RELAYN. Administración y Negocios en Latinoamérica.

2023

Tomo I



admón y negocios.

RELAYN
Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios

iQU4TRO EDITORES

RELAYN. Administración y Negocios en Latinoamérica. Tomo I.

© iQuatro Editores
ISBN de la obra completa: 978-607-69749-3-3
ISBN: 978-607-69749-4-0
DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.0
Edición: Mayo 2024
Páginas: 632

Comité Técnico Académico
Oscar Cuauhtémoc Aguilar Rascón
Nuria Beatriz Peña Ahumada

Consejo Técnico
Paula Mejía

Gestión Editorial
Nadia Velázquez

D.R. © 2024, iQuatro Editores.

Esta publicación tiene como política editorial un proceso de revisión por pares doble ciego, donde los artículos son remitidos a académicos especializados en el tema. Asimismo, nuestro Comité editorial determina si el artículo es aceptado o rechazado, cuidando su originalidad y calidad.

La presente obra no puede ser reproducida, ni registrada o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro tipo, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Índice

Capítulo 1. Resultados finales del diagnóstico estratégico para la certificación de calidad de despachos prestadores de servicios contables.....8

Capítulo 2. Emprendimiento e inversión extranjera directa como estrategia para la reducción de la pobreza laboral.....24

Capítulo 3. Diagnóstico situacional y propuesta de mejora de la empresa "CEY-SI".....37

Capítulo 4. Propuesta de un plan estratégico de producción para la empresa MéxicoLed Technology S.A de C.V.....48

Capítulo 5. Análisis sobre el modelo de la Nueva Escuela Mexicana y la educación en México. Opinión de los docentes.....64

Capítulo 6. La Responsabilidad social Mipyme.....77

Capítulo 7. Las decisiones financieras y la administración del dinero en estudiantes a nivel superior.....91

Capítulo 8. Evaluación diagnostica del desempeño de una empresa del ramo financiero.....106

Capítulo 9. Impacto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el Consumo Privado en México durante 2018-2022.....121

Capítulo 10. La gestión del talento humano en las mypes: Caso Paraíso, Tabasco.....134

Capítulo 11. Estrategias de Marketing Digital con el uso de Redes Sociales para la Activación de las Cafeterías en Cuautepec de Hinojosa, Hidalgo.....145

Capítulo 12. La Educación Financiera universitaria.....162

Capítulo 13. Innovación, Mercadotecnia y Gestión de Ventas como instrumento para potencializar la permanencia y el desarrollo de las Mypes de Banderilla y Xico, Veracruz.....179

Capítulo 14. La dirección como elemento clave del liderazgo en las mypes de Acapulco.....193

Capítulo 15. El Alfabetismo Financiero y su relación con el materialismo, compra compulsiva y la propensión hacia el endeudamiento de los directores de las mypes de la región ribereña.....206

Capítulo 16. Factores que influyen en la pobreza de los micro y pequeños empresarios de Tepic y Xalisco, Nayarit, México.....222

Capítulo 17. Análisis del Entorno de Trabajo Seguro e Igualdad de Oportunidades y Trato en las MYPEs en Zapotlán el Grande, Jalisco.....238

Capítulo 18. Percepción de los Directivos sobre el Trabajo en Equipo y su Relación con el Clima Organizacional en Mypes de Mazatlán y Rosario, Sinaloa: Un Análisis Sistémico.....252

Capítulo 19. Factores que inciden en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Ciudad Juárez, Chihuahua.....263

Capítulo 20. Diagnosis of organizational climate in "Grupo Estancia".....272

Capítulo 21. La Educación Financiera.....288

Capítulo 22. La gestión de la cadena de suministro y la ventaja competitiva por giro del negocio: en las mypes del Municipio de Poanas, Durango, México.....300

Capítulo 23. Medición de las prácticas de sustentabilidad en las mypes: caso de estudio.....314

Capítulo 24. Habilidades directivas y el clima organizacional en las MyPES: Tendencias en el entorno laboral.....329

Capítulo 25. La responsabilidad social corporativa y su relación con el desarrollo de la ventaja competitiva.....343

Capítulo 26. Retos de las MYPES mexicanas para proveer productos y servicios a la Industria Manufacturera.....357

Capítulo 27. Estrategias aplicadas y su relación con las ventas de los microempresarios de Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo.....368

Capítulo 28. Rumbo al Futuro: Planificación estratégica de las empresas familiares ante el Megapuerto de Chancay en Perú.....381

Capítulo 29. Beneficios tributarios aplicados a las pymes del sector hotelero de la ciudad de Cartagena entre los años 2019 y 2022.....395

Capítulo 30. Impacto del capital intelectual en los indicadores de desempeño en las Pymes en ciudad Nezahualcóyotl.....410

Capítulo 31. Diferencia generacional en la gestión de la mype desde un enfoque de análisis sistémico.....427

Capítulo 32. Estudio mixto sobre el trabajo decente en las Mypes regionales, el caso de Tehuacán.....449

Capítulo 33. Perspectiva teórica de la relación internacionalización y estrategias de la mezcla de mercadotecnia aplicado por la Mypes de Nuevo Laredo, Tamaulipas.....463

Capítulo 34. Explorando la satisfacción laboral en el contexto de la industria de transformación del plástico.....476

Capítulo 35. La aplicación de las habilidades gerenciales y su impacto en las mypes De Cd. Reynosa Tamaulipas.....489

Capítulo 36. Desarrollo comunitario sostenible en las mypes del municipio de Tecamachalco, Puebla.....502

Capítulo 37. Relación de las prácticas administrativas con la percepción de ventas y antigüedad de las MYPE.....511

Capítulo 38. Análisis comparativo en características de gestión estratégica organizacional de las mypes de Pátzcuaro, Michoacán, México y otros países de América Latina.....527

Capítulo 39. Fuentes de financiamiento de las microempresas.....545

Capítulo 40. Formación académica de los directores de las Mype turístico-gastronómicas del municipio de Ixmiquilpan, Hgo. y su impacto en la dirección estratégica.....555

Capítulo 41. Cómo afecta la estabilidad emocional en la productividad y realización del trabajo decente en las Mypes del municipio de Querétaro.....567

Capítulo 42. Percepción de los directivos en las mypes sobre insumos, desarrollo y resultados del sistema. Un caso de estudio.....579

Capítulo 43. Análisis de competencias de emprendimiento universitario, niveles TSU y Licenciatura.....589

Capítulo 44. Las habilidades directivas y su impacto en el desarrollo de las áreas funcionales en las micro y pequeñas empresas de Río Blanco, Veracruz, México. 599

Capítulo 45. Análisis del perfil de los empresarios de las micro y pequeñas empresas de San Pablo Huixtepec, Oaxaca, México.....612

Capítulo 46. Desperdicios en los procesos factor de impacto en la productividad en una empresa de compresores de la ciudad de Río Bravo, Tamaulipas.....622

Capítulo 1. Resultados finales del diagnóstico estratégico para la certificación de calidad de despachos prestadores de servicios contables.

Juana Guerrero González
Venilde Herrera Roldan
Elsy Janeth Alejandro Pantoja
Ramón Ramón Castillo

Universidad Tecnológica de Tabasco

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.1

Resumen

El Diagnóstico estratégico para la certificación de los despachos prestadores de servicios contables del municipio del Centro, afiliados al Colegio de Contadores Públicos del estado de Tabasco, A.C., tiene como objetivo establecer si existen las condiciones adecuadas para implementar un programa de certificación internacional de calidad para los mismos. Los resultados finales obtenidos permitieron conocer si estos establecimientos cumplen con los requerimientos necesarios para obtener una certificación de acuerdo con lo establecido por las Normas Internacionales NICC 1 y NIA 220 y otorgar recomendaciones para que en un futuro puedan obtener dicha certificación.

Palabras clave

Auditoria, calidad, certificación, despachos, diagnóstico

Introducción

En la actualidad se vive en un ambiente de alta competencia empresarial, profesional y tecnológica, nada es ni se hace al modo tradicional o manual, el crecimiento económico alrededor del mundo demanda más y mejores productos o servicios para satisfacer diferentes necesidades, en respuesta a dicha petición surgen productores y prestadores de servicios que compiten para ofertar las mejores opciones, de forma individual o constituidos como una sociedad por lo que siempre tienen como meta llegar a la calidad. Esta situación, no es ajena a los despachos contables que requieren estandarizar los procesos para otorgar servicios contables, financieros, fiscales o de auditoría y como se precisa, al hablar de calidad, se requiere verificar los sistemas de control existentes en la práctica profesional, recordando de antemano que la información financiera es elaborada y avalada por el contador público, datos plasmados en documentos que sirven de base para la toma de decisiones de inversión, legal o fiscal (Damián, 2007). El crecimiento económico y la entrada de empresas internacionales que se aprecia en el estado de Tabasco y las exigencias de las leyes tributarias son detonante para que todas las empresas que operan en este estado requieran servicios contables de alta calidad. Por lo anterior fue que se llevó a cabo un proyecto de investigación que ayudó a determinar la existencia de las condiciones adecuadas para implementar un programa de certificación de calidad de los prestadores de servicios contables específicamente en dos normas de alcance internacional: 1) la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC1) que se refiere a la responsabilidad y aplicación de las Firmas de contadores, sobre su sistema de control de calidad para auditorías y revisiones de estados financieros y otros trabajos relacionados con los aspectos financieros; y 2) la Norma Internacional de Auditoría 220 (NIA 220), con el alcance de determinar los procedimientos de control de calidad y que la auditoría cumpla con las normas profesionales, los requerimientos legales y reglamentos aplicables; es decir, se limita a las responsabilidades del auditor en relación con el control de calidad de una auditoría de estados financieros. De esta manera, el objetivo en este proyecto fue el de analizar como los despachos que prestan servicios de asesoría contable afiliados al Colegio de Contadores Públicos del estado de Tabasco, A.C., se enfrentan a las Normas NICC 1 y NIA 220, para poder estar preparados para cubrir la demanda de servicios que las empresas internacionales ubicadas en el entorno solicitan, quienes exigen competencia y confiabilidad, obligándolos a certificarse para lograr un prestigio que les permita mantenerse en el mercado y lograr el éxito y la permanencia de sus organizaciones.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Revisión de la Literatura

Para la parte metodológica de este proyecto se toma en consideración a autores como Sampieri, Daniel S. Behar, Carl McDaniel, Marcela Benassini y Roger Gates determinan el proceso para la construcción del planteamiento y diseño de una investigación cuantitativa. Así también se revisó detalladamente el contenido de las dos normas contables implicadas en la certificación a analizarse en este proyecto.

Norma Internacional de Control de Calidad NICC1

La Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC1) busca que las firmas de auditoría cumplan con ítems relacionados con un sistema de control de calidad, así como las revisiones de los estados financieros. Esta Norma se refiere a las responsabilidades de una firma sobre su sistema de control de calidad para auditorías y revisiones de estados financieros y otros trabajos para atestiguar y de otros servicios relacionados.

Objetivo de la norma: El objetivo de la firma es establecer y mantener un sistema de control de calidad que le proporcione una seguridad razonable de que: la firma y su personal cumplen con las normas profesionales y los requisitos legales y regulatorios aplicables; y los informes emitidos por la firma o los socios del trabajo son apropiados en las circunstancias.

