios cualitativos (Suárez, 2001), sustentados en la teoría del crecimiento de la firma (Penrose 1995), pueden ser clasificadas en forma distinta a los parámetros cuantitativos de nivel de ingreso (ventas), y tamaño (número de trabajadores). Hoy en día hay un consenso generalizado, de la importancia de las Pymes dentro de la actividad económica del país, pero deben ser consideradas no como empresas, sino más bien, deben ser consideradas organizaciones pequeñas y familiares, con objetivos y características distintas a la gran empresa.

Algunos datos que nos ubican dentro de éste contexto son: las Pymes comprenden alrededor del 90% de las empresas constituidas en el país. La cifra es todavía mayor dentro del sector manufacturero, representando el 99% de los establecimientos manufactureros. Y de ese 99%, el 82.19% son pequeñas empresas, que generan el 13.22% del personal ocupado. La pequeña empresa comprende el 13.69% de los establecimientos y origina el 20.80% del empleo. A la empresa mediana corresponde el 2.39% de los establecimientos creando el 15.39% del personal ocupado (INEGI, 2012).

### **Asesoría y capacitación**

Se debe considerar que la asesoría consiste en orientar, aconsejar, sugerir acciones de carácter específico al elemento que dirige la organización. Los asesores actúan como consejeros de los directivos y del personal subordinado y en virtud de ello, no tiene autoridad directa sobre ningún miembro de los departamentos en los que hacen sus investigaciones, (Estudio De Caracterización Consultoría, 2006). El asesor es una persona por lo general muy preparada con una visión muy amplia de muchas materias de carácter general. Una asesoría contable permite una gestión contable organizada y clara, de forma que el usuario de la misma conozca en todo momento el estado de sus cuentas y los detalles de los balances. Esto permite la planificación de proyectos, puesto que la información que se obtiene de una buena gestión contable puede ser analizada con garantías, con lo que programar inversiones de futuro se convierte en una operación relativamente sencilla La asesoría es una actividad por la cual se le brinda el apoyo requerido a las personas para que desarrollen diferentes actividades de consulta y poder lograr la comprensión de las diferentes situaciones en las que se encuentra, ya sean estas judiciales, financieras, contables, inmobiliarias etc.

Es común el hecho de llegar a confundir el término asesoría con tutoría y es importante diferenciar una de la otra; ya que la tutoría es una actividad que se difunde únicamente mediante consultas que brinda algún sabido en el tema en particular (generalmente profesores) durante sus horas laborales.

La ventaja principal con la que cuenta la asesoría, sin importar de que tipo sea la misma es que por un lado, ayudan mucho a resolver dudas específicas en el área a tratar; también resulte como un buen apoyo de parte del asesor hacia el consultante y podemos decir que la asesoría es una actividad que fue creada con el principal propósito de ayudar a diferentes personas que hayan tenido problemas en algún aspecto determinado. Es importante tener en cuenta que una asesoría puede ir dictada desde un nivel académico hasta uno profesional, pero asesor (la persona encargada de brindarnos la asesoría) siempre debe ser profesional en el área que necesitemos tratar.

La asesoría administrativa, y generalmente este es el caso que se aplica en todas las empresas y pequeños negocios que están por emprenderse, teniendo como funciones: la presentación de diferentes proyectos para poder obtener un buen financiamiento, también la elaboración de diferentes manuales o libros que lleven registros del funcionamiento de la empresa, y por supuesto, el sector más importante en el cual la asesoría administrativa nos ayuda muchísimo, es en la selección del personal, el pago de los salarios correspondientes, los planes de desarrollo y capacitación del personal, etc. También nos encontramos con la asesoría contable cuya función es informarnos acerca de cómo realizar el cálculo y el registro del pago de los empleados que trabajan en la empresa o negocio. A su vez nos ayuda a realizar los trámites y ejercer el cumplimiento de las obligaciones frente a las diferentes autoridades; nos facilita la tarea de determinar los costos y beneficios que se obtienen por la fabricación y venta de los productos a los que la empresa se dedica a comercializar. Además una buena asesoría contable nos facilita el acceso a las maneras más fáciles para cumplir las determinadas obligaciones que se presentan en una empresa o en un negocio.

En relación a la falta de capacitación Monterde y Bustamante (2014) señalan que las empresas pequeñas y medianas necesitan responder a las exigencias del mercado con personas competentes, formadas en el quehacer y los valores de su organización. Para ello es necesario brindar capacitación continua a sus colaboradores y así responder con eficiencia a las demandas del entorno. La habilidad de una empresa de utilizar de manera eficiente tanto sus competencias internas (aprendizaje tecnológico y modos de construcción de conocimiento), como sus competencias externas (el uso del conocimiento externo a través del establecimiento de redes de relaciones sociales que la empresa establece con otras instituciones: proveedores, usuarios, universidades, centros de investigación, etc.). Las pequeñas y medianas empresas requieren una adecuada división del trabajo, organización de procesos y una mejor organización en la coordinación de personal y materiales físicos y financieros; pero sobre todo el involucramiento estratégico del empresario (Monterde y Bustamante, 2014). Con esto se puede considerar que aquella organización que desee ser competitiva, liderar el mercado y trascender, deberá destinar recursos para la formación de su capital humano. Una labor por la cual deben trabajar los propietarios de las PYMES es el poder competir en el mercado a través de personas competentes, formadas en el quehacer y los valores de su empresa y esto no se logra a menos que se brindar capacitación continua a sus colaboradores y así responder con eficiencia a las demandas del entorno. Invertir en las personas que laboran en una empresa es una recomendación constante que los especialistas consultores hacen a los directivos, toda vez que el monto invertido en el

personal deberá significar una recuperación económica, la cual en determinado tiempo nos debe reflejar un beneficio mayor para la organización. Las empresas pequeñas y medianas necesitan responder a las exigencias del mercado con personas competentes, formadas en el quehacer y los valores de su organización. Asimismo la utilización de servicios de consultoría externos constituye un indicador de mejora de la competitividad de la empresa (Heras, Marimon & Casadesús, 2009). Contrario a ello de acuerdo a un estudio realizado por Arosa, Iturralde y Maseda (2013) sobre una muestra de 307 pequeñas y medianas empresas la presencia de consejeros externos no se traduce en la mejora de los resultados de la empresa. A pesar de la mayor capacidad de control, asesoramiento y creación de redes atribuida a los externos. En este estudio las empresas presentaron una significativa presencia de consejeros internos, aspecto que puede estar relacionado con su mayor conocimiento de la empresa con el consiguiente efecto positivo en las decisiones estratégicas de la misma.

Sin embargo es una realidad que las empresas pequeñas y medianas necesitan responder a las exigencias del mercado con personas competentes, formadas en el quehacer y los valores de su organización. Para ello es necesario brindar capacitación continua a sus colaboradores y así responder con eficiencia a las demandas del entorno. La gestión de la administración de empresas desde la consultoría y academia (universidades) debe continuar atendiendo las necesidades urgentes de la comunidad empresarial y coadyuvando con ello a mejorar su competitividad. Monterde & Bustamante (2014) señalan que una organización que desee ser competitiva, liderar el mercado y trascender, es la que destina recursos de todo tipo para la formación de su capital humano.

La consultoría puede enfocarse como un servicio profesional o como un método de prestar asesoramiento y ayuda prácticos. Es indudable que la consultoría se ha transformado en un sector específico de actividad profesional y debe tratarse como tal. De modo paralelo, la consultoría es también un método de coadyuvar con las organizaciones y el personal de dirección en el mejoramiento de las prácticas de gestión, así como del desempeño individual y colectivo. El método lo pueden aplicar, y lo aplican, muchas personas técnicamente competentes cuya principal ocupación no es la consultoría, sino la enseñanza, la capacitación, la investigación, la elaboración de sistemas, la presentación de asistencia técnica a los países en desarrollo en misiones de breve duración, etc.

Para ser eficaces, esas personas tienen que dominar los instrumentos y las técnicas de consultoría y respetar las normas de conducta fundamentales de la profesión de consultor. Es relevante ubicar que un consultor es un profesional externo a la empresa a la que ofrece consultoría, el cual pone a disposición de sus clientes sus conocimientos, experiencia, y opiniones imparciales, objetivas y analíticas, con el firme propósito de generar alternativas de solución a las áreas de oportunidad identificadas en la empresa, ofreciendo las herramientas necesarias para la implementación de dichas propuestas. Es decir, un consultor, identifica junto con la empresa la necesidad, diseña alternativas de mejora, apoya en la implementación de dichas mejoras dotando a la empresa de las herramientas necesarias.

### **La consultoría como fuente de aprendizaje.**

Lyndon Urwick (Kubr 1994), cuya contribución al fomento de la consultoría es una de las más importantes, ha señalado que "el único trabajo que vale realmente la pena hacer como consultor es el que instruye, el que enseña a los clientes y a su personal a administrar mejor sus negocios".

En la concepción moderna de la consultoría, esta dimensión tiene una gran importancia, muchos clientes recurren a consultores no para hallar una solución a un problema preciso, sino para adquirir los conocimientos técnicos especiales del consultor (por ejemplo, sobre el análisis del medio ambiente, previsiones comerciales o utilización de microprocesadores con el fin de obtener información para la dirección) y los métodos que utiliza para poder al descubierto los problemas y aplicar los cambios (entrevistas, diagnósticos, comunicación, persuasión, corrección de errores y repetición, evaluación y técnicas análogas).

El asesoramiento asume un cometido de enseñanza; su finalidad es aportar nuevas competencias a la organización y ayudar a los directores o gerentes y al personal a aprender de su propia experiencia. A menudo se insiste en que de este modo (se ayuda a las organizaciones) a ayudarse a sí mismas. Se trata de un intercambio de doble dirección, puesto que al ayudar a sus clientes a aprender de la experiencia el consultor acrecienta sus propios conocimientos y competencias. El efecto de aprendizaje de la consultoría es probablemente el más importante. La elección de los métodos de consultoría y el grado de participación del cliente pueden intensificar o atenuar ese efecto. Por consiguiente es necesario que se preste especial atención a este aspecto.

La consultoría tiene su origen en el sector privado, el crecimiento y la diversificación de las consultorías están relacionados con el desarrollo de la sociedad mercantil y con los cambios en la forma de hacer negocios.

Muchas organizaciones tienen sus consultores "permanentes", utilizan diversas oficinas de consultoría y han aprendido a aprovechar la competencia técnica que pueden ofrecer los diversos consultores. En una organización pequeña, la decisión de recurrir a un consultor puede ser difícil. El propietario o director quizá considere ese servicio profesional caro, y a menudo no se ve de qué manera un colaborador exterior puede prestar ayuda a su situación especial. No obstante, el volumen de los servicios de asesoramiento proporcionados a las organizaciones pequeñas va en aumento y en algunos países se dispone de servicios de consultoría subvencionados para las empresas más pequeñas como parte de los programas de desarrollo de este sector (Álvarez 2011).

## **Metodología**

Para la presente investigación se implementó una metodología establecida en dos etapas, en la primera parte se llevó a cabo la revisión y análisis de bibliografía en libros, revistas, periódicos, bases de datos y documentos electrónicos relacionados con el tema de estudio, apegándonos a esa revisión se elaboró el marco de referencia y el establecimiento de la hipótesis de investigación. En la segunda parte se realizó un estudio de campo, mediante la aplicación de un cuestionario a las personas que estuvieron a cargo de la administración y funcionamiento de las empresas, el cual se elaboró tomando como referencia la información obtenida en la revisión documental. En

esta fase una vez elaborado el instrumento se llevó a cabo su pilotaje para determinar si la estructura, validez y confiabilidad eran adecuadas. Después de esta prueba se hicieron correcciones al instrumento principalmente de forma, el cual una vez modificado, se aplicó a los empresarios que cumplieran con las características del objeto de estudio. Una vez aplicadas las encuestas a los participantes de la investigación, los datos fueron capturados y analizados a través de pruebas estadísticas con el sistema estadístico SPSS.

## **Planteamiento del problema**

La pequeña empresa comercial formalmente constituida denota un bajo índice de progreso y prosperidad por la falta de control dentro de sus actividades comerciales tanto internas como externas que está afectando la economía de los empresarios de Mexicali, B. C., debido a que implementan una forma básica de operar en la compra, distribución y venta de sus productos, dándole poca importancia a los aspectos administrativos y financieros que potencian la participación de cualquier negocio.

Y esta forma de operar los va obligando a ofrecer una muy limitada variedad de sus productos sin mayores opciones de elección que satisfaga las necesidades del consumidor, el cual juega un papel muy importante dentro del crecimiento micro empresarial, además a esto se adhieren el incremento del sector informal el cual está manteniendo una alta participación en este mercado conduciendo a muchos microempresarios a la quiebra de los negocios.