Requerimientos: 1. El personal de la firma responsable, 2. La firma deberá cumplir con cada requisito de esta NICC, 3. Los requerimientos están planeados para permitir a la firma lograr el objetivo declarado en esta NICC (IMCP, 2020).

Norma Internacional de Auditoría 220

La Norma Internacional de Auditoría 220 expone las responsabilidades del auditor relacionadas a procedimientos de control de calidad para una auditoría de estados financieros, y cuando es aplicable, trata las responsabilidades del revisor de control de calidad del trabajo. La NIA 220 se refiere a los procedimientos de control de calidad para auditorías de estados financieros.

Objetivo de la norma: El auditor debe implementar procedimientos de control de calidad a nivel del trabajo que proporcionen al auditor seguridad razonable con relación a que la auditoría cumple con las normas profesionales y requisitos legales y de regulación aplicables, asegurando que el dictamen del auditor es apropiado según las circunstancias de la auditoría.

Requisitos: 1. Calidad de las auditorías, 2. Requisitos éticos relevantes, 3. Independencia, 4. Aceptación y continuación de las relaciones de clientes y de los trabajos de auditoría, 5. Asignación de equipos del trabajo, 6. Desempeño del trabajo, 7. Monitoreo, 8. Documentación (IFAC, 2018).

Metodología

Para la realización de este proyecto de investigación se utilizaron técnicas de investigación cuantitativa, ya que permiten la recogida de datos en un contexto de estudios científicos en los que se busca probar hipótesis predefinidas. De acuerdo con lo anterior, el proceso cuantitativo tiende a ser secuencial, deductivo, probatorio y objetivo; puesto que, mide fenómenos utilizando la estadística, así como también, emplea la experimentación y el análisis causa-efecto. (RIVERO,2008).

Para el desarrollo de este diagnóstico estratégico, se realizaron dos fases que incluyeron la etapa de planificación de la Investigación y la del levantamiento de la información, las cuales dieron como resultado diferentes productos y derivados dirigidos a presentar la situación que se enfrenta para que los prestadores de servicios contables del municipio de Centro, Tabasco logren enfrentar un proceso de certificación internacional (Benassini, 2009).

Variables de estudio

Las variables de estudio toman en consideración para su llenado los requisitos de la Norma Internacional de Auditoría 220 (NIA 220) y la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC1), que servirán para establecer de manera específica todo aquello que se va a medir, controlar y estudiar en la investigación.

Tabla 1.1

Variables de Estudio

Variable	Definición conceptual
1. Responsabilidad del líder de la Firma sobre la calidad	La calidad general del trabajo de auditoría que le sea asignado, para garantizar un trabajo apropiado y competente, que cumpla con los requisitos profesionales establecidos y las necesidades de la entidad.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

2. Ética	Los miembros del equipo de trabajo están sujetos al código de ética, por lo que el socio de trabajo debe estar atento a cualquier indicio que conduzca al incumplimiento de estos requisitos.
3. Aceptación, retención de clientes y trabajos específicos	Esta información le permite al socio del trabajo conocer aspectos como la integridad de los representantes de la entidad, competencia, capacidades y condiciones necesarias para que el equipo de trabajo desempeñe la auditoría.
4. Recursos humanos	Políticas y procedimientos diseñados para proporcionar una seguridad de que se cuenta con el suficiente personal con competencia, capacidades y compromiso hacia los principios éticos necesarios.
5. Desempeño del trabajo	El socio de trabajo debe asumir la responsabilidad de la dirección, supervisión y desempeño del trabajo de auditoría de acuerdo con las normas profesionales y requisitos legales y de regulación relevantes.
6. Documentación de los trabajos	El revisor debe documentar su trabajo durante la auditoría sobre la implementación de los procedimientos requeridos por las políticas de revisión de control de calidad.
7. Monitoreo	Proceso de seguimiento diseñado para proporcionar a la Firma seguridad razonable acerca de que las políticas y procedimientos relacionados al Sistema de Control de Calidad son adecuados, relevantes y efectivos.

Nota: Esta tabla muestra las 7 variables que se definieron para estudio en función de los solicitado por las NICC1 y la NIA 220.

Hipótesis

Contar con una acreditación de control de calidad de acuerdo con las Normas Internacionales NICC1 y NIA 220 en los despachos contables, hace posible el reconocimiento de la competencia técnica y confiabilidad de este, así como también lo beneficia asegurando la supervisión en búsqueda de la excelencia y una mejor ejecución y documentación de los trabajos.

Formulación del diseño de investigación

Se desarrolló un plan para obtener información, datos o respuestas que contestaran el problema de investigación planteado, desglosado a través de diversas estrategias básicas para generar información exacta e interpretable. De acuerdo con lo anterior, se detalla a continuación, el marco con el que se planifica la investigación, destacando parámetros como: población, el tipo de investigación a implementar, objetivos generales y específicos, técnicas de recolección y el diseño del instrumento para realizar un estudio piloto. Con el fin de evaluar diversas alternativas antes de realizar el proyecto y crear mayor seguridad, ahorro de tiempo y flexibilidad para prever eventos inesperados (Sampieri y Torres, 2018).

Metodología de Muestreo

La población total del universo de estudio de este estudio equivale a 23 despachos del municipio de Centro, Tabasco con prestación de servicios de asesoría contable afiliados al Colegio de Contadores Públicos del estado de Tabasco, A.C. Por lo que, se determinó la metodología de aplicación de un censo donde se auditó al 100% del universo para establecer el nivel de cumplimiento de cada despacho de contadores públicos (Malhotra, 2008).

Definición de la Técnica de Investigación

Se aplicó como técnica de recolección de información la implementación de una auditoría interna a cada uno de los despachos contables, con la intención de diagnosticar e identificar el estado actual de los sujetos de estudio y la veracidad de la información que procesan y generan, para determinar la eficacia y eficiencia con la cual se están ejecutando sus tareas y así, tomar las acciones necesarias para la validación del cumplimiento de los parámetros de control de calidad, según lo planeado y las directrices estipuladas por las normas NICC 1 y NIA 220. Así mismo, se planteó dentro de esta técnica establecer comunicación interpersonal entre el investigador y el sujeto de estudio, a través del uso de entrevistas con el líder de la firma y

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

su personal, a fin de obtener respuestas a las interrogantes planteadas sobre el problema de manera completa y profunda (Red Global de conocimientos en auditoría y control interno, 2018).

Diseño del instrumento de recolección de datos

En función de lo anterior y para la obtención de la información del estudio planteado, se diseñaron una lista de cotejo y un cuestionario dirigido a los despachos prestadores de servicios contables del municipio del Centro (población a estudiar); con el objetivo de abordar y evaluar como tema central, los parámetros de control de calidad (variables de estudio) que presentan hoy en día la población en función de las normas establecidas, siendo estos, elementos claves para proporcionar una alternativa útil para la auditoría en dirección a resultados exactos y representativos (Behar, 2008). La lista de cotejo sirvió como instrumento de observación y verificación y el cuestionario como instrumento base para las entrevistas a los lideres de los despachos en el que se establecieron desde preguntas y ciertos indicadores durante el proceso de auditoría, hasta una ponderación sobre su nivel de logro o la ausencia de cada ítem a ser evaluado y a su vez, cada uno de ellos proporcione información por medio de la observación de forma sistemática. En definitiva, dichas herramientas fueron dirigidas respectivamente al líder del despacho contable, dado que a través de ellos se validarán las respuestas con exactitud respecto al cumplimiento o la ausencia de los parámetros de control de calidad establecidos por las Normas Internacionales NICC1 y NIA 220 (Mc Daniel,2015).

Resultados

Caracterización inicial de los despachos analizados

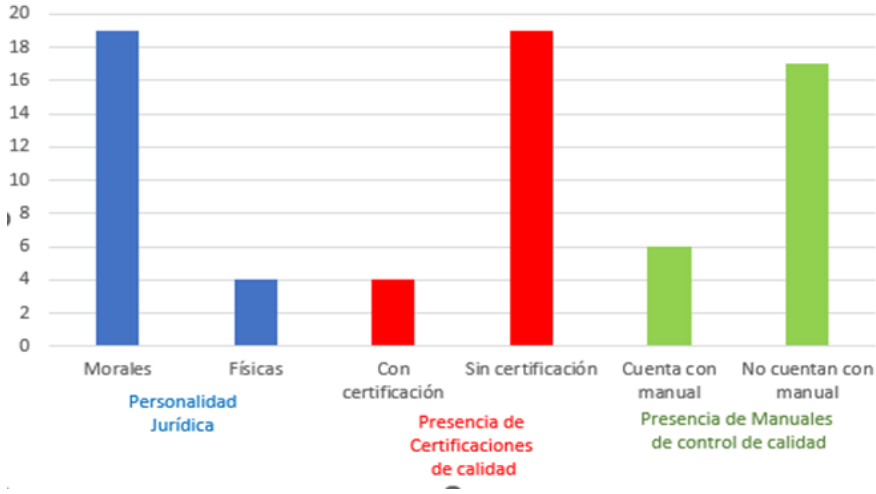
Derivado del análisis de los resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas se pudo notar que, de los 23 despachos de contadores afiliado al Colegio de Contadores del estado de Tabasco, 19 de las firmas laboran bajo el régimen de persona moral, mientras que, las otras 4 laboran como persona física. Por otra parte, solo 4 de las 23 firmas cuentan actualmente con un certificado de calidad lo que indica que no todas las firmas han decidido invertir esfuerzos y recursos en obtener una certificación, aunque en opinión de los encuestados se considera como algo indispensable dentro del campo laboral ya que entienden que los certificados de calidad ayudan a destacar y posicionar a las firmas de otras que aún no cuentan con ellos.

Variable 1. Responsabilidad del líder de la firma sobre la calidad

Esta variable precisó el análisis de 2 aspectos de interés, 1) la promoción de la cultura interna de la calidad y 2) Responsabilidad operacional del sistema de control de calidad. En el primero se pudo observar que solo 6 de las 23 las firmas cuentan con un Manual de Control de Calidad formalmente establecido y que les permita desempeñar sus operaciones de modo que cumplan con las normas profesionales y requisitos legales aplicables, lo que les ayuda a garantizar que se cuentan con los procedimientos adecuados que permiten la revisión y mejora de la calidad en sus trabajos. Asimismo, se encontró que todas las firmas promueven una cultura de calidad interna a través de acciones y mensajes claros en todos los niveles de administración de cada una y que solo 20 del total de firmas cuentan con una cultura que reconozca y recompense la alta calidad de los trabajos. Sin embargo, todas utilizan medios en los que se comunican las acciones y mensajes que alientan a una cultura de calidad, y al final, los informes que se hayan generado son los que refuerzan el punto de vista que cada firma tiene sobre la importancia de la calidad.

Figura 1.1

Características de los sujetos de estudio



Nota: Esta figura muestra características iniciales de los despachos prestadores de servicios contables sujetos de estudio.

En el análisis de la Responsabilidad operacional del sistema de control de calidad se observó que solo el 17 de las firmas (73.91%) cuentan con políticas y procedimientos formalmente establecidos que traten la evaluación del desempeño, compensación y promoción del personal, pero en cada una todo el personal demuestra el compromiso que

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

tienen con cumplir con los estándares de calidad que se manejan dentro de las firmas, ya que cuentan con la experiencia y responsabilidad suficiente con el control de calidad, puesto que tienen la capacidad de identificar y entender con claridad los problemas que pueden surgir durante la implementación del control de calidad.

Variable 2. Ética

En este rubro se estudiaron 4 aspectos relevantes obteniéndose los siguientes resultados: 22 despachos proporcionan integridad en el control de calidad de la firma, lo que nos indica que la mayoría de estos despachos si cumplen con en el pronunciamiento número 8 de Control de Calidad que requiere que toda firma de contabilidad establezca un sistema de controles para garantizar que la firma y su personal cumplan con las normas profesionales y que los informes emitidos sean apropiados. Sobre el cumplimiento de los objetivos de control de calidad, este diagnóstico demostró que exitosamente el 100% de los despachos lo llevan a cabo, así como su competencia profesional, confidencialidad, cuidado en la calidad profesional y ética responsable en la firma. El siguiente aspecto califica la escritura en papel o electrónica y la toma de acción sobre el incumplimiento; el 76.92% de los despachos cuentan con reglamento interno, el 100% utiliza escritura electrónica, y el 84.62% aplica sanciones directas ante el incumplimiento. La amenaza de familiaridad en la que se puede crear dentro de las firmas, el 100% de los despachos cuenta con capacidad de liderazgo, educación y entrenamiento, y solo el 76.92% tiene un proceso para el manejo de incumplimiento. En la salvaguarda para la independencia de auditores del sector público, se obtuvo un resultado del 92% de despachos con esta condición, un 100% cuenta con independencia, un 84.62% cuenta con políticas y procedimientos, y una muy buena cifra es el manejo de amenazas de la independencia con un 92%.

Figura 1.2

Resultados Variable 2. Ética



Nota: Esta figura muestra los resultados encontrados en los aspectos solicitados en la NICC1 y la NIA 220 para la Variable 2. Ética.

Variable 3. Aceptación, retención de clientes y trabajos específicos

Con respecto a si el personal de las firmas tiene conocimiento, experiencia, competencia y capacidad sobre asuntos industriales, y demás necesarios para la aceptación de nuevos clientes o trabajos; se encontró que 22 de las firmas establecen políticas y procedimientos para la aceptación y retención de las relaciones profesionales con sus clientes y de trabajos específicos, todas cuentan con la capacidad, competencia, recursos y con el personal lo suficientemente capacitado para la emprender un trabajo con un nuevo cliente cumpliendo con los requisitos éticos indispensables en la actualidad. En opinión de los encuestados las 23 firmas tienen la capacidad de concluir los trabajos en los tiempos establecidos, ya que consideran que la responsabilidad es un elemento importante que les permite mantener una óptima relación con los clientes, sin embargo, en dado caso de que pudiera haber un retraso con la fecha de terminación de algún trabajo las firmas se hacen responsables por ello, y en caso de no contar suficiente personal las firmas adoptan las medidas necesarias para cumplir con los plazos establecidos para cada trabajo y lo verifican a través de la realización de una revisión completa de control de calidad en cada trabajo. Los lideres de cada una de las firmas asumen que es indispensable conocer la naturaleza de sus clientes, así como la práctica de sus negocios para aceptar trabajar con un cliente nuevo; sin embargo, solo 14 de ellos cuentan con políticas y procedimientos formalmente establecidos para conocer la integridad de cada uno de los clientes que solicitan sus servicios, y 16 de ellas consideran importante conocer la identidad y reputación de negocios de los dueños de las empresas con las que se pretende trabajar, así como su administración clave y los encargados de su gobierno corporativo, para mantener una relación apropiada con sus clientes y evitar conflictos futuros que pudiesen ser derivados de la realización de actividades criminales o malas interpretaciones por parte del cliente, ya que al menos 18 de las firmas han presentado circunstancias que han provocado terminar una relación profesional con alguno de sus clientes y la mayoría de veces ha sido de manera definitiva asegurando ante todo la integridad profesional de las firmas, aunque aquí es indispensable recalcar que solo 19 de las 23 firmas cuentan con políticas y procedimientos apropiados para retirarse de un trabajo establecido con un cliente.

Variable 4. Recursos humanos

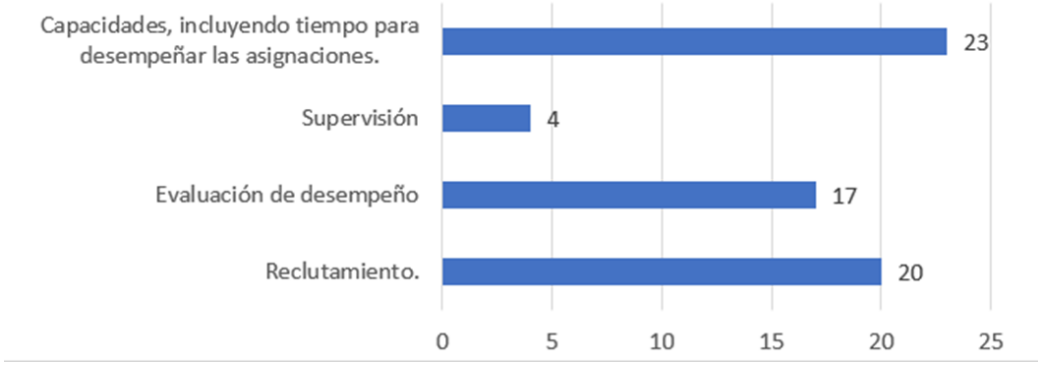
Las 23 firmas encuestadas tienen una alta responsabilidad de los equipos de trabajo en el contexto del sistema de Control de Calidad en cada una. Por otra parte, para el reclutamiento y selección de personal solo 20 del de total de las firmas cuentan con políticas y procedimientos formalmente establecidos para ello. En cada una de las firmas, el personal de Recursos Humanos y el resto de los integrantes del equipo de trabajo de las firmas cuentan

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

con la capacidad de desarrollar competencias y capacidades apropiadas para el desarrollo profesional continuo, pero solo 17 despachos cuentan con políticas y procedimientos para evaluar el desempeño de todo su personal profesional, donde también debe incluirse a los socios, sin embargo, al menos 7 firmas cuentan con un formato que funcione como evidencia del proceso de evaluación. Con respecto a la educación sobre independencia para el personal del cual se requiere que sea independiente como es en el caso de las auditorias, es importante mencionar que actualmente algunas de las firmas ya no las realizan de manera definitiva, hay otras que aun las elaboran, pero no a menudo debido que ahora ya no son obligatorias.

Figura 1.3

Resultados Variable 4. Recursos Humanos



Nota: Esta figura muestra los resultados encontrados en los aspectos solicitados en la NICC1 y la NIA 220 para la Variable 4. Recursos Humanos.

Sin embargo, la independencia se considera como un básico para expedir informes apropiados a la situación de cada entidad. Con esta investigación se pudo saber que los 23 despachos cuentan con los objetivos del equipo de trabajo, esto es positivo ya que una actividad importante en el desempeño del trabajo es lo relativo a las consultas a terceros, ya sean colegas o expertos en otras materias, siempre es necesario establecer como política, cuyo objetivo es plantear los casos difíciles con toda claridad y transparencia, por lo que las respuestas a dichas consultas deberán ser consideradas y acatadas profesionalmente en forma general por los miembros que integran el equipo de trabajo. Sobre procesos de supervisión del trabajo e instrucción del personal asistente, el estudio dio como resultado una media aritmética de 8.12, ya que, 4 cuentan con los procesos de supervisión mientras que los 22 restantes no, es alarmante ya que, la firma debe establecer políticas y procedimientos diseñados para proporcionar una certeza razonable de que tiene suficiente personal con la competencia, capacidades y principios éticos necesarios.

Variable 5. Desempeño del trabajo

En esta variable se estudiaron 16 aspectos de relevancia en el cumplimientos de las normas de interés, que nos mostraron que el 100% de los despachos contables del municipio cumplen con los objetivos del equipo del trabajo, con buena comunicación y responsabilidad, que el 84.62% de los despachos dicen contar con políticas y procedimientos para cumplir con las normas para trabajos aplicables, pero que solo el 11.54% cuenta con estos manuales escritos, y es la misma información con los procedimientos de supervisión de trabajo e instrucción del personal asisten que nos muestra que el 69.23% cuanta con estos procedimientos pero solo el 19% cuenta con estos manuales de forma escrita, sin embargo si realizan las tareas de supervisión. En cuanto a métodos de procesos de revisión de trabajos desarrollados, juicios significativos y la manera en que se emiten los informes tenemos que el 94% de los despachos si tiene procesos concretos, pero solo el 16% cuenta con estos manuales de forma escrita. En cuanto a la actualización de los procedimientos encontramos porcentajes alarmantes, puesto que solo un porcentaje pequeño los tiene esta tarea de manera física/ escrita, lo que origina que estas actualizaciones no estén hechas adecuadamente. En cuanto al seguimiento del trabajo el 94% de los despachos realizan esta actividad, aunque en el tema de auditorías solo el 76% de despachos las llevan a cabo, ya que al no ser un proceso obligatorio fiscalmente prefieren extraerlo de la lista de servicios que brindad sus despachos, los 6 despachos que las realizan lo hacen para efectos informativos con los clientes que lo soliciten. A través de este estudio se pudo saber que en el 88% de los despachos entrevistados, su líder se hace responsable de atender las consultas del equipo de trabajo y el 92% considera estar completamente satisfecho del trabajo realizado por su equipo de trabajo, ya que en el 96% de los casos toda la información es apropiada y suficiente evidencia de trabajo, una actividad importante en el desempeño del trabajo es lo relativo a las consultas a terceros, ya sean colegas o expertos en otras materias, lo cual es necesario establecer como política, cuyo objetivo es plantear los casos difíciles con toda claridad y transparencia.

Variable 6. Documentación de los trabajos

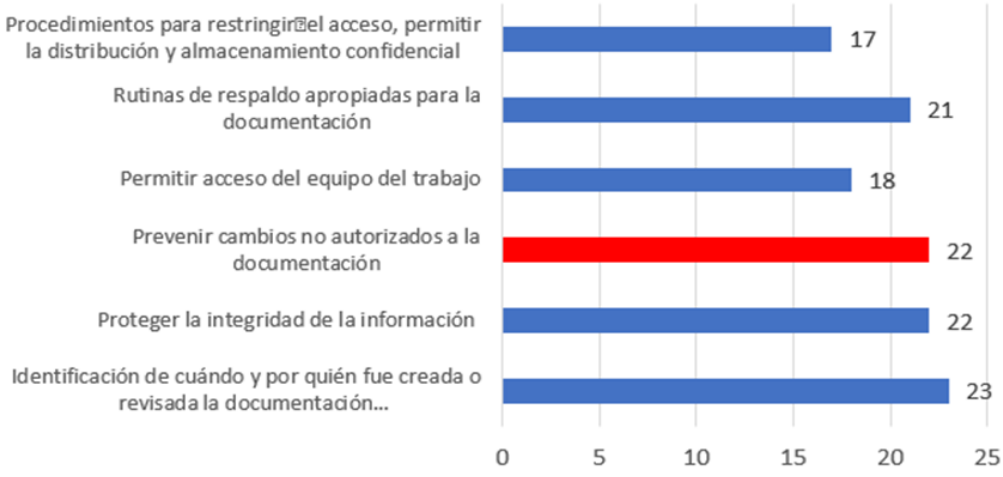
En cada una de las 23 firmas se identifica claramente al responsable de la documentación del trabajo de modo cuenta con los medios indispensables para asegurar por quien y cuando fueron revisados los informes generados. De esa manera se puede obtener un control de las actividades que el personal realiza dentro de la firma y al mismo tiempo procurando proteger la integridad de la información con la que se labora en todas las etapas del trabajo. Cada una de las firmas se cuenta con un espacio que está bajo resguardo, aunque solo 22

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

de las firmas generan contraseñas para resguardar la información y restringen el acceso a la documentación electrónica.