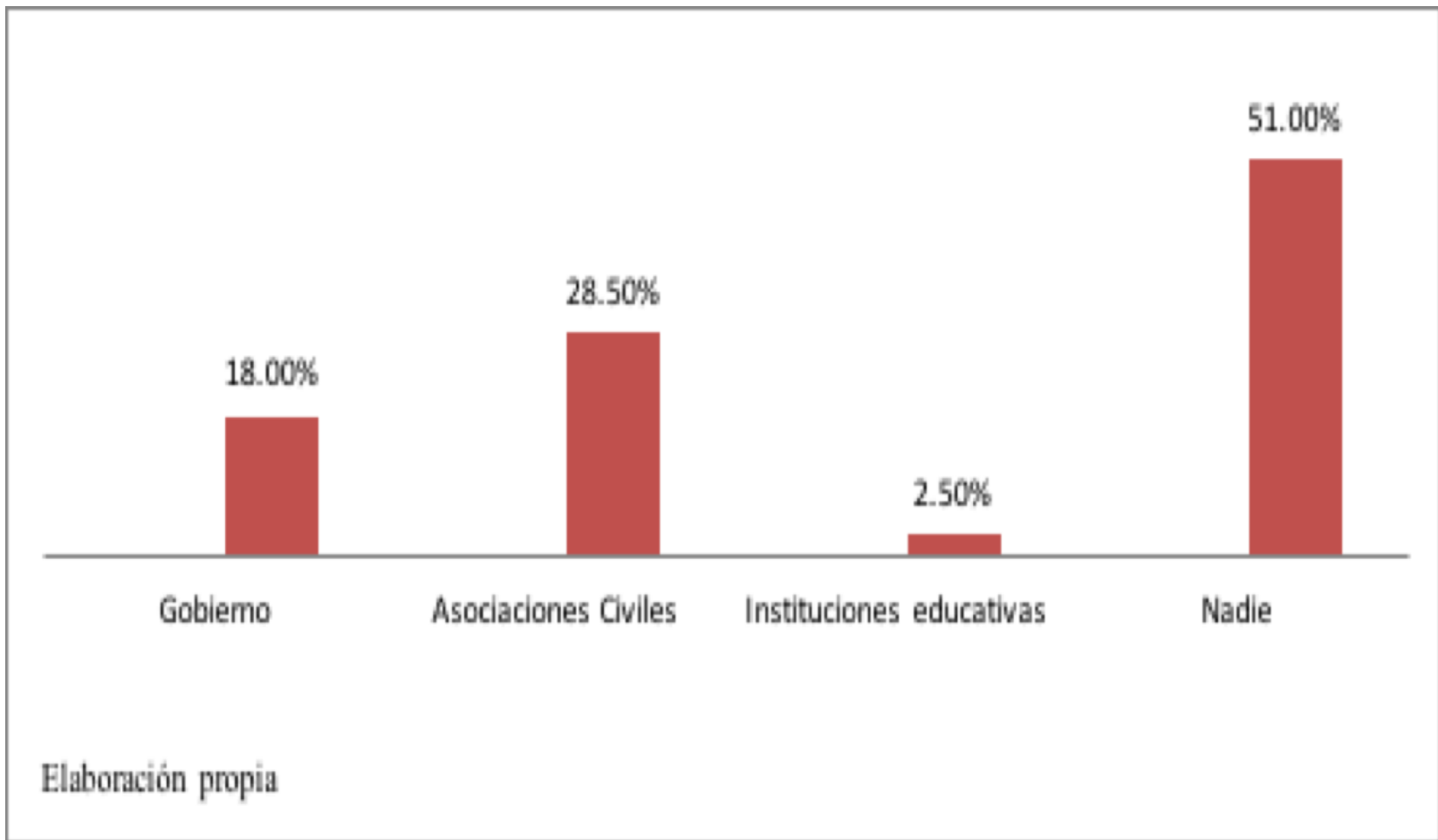
La problemática planteada está ligada a las siguientes causas como: la poca cultura organizacional que impulse el control y dirección de los procesos administrativos, operativos y financieros, los escasos conocimientos de los propietarios en el manejo interno de sus actividades comerciales, una marcada tendencia de cambiar cantidad por calidad de sus productos. Estas causas generan efectos tales como un lento crecimiento micro empresarial, bajos rendimientos económicos, incremento del desempleo y una pobre participación en este mercado. El seguir operando bajo las causas establecidas sobre la problemática las microempresas seguirá manteniendo una limitada participación en este mercado o a su vez corren el riesgo de llegar a la quiebra de sus negocios.

## **Objetivo**

El objetivo de esta investigación es determinar si dentro de las causas por las que las pequeñas empresas del sector comercio en el municipio de Mexicali, B.C. no logran su trascendencia, consolidación y competitividad, se encuentra la carencia de asesoría financiera y administrativa como medida de apoyo para fortalecer su actividad en base a toma de decisiones fundamentadas y con repercusión favorable.

## Análisis de resultados

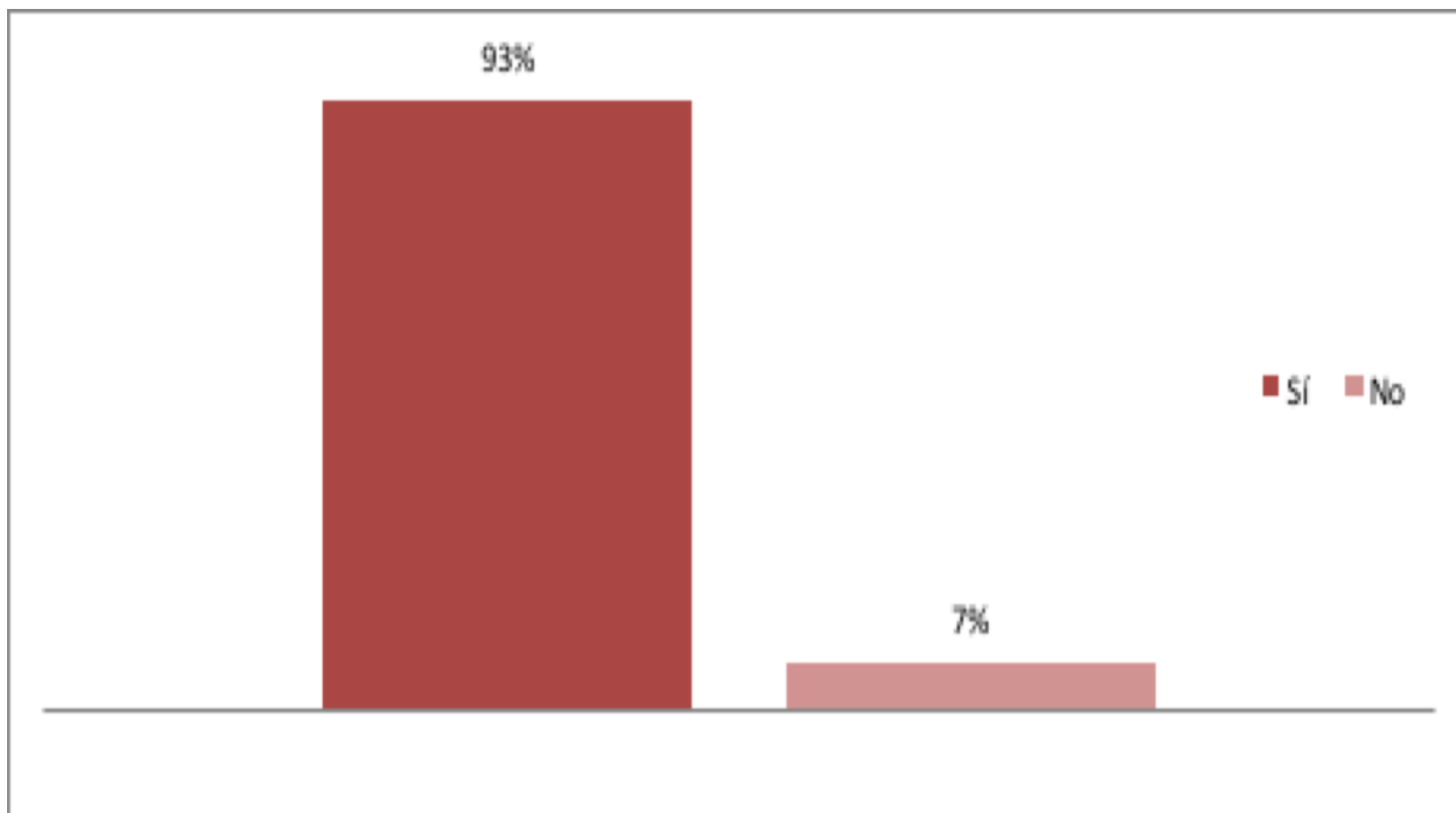
**Figura 1: ¿Por parte de quien o quienes recibe asesoría técnica?**



Como se puede observar en la Figura 1 el 51% de las empresas encuestadas no reciben ningún tipo de asesoría, lo cual se puede constatar lo planteado anteriormente. Sin embargo aquellas empresas que si están siendo asesoradas lo hacen a través de asociaciones civiles en un 28% y a través de los programas de gobierno tendientes a las asesoría y capacitación. Lo que es alarmante es el porcentaje tan bajo de empresas solo el 2.5% que reciben asesoría por parte de las instituciones de educación siendo las universidades un medio a través del cual estas empresas podrían recibir capacitación sobre cómo mejorar la operación de sus diferentes áreas; sobre todo aquellas universidades que contemplan en sus planes de estudio la gestión de negocios.