Figura 1.4

Resultados Variable 6. Documentación de los trabajos



Nota: Esta figura muestra los resultados encontrados en los aspectos solicitados en la NICC1 y la NIA 220 para la Variable 6. Documentos de los trabajos.

Por otra parte, 18 de las firmas permiten la distribución y almacenamiento de información considerada como confidencial; 21 de ellas generan copias que reflejan el contenido de la documentación original y que después de ser utilizadas son integradas a los archivos de trabajo, dichas copias funcionan para las firmas como almacenamiento de la documentación y posibilitan su recuperación en caso de ser extraviada, sin embargo, los lideres de las firmas no están completamente de acuerdo con generar copias ya que en su opinión perjudica el medio ambiente. En todas las firmas se aplican procedimientos apropiados para la documentación de los trabajos y se procesan los procedimientos durante cada uno, aunque solo 17 de las firmas cotejan los procedimientos al final. Con respecto a si la documentación generada es apropiada para el trabajo, 22 de los despachos estudiados cumplen con este requisito y 1 no, ya que la firma debe proporcionar una certeza razonable de que los trabajos se realicen de conformidad con las normas profesionales y que la firma o el socio del trabajo emitan informes que sean apropiados en las circunstancias y que los estados financieros sean adecuados.

Variable 7. Monitoreo

Esta variable está enfocada en la adhesión a normas profesionales, requisitos legales, y regulatorios aplicables, en el cual obtuvimos resultados contradictorios ya que en todos los rubros, los despachos contables del municipio de Centro Tabasco, se encuentran muy bien posicionados, aunque, como ya se mencionó, no cuentan con los manuales escritos, la mayoría aplica los lineamientos básicos de control de calidad para el correcto funcionamiento de sus actividades, ya que el 96% de los despachos dicen evaluar y actualizar su propio sistema de control de calidad interno adaptado a sus necesidades específicas. Con referencia a la evaluación y supervisión continua del sistema de control de calidad de las firmas, este diagnóstico permitió conocer que 22 despachos cumplen con los requisitos y 1 restante no, afortunadamente la mayoría de las firmas realizan esta evaluación continua del sistema de calidad ya que este punto es importante para poder tener un buen rendimiento en el trabajo a la hora de realizarlo y deberá ser realizada por una persona responsable de la firma y eventualmente por un tercero externo.

Discusión

En el desarrollo de esta investigación se precisa que es un reto para el cuerpo académico de Investigación y consultoría empresarial, que no hubiera precedentes sobre la investigación de los sistemas de calidad en los despacho contables puesto que actualmente no existe alguna normativa de obligatoriedad para ellos. Sin embargo, el entorno global competitivo económico sugiere encaminar los servicios hacia este parámetro de diferenciación en el servicios y sobre todo, en algo tan importante como es la información financiera para toma decisiones empresariales y cumplimientos tributarios, por lo que la investigación se convierte en un área de oportunidad.

A lo largo de la ejecución de la investigación se afrontaron diversas problemáticas dentro de las cuales sobresale como primer lugar la etapa post pandemia, razón lo que la mayoría de los despachos contables no deseaban ser auditados. En segundo lugar, se especifica que otros de los desafíos detectados gira entorno a los instrumentos de medición, expresando que los cuestionamientos resultan ser largos, confusos y repetitivos, así como en las variables previamente planteadas, siendo indispensable una adecuada congruencia del lenguaje, redacción y adaptación cultural de negocios. También se encontró dificultad respecto al tiempo de duración y el horario en el cual se aplicarían los instrumentos de recolección, ya que la mayoría de los líderes del despacho se encontraban ocupados y se tenía que programar una cita para adecuarse a la duración y fechas establecidas. Cabe señalar que, en dichos instrumentos se realizaron ligeras modificaciones en su composición

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

por la complejidad que presentaban; modificaciones que sirven para facilitar la aplicación de la población total auditar.

Conclusiones

La realización Diagnóstico estratégico para la certificación de los despachos prestadores de servicios contables del municipio del Centro, afiliados al Colegio de Contadores Públicos del estado de Tabasco, A.C., generó como conclusión principal que el mayor reto al que se enfrentan estos despachos para lograr las certificaciones en la NICC1 y la NIA 220 es el de poder contar con un Manual de control de calidad que en función de lo expresado en estas normas, describa el proceso para la ejecución de los trabajos, que dependiendo del tamaño y estructura, los procedimientos y, sobre todo los sustantivos, deberán ser diseñados directamente por el Socio del encargo, quien, en su caso, asume la responsabilidad de la planeación y supervisión propia y de los demás miembros del equipo en cada despacho contable. El estudio demuestra también que el tiempo que estos establecimientos lleven operando no está relacionado con la capacidad de las firmas para obtener una certificación de control de calidad, ya que se pudo confirmar que incluso existen firmas cuya creación data de hace no más de 5 años, cumplen con cada una de las exigencias contenidas en las Normas Internacionales: NICC 1 y NIA 220. Por otro lado, hoy se sabe que los despachos de contadores públicos que están constituidos como la figura jurídica de persona moral están más capacitados para realizar responsabilidades reguladoras, por lo que son más competentes para conseguir una acreditación de calidad, a diferencia de aquellos donde el representante constituye a ser una persona física. En respuesta a la hipótesis planteada al inicio de esta investigación se pensaba que: "Contar con una acreditación de control de calidad de acuerdo con las Normas Internacionales NICC 1 y NIA 220 en los despachos contables, hace posible el reconocimiento de la competencia técnica y confiabilidad del mismo, así como también lo beneficia asegurando la supervisión en búsqueda de la excelencia y una mejor ejecución y documentación de los trabajos" lo cual en función de los resultados de este estudio se acepta, ya que al obtener una certificación de este tipo se está confirmando el gran compromiso de la firma para con el control de calidad en todos los aspectos de la firma, por ejemplo: la relación que mantiene con los clientes, el manejo de los documentos derivados de los trabajos realizados, la capacidad profesional de su profesional, entre otras.

Los resultados de este trabajo servirán de precedente para investigaciones futuras en ámbitos más amplios, como pudiera ser la región Sureste o, a través de organismos nacionales, como pudiera ser la Federación de Colegios de Contadores Públicos de México, aplicarlo en todo el país para conocer la realidad nacional en esta temática. Esto sin duda per-

mitiría que organismos como este, pudieran contar con mejores estrategias nacionales para que los despachos de prestadores de servicios contables afiliados pudieran llegar a certificarse en estas normas de calidad.

Referencias

Behar R. (2008). Introducción a la Metodología de la Investigación (1er ed.). Ediciones Shalom.

Benassini, M. (2009). Introducción a la investigación de mercados (2da ed.). McGraw Hill Interamericana.

Damián L. (2007). Importancia de la Calidad en los Servicios Contables, Tesina profesional. Universidad Autónoma del estado de Hidalgo.

http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/ bitstream/handle/231104/404/Importancia%20de%20la%20certificacion%20profesional.pdf?sequence=1&isAllwed=y> [Consulta: 2 junio 2021]

Instituto Mexicano de Contadores Públicos IMCP. (2020) NCC. Norma de Control de Calidad.

http://www.ccpq.com.mx/Comisiones/MaterialComisionAF2014/8.Controldecalidad RZCOIMCPdic2011/GuiaparalaelaboraciondeunMCC.pdf> [Consulta: 20 May. 2021]

International Federation of Accountants IFAC. (2018) NICC 1. Documentación de la Norma Internacional de Control de Calidad 1.

https://www.ifac.org/system/files/publications/files/IAASB-QA-AplicaciAn-de-la-NICC1-de-Forma-Proporcional-a-la-Naturaleza-y-TamaAo-de-la-Firma-de-AuditorAa.pdf [Consulta: 15 May. 2021]

McDaniel, C. (2015). Investigación de Mercados (10ma ed.). Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Malhotra, K. (2008). Investigación de Mercados (5ta ed.). Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Red Global de Conocimientos en Auditoría y Control Interno (2018). NIA 220. Control de Calidad de la Auditoría de Estados Financieros.

https://univtabasco.sharepoint.com/sites/EstadiasMayAgo21/Documentos%20compartidos/General/Libros%20base/Proyecto%20de%20Despachos%20Contables/NIA.pdf?CT=1627768126036&OR=ItemsView> [Consulta: 15 May. 2021]

Rivero, B. D. (2008). Introducción a la Metodología de la Investigación (1era ed.). Ediciones Shalom.

Sampieri, H., & Torres, C. P. M. (2018). Metodología De La Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (1a ed.). McGraw-Hill.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 2. Emprendimiento e inversión extranjera directa como estrategia para la reducción de la pobreza laboral.

Roberto Fuentes Contreras
Karina Salinas Solis
Yadira Zulith Flores Anaya

Universidad Autónoma de Baja California

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.2

Resumen

La pobreza es una de las grandes problemáticas que enfrentamos como sociedad. Combatir la pobreza es un reto global, 783 millones de personas vive por debajo del umbral de pobreza internacional, con 1,90 dólares diarios (Organización de las Naciones Unidas, 2020). La pandemia que dio inicio en 2020 evidenció lo endeble de la situación social, en términos de acceso a salud, certeza laboral y acceso a lo indispensable una vida digna. Entre las vías que se proponen para la reducción de la pobreza, particularmente la asociada al ingreso laboral, se propone la generación de empleos mediante la atracción de inversión extranjera y fomentar el emprendimiento como acciones que permitan a las personas salir de la situación de pobreza. El objetivo de este documento es contrastar los resultados de estas dos alternativas en la variación en el número de emprendimientos. A través de un panel de datos no balanceado con efectos fijos se estima la relación y magnitud que tiene las variaciones en emprendimientos por necesidad, emprendimientos por oportunidad y el IED en el número de trabajadores en situación de pobreza laboral. Se utilizan datos para el periodo de 2005 al 2022 considerando las 32 entidades federativas de México. Los resultados muestran que la variación en la Inversión extranjera directa y el emprendimiento por necesidad se asocian con un aumento en el número de personas en pobreza laboral, mientras que los emprendimientos catalogados como por oportunidad reducen el número de personas en situación de pobreza laboral. Esto es consistente con la teoría predice. Las condiciones en las que se emprende pueden determinar el éxito del negocio y el efecto que tiene en el bienestar de la comunidad. Por su parte, la IED tiene un efecto que es consistente con empresa que buscan aprovechar los recursos locales sin efectos spillovers significativos.

Palabras clave

Emprendimientos, pobreza, Inversión Extranjera Directa

Introducción

La definición de pobreza varía según los elementos considerados para su medición. Su correcta aproximación es relevante porque se utiliza como una medida de progreso social, además, identificar las variables económicas, sociales o políticas que determinan su variación es del interés de la academia, hacedores de política pública y sociedad civil en general para el diseño de acciones que ayuden a combatirla.

Aun cuando algunos tipos de pobreza son bastante fáciles de identificar, se entiende que las privaciones que puede tener la población pueden tomar muchas formas, y no solo aquella que se refleja en ingreso (Sen, 2001). Es importante, reflexionar que la pobreza social perpetua a la pobreza económica, y que se puede reflejar desde la no libertad política, el nulo acceso a escolaridad, falta de sanidad y la precariedad laboral.

El Banco Mundial ha elaborado definiciones acerca de la pobreza, enfatizando su interés por establecer una "línea universal de pobreza" pues esto permite las comparaciones entre países. En definición de este organismo, la pobreza es "la incapacidad para alcanzar un nivel de vida mínimo" (Banco Mundial , 1990). Bajo esta métrica se establece como población en pobreza extrema aquellas personas que viven con menos de 1.90 dólares al día.

La medición de la pobreza fue desarrollada en su mayoría desde una perspectiva unidimensional, utilizando únicamente el ingreso como umbral de pobreza; esto hace más fácil la comparación entre economías, pero a su vez limita las dimensiones de pobreza que puede atravesar la población.

En México, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) se encarga de la medición oficial de la pobreza en el país, la cual corresponde a la una medida multidimensional que toma en cuenta no solamente el ingreso percibido por el hogar sino seis indicadores correspondientes a carencias sociales: rezago educativo, servicios de salud, calidad y espacios en la vivienda, alimentación, seguridad social y servicios básicos en la vivienda. Esta medición se realiza cada dos años a partir de la Encuesta de Ingreso y Gasto de los Hogares (ENIGH).

En el corto plazo, para un seguimiento de la evolución del bienestar CONEVAL construye indicadores socioeconómicos de manera trimestral; entre ellos el Índice de Tendencia Laboral de la Pobreza (ITLP), este indicador permite observar la evolución del ingreso laboral y su relación con el costo de la canasta alimentaria, de esta manera se puede calcular el porcentaje de la población que aun utilizando todo su ingreso laboral no está en condiciones de adquirir la canasta alimentaria. Esta medición es particularmente sensible a la evolución general del mercado laboral, nivel salarial, por ejemplo, en el tercer trimestre de

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

2020 el indicador subió 6.4 puntos en relación con el tercer trimestre del 2019 como consecuencia del freno de la economía consecuencia de la pandemia global.

Ante cambios en la dinámica general de la economía, los trabajadores pueden cambiar preferencias o verse orillados a tomar decisiones con respecto a su situación laboral. Los que pierden su empleo o los que ven reducido su ingreso individual o del hogar son vulnerables a una dinámica económica negativa. Lo anterior incremento los niveles de pobreza, particularmente la asociada al ingreso producto del trabajo y puede ser un detonante de nuevos emprendimientos.

Existe un interés académico creciente en la relación entre emprendimiento y pobreza debido a su impacto potencial en el desarrollo económico, la innovación y el acceso a recursos (Moradi, et al, 2020). Se ha planteado al emprendimiento como una solución para resolver la pobreza (Yunus, 1998; Álvarez y Barney, 2014) en este sentido es importante considerar factores como el acceso a los recursos financieros, el apoyo gubernamental, acceso a capacitación y el entorno empresarial en general.

Los efectos en la economía en general y en los niveles de pobreza en particular divergen según el tipo de emprendimiento y las condiciones económicas en las que se realiza, se ha estudiado lo que se conoce como el efecto Push y Pull (Nabi, et al, 2015). En momentos de alta incertidumbre o crisis económica se incrementa el emprendimiento por necesidad o pushed, mientras que en momentos de estabilidad y crecimiento económico se incrementan los emprendimientos por oportunidad o pulled.

Por otro lado, existe la postura que asocia a la Inversión extranjera Directa como un mecanismo mediante el cual se puede reducir la pobreza (Klein, et al ,2001). En términos teóricos a IED reduce la pobreza mediante los efectos spillovers, generación de empleo e inversión de capital (Magombeyi, et al, 2017). Sin embargo, los resultados empíricos han sido contradictorios, mientras algunos estudios muestran impacto positivo en alguna de las métricas de medición de pobreza (Ucal, 2014: Baradwaj, 2014, Chiatchoua, 2023), otros muestran una relación negativa entre nivel de ingreso o pobreza y los flujos de IED (Huang et al., 2010; Ali and Nishat, 2010). La generalización con respecto a la relación entre la IED y la pobreza no es posible y se acota al contexto en el que estas variables interactúan (Magombeyi, et al, 2017).

En las entidades federativas mexicanas la distribución y efecto de la IED es asimétrico, se argumenta que el norte y parte del centro del país se han favorecido económicamente de la IED en comparación con el sur debido a los diferentes grados de industrialización, nivel de productividad y dotación de capital humano (Arevalo, et all, 2011). En el mismo sentido se argumentó sobre los efectos que la IED y la pobreza. Según la

métrica que se utilice para estimar la pobreza, si se utiliza la pobreza extrema como variable dependiente se observa una relación positiva con respecto a la IED, mientras que si se utiliza la pobreza moderada la IED la relación es negativa (Chiatchoua, et al, 2023).

El emprendimiento de nuevos negocios también es una herramienta para el combate a la pobreza. La literatura muestra que personas en situación de pobreza han sido capaces de salir de esta situación mediante emprendimientos que se caracterizan por pequeñas innovaciones, modelos de negocios disruptivos, transferencia de conocimiento entre emprendedores (Si et al, 2014).

Este documento compara entre dos estrategias ampliamente implementadas para la reducción de la pobreza: el emprendimiento y el incremento en la IED. La relación entre emprendimiento y reducción de la pobreza se encuentra en el centro del debate académico. Algunos estudios argumentan que el emprendimiento es uno de los motores del crecimiento económico y disminución de la pobreza (Ramirez, et all 2017 y Bruton, et al 2015). Así mismo, se pretende identificar el sentido y magnitud de la relación, en caso de que exista, entre la pobreza laboral, emprendimiento e IED. El periodo analizado es de 2005 a 2022 con un nivel de desegregación por entidad federativa. El método utilizado será un panel de datos no balanceado con efectos fijos.

Revisión de la literatura

Sobre pobreza laboral y emprendimiento

Se han agrupado en tres diferentes líneas de investigación la relación que existe entre emprendimientos y reducción de la pobreza, cada una con supuestos diferentes. La primera, llamada perspectiva de remediación asume que dotar a las personas en situación de pobreza de los recursos indispensables para emprender un negocio es condición suficiente para que estas personas salgan de la pobreza, por lo que el énfasis se pone en el desarrollo de capacidades y acceso a financiamiento para que puedan participar en el mercado como un oferente adicional. La perspectiva reformista asume que las mismas condiciones de exclusión y desigualdad social que condiciona a las personas en situación de pobreza dificultan o inclusive impiden el emprendimiento exitoso de las personas pobres, por lo que el cambio institucional es la condición necesaria para incluir el emprendimiento como un mecanismo de movilidad social. Finalmente, la perspectiva revolucionaria parte del supuesto que el emprendimiento no es una vía de realización personal motivada por el egoísmo que busca la eficiencia económica, por el contrario, puede ser una herramienta que busca diferentes formas de organización individual o comunitaria que fomente una sociedad más justa e igualitaria (Sutter, et all, 2019).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Algunos estudios argumentan que el emprendimiento es uno de los motores del crecimiento económico y disminución de la pobreza (Ramírez, et all 2017, Bruton, et al 2015). Resaltan que el emprendimiento por necesidad se asocia con la disminución de la pobreza, pero sin quedar claro cuál es la magnitud del efecto. En contrasentido, se argumenta que los emprendimientos, particularmente aquellos iniciados por necesidad tienen bajos niveles de productividad, capital humano, planeación y acceso financiamiento y como como consecuencia son simplemente una herramienta de supervivencia y no una estrategia sostenible para resolver la pobreza (Brixiova, 2010). La mayoría de los estudios se centran en el impacto que el emprendimiento tiene en el ingreso familiar o individual, sin profundizar en el impacto que tiene las discusiones iniciales en las mediciones agregadas de pobreza (Moradi, 2020).

Se ha puesta el acento en el contexto del emprendimiento influye en los resultados del negocio y de la comunidad en la que opera. Condiciones como restricciones financieras, menor escolaridad, limitadas o nulas alternativas laborales, condiciones precarias de la vivienda, no acceso a seguridad social o salud, falta de transporte, segregación o capital social limitado (Morris, 2020) son algunas de las características bajo las cuales una persona en condiciones en situación de pobreza emprende y circunscribe el impacto que puede tener en la sociedad y en el emprendedor.

Una vez que se inicia el emprendimiento bajo estas condiciones, los nuevos negocios son generalmente intensivos en mano de obra, enfrentan mucha competencia, carecen de tecnología, son difíciles de escalar y ofrecen bienes homogéneos (Morris, 2018). Las tasas de fracaso para este tipo de emprendimiento son altas y pueden generar una antipatía ante programas públicos que tengan como objetivo financiarlos, capacitarlos e intentar incorporarlos a la economía formal. A pesar de las dificultades el 44% de las personas en pobreza extreman en zonas urbanas operan algún tipo de negocio (Benerjee and Duflo, 2011)

Sobre pobreza laboral e inversión extranjera directa

Los efectos que tiene la IED en la reducción de la pobreza se asocian a los spillovers horizontales y verticales. Los spillovers horizontales asociados al trabajo y la mejora salarial se dan a partir de la contratación y entrenamiento de trabajadores por parte de las empresas extranjeras. Consecuentemente la calidad del capital humano de la persona contratada se eleva y los salarias que reciben reflejan esta variación (Borensztein et al., 1998). Estas habilidades son aprovechadas y adaptadas por las empresas locales que contratan a la mano de obra entrenada por la empresa extranjera, mejorando la productividad de la empresa, incrementando la producción y contratando a una mayor cantidad de trabajadores (Gorg and Greenaway 2004).

Los spillovers verticales se asocia con el encadenamiento entre empresas locales y extranjeras (Meyer, 2004). El efecto de los spillovers dependerá de la capacidad de absorción de las empresas locales, si el destino de la IED son nuevas empresas o adquisición de una ya existente y la disposición de adaptar nuevas prácticas por parte de las empresas locales (Meyer & Sinani, 2009). Otro determinante de los impactos de la IED se asocia con la orientación de la empresa, si busca atender el mercado local, puede incrementarse el contenido local e insumos, si busca commodities, el beneficio se asocia a la balanza comercial y si el fin de la IED es exportar, es más probable que el beneficio se asocie a la producción de bienes complejos para el mercado global y (Chang, 2003).