**Figura 2: ¿Considera adecuada la asesoría que ha recibido?**

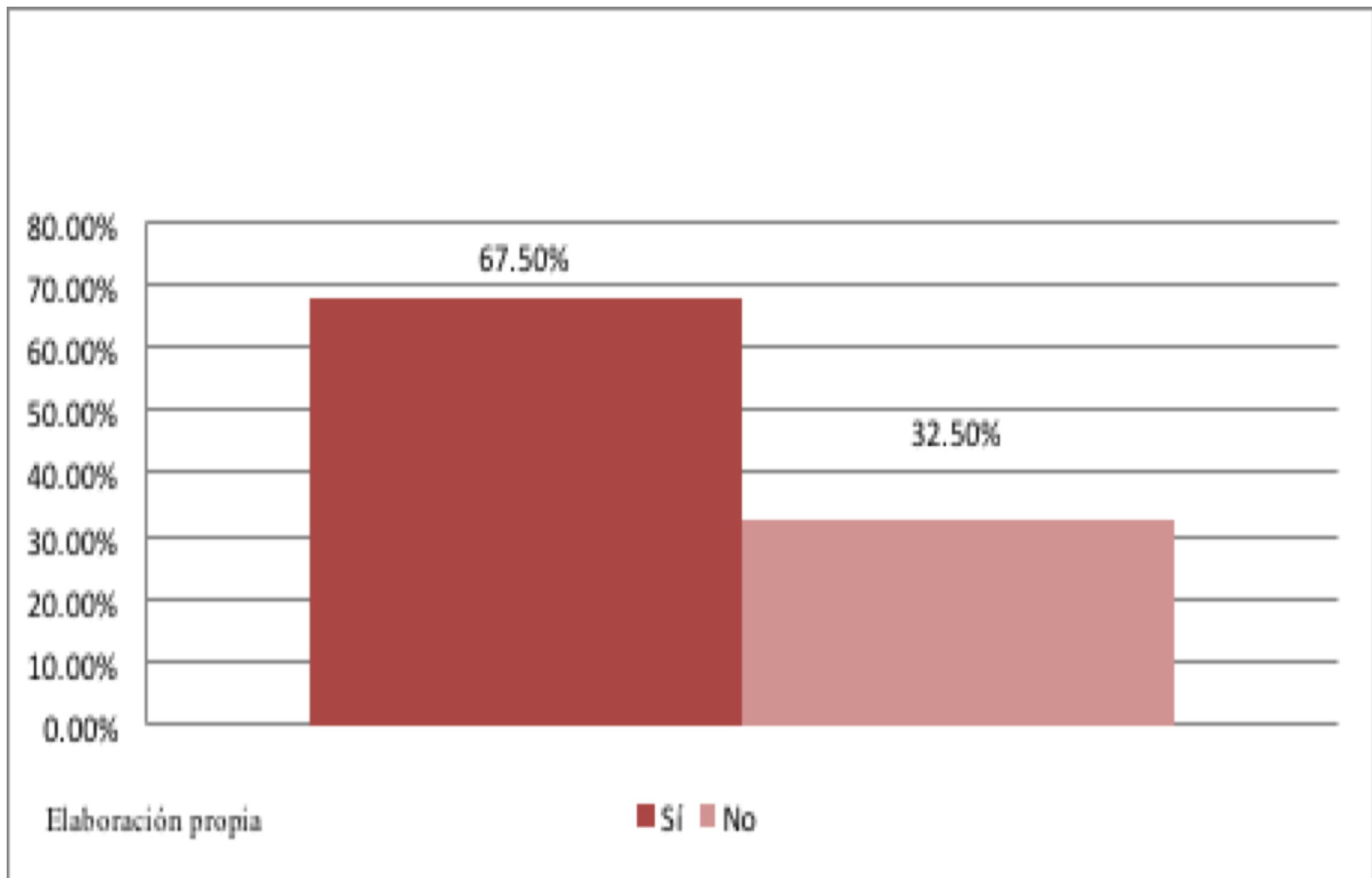




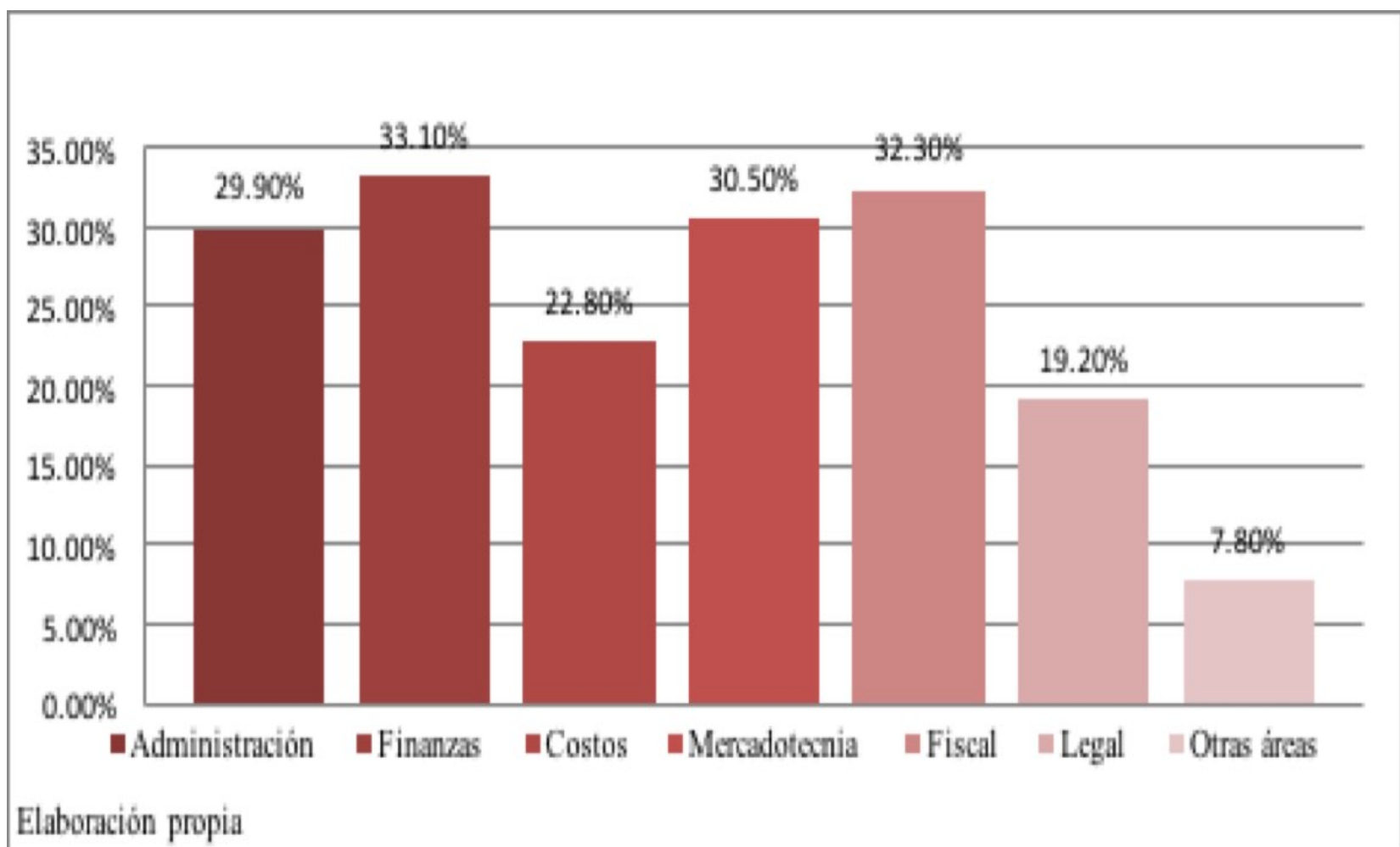
En relación a la percepción que tienen los pequeños empresarios sobre la asesoría que reciben se tiene que un alto porcentaje 93% tiene una opinión positiva sobre este tema, lo cual puede indicar que consideran que les ayuda a mejorar la administración de sus empresas y que convencido de ello son empresas que seguirán solicitando su asesoría de manera permanente.

**Figura 3: ¿Le interesa que le den asesoría técnica o nuevas asesorías?**

Asimismo un 67.5% de los empresarios manifestaron su interés en recibir asesoría más técnica en algunas de las áreas de sus empresas o bien tienen la apertura para recibir un nuevo tipo de asesorías, un 32.5% mostró interés en cambiar el tipo de asesoría que recibe actualmente, lo cual puede deberse a que se consideran que la asesoría que tienen cubre las necesidades de su empresa.



**Figura 4: ¿En qué área le interesa recibir asesoría?**



Los empresarios interesados en recibir asesoría más técnica señalaron principalmente el área de finanzas en un 33.10%, así como fiscal y mercadotecnia, en un 32.3% y 30.5% respectivamente. Como se puede apreciar el área de finanzas tiene un poco más de interés para los empresarios debido a que la adecuada administración de las finanzas tiene un impacto directo en todas las áreas de la empresa y sobretodo en el manejo del efectivo de la empresa que podríamos decir es el motor que mueve a la empresa. Asimismo existe un interés en el área de fiscal en virtud de que las empresas se preocupan de cumplir en tiempo y forma con sus obligaciones fiscales, ya que la falta de su cumplimiento puede llevar a la empresa a tener consecuencias como multas, recargos y sanciones de tipo administrativo, por tal motivo desean los empresarios estar asesorados en estos temas y mantenerse actualizados, además de que es un área que constantemente sufre modificaciones y las empresas deben adecuarse y establecer mecanismos para poder estar acorde a las nuevas disposiciones fiscales. En cuanto al área de mercadotecnia actualmente las empresas compiten cada vez más en el mercado con estrategias publicitarias para ganar clientes, por ello los empresarios buscan nuevos medios o formas de hacer llegar sus productos o servicios a sus clientes, buscando aquellos que tengan un mayor impacto en el consumidor.

## **Conclusiones**

El propietario de una pequeña empresa comercial debe comprender los diversos intereses que se presentan en la empresa, procurando en todo momento la rentabilidad del negocio y la felicidad de los miembros, con el fin de asegurar la continuidad de la familia empresarial. La supervivencia de estas empresas no es fácil ya que carecen de elementos que precisamente son los que permiten a las grandes empresas consolidarse, aspectos tales como cultura empresarial, planeación, administración, controles internos, entre otros. La capacitación en la micro y pequeña empresa se ha convertido en algo necesario para la vida y existencia de un negocio, debido a que hoy en día en un sistema globalizado, competitivo, y actualizado, es muy grande la lucha que se libera en el mercado por mantenerse en un nivel estable o competitivo y con vida, es por ello que la necesidad de las capacitaciones y asesoramiento dentro de la micro y pequeña empresa se ha determinado como algo por lo cual los propietarios deben poner mucha atención o cuidado para su desarrollo. En muchas micro empresas, el tema de la asesoría externa es algo que no se valora como lo que es y por ello se muestra la gran carencia de capacitaciones tanto para los propietarios como para el personal, y de ahí es donde se da origen a la deficiencia de los negocios como baja en las ventas, descontrol en los productos, mala utilización del dinero, compra de productos ya existentes, y todo ello encamina a una quiebra segura del negocio. Estas empresas muestran una necesidad evidente de recibir una adecuada asesoría y capacitación que les facilite un funcionamiento de manera eficiente y competitiva, planteándose objetivos y evaluando los resultados obtenidos durante su desempeño. La utilización de servicios de consultoría externos constituye un indicador de mejora de la competitividad de la empresa.

## **Recomendaciones**

En base a los resultados y conclusiones de esta investigación se presentan las siguientes recomendaciones para un mejor desempeño de este tipo de empresas:

Para que el propietario logre consolidar una organización exitosa, debe reconocer que debe utilizar las estrategias que asegurarán la permanencia de la PYME, dentro de las cuales debe ubicar el recibir asesoría y capacitación por externos que sean capaces de enfocar las acciones que se llevan a cabo en la empresa en busca de la permanencia y consolidación.

Dentro de los requerimientos de planeación de los microempresarios se convierte en situación preponderante el que se analice el llevar a cabo un acercamiento con expertos que los encaminen brindándoles información actualizada sobre las operaciones propias de la organización lo cual le repercutirá en una mejor toma de decisiones sobre la administración de la empresa y recursos, los cuales impactan directamente en su continuidad, siendo una oportunidad para las universidades o escuelas de negocios ya que los estudiantes en etapas terminales se convierten en asesores actualizados con gran interés en poner en práctica sus conocimientos y algo adicional que se puede ganar es el hecho que no tendrán la resistencia a que alguien pueda llegar a cambiar sus métodos que es algo que les preocupa, el creer que estarán expuestos a ser estafados, intimidados o a perder el control sobre su organización.

## **Bibliografía**

- Álvarez, M. (2011). Competencias centrales y ventaja competitiva: el concepto, su evolución y aplicabilidad. *Revista Contaduría y Administración*.
- Arosa, B., Iturralde, T. & Maseda, A. (2013). The board structure and firm performance in SMEs: Evidence from Spain. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(3), 127-135. doi: 10.1016/j.iedee.2012.12.003
- Barragán, C. (2009). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México: Trillas
- Castañeda, L. (2009). *Alta dirección en las pymes*. México, DF, México: Poder.
- Del Castillo, C.O., Cereceres, G.L., Rodríguez, P.M. & Borboa, Q.M. (2005). *Fundamentos Básicos de Administración*. Culiacán: Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Diario Oficial De La Federación, 25 de junio 2009, [www.dof.gob.mx/](http://www.dof.gob.mx/)
- Estudio de caracterización consultoría 2006.
- Ferrell, O. C., & Hirt, G. A. (2010). *Introducción a los negocios en un mundo cambiante*. Séptima edición, México, MC Graw Hill.
- Gómez, P. (2008). *Plan General de Contabilidad de Pymes*. México, DF, México: Prentice Hall.
- Heras, I., Marimon, F. & Casadesús, M. (2009). *Impacto competitivo de las herramientas para la gestión de la calidad*. Cuadernos de Economía y Dirección de la empresa. Internet. (<http://observatorio.sena.edu.co/mesas/01/consultoria%20empresarial.pdf>)
- INEGI (2010 a). *Número de habitantes*. Instituto Nacional de Estadística, Geográfica e Informática, (INEGI). Recuperado de

<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/gto/poblacion/default.aspx?tema=me&e=11>

INEGI (2010 b). Perspectiva estadística. Instituto Nacional de Estadística, Geográfica e Informática, (INEGI). Recuperado de [www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/.../perspectiva-gto.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/.../perspectiva-gto.pdf)

INEGI (2010 c). Producción generada por empresas. Instituto Nacional de Estadística, Geográfica e Informática, (INEGI). Recuperado de [www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/.../perspectiva-gto.pdf](http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/sistemas/.../perspectiva-gto.pdf)

Instituto De Empresas Familiares. Consultado en: [www.iefamiliar.com/](http://www.iefamiliar.com/) .

Kubr (1994). Consultoría organizacional, consultado en: <http://lendinezconsulting.com>.

Monterde M. Y Bustamante A. (2014). Ambiente Laboral, Aprendizaje Y Competitividad En La Pequeña Y Mediana Empresa. Revista internacional Administración & Finanzas. Volumen 7. Número 2. 2014.

Penrose, E. (1995). The theory of the growth of the firm. Oxford, UK, Inglaterra: Oxford University Press.

Poza (2009): "Evolution of intellectual structure of family business literature: a bibliometric study of frb" en Family Business Review, vol. 20, núm. 2, pp.141

Robinson, R. y Littlejohn, W. (1981). "Important contingencies in small firm planning", Journal of Small Business Management.

Rodríguez, V. (2010). Administración de pequeñas y medianas empresas. México: Cengage Learning

SDE (2008). Incremento a la productividad. Secretaria de Desarrollo Económico (SDE). Recuperado de: [http://www.sde.guanajuato.gob.mx/index.php?option=com\\_content&task=228&Itemid=282](http://www.sde.guanajuato.gob.mx/index.php?option=com_content&task=228&Itemid=282)

Secretaria de Economía 2009, [www.siem.gob.mx/](http://www.siem.gob.mx/)

Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM). (2012). Estadísticas de empresas. Recuperado de

<http://www.siem.gob.mx/siem/estadisticas/EstadoTamanoPublico.asp?p=1>

Suarez, T. (2001). La validez de la pequeña empresa como objeto de estudio. México, DF, México UAM.

Van Auken, P. y Howard, E. (1993). "A factor analytic study of the perceived causes of small business failure", Journal of Small Business Management

# **Inversión Extranjera Directa y Responsabilidad Social Corporativa: El Caso de México.**

Jorge Raúl Moreno-Plascencia

Profesor de Tiempo Completo. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico:

[jmoreno@uppenjamo.edu.mx](mailto:jmoreno@uppenjamo.edu.mx).

Jazmín Vázquez-Ramírez

Estudiante de la Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico: [213030284@uppenjamo.edu.mx](mailto:213030284@uppenjamo.edu.mx)

Eliseo Lemus-Ayala

Director de Carrera de la Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas. Universidad Politécnica de Pénjamo. Correo electrónico: [elemus@uppenjamo.edu.mx](mailto:elemus@uppenjamo.edu.mx)

## **Introducción**

Actualmente, la Inversión Extranjera Directa (IED), contribuye a acelerar el crecimiento económico de un país. Aunque se considera que puede estar acompañada de efectos negativos que dañan fuertemente a la economía en desarrollo e incluso los países receptores pueden perder independencia económica.

Sin embargo, la IED es considerada como un importante catalizador para el desarrollo de un país. Esto debido a que impulsa las exportaciones, genera empleos, estimula la competencia e incentiva la transferencia de nuevas tecnologías de tal manera que permite a los países residentes aprovechar estas nuevas oportunidades e incidir en la productividad y competitividad de su país.

Hace algunos años, la IED estaba dirigida principalmente a los países desarrollados. Esta tendencia ha cambiado con la creciente globalización registrada en las últimas décadas, encontrando así un aumento significativo en la captación de flujos de capitales extranjeros por los países en desarrollo. A esto se le suma la relación existente entre la atracción de IED y la ubicación geográfica de los territorios así como la creación de concentraciones geográficas industriales en un lugar en específico.

De acuerdo a datos publicados por la Secretaría de Economía, México ha registrado un aumento significativo en la atracción de IED con una tendencia a la alza desde 1999. Sin embargo, la distribución de dichas inversiones no se ha dado de manera uniforme dentro del territorio nacional, encontrando así estados que cuentan con un alto índice de IED y por otro lado regiones con un bajo porcentaje en atracción de capitales foráneos.

Además con la creciente llegada de IED al territorio mexicano los sectores más desprotegidos como el medio ambiente se ven gravemente afectados con las prácticas realizadas por las empresas transnacionales instaladas en la economía. En donde los principales actores como son el gobierno, la sociedad y la misma empresa no se hacen responsables de regular estas prácticas.