La literatura muestra que la relación entre IED y pobreza es indirecta y no generalizable. Un aumento en la IED aumenta la producción, incrementa la demanda de trabajadores, sube los salarios de estos trabajadores y ello reduce la pobreza. Otra forma en la que la IED puede reducir mediante los impuestos que paga, aumentando la recaudación fiscal y aumentados el gasto público, que en teoría deberían servir para mejorar los servicios públicos básicos y financiar políticas compensatorias y de combate a la pobreza (Klein et al., 2001).

Para México el efecto de la IED sobre la reducción de la pobreza está condicionado. Se argumenta que las entidades federativas del norte del país son las que tienen un mayor beneficio económico de la IED y han logrado contener la pobreza en parte gracias este crecimiento. Por el contrario, también se argumente que la no es condición necesaria la IED como determinantes de la reducción de la pobreza (Chiatchoua, et al, 2023).

De cumplirse esta premisa de que un incremento en la IED impacte la generación de empleo y salarios relativamente altos, la pobreza laboral indicaría que el impacto de la IED se reflejaría, no considera otras dimensiones consideradas en la medición de la pobreza amplia y se asocia a bienes públicos del estado.

Metodología

Los datos utilizados para realizar las estimaciones se obtienen de cuatro fuentes principales: el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) y la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). La muestra está compuesta por los 32 estados del país mexicano con datos trimestrales para el periodo 2005-2022 con un total de 2,272 observaciones integradas en un panel de datos.

El uso de datos panel permite controlar aquellas características específicas, en este caso, de las entidades federativas que no pueden ser observadas en el tiempo y que pueden

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

estar teniendo efecto en los cambios de la pobreza laboral. Por tanto, se estima un modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios con variable dicotómica (LSDV), que es equivalente a un estimador de efectos fijos o intragrupo. Este modelo estático, toma en cuenta que las unidades transversales pueden tener heterogeneidad inobservable, que puede estar correlacionada con el termino de error. Cuando se introducen variables dummy para cada estado permite controlar esta heterogeneidad inobservable dándole a cada entidad federativa su propio intercepto. La intención de esta estimación es evaluar bajo un escenario estático el comportamiento de las variables. Dicho en otras palabras, se asume que cada estado tiene un contexto diferente al resto, las causas por la que esto sucede pueden obedecer a una diversidad de variables que son particulares de cada estado.

En el cuadro 1 se presentan los principales estadísticos descriptivos correspondientes a las variables a utilizar en el modelo especificado en la siguiente sección. La variable ITLPPersonas, hace referencia a la cantidad de personas que se encuentran en situación de pobreza laboral en un periodo de tiempo determinado según el CONEVAL. Por otro lado, el total de empleadores y autoempleados son personas que están ocupadas laboralmente en cada una de estas categorías según reporta la Encuesta Nacional de Ocupación Empleo (ENOE). La variable IEDPO, es la Inversión Extranjera Directa entre la población ocupado, el numerador de esta ratio se obtiene de la Secretaría de Economía y el denominador de la ENOE. Finalmente, la variable ITAEE es el Indicador Trimestral de Actividad Económica Estatal, el cual se publica por el INEGI.

Tabla 2.1

Estadística descriptiva de las series para todos los estados, 2005-2022

	2005				2022			
Variable	Mean	Std. Dev.	Min	Max	Mean	Std. Dev.	Min	Max
ITLP Personas	485890	415446	38262.9	1904810	680895	583818.3	66919.49	2913374
Total Empleadores	62196.64	49122.86	12690	217005	91706.5	64589.14	22241	296700
Total Autoempleados	314012.5	255422.5	39400	1159299	402433.2	351835	56160	1780399
IEDPO	3.184286	2.502523	0.4551018	10.14046	11.47721	7.634472	1.600172	32.99567
ITAEE	0.0239405	0.0452711	-0.1645338	0.1796875	0.0351837	0.0436883	-0.0707692	0.1822565

Fuente: Elaboración propia con datos de estimaciones. El número de las observaciones corresponde a las 32 entidades federativas del país.

Estos datos permiten tener una perspectiva a priori del comportamiento de los datos como son los valores mínimos y máximos en comparación con la media registrada; se toma el primer y el último año de estudio para analizar la evolución de los indicadores. En el análisis estadístico se entiende como variable "una característica de los elementos u objetos que se estudian", en ese sentido, las variable en el cuadro 1 son características de las personas o el estado, esto puede cambiar en el tiempo o en el estado estudiado, es decir no es inmutable.

En el caso de la cantidad de personas en pobreza labora, se puede observar el cambio registrado al alza entre 2005 y 2022 donde el valor medio paso de 485,890 personas en situación precaria a 680,895. Los valores mínimos y máximos nos muestran la heterogeneidad existente entre las entidades federativas.

El total de los autoempleados también ha aumentado considerablemente durante el periodo de análisis, lo mismo los empleadores, pero en menor proporción. La actividad económica estatal, representada por el ITAEE muestra poca variación, aunque positiva en su valor medio durante el periodo.

Tabla 2.2

Matriz de Correlaciones parciales

	ITLP	EMP	AUTO	IEDXPO	ITAEE
ITLP	1				
EMP	-0.2131	1			
AUTO	0.0888	0.1594	1		
IEDXPO	0.1037	-0.2282	-0.2185	1	
ITAEE	-0.2998	0.1836	0.0109	-0.0671	1

Fuente: Elaboración propia con datos de estimaciones

La matriz de correlaciones parciales presentada en la Tabla 2.2, permite conocer la relación que guardan las variables, lo cual muestra un primer escenario de reacción entre las variables. El total de empleadores e ITAEE muestran una relación negativa con el total de personas en pobreza laboral, indicando que entre mayor sea el número de empleadores y mayor sea la actividad económica en el estado, menor será la población en precariedad laboral. En el caso de los autoempleados y la Inversión Extranjera Directa, revelan una relación directa con la pobreza laboral. En todos los casos los signos son consistentes con la teoría.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Resultados

Especificación Econométrica

El modelo econométrico propuesto se basa en la contribución de la IED y los emprendimientos por necesidad y por oportunidad en la reducción de la pobreza laboral. Se comienza estimando un modelo estático con datos panel cuya especificación es la siguiente:

$$\Delta lnPL_t = \beta_1 \ln\left[AE_{it_{-1}}\right] + \beta_2 \ln\left[AE_{it_{-2}}\right] + \beta_3 \Delta\ln\left[IED_{it_{-1}}\right] + \beta_4 \Delta\ln\left[IED_{it_{-2}}\right] + \beta_5 \Delta \ln\left[EO_{it_{-1}}\right] + \beta_6 \Delta\ln\left[EO_{it_{-2}}\right] + \beta_7 \Delta \ln\left[EN_{it_{-1}}\right] + \beta_8 \Delta\ln\left[EN_{it_{-2}}\right] + \mu_{it} \quad (1)$$

Donde PL representa el número de personas en pobreza laboral como variable dependiente. La variable AE es el crecimiento interanual del Indicador de Actividad Económica Estatal, IED representa la inversión extranjera directa por trabajador ocupado en ese periodo, EO es el número de personas ocupadas como autoempleados y en el número de personas ocupadas como empleadores. Los subíndices i y t se refieren al periodo a cada una de las entidades federativas i en un momento t del tiempo. Al ser una regresión log-log, los coeficientes (β) se deben interpretar como una variación porcentual en Y dado un incremento porcentual en las diferentes variables explicativas.

Los resultados de la regresión muestran una relación negativa entre la actividad económica y la cantidad de personas en situación de pobreza laboral, por otro lado, la IED por persona ocupado muestra una relación positiva. Solo el emprendimiento por oportunidad se asocia con la reducción de personas en situación de pobreza, mientras que la clasificación de emprendimiento por necesidad incrementa a las personas en situación de pobreza laboral.

Tabla 2.3

Resultados econométricos de la ecuación (1)

RESULTADOS	Coeficiente	Desviación Estandar	t-value	Pr(>|t|)
LAG(AE,2)	-0.289618	0.053937	-5.3696*	8.89E-08
LAG(AE,1)	-0.21213	0.050993	-4.16*	3.33E-05
LAG(IED,1)	0.015599	0.034054	0.4581	0.6469445
LAG (IED,2)	0.10702	0.033647	3.1806*	0.0014939
LAG(EO,1)	-0.03857	0.011419	-3.3777*	0.0007461
LAG(EO,2)	-0.039725	0.011569	-3.4338*	0.0006083

LAG ((EN,1)	0.076772	0.024189	3.1739*	0.0015289
LAG(EN,2)	0.044546	0.022432	1.9858*	0.0472038

**Estadísticamente significativa al 95%.*

Estos resultados son consistentes con la hipótesis que propone que mayor actividad económica tiende a reducir la pobreza laboral y que la IED bajo el contexto actual no aporta a este objetivo. Por otro lado, el resultado diferenciado por tipo de emprendimiento da cuenta de lo que la teoría predice con respecto a las características del efecto pull y push. Aquellos emprendimientos que se gestan en condiciones de pobreza enfrentan retos significativos mayores para ser exitosos en términos económicos y puede profundizar las condiciones precarias del emprendedor. Adicionalmente se debe considerar que este tipo de emprendimientos pueden estar motivados para complementar el ingreso del hogar, por lo que favorecen la flexibilidad de horario o jornada reducida que permitan atender otras labores del hogar y no tienen como prioridad los ingresos del negocio.

Discusión

Los resultados de este documento apuntan a una reconsideración sobre las estrategias de promoción de la IED sin ningún tipo de matiz o condición, asumiendo que el mercado laboral ajustara los salarios a los nuevos niveles de capital por trabajador. Da pauta para considerar una política industrial que discrimine la IED, fomentar aquella que garantiza salarios competitivos y excluir aquellos proyectos que no. Esto se vuelve superlativo en la medida que se espera un incremento en los flujos de IED como consecuencia del fenómeno de "Nearshoring".

Que el emprendimiento por necesidad tenga una relación positiva con la pobreza laboral da cuenta de las condiciones adversas en las que estos proyectos se desarrollan, un resultado que no es ampliamente discutido por diversos autores que asocian a este tipo de emprendimiento con baja productividad, con restricciones de liquidez pero también con capacidad de aprender e innovar (González et al., 2018, Mungaray et al. 2007, Texis et al., 2011, Ramírez et al., 2009 y Ramírez et al. 2010). En consecuencia, se está desaprovechando el esfuerzo emprendedor como vía de movilidad social a causa de las desigualdades estructurales y/o la falta de acceso a servicios de capacitación o financieros, tal como plantea la perspectiva de remediación o reformista.

El emprendimiento por oportunidad tiene una relación negativa, esto se asocia a la identificación de oportunidades por parte del emprendedor (Acs et al., 2008; Acs et al., 2010). Que coincide con los que proponen al emprendimiento como una solución para resolver la pobreza (Yunus, 1998; Álvarez y Barney, 2014) en este sentido es importante considerar

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

factores como el acceso a los recursos financieros, el apoyo gubernamental, acceso a capacitación y el entorno empresarial en general.