Es por esto, que la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) ha tomado gran importancia para instituciones a nivel internacional y para la sociedad en su conjunto, midiendo y revisando las actividades de las empresas. En México, el Centro Mexicano

para la Filantropía (CEMEFI) es el encargado de otorgar el distintivo Empresa Socialmente Responsable, con esto, un gran número de organizaciones han buscado enfatizar que son responsables con la sociedad y el medio ambiente.

Los objetivos principales del presente proyecto son identificar las variables que atraen e incentivan la IED y que esto sirva como herramienta para la toma de decisiones políticas y económicas a corto, mediano y largo plazo, impulsando de esta manera el crecimiento y desarrollo del país. Además, de mostrar la relación existente entre el deterioro ambiental y el aumento de la IED.

### **Inversión extranjera directa**

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2008) la Inversión Extranjera Directa (IED) se realiza cuando un residente de una economía pretende establecer un interés duradero en una empresa residente en una economía diferente. Mientras que el Fondo Monetario Internacional (FMI, 2010) define a la IED como una inversión directa que refleja el objetivo de una economía de obtener un interés permanente en otra empresa ubicada en otra economía. Se puede concluir que la IED es una empresa o persona que tiene como objetivo generar un interés en una organización residente en otro país.

Son muchos los países que buscan impulsar la inversión en su territorio. La IED es un elemento importante para el desarrollo del país receptor ya que genera beneficios que en otras circunstancias le serían difíciles de alcanzar, generando empleos, incrementando el ahorro y la captación de divisas, estimulando la competencia e impulsando la transferencia de nuevas tecnologías de acuerdo con la Secretaría de Economía (2015). Loungani y Razin (2001) y UNCTAD (2010) coinciden en que la IED permite la transferencia de tecnología, además de contribuir al desarrollo de capital humano ya que capacita a los empleados en el desempeño de las nuevas tareas y el uso de nuevas herramientas y tecnologías. Finalmente describe que la IED incrementa el ingreso obtenido de los impuestos a las sociedades del país. Además de permitir el conocimiento de los mercados de exportación y las transferencias de capital que no generan deuda.

Inclusive Meza (2002) señala la notable relación existente entre las regiones expuestas en a la IED y el aumento en los salarios. Debido a que, las regiones expuestas en mayor medida al comercio y a la IED, registran aumentos salariales significativos durante esos periodos. Sin embargo, los efectos que traen consigo los capitales extranjeros no siempre son positivos, en algunos casos los costos pueden ser altos y por lo tanto impactar a la economía de manera negativa. Hill (2011) asegura que los costos de la IED son altos e impacta en gran medida a países en desarrollo debido a que las compañías extranjeras pueden tener mayor poder económico que las empresas nacionales e incluso ser parte de una organización internacional que subsidie sus costos lo que podría sacar rápidamente a la competencia local del mercado y a su vez monopolizarlo. En ocasiones las empresas residentes en los países extranjeros producen desechos tóxicos y dañinos para el ambiente, ante la carencia de leyes efectivas que regulen sus prácticas y el tratamiento de los residuos, los recursos naturales del país se ven fuertemente contaminados.

Además, la IED puede tener efectos en la balanza de pagos cuando los suministros son importados por la empresa extranjera desde su país de origen o cuando

la salida de las utilidades hacia la matriz extranjera es mayor al capital inicial ingresado. Finalmente, es posible que con la entrada de IED el país anfitrión pierda interdependencia económica. Por ende, la IED puede crear altos costos al país receptor, sin embargo, genera también múltiples beneficios que en su conjunto sirven como plataforma para el crecimiento económico del país.

Durante los últimos años la IED ha crecido con gran rapidez en los países en desarrollo, entre los cuales se encuentra México que desde el 2007 ha mostrado un incremento significativo en la entrada de IED. Esta inversión se encuentra dirigida principalmente a los sectores de manufactura y automotriz, beneficiando notoriamente a México siendo estas unas de las principales actividades económicas. (Secretaría de Economía, 2015)

En la actualidad, la atracción de IED se encuentra fuertemente vinculada con la ubicación geográfica de los territorios. Esto debido a que los costos de transporte y comunicación impactan directamente en la competitividad de las empresas transnacionales, por ende, la localización juega un papel fundamental al momento de invertir en otro país. Hill (2011).

Un factor que interviene directamente en el desarrollo regional es la existencia de concentraciones geográficas industriales en un lugar en específico. Marshall (2005) afirmó que la concentración de la producción de una industria en un lugar en específico reduce los costos por tres factores fundamentales. En primer lugar un grupo de empresas concentradas geográficamente apoyan a los proveedores especializados, permite la creación de un mercado laboral especializado y favorece la difusión del efecto desbordamiento de conocimiento. Por ende, más factible que las empresas transnacionales decidan invertir en lugares donde existan clústeres. Pereira y Soloaga (2013) afirman que en estas concentraciones geográficas industriales, factores como la congestión y la contaminación incentivan el aumento en los salarios e incluso debido a la movilidad laboral los precios de los factores inmóviles como la tierra y la vivienda tienden a aumentar su valor.

En este sentido, Harris (2011) identifica dos tipos de aglomeraciones: Se encuentran las *economías de localización*, las cuales surgen de la misma industria, es decir, cuando empresas dedicadas a un sector en específico se instalan en una región o ciudad. Las *economías de urbanización*, en las cuales empresas de diferentes sectores generan innovación y como consecuencia el desarrollo.

La ubicación física es otro aspecto que impacta a la economía y desarrollo industrial de una región. Sachs, Gallup y Mellinger (1998) concluyen que las zonas costeras tienden a tener mayores tasas de crecimiento debido a que los costos de transporte son más bajos. Existe evidencia suficiente para mencionar, que una región se desarrollará en mayor escala si la distancia entre las costas es pequeña.

Un factor a tomar en cuenta en la distribución industrial es la contaminación del medio ambiente y la disminución de los recursos naturales. En los países en desarrollo que reciben IED y aunado a la creciente globalización se ha hecho evidente una preocupación por la degradación medioambiental y la gobernanza de las economías emergentes sobre sus recursos. Krugman (2012) plantea que un país rico se puede permitir emprender acciones para proteger el medio ambiente; sin embargo, cuando un país se encuentra en vías de desarrollo su gobierno suele emitir políticas inadecuadas o deficientes para protegerlo, ya que el interés principal es el crecimiento económico.



Además afirma que los acuerdos comerciales deben incluir estándares medioambientales debido a que pueden llevar, al menos, a una pequeña mejora para el medio ambiente.

Las organizaciones instaladas en las distintas economías en vías de desarrollo o desarrolladas son responsables en mayor o menor medida de evitar causar perjuicios al medio ambiente y a la sociedad en general. De esta manera, las organizaciones debieran buscar ser empresas socialmente responsables. Al mismo tiempo el gobierno tiene la obligación de establecer las políticas y medidas necesarias para proteger sus recursos naturales y al mismo tiempo a la sociedad en general.

## **IED y Responsabilidad Social Empresarial**

El Centro Mexicano para la Filantropía define RSE como un compromiso consiente y congruente de la empresa con su finalidad y las expectativas económicas, sociales y ambientales, demostrando respeto por la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común (Carija, 2014).

En la II Conferencia Interamericana sobre Responsabilidad Social de la Empresa se señala que la RSE es una estrategia empresarial la cual busca no perjudicar a las partes afectadas con sus actividades e incluso producirles un beneficio independientemente de que estos perjuicios o beneficios se encuentren regulados o no. (Vives, A. & Peinado, E., 2004)

En la actualidad, el movimiento de RSE se ha hecho más visible por lo que se ha comenzado a medir y mostrar las acciones realizadas por cada empresa. Sin embargo, hay quienes han utilizado este movimiento como un mecanismo de defensa ante las críticas de una sociedad cada vez más exigente. Muchas empresas a nivel mundial han buscado enfatizar que son responsables con la sociedad y el medio ambiente, aunque en sus prácticas no se hagan responsables de las consecuencias negativas que estas atraen (Peinado & Vives 2004).

En los últimos años se han creado múltiples teorías en la búsqueda de una definición exacta y acertada de lo que implica la RSE. Las teorías instrumentales por ejemplo, se basan en las actividades que deben realizar las empresas con RSE para alcanzar su objetivo principal, obtener una mayor utilidad; Las teorías integradoras se basan en las actividades que realizan las empresas para que a su vez satisfagan las demandas sociales de todos los grupos de interés. Las teorías de carácter político plantean la posibilidad de tomar a la empresa como un ente político que al tomar las decisiones para alcanzar sus intereses adquiere de cierta manera una influencia ante las personas. Finalmente, las teorías sobre la ética y la moral en los negocios en donde se destacan los valores éticos y el espíritu de servir a la sociedad.

Dentro de la filosofía se considera que las organizaciones y las personas deben trabajar en su conjunto para de esta manera alcanzar el bien común. Por ejemplo Kaku (2005) especifica que las empresas al contar con recursos económicos y emplear a miles de personas, pueden influir en el bien estar de la sociedad y el futuro del planeta. Este autor considera como una obligación de la organización unirse a favor de la paz mundial y la prosperidad.

Con el aumento significativo de la industria en economías desarrolladas y en desarrollo una nueva sociedad está naciendo, la sociedad post- industrial en la cual las personas se encuentran fuertemente vinculadas con la empresa. Para Touraine (1971) la sociedad post- industrial hace referencia a una sociedad que rige sus sistema institucional como un medio para controlar el desarrollo económico. Las empresas toman decisiones en base a su penetración en el sistema político y no en la situación en la que se encuentra el mercado. Además, el gobierno, la empresa y la sociedad civil se encuentran fuertemente vinculados, por esto, las personas no pueden demandar sin preocuparse primero por la economía y las organizaciones deben preocuparse por los problemas sociales de los lugares donde se encuentran.

En contraste, con el gran aumento de IED dentro de un territorio se intensifica la extracción de recursos, lo cual produce grandes problemas de degradación ambiental y conflictos ambientales dando como consecuencia una mayor importancia a la gobernanza ambiental (Fernández y Hogenboom 2010). Agrawal y Lemos (2006) consideran que la gobernanza ambiental combina la investigación socio ambiental en cuestiones de cambio social y desarrollo. Mientras que Baud, Castro y Hogenboom. (2015) especifican que es un proceso en el que se formulan los diseños y ejecución de procedimientos y prácticas que configuran el acceso, control y uso de los recursos naturales. Es por esto que la gobernanza ambiental considera el comportamiento de la sociedad, los agentes estatales y empresas con los recursos naturales, impulsando así factores ecológicos y sociales.

### **Revisión de la literatura.**

Son muchas las investigaciones que se han hecho sobre los factores que impulsan a la IED a instalarse en una economía en particular. Acevedo y Mora, (2008) plantean que el Estado desempeña un papel fundamental en la creación de incentivos para la atracción de flujos de capitales extranjeros. Es necesario que los gobernantes comiencen a fortalecer y crear instituciones para disminuir la corrupción, la represión en las libertades civiles y la perdida de los derechos políticos, y permitan mejorar el sistema judicial. Segura, (2014) coincide con ello y expone dos críticas principales a la institución del arbitraje de inversión. Explicando que ha perdido legibilidad debido a que hay un desvanecimiento entre el limite público o privado.

Además, facilitan en llamado forum shopping poniendo en tela de juicio el monopolio del papel del estado dentro de su propio territorio y afectado así su soberanía. La institución de arbitraje de inversión contribuye a minimizar el riesgo político a través del trato justo y equitativo, brindando así mayor seguridad al inversionista en la toma de la decisión de invertir. Además, promueve la estabilidad de régimen interno de inversión incentivando y atrayendo beneficios a la inversión. Finalmente, reduce los costos de transacción de solución de disputas.

La evolución de un país se da en gran medida por la atracción de inversiones. Para lo cual es necesario modificar las políticas que no incentiven la IED dentro de un territorio (Lara, 2010). Se pueden identificar instrumentos políticos existentes para invertir en otro territorio, divididos en: medidas financieras, incentivos fiscales, seguro para inversión y asistencia técnica e información. Estas medidas se encuentran cambiando constantemente en busca de alcanzar los estándares idóneos para incentivar la IED (Alcaraz, 2014). Finalmente, se señala que las medidas de atracción de IED son

instrumentos necesarios y fundamentales. Las políticas deben estar dirigidas con la intención de eliminar las barreras a la libre circulación de los flujos de IED (Paz y Sanabria, 2007).

Aguilar y Vallejo, (2004) afirman que los incentivos para atraer IED son principalmente la localización geográfica del país receptor. Pero mostrando que la variable más destacada es la política comercial, debido a que los acuerdos preferenciales del comercio permiten la desviación o la creación de flujos de IED. Por otro lado, señalan que la infraestructura no desempeña un papel fundamental en la atracción de IED, contrastando así con Collazos y Lodoño, (2014). Quienes señalan que los lugares que cuentan con una infraestructura eficiente son más interesantes para los flujos de capitales extranjeros. Además, ellos señalan que las ciudades más atractivas para la IED son las localizadas en economías sólidas y con considerables niveles de innovación, ciencia y tecnología.