Conclusiones

Combatir la pobreza laboral es central para dar legitimidad al modelo económico actual y dotarlo de viabilidad en el futuro. La pobreza laboral pareciera un oxímoron, el trabajar debería de garantizar, al menos, salir de la pobreza. Se deben confrontar las alternativas para la reducción de la pobreza laboral en función de sus resultados. Es crucial considerar la calidad de los empleos generados, promoviendo no solo la cantidad, sino también la dignidad y estabilidad en el trabajo. Las políticas orientadas a la formación y desarrollo de habilidades, así como la promoción de entornos laborales inclusivos, pueden desempeñar un papel fundamental en este sentido.

Si los proyectos de IED solo se condicionan a la generación de empleo sin considerar las remuneraciones, probablemente sea una mejor alternativa fomentar las empresas locales a pesar de que en indicadores como exportaciones o productividad no se comparen con las empresas con IED. Es decir, debemos ampliar los criterios para asignar recursos a proyecto de esto tipo. En este sentido, los encargados de la toma de decisiones deben considerar no solo los beneficios económicos inmediatos de la IED, sino también su impacto a largo plazo en la equidad salarial y la estabilidad económica de la comunidad local.

Este trabajo se realizó con agregados económicos por lo que sería pertinentes incorporar en trabajos futuros las características socioeconómicas del emprendedor como posibles determinantes de la movilidad social, así como el efecto de ecosistemas emprendedor. Otra limitante es que no se consideró ningún control considerando las políticas públicas orientadas que abonan también a la reducción de la pobreza laboral. Seria relevante examinar de cerca las políticas públicas como elementos clave en la reducción de la pobreza laboral. Evaluar cómo las medidas gubernamentales impactan en la equidad salarial, la movilidad social y la creación de empleo puede proporcionar información valiosa para diseñar estrategias más efectivas. La inclusión de variables socioeconómicas y el estudio de los ecosistemas emprendedores ampliarían la comprensión de los factores que influyen en la pobreza laboral, permitiendo abordar este fenómeno de manera más integral y efectiva.

Referencias

Alvarez, S., Barney, J. , McBride, R. y Wuebker, R. (2014). Realism in the Study of Entrepreneurship. The Academy of Management Review, 39(2), 227–231. http://www.jstor.org/stable/43699238

Arévalo, J., Herreros, O. y Sogne, B.(2011). Causas del crecimiento económico desigual de las fronteras norte y sur de México en la era del TLCAN. Revista de Economía, Facultad de Economía, Universidad Autónoma de Yucatán, 28(77), 39-39. https://doi.org/10.33937/reveco.2011.26

Borensztein, E., De Gregorio, J., y Lee, J. (1998). How does foreign direct investment affect economic growth?. Journal of international Economics, 45(1), 115-135. https://doi.org/10.1016/S0022-1996(97)00033-0

Chang H. (2003), Trade and Industrial Policy Issues, [in:] Ha Joon (eds) Rethinking Development Economics. London, Anthem Press.

Chiatchoua, C., Castillo, O. y Santibañez, A. (2023). Contribución de la IED en la reducción de la pobreza en México. Contaduría y Administración, 68(2), 384. http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.3205

González , J., Osorio , G., y Mungaray , A. (2018). La microempresa mexicana, un asunto de necesidad y no de oportunidad: el caso de Colima. Análisis económico, 33(84), 123-142. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S244866552018000300123&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Klein, M., Aaron, C., y Hadjimichael, B. (2001). Foreign direct investment and poverty reduction (Vol. 2613). World Bank Publications. https://ideas.repec.org/p/wbk/wbrwps/2613.html

Magombeyi, M. y Odhiambo, M. (2017). Foreign direct investment and poverty reduction. Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe, 20(2), 73-89.https://doi.org/10.1515/cer-2017-0013

Moradi, M., Imanipour, N., Arasti, Z., y Mohammadkazemi, R. (2020). Poverty and entrepreneurship: a systematic review of poverty-related issues discussed in entrepreneurship literature. World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 16(2), 125-152.DOI: 10.1504/WREMSD.2020.10027688

Moral-Benito, E., Allison, P. y Williams, R. (2019). Dynamic panel data modelling using maximum likelihood: an alternative to Arellano-Bond. Applied Economics, 51(20), 2221-2232. DOI: 10.1080/00036846.2018.1540854

Mungaray Lagarda, A., y Ramírez Urquidy, M. (2007). Capital humano y productividad en microempresas. Investigación económica, 66(260), 81-115. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672007000200081

Nabi, G., Walmsley, A. y Holden, R. (2015). Pushed or pulled? Exploring the factors underpinning graduate start-ups and non-start-ups. Journal of Education and Work, 28(5), pp.481–506. doi:https://doi.org/10.1080/13639080.2013.805189.

Nabi, G., Walmsley, A., y Holden, R. (2015). Pushed or pulled? Exploring the factors underpinning graduate start-ups and non-start-ups. Journal of Education and Work, 28(5), 481-506. https://doi.org/10.1080/13639080.2013.805189

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Ramírez Angulo, N., Mungaray Lagarda, A., Aguilar Barceló, J. G., y Flores Anaya, Y. Z. (2017). Microemprendimientos como instrumento de combate a la pobreza: una evaluación social para el caso mexicano. Innovar, 27(64), 63-74. https://https://www.jstor.org/stable/90002189www.jstor.org/stable/90002189

Ramírez Angulo, N., Mungaray Lagarda, A., Ramírez Urquidy, M. y Texis Flores, M. (2010). Economías de escala y rendimientos crecientes: una aplicación en microempresas mexicanas. Economía mexicana. Nueva época, 19(2), 213-230. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1665-20452010000200001&script=sci_abstract

Ramírez-Urquidy, M., Mungaray, A. y Guzmán Gastelum, N. Z. (2009). Restricciones de liquidez en microempresas y la importancia del financiamiento informal en Baja California. Región y sociedad, 21(44), 71-90. https://doi.org/10.22198/rys.2009.44.a456

Ravallion, M. (2020). On measuring global poverty. Annual Review of Economics, 12, 167-188. https://doi.org/10.1146/annurev-economics-081919-022924

Si, S., Yu, X., Wu, A., Chen, S., Chen, S., y Su, Y. (2015). Entrepreneurship and poverty reduction: A case study of Yiwu, China. Asia Pacific Journal of Management, 32, 119-143. DOI: 10.1007/s10490-014-9395-7

Sutter, C., Bruton, G. D., y Chen, J. (2019). Entrepreneurship as a solution to extreme poverty: A review and future research directions. Journal of business venturing, 34(1), 197-214. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.06.003

Texis Flores, M., Mungaray Lagarda, A., Ramírez Urquidy, M., y Ramírez Angulo, N. (2011). Aprendizaje en microempresas de Baja California. Estudios fronterizos, 12(23), 95-116. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-69612011000100005&script=sci_abstract

Yunus, Muhammad. "Poverty Alleviation: Is Economics Any Help? Lessons from the Grameen Bank Experience." Journal of International Affairs 52, no. 1 (1998): 47–65. http://www.jstor.org/stable/24357813.

Capítulo 3. Diagnóstico situacional y propuesta de mejora de la empresa “CEYSI”.

Maria Leticia Vazquez Ruíz
Jacinta Luna Villalobos
José Antonio Gómez Roblero

Carolina Cueto Dominguez Tecnológico Nacional de México, Campus Tuxtla Gutiérrez

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.3

Resumen

El presente articulo presenta la situación actual de la empresa CEYSI, sobre la posición interna y externa. El objetivo de la investigación es identificar la situación actual de la empresa y proponer estrategias de mejora. A través de la aplicación de métodos y herramientas de cuestionario, entrevista, observación directa y análisis FODA, así como, el desarrollo de las matrices EFI y EFE. El resultado obtenido fue la generación de propuestas de mejora a corto, mediano y largo plazo.

Palabras clave

Análisis, Diagnóstico, Matriz, propuesta de mejora

Introducción

El diagnóstico situacional que se realiza a una organización empresarial, es una valiosa estrategia que se debe efectuar cada cierto tiempo a una empresa sea ésta de carácter social o capitalista, por cuanto se puede conocer los problemas existentes de carácter administrativo, financiero, productivo o comercial; y de esta manera, efectuar los cambios que permita corregir sus deficiencias y mejorar su desarrollo, con el propósito de incrementar su rentabilidad, que es el propósito de todo negocio (Huilcapi, 2020). Por esta razón la investigación realizada en la empresa Componentes Equipos y Soluciones Industriales (CEYSI) que forma parte de un modelo integral de consultoría para PYMES, permite tener una guía para identificación de mejoras a su gestión, acudiendo a un diagnóstico misma que abarca las áreas más importantes de la empresa.

CEYSI es una empresa de innovación tecnológica que lleva en el mercado más de 14 años, se dedica a la comercialización, distribución y desarrollo de proyectos especiales de energía renovable, a pesar de que la empresa lleva años en el mercado, no tiene una metodología para la identificación de mejoras en la organización, partiendo de la situación real de la empresa, y de la misma forma, realizar un análisis que le permita generar propuestas de mejoras en cada una de las áreas correspondientes.

Por esta razón, se ha realizado el diagnóstico situacional, donde se logró identificar la situación real de la empresa, a través del análisis FODA, Matriz EFI y EFE, donde se generaron propuestas de mejoras a corto, mediano y largo plazo.

Revisión de la Literatura

Diagnóstico Situacional

El Diagnóstico Situacional, determina la adecuada combinación de recursos para afrontar la solución de un problema o necesidad obteniendo el máximo beneficio al menor costo y riesgo posible. Define la dirección correcta que debe tomar la organización y el conjunto de transformaciones que se deben realizar al interior de ésta para alcanzar una posición exitosa dentro del mercado. Herramienta para la toma de decisiones, la acción, el cambio y el desarrollo institucional (HUILCAPI, 2020) .

Organización y Diagnóstico

Una organización es un sistema y un diagnostico constituye una perturbación que gatillará cambios estructurales en este sistema. Esto en términos sistemáticos, quiere decir que la

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

organización se modificará al ser objeto del diagnóstico. Su estructura variará y, por lo tanto, a partir de ella serán posibles comportamientos que antes no eran tolerados y se impedirán otros, que antes podían ser considerados como naturales. Uno de los cambios más evidentes desatados por un diagnóstico, es el que dice relación con las expectativas de cambio. Este se refiere a que el hecho de que la organización, sus miembros, sea sometida a una investigación evaluativa, hace que las diferentes personas pertenecientes a la organización se preparen para cambios futuros en ella" (Rodriguez M., 2019).

Análisis y diagnóstico interno

El análisis interno es el tercer componente del proceso de planeación estratégica, se enfoca en analizar los recursos, las capacidades y las competencias de una empresa. La meta es identificar las fortalezas y debilidades de la empresa (Hill, 2019)

El diagnóstico interno para efectos de la planeación de una empresa implica que se tengan conocimientos de las áreas funcionales del negocio. En este sentido, al estudiar cada una de estas áreas se pueden detectar cuáles son las debilidades y fortalezas existentes en cada una de ellas (Mejía, 2017).

Otro estudio previo al diagnóstico lo constituye el análisis interno de la empresa. Implica mirar hacia el interior de la organización para identificar cuáles de sus recursos y de sus capacidades representan fortalezas y en cuáles se encuentran débiles (IICA, 2018).

Gestión empresarial, la innovación y la planeación estratégica

La Gestión Empresarial está condicionado al entorno en la cual se desenvuelve una empresa, este entorno la denomina fuerzas ambientales "que afectan a los gerentes y que estas pueden restringir la capacidad de maniobra". Por tanto, toda organización cualquiera fuera el producto o servicio que ofrece, deberá considerar el entorno en el cual se desenvuelve. Asimismo, estos factores ambientales "representa un papel importante al moldear las acciones de los gerentes". En ese contexto, la empresa está condicionada a un entorno externo y un entorno interno (Quispe, González , Lema, Zavala , & Coronel, 2020).

Michael Suarez en su artículo denominado Gestión Empresarial: una paradigma del siglo XXI; refiere que la gestión empresarial es aquella actividad empresarial que, a través de diferentes individuos especializados, como pueden ser: directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y de acciones, buscará mejorar la productividad y la competitividad de una empresa o de un negocio (Suarez-Espinar, 2018).

Parte de este proceso de innovación debe estar dirigida a identificar, desarrollar y explorar nuevos productos y líneas de negocio, así como nuevos enfoques que mejoren los negocios ya existentes (Phimister & Torruella , 2021)

La matriz FODA y la Matriz EFI Y EFE como herramientas del análisis

El análisis FODA es una herramienta clave para hacer una evaluación pormenorizada de la situación actual de una organización o persona sobre la base de sus debilidades y fortalezas, y en las oportunidades y amenazas que ofrece su entorno (Sánchez Huerta, 2020). Adicional, el análisis FODA es una herramienta estratégica que ofrece una visión completa de la situación de una empresa. Además, es una herramienta efectiva y de fácil aplicación (Espinoza, 2023).

En situaciones sencillas es fácil tomar decisiones, pero en la medida en que los problemas se complican, la calidad de las decisiones tiende a deteriorarse, porque la mente tiene una capacidad de análisis limitada y es aquí donde los métodos cuantitativos son útiles porque proporcionan una estructura para organizar y analizar problemas complejos. Especifican que estos no proporcionan respuestas gloriosas, sino que complementan el buen juicio, la experiencia, intuición y la valentía para dirigir. La utilización de matrices estratégicas además de la matriz FODA, entre los instrumentos prácticos, pueden utilizarse como fuente de información para elaborar estrategias en organizaciones, se encuentran la Matriz de Evaluación de los Factores Internos (EFI). Y la Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE) (Delgado , 2018).

Es importante realizar un diagnóstico, empresarial/sectorial a partir de la dirección estratégica, que permita identificar las oportunidades y amenazas del entorno, con base en las fortalezas y debilidades de empresas estudiadas, para generar y elegir estrategias que mejor beneficien en el mercado, con el fin de que se adecuen a los cambios ya las demandas que les impone su entorno. Para ello, se toma como instrumentos la implementación de matrices de análisis estratégico (MEFE, MEFI Y MIME), para obtener la posición estratégica y contribuir con el fortalecimiento del sector en la región (Lima, 2018).

La matriz de evaluación de factores externos (EFE) permite que los estrategas resuman y evalúen información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva que se encuentra en el entorno (Uribe, 2021).

La matriz de evaluación de factores internos (EFI) es una síntesis dentro del proceso de auditoría interna de la administración estratégica. Esta herramienta para la formulación de estrategias sintetiza y evalúa las fortalezas y debilidades más importantes encontradas en

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

las áreas funcionales de una empresa y también constituye la base para identificar y evaluar las relaciones entre estas áreas (Uribe, 2021)

Metodología

La hipótesis de la investigación que se postuló fue el siguiente: Un diagnóstico situacional permitirá a la empresa identificar las propuestas de mejora a corto, mediano y largo plazo. Para la comprobación de la hipótesis se aplicó una metodología cualitativa utilizando técnicas de recolección de datos como cuestionarios, la observación directa y la entrevista. Las técnicas de entrevistas y cuestionarios se aplicaron a directivos y colaboradores de la empresa. La técnica de observación directa se realizó en los procesos y áreas correspondientes.

Se establecieron las variables independientes y dependientes que sustentaron la hipótesis de la investigación, los cuales son los siguientes:

Variable independiente: diagnóstico situacional.

Variable dependiente: Propuestas de mejora a corto, mediano y largo plazo.

Este proyecto se desarrolló con base al análisis situacional en la empresa "CEYSI Componentes Equipos y Soluciones Industriales" durante el semestre enero-junio 2023.

La metodología de la investigación llevada a cabo para este proyecto fue la siguiente:

1. Identificación del área en donde se desarrolló la investigación, fue en todas las áreas de la empresa.
2. Una vez ubicadas, las áreas se pudo elaborar la valoración en la que se encontraba la empresa, a través de un análisis FODA, mediante las técnicas aplicadas a los directivos y colaboradores de las diferentes áreas de la empresa, así como la observación directa de los procesos correspondientes.
3. Posteriormente con los datos obtenidos del análisis FODA, se desarrollaron las matrices EFI y EFE.
4. Finalmente se diseñaron las propuestas de mejora a corto, mediano y largo plazo.
5. Estas propuestas fueron presentadas al director y administrador general de la empresa, llegando al acuerdo de iniciar con la implementación de tres propuestas a corto plazo en el período agosto-diciembre de este año. Dejando para el año 2024 las demás.

6. Las propuestas que se iniciaron en el semestre agosto-diciembre del 2023 fueron:

a. Implementación de las 5S en toda la empresa de acuerdo con las normas mexicanas de seguridad y salud en el trabajo.

b. Formulación de reportes de almacén de los sobrantes utilizados en proyectos para ser aprovechados o donados.

c. Documentación y seguimiento del procedimiento de control de inventario en el software propio de la empresa CEYSI.

Resultados

Se analizó la situación en la que se encuentra la Empresa CEYSY en el período enero-junio del 2023, utilizando herramientas como las entrevistas, encuestas y la observación directa de todos los procesos de la empresa, Matriz FODA, Matriz EFE, Matriz EFI. El análisis FODA descrito a continuación se obtuvo gracias a la observación directa, entrevistas a los altos funcionario y encuestas a los empleados, enfocándose sólo hacia factores claves donde resaltan las fortaleza y debilidades.

Figura 3.1

FODA de las áreas de las empresas



Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Una vez elaborada la matriz FODA que enlistan los factores internos y externos que influyen en el desempeño de la empresa "CEYSI", el siguiente paso fue evaluar la situación interna de la empresa con una matriz de evaluación de factores internos (EFI).

Figura 3.2

Matriz de Factores Externos.

MATRIZ DE FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA "CEYSI"				
Factores internos clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Fortalezas				
1.	Certificación EC0586	5%	3	0.15
2.	Proporciona asesoría a los clientes	5%	3	0.15
3.	Maneja productos durables	20%	4	0.8
4.	Tiene convenio con 7 marcas	5%	4	0.2
5.	Los colaboradores comparten tareas	15%	4	0.6
Debilidades				
1.	No hay manuales de operación y de procedimientos	10%	1	0.1
2.	No hay señalizaciones contra accidentes	5%	2	0.1
3.	No hay capacitación del personal	10%	2	0.2
4.	No hay control en los almacenes	15%	1	0.15
5.	No hay indicadores de productividad	10%	2	0.2
Total		**100%**		**2.65**
			Balance Positivo	

En la Figura 3.2 Matriz de Factores Internos, se presenta un ejemplo de una matriz EFI para la empresa "CEYSI". Se puede observar que sus mayores fortalezas son: que maneja productos durables, tienen convenio con 7 marcas y sus colaboradores comparten tareas. La debilidad más importante que tiene, es que no tiene manuales de procesos, procedimientos y de operación. Sin importar cuantos factores se incluyan en una Matriz EFI, la puntación ponderada total puede abarcar de un mínimo de 1.0 hasta un máximo de 4.0, donde el 1.0 es irrelevante y el 4.0 se evalúa como muy importante (Delgado , 2018, pág. 3). Con una puntuación promedio de 2.5 son características de organizaciones con grandes debilidades internas, mientras que las puntuaciones muy superiores a 2.5 indican una posición interna fuerte (Uribe, 2021). En este caso la empresa "CEYSI" obtiene una puntuación de 2.65 lo que indica que está por encima del promedio en cuanto a su fortaleza interna, por lo que tiene una posición interna fuerte.

Para complementar el análisis de la empresa se presenta a continuación una matriz de factores externos (EFE). Una matriz de factores externos (EFE) permite que los estrategas y evalúen información económica, social, demográfica, política, gubernamental, legal, tecnológica competitiva (Uribe, 2021).

Figura 3.3

Matriz de Factores Externos.

MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS DE LA EMPRESA "CEYSI"				
Factores externos clave		Importancia Ponderación	Clasificación Evaluación	Valor
Oportunidades				
1.	Adaptabilidad a proyectos nuevos	20%	4	0.8
2.	Desarrollo de nuevos productos	5%	4	0.2
3.	Alianzas estrategicas	15%	4	0.6
4.	Licitaciones gubernamentales	5%	3	0.15
5.	Certificaciones	5%	3	0.15
Amenazas				
1.	Elevación de costos con proveedores	10%	2	0.2
2.	Crecimiento de la competencia	10%	2	0.2
3.	Retención de talentos	5%	1	0.05
4.	Atrasos en los pedidos	15%	2	0.3
5.	Pandemias	10%	2	0.2
Total		**100%**		**2.85**
			Balance Positivo	

En la Figura 3.3 Matriz de Factores Externos, se presenta la matriz EFE para la empresa "CEYSI". Se puede observar que sus mayores oportunidades son: la fácil adaptación a la producción de productos nuevos, ya que siempre está en constante innovación produciendo nuevos productos y las alianzas estratégicas que tiene. Sin importar el número de oportunidades y amenazas claves incluidas en una Matriz EFE, el valor ponderado más alto posible para una empresa es de 4.0 y el más bajo posible es de 1.0, esta ponderación equivale a que 4.0 es una respuesta considerada superior, 3 es superior media, 2 una respuesta de término medio y 1.0 una respuesta mala (Delgado , 2018, pág. 4). El valor ponderado total promedio de 2.5. Un puntaje de valor ponderado total de 4.0 indica que una empresa responde de manera sorprendente a las oportunidades y amenazas presente en su sector (Uribe, 2021). En este caso la empresa "CEYSI" obtiene una puntuación de 2.85 lo que indica que está por encima del promedio, por lo que tiene una posición externa fuerte.

Propuestas a corto plazo:

1. Elaboración de su manual de organización en donde se actualice su organigrama y la descripción de puestos.
2. Diseño de manuales de procedimientos y de operación con estandarización de formatos.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

3. Implementación de las 5S en toda la empresa de acuerdo con las normas mexicanas de seguridad y salud en el trabajo.
4. Alianzas con repartidores de la región para la distribución de productos ligeros.
5. Formulación de reportes de almacén de los sobrantes utilizados en proyectos para ser aprovechados o donados.
6. Asignación de formatos para resguardo de herramientas y activo fijos.
7. Documentación y seguimiento del procedimiento de control de inventario en el software propio de la empresa.

Discusión

Iniciar como punto de partida un diagnóstico situacional en la empresa "CEYSI", fue muy