Una vez que las economías cuentan con los factores identificados anteriormente la IED tiende a aumentar dentro del país anfitrión, instalándose así empresas transnacionales dentro del territorio. Propiciando el desarrollo dentro del país y al mismo tiempo en caso de que no se encuentren protegidos acabando con los recursos naturales del mismo. El gobierno debe crear las condiciones que atraen a la IED, y al mismo tiempo ser responsable de vigilar el correcto actuar de las empresas instaladas en su territorio. Esto debido a que en ciertos escenarios el modelo económico y los conceptos que lo integran son los principales responsables de que el bien estar y crecimiento económico implique un malestar ecológico dentro del territorio. (Salazar, B.D.M., & Serna, M.C.A 2006)

El actor más importante son las mismas organizaciones instaladas en una economía. Debido a que las empresas extranjeras son capaces de mejorar su legalidad ante la sociedad y cumplir con la RSC demostrando compromiso con la sociedad del país anfitrión. Sin embargo, las organizaciones extranjeras cuyo país de origen es más distante son menos propensas a participar con la RSC en el país donde se encuentran instaladas. (Tochman, C. J., Eden, L., & Stewart, R. M. 2006). Christmann, P. (2015) y Shamir, R. (2015) coinciden en la importancia existente de que haya grupos de interés dentro del país anfitrión, debido a que si las partes interesadas demandan y exigen, las empresas responderán ante las presiones. De lo contrario las organizaciones y los grupos de interés pueden emprender luchas legales concretas, como una estrategia para regular las obligaciones de las empresas ante la sociedad.

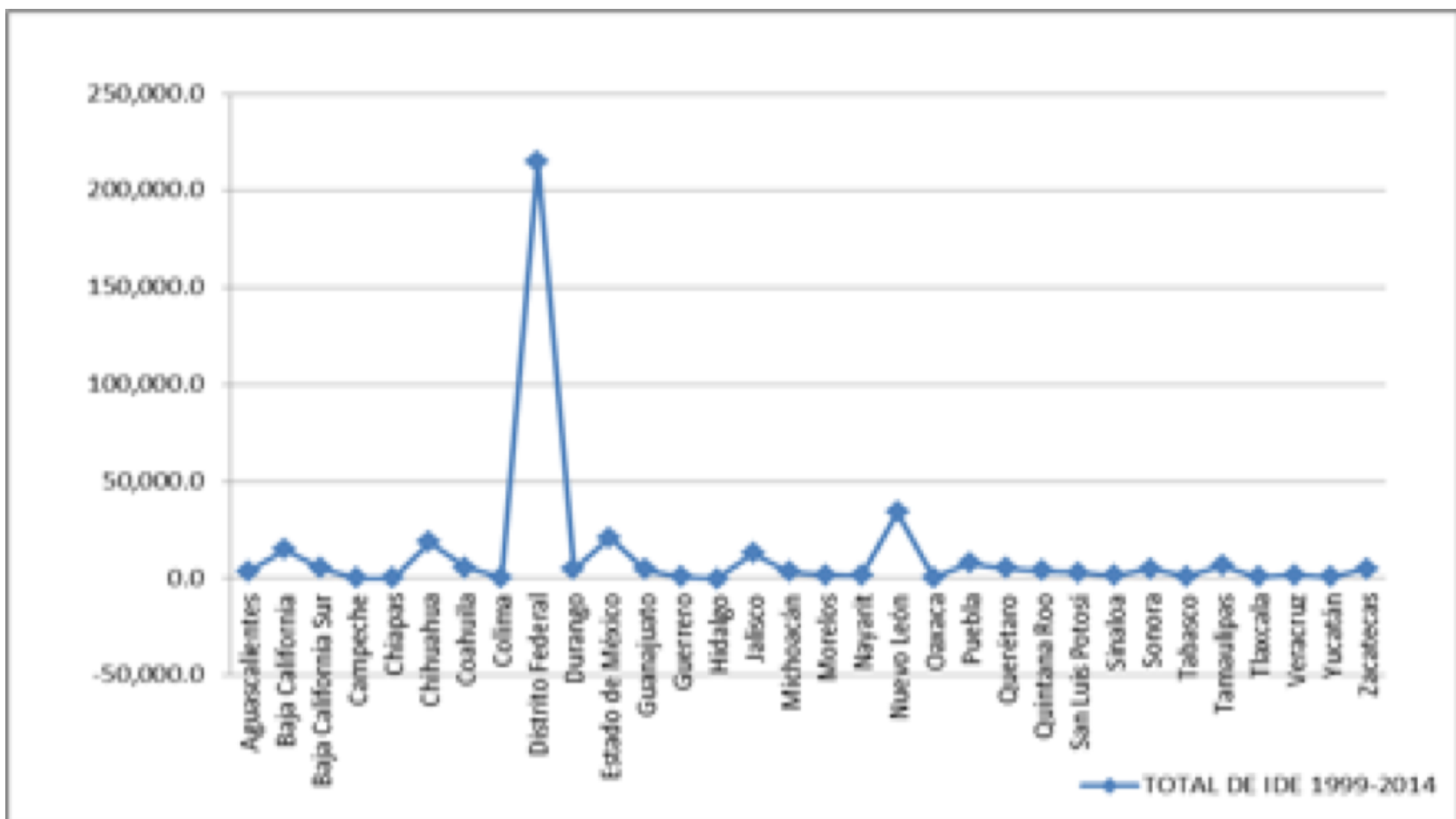
La creciente entrada de IED a los países en desarrollo ha traído como consecuencia la extracción de los recursos naturales y con ello la deforestación ambiental. Salcedo, M. R. (2007) expone que con el acelerado desarrollo de la empresas transnacionales se ha causado un alto grado de degradación ambiental, afectado así a los grupos más vulnerables de la sociedad. Además, Geoffrey P. G. (2015) concuerda que la degradación ambiental es una consecuencia de la industrialización fomentando la eliminación de la vegetación pero anticipando que esto es resultado de las actividades del hombre y que únicamente se puede eliminar con una mejor gestión.

## **IED y Responsabilidad Social Empresarial: el caso de México.**

Con la entrada de IED a un país se incentiva el crecimiento y desarrollo de la economía. Por esta razón los países en desarrollo buscan atraer flujos de capitales extranjeros, compitiendo entre sí para alcanzar los beneficios que la IED trae consigo.

En los últimos años los flujos de IED captados por México aumentaron de manera significativa, sin embargo, no se encuentran distribuidos de manera uniforme por todo el territorio nacional. El Distrito Federal y estados fronterizos como Nuevo León son algunos de los que más inversión han registrado a lo largo de la historia reciente en México (Gráfica 1).

**Gráfica 1: Localización de IED en México por entidad federativa (1999-2014)**

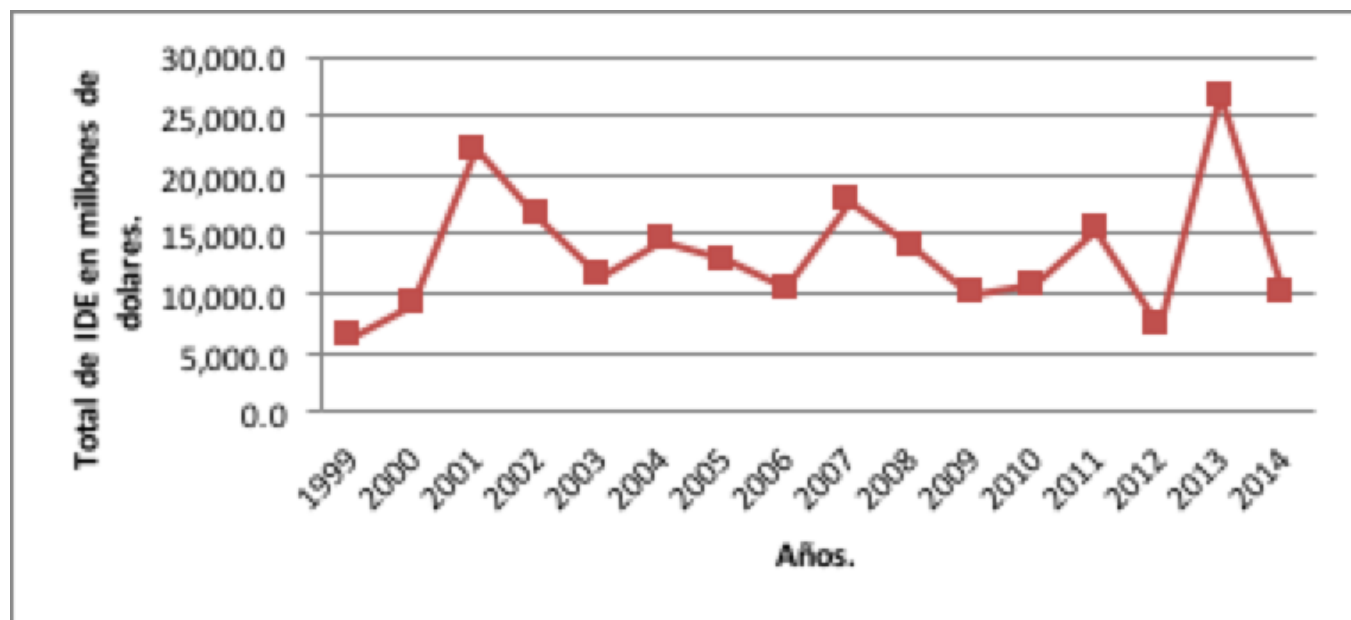


FUENTE: Elaboración propia con datos de Secretaria de Economía. (Valores en millones de dólares)

Entre 1999 y 2014 México se registró un aumento significativo de IED distribuida de manera desigual a lo largo de todo el territorio, mostrando que el Distrito Federal es la zona en la que ha llegado mayor IED a lo largo de la historia (Gráfica 2), ello debido a la concentración de servicios financieros y a las operaciones de la Bolsa Mexicana de Valores. Los flujos de IED se han distribuido en estados como Nuevo León (Gráfica 3), Estado de México (Gráfica 4) y Chihuahua (Gráfica 5); Estados como Hidalgo y Campeche se encuentran altamente rezagados en cuanto a captación de capitales extranjeros muy por debajo del resto de los estados.

A continuación se presentará un análisis de tendencia de recepción de IED por estados, mostrando aquellos que tienen mayor índice de recepción y las fluctuaciones en la recepción de IED en el periodo de 1999- 2014.

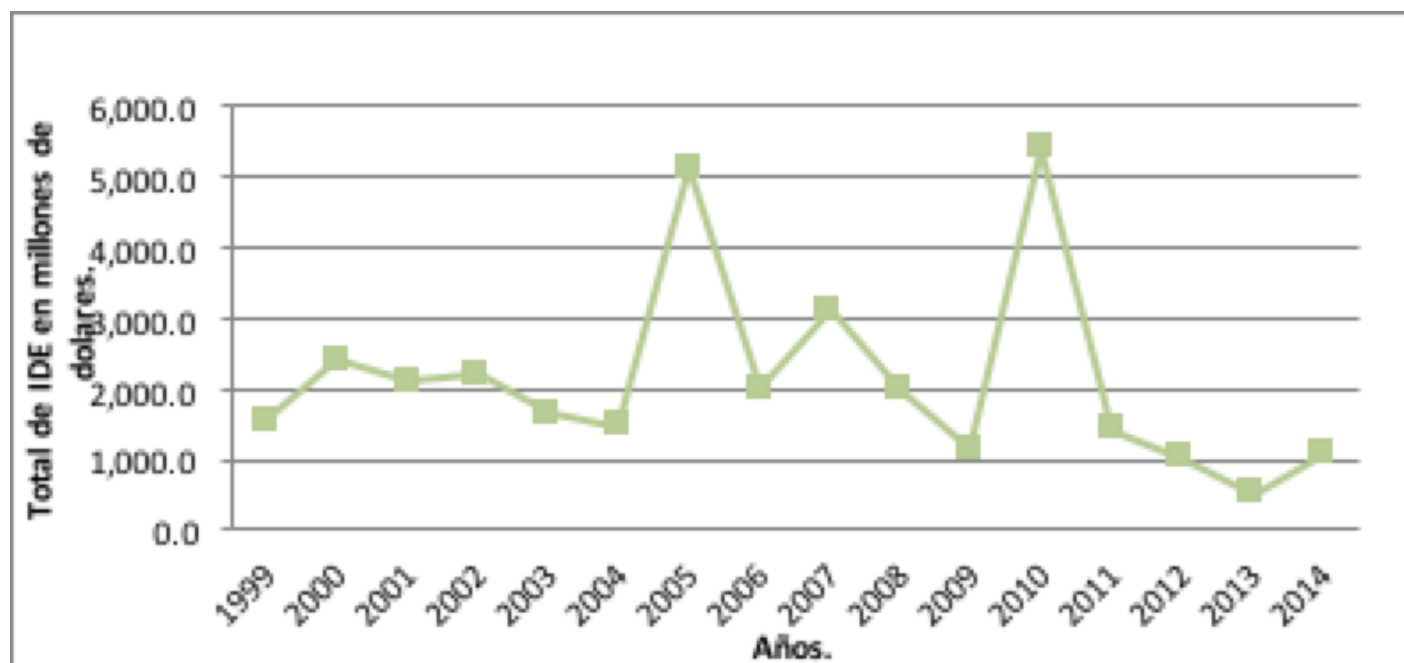
**Gráfica 2: Recepción de IED en Distrito Federal.**



FUENTE: Elaboración propia con datos de Secretaria de Economía.

El Distrito Federal es la zona que capta mayor IED durante el periodo 1999-2014. Se observa volatilidad en la tendencia y alcanza su punto máximo en el año 2013, seguido de una caída al año 2014, sugiriendo un efecto de contracción económica.

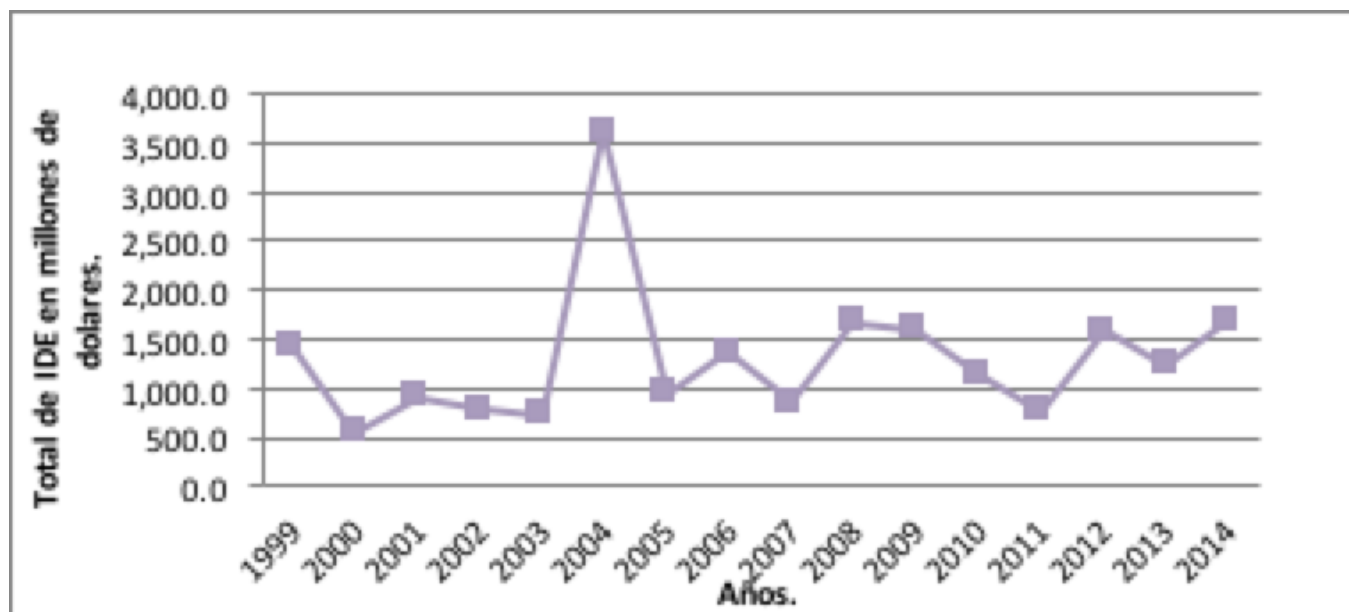
**Gráfica 3: Recepción de IED en Nuevo León.**



FUENTE: Elaboración propia con datos de Secretaria de Economía.

La IED se mantuvo con una ligera variación durante los primeros seis años hasta que en el año 2005 la entrada de IED llegó a los cinco mil millones de dólares para posteriormente descender y en el 2010 llegar a la entrada más alta.

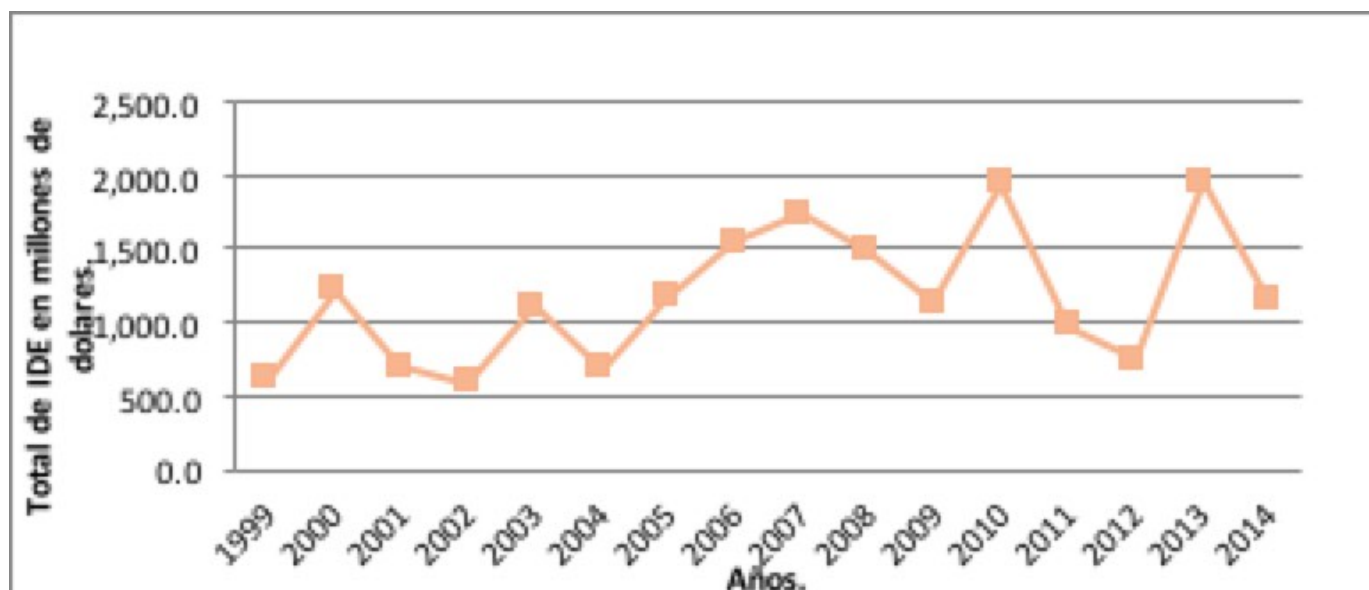
**Gráfica 4: Recepción de IED en Estado de México.**



FUENTE: Elaboración propia con datos de Secretaria de Economía.

El Estado de México muestra una máxima captación de IED en el 2004 sobrepasando los tres mil quinientos millones para caer en el 2005, respecto a los mil millones de dólares y no alcanzando los dos mil millones de dólares en los años posteriores.

**Gráfica 5: Recepción de IED en Chihuahua.**



FUENTE: Elaboración propia con datos de Secretaria de Economía.

En el estado de Chihuahua la IED captada no ha registrado aumentos considerables, más bien se ha mantenido constante no sobrepasando los dos mil millones de dólares en el 2013 y no descendiendo a menos de quinientos millones.

**Grafica 6: Recepción de IED en México por año.**

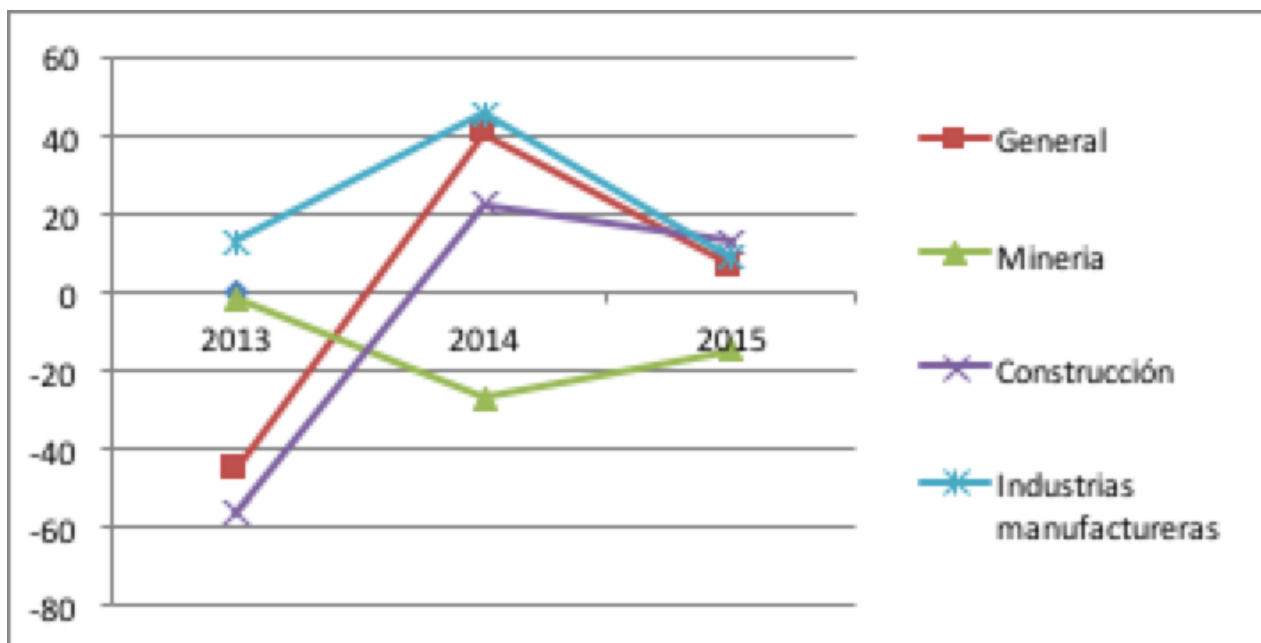


FUENTE: Elaboración propia con datos de Secretaria de Economía.

La gráfica 6 muestra la tendencia en la entrada de IED percibida dentro del territorio mexicano para cada año, encontrando la mayor entrada en el periodo 2013 para descender en el periodo siguiente.

A continuación se presentan los datos de Actividad Industrial en los sectores de minería, construcción e industrias manufactureras para México y los cuatro estados con mayor índice de IED en el periodo 2013, 2014 y los primeros tres meses del 2015.

**Gráfica 7: Actividad Industrial en México de 2013- 2015**



FUENTE: Elaboración propia con datos del INEGI.

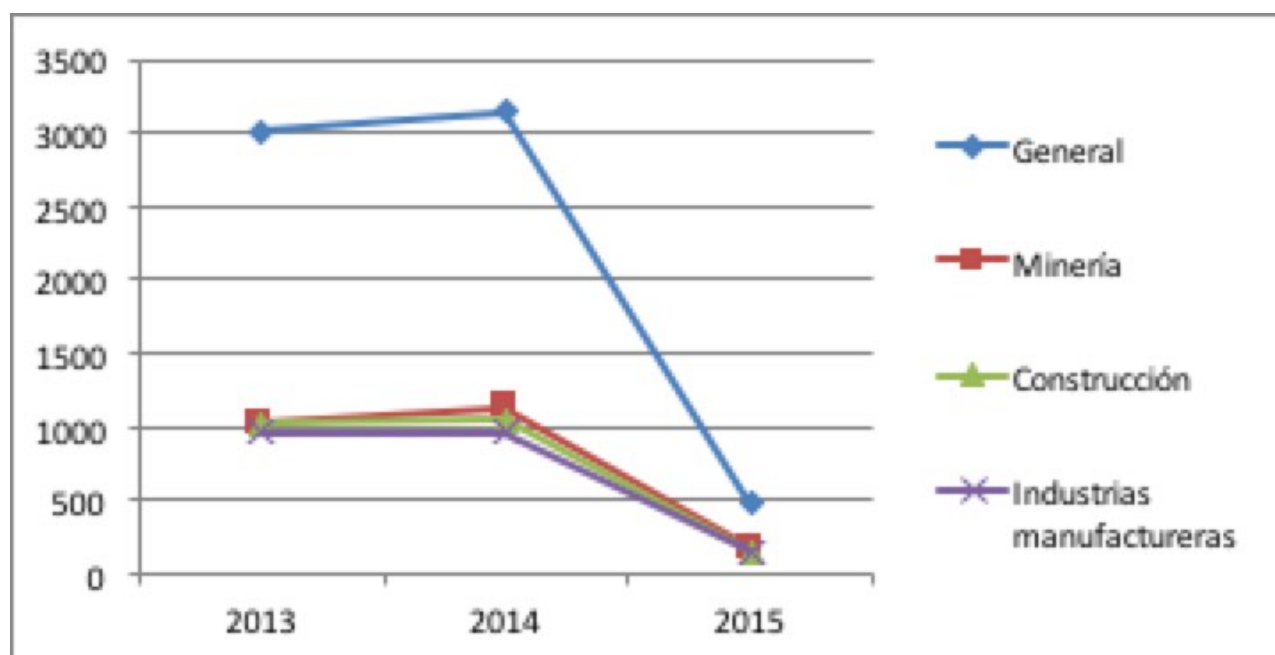
Se realizó un análisis de la tendencia de la actividad industrial en México durante los periodos más recientes en el cual se puede observar la marcada diferencia entre el periodo 2013-2014, siendo este último año el más sobresaliente en actividad industrial.

En este grafico se aprecia una baja en el sector primario debido a que en Minería hay una debilidad del sector extractivo en México, disminuyendo notoriamente en el periodo 2014.

En el sector de la construcción, México registró un considerable aumento de esta actividad en el 2014 en comparación con las cifras obtenidas en el 2013.

Las Industrias Manufactureras son uno de los sectores más importantes en México debido a que las cifras registradas son altas, mostrando un acenso importante en el 2014.

**Gráfica 8: Actividad Industrial en el Distrito Federal de 2013- 2015**



FUENTE: Elaboración propia con datos del INEGI.

La gráfica 8 muestra la actividad industrial de manera general en el Distrito Federal, la cual registro un aumento significativo en el año 2014.

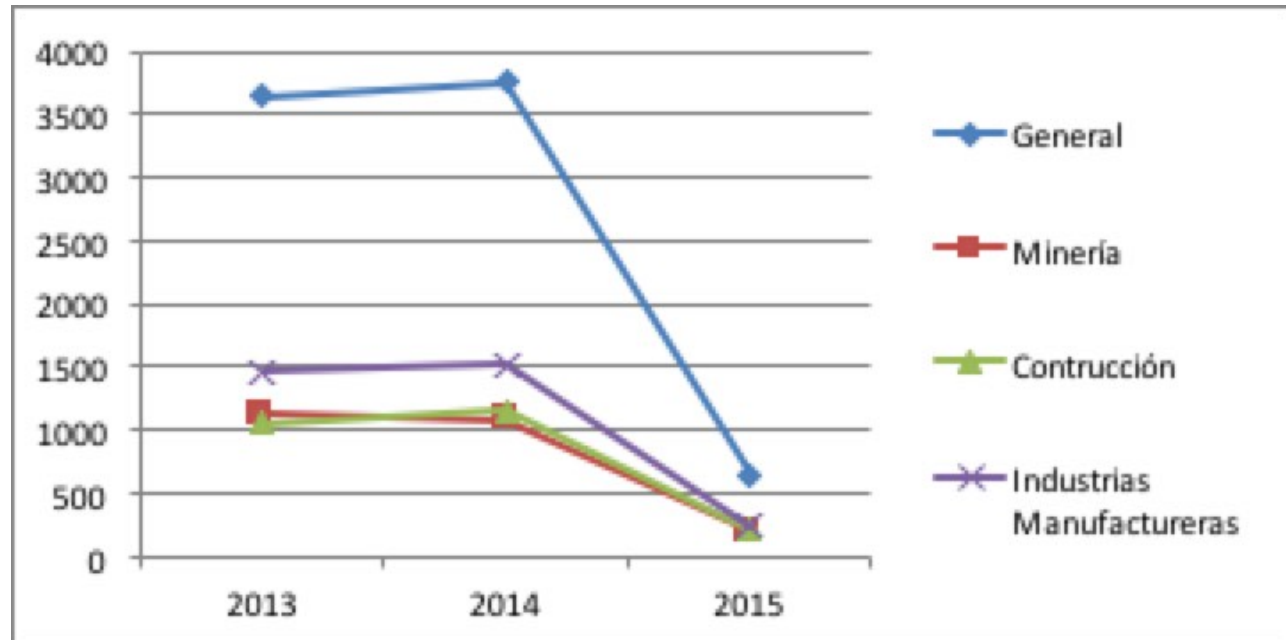
La Minería se mantuvo moderadamente constante durante el periodo 2013- 2014. Registrando un aumento del 13.72% con respecto al periodo anterior, y continua siendo este sector el más importante en el Distrito Federal.

La construcción se encuentra moderadamente constante aumentando un poco más del 2% en el año 2014, el cual es el periodo más relevante para este sector.

Las industrias manufactureras son el sector menos relevante en este análisis del Distrito Federal, encontrando un aumento en el 2014 casi imperceptible y permaneciendo prácticamente constante con el periodo anterior.



**Gráfica 9: Actividad Industrial en Nuevo León de 2013- 2015**



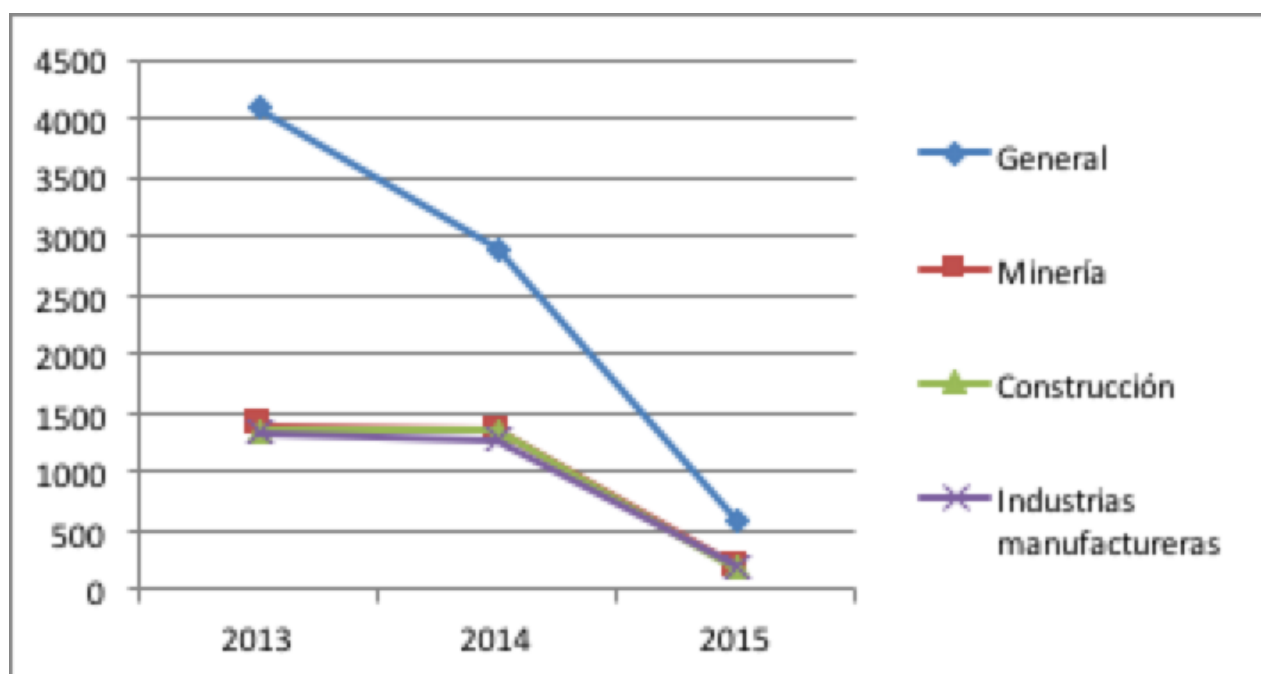
FUENTE: Elaboración propia con datos del INEGI.

En este análisis podemos observar que las actividades industriales en el estado de Nuevo León son altas y continúan ascendiendo debido a que el punto más alto se registró en el 2014.

La Minería es un sector que tiene poco impacto en las actividades industriales en el estado de Nuevo León, y que además mostro un descenso en el 2014 de 3.4%, encontrando que el 2013 es el año más alto para esta actividad.

Las industrias manufactureras son la actividad que tiene mayor impacto dentro de las actividades industriales en el estado de Nuevo León y que continua a la alza siendo el 2014 el punto más alto para esta actividad.

**Gráfica 10. Actividad Industrial en el Estado de México de 2013- 2015**



FUENTE: Elaboración propia con datos del INEGI.

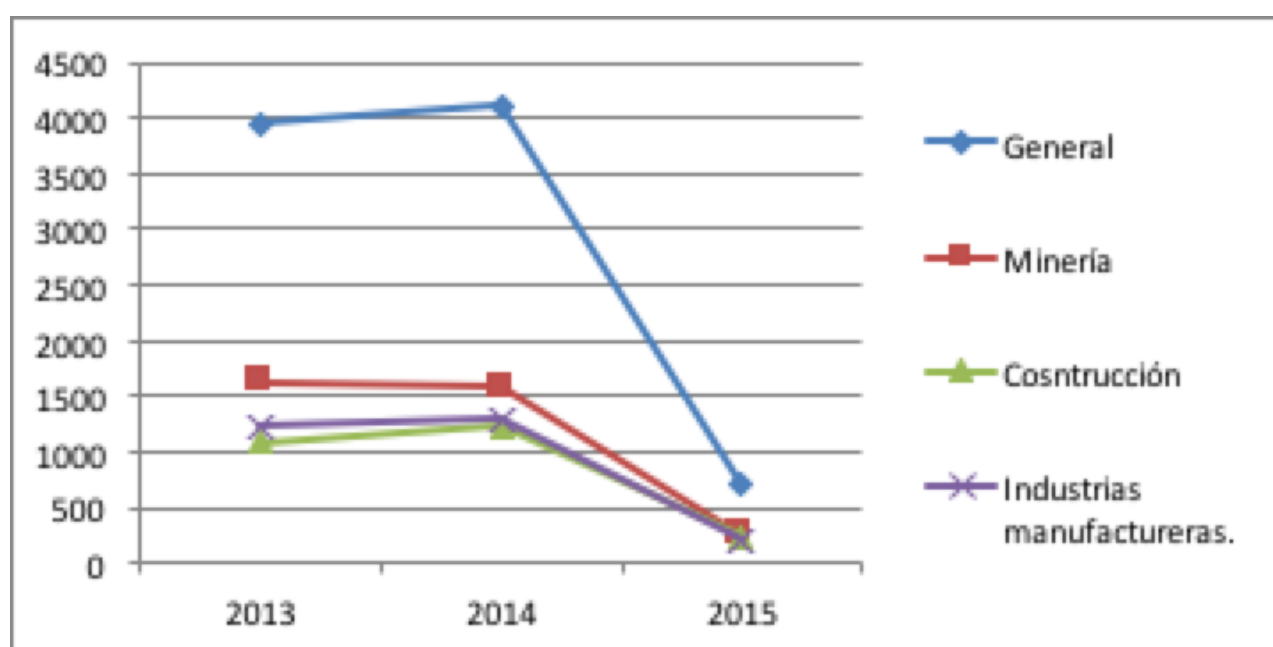
En la gráfica 10 se observa la tendencia existente en la actividad industrial para el estado de México en el cual se aprecia un perceptible descenso entre el año 2013-2014 y como consecuencia una disminución en las actividades industriales para este estado.

La Minería se ha mantenido prácticamente estable siendo el 2013 el año en el que muestra un dígito mayor y reduciendo casi de manera imperceptible en el 2014.

La construcción es un sector que se encuentra a la baja con 0.5% en el 2014 mostrando un punto más alto en el 2013 y disminuyendo significativamente en el 2015.

Las industrias manufactureras dentro del estado también van a la baja en 4.36% para el 2014, encontrando como punto más alto para este sector el año 2013.

**Gráfica 11: Actividad Industrial en Chihuahua de 2013- 2015**



FUENTE: Elaboración propia con datos del INEGI.

El estado de Chihuahua muestra un ascenso de 4.2% en las actividades industriales, encontrando como punto más alto el periodo 2014.

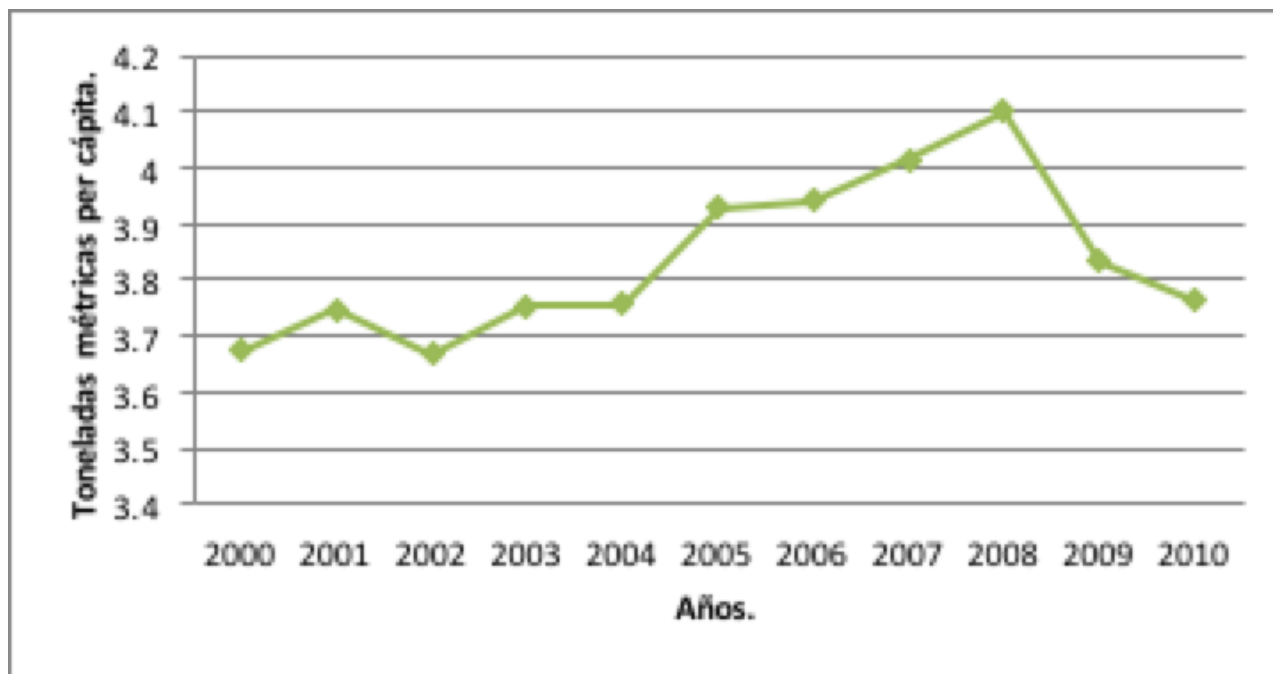
La actividad de Minería es uno de los sectores más fuertes y sobresalientes del estado, sin embargo, muestra una baja marginal de 2.5% para 2014.

La construcción es un sector que va tomando fuerza ya que registro un aumento considerable de 18% en el periodo 2014.

El sector de industrias manufactureras está creciendo dentro del estado debido al aumento registrado de 4.7% en periodo 2014.

A continuación se muestra un análisis de los efectos medioambientales como emisión de CO<sub>2</sub>, consumo de energía eléctrica y uso de energía ocurridos en México durante el periodo 2000-2010, con la intención de hacer una comparativa al respecto del crecimiento de la IED.

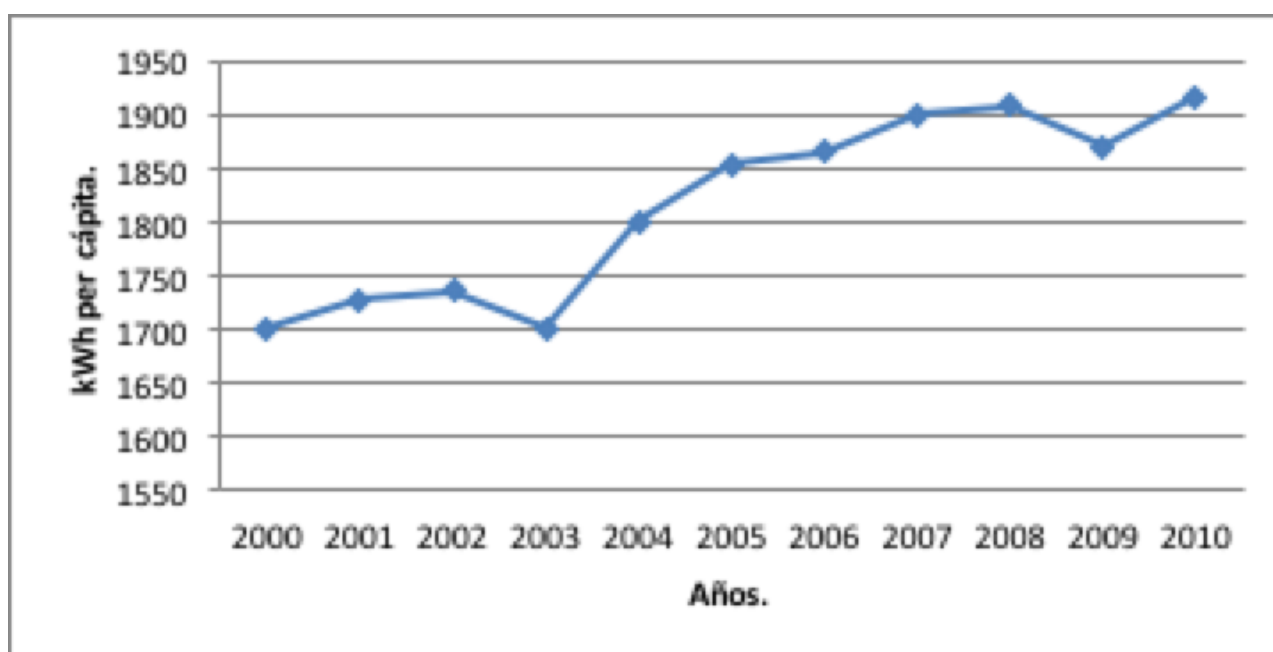
**Gráfica 12: Emisiones de CO2 en México periodo 2000-2010**



FUENTE: Elaboración propia con datos de Banco Mundial.

En la gráfica 12 se muestra una creciente emisión de CO2 encontrando como máxima emisión la registrada en el año 2008 para posteriormente reducir sus emisiones de manera significativa en poco más del 8% para 2010, con respecto a las emisiones de 2008.

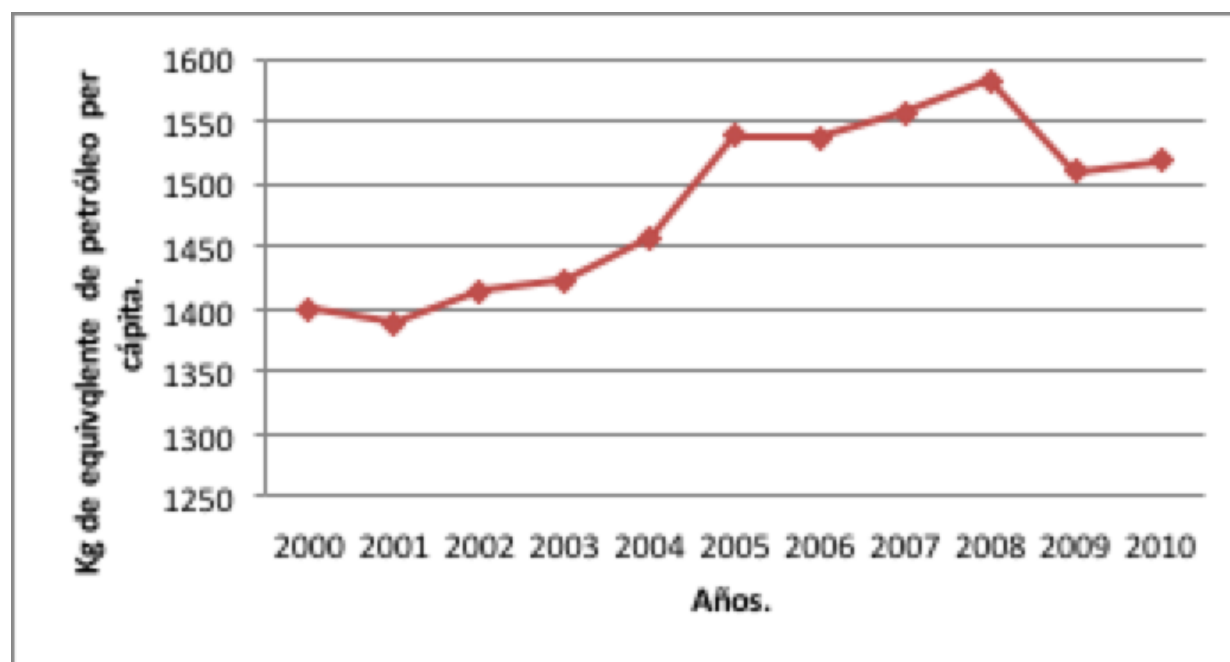
**Gráfica 13: Consumo de energía eléctrica en México periodo 2000-2010**



FUENTE: Elaboración propia con datos de Banco Mundial.

En la gráfica 13 se observa que el consumo de energía eléctrica en México se encuentra a la alza año con año a excepción del periodo 2003 y 2009 además encontrando como punto máximo el año 2010 con un total de 1915 Kwh per cápita.

**Gráfica 14: Uso de energía en México periodo 2000-2010.**



FUENTE: Elaboración propia con datos de Banco Mundial.

La gráfica 14 muestra energía utilizada en el territorio nacional durante el periodo 2000-2010, que presentó un alza significativa en el año 2005 y alcanzó su punto más alto en el año 2008 para posteriormente reducirlo en 64 Kg de equivalente de petróleo per cápita para 2010 con respecto a 2008.

## Resultados.

En las gráficas de Recepción de IED en México por año y Actividad Industrial en México de 2013- 2015 no se aprecia una marcada relación entre la recepción de IED y el crecimiento de la industria manufacturera debido a que la inversión entrante se enfoca a los servicios financieros y no a la actividad industrial.

Durante el periodo 2000-2010 la entrada de IED se mantuvo con variaciones moderadas sin embargo las emisiones de CO2 muestran que durante el periodo 2000-2004 se mantuvieron estables por lo que es posible inferir que durante este periodo las empresas instaladas cumplían con la RSC además de que dichas emisiones pertenecían a las empresas nacionales.

El consumo de energía eléctrica durante los años 2000-2010 muestra una correlación con la entrada de IED, esto debido a que en los años en los que se reduce la entrada de IED también se muestra una reducción en el consumo de energía eléctrica.

Sin embargo, esta correlación no es clara, debido a que el consumo de energía eléctrica siempre se encuentra a la alza no mostrando lo mismo con la IED captada en México durante ese periodo.

## **Conclusiones.**

Debido al aumento de CO<sub>2</sub> percibido a partir del año 2005 se recomienda que el gobierno regule las políticas públicas, para que estas se encuentren encaminadas a que las empresas ubicadas en el territorio contribuyan al cuidado del medio ambiente a través de la RSC.

Las emisiones de CO<sub>2</sub> aumentaron de manera considerable a partir del 2005, se concluye que las medidas tomadas para regular las actividades industriales de las empresas transnacionales ubicadas en el territorio no son suficientes.

El consumo de energía eléctrica muestra una relación con la captación de IED, sin embargo, este sector se encuentra a la alza de manera considerable, es recomendable implementar políticas públicas eficientes que reduzcan el consumo de energía eléctrica en este sector, tales como incentivar el uso de energías renovables, como la eólica o solar, incentivar la adquisición de estas tecnologías con beneficios fiscales para las organizaciones.

En el uso de energía no se aprecia una relación con la captación de IED, sin embargo, si se muestra un alza constante en las cifras de este sector, se recomienda fortalecer las políticas públicas encaminadas a este sector de manera que se puedan reducir sus cifras.

## **Bibliografía.**

Acevedo, R. R. A., & Mora, M. J. U. (2008). Factores socio-políticos y judiciales como determinantes de la inversión privada en Latinoamérica. *Economía*, 93 - 118, Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=195617231005>.

Aguilar, C. & Vallejo, H. (Marzo de 2004). Integración regional y atracción de inversión extranjera directa: el caso de América Latina. *Desarrollo y Sociedad*. (53), 139-164.

Agrawal, A. & Lemos, M.C. (2006). *Environmental governance*. Annual Review of Environment and Resources. (31), 25-297.

Alcaraz, V. J. L. (2014). Políticas de apoyo a la inversión directa al exterior de empresas mexicanas. *Negocios Internacionales*. 9(1), 1603-1608.

Baud, M., Castro, F, y Hogenboom, B. (2015). *Gobernanza ambiental en América Latina*. Buenos Aires, Argentina. E-Book.

Christmann, P. (2015). Multinational Companies and the Natural Environment: Determinants of Global Environmental Policy Standardization. *The Academy of Management Journal*. 47(5). 747-760. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/2015961>.

Collazos, R. J. A. & Lodoño, M. H. H. (13 de Junio de 2014). Escalafón global de ciudades para la atracción de inversión industrial en la cuenta del Pacífico latinoamericano. *Estudios gerenciales*. (30). 103- 114.

Dunlop, Oliveira, Laliberté, Cornejo, Lingfen, Cuny... & Ramesh (1994). FMI (Fondo Monetario Internacional), *Manual de Balanza de Pagos*. Washington, DC.

Eden, L., Stewart, R. M., & Tochman, C. J. L. (2006). Three lenses on the multinational enterprise: politics, corruption, and corporate social responsibility. *Journal of International Business Studies*. 37(6). 733-746. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/4540381>

Fernández, J.A.E. & Hogenboom, B. (2010). *Latin America Facing China: Sino Relations beyond the Washington Consensus*. Berghahn Books.

Harris, R. (2011). "Models of Regional Growth: Past, Present and Future." *Journal of Economic Surveys*, 25(5): 913-951

Kaku, R. (2005). La senda Kyoise. *Harvard Business Review*. 83(8). 105-113.

Krugman, R. P., Obstfeld, M. & Melitz. J. M. (2012). *Economía internacional: Teoría y política*. Madrid, España. Pearson educación.

Lara, R. (Diciembre 2010). Las políticas de atracción de inversión en infraestructura pública. Estado actual y futuros desarrollos. *Dirección de Infraestructura y Energía Sostenible*. (32), 117-123.

Marshall, A. (2005). *Principios de economía*. Barcelona, España. Fundación Ico.

Meza, L. (2002). Desigualdad salarial en México en el periodo 1988-1998: un análisis regional, Serie Documentos de Investigación, Departamento de Economía, Universidad Iberoamericana, SOO – 16, Diciembre.

OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) [2008], *Definición Marco de Inversión Extranjera Directa*. Recuperado el 14 de marzo de 2015, de <http://www.oecd.org/daf/inv/investmentstatisticsandanalysis/46226782.pdf>

Paz, A. M. J. & Sanabria, M. A. (2007). Evaluación de las políticas de atracción de ED: el caso del sector eléctrico centroamericano. *Economía mundial*. 101- 1 2 9 , Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86601705>.

Peinado, V. E. & Vives, A. (2004). Responsabilidad social de la empresa: Del dicho al hecho. Recuperado el 31 de Mayo de 2015, de [http://www.cumpetere.com/Documents/DeedsText\\_SP.pdf](http://www.cumpetere.com/Documents/DeedsText_SP.pdf).

Razin, A. & Prakash, L. (2001). ¿Qué beneficios aporta la IED? *Finanzas y Desarrollo*. 6-9. Recuperado de <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2001/06/pdf/loungani.pdf>

Sachs, J. D., Gallup, L.J. y Mellinger, D. A. (1998). *Geography and economic development*. National bureau of economic research. (6849) 3-81. Recuperado de <http://www.nber.org/papers/w6849.pdf>

Salazar, B. D. M., & Serna, M. C. A. (2006). La economía moderna se ha visto sustancialmente empobrecida por la distancia creciente entre economía y ética. *Ética, medio ambiente y economía*. 8-34.

Salcedo, M. R. (2007). Environmental degradation and human rights abuses: does the refugee convention confer protection to environmental refugees? *Derecho*. (10). 75-130.

Secretaría de Economía (2015). *Inversión Extranjera Directa*. Recuperado el 14 de Marzo de 2015, de <http://www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/competitividad-normatividad/inversion-extranjera-directa>.

Segura, E. M. B. (17 de Febrero de 2014). Arbitraje de inversión: ¿un incentivo para la inversión extranjera directa? *Facultad de Derecho*. (51), 5-19

Shamir, R. (2015). Between Self-Regulation and the Alien Tort Claims Act: On the Contested Concept of Corporate Social Responsibility. *Law & Society Review*. 38 (4). 635-664. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/1555086>.

Touraine, A. (1971). *The post industrial society: Tomorrow's social Histoty: Classe, conflicts, and culture in the programmed society*. New York, NY. Random House.

UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas Sobre el Comercio y Desarrollo) [2009], *La inversión extranjera directa en los países en desarrollo sin litoral: tendencias, políticas y camino a seguir*. Recuperado el 21 de marzo de 2015, de [http://unctad.org/es/docs/aldc20083\\_sp.pdf](http://unctad.org/es/docs/aldc20083_sp.pdf)

---

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE PÉNJAMO

Licenciatura en Administración y Gestión de Pequeñas y Medianas Empresas

Carretera Irapuato - La Piedad km 44 s/n, Predio El Derramadero, c.p. 36921.  
Pénjamo, Gto., México

Fecha de última modificación a la edición:

14 de Junio de 2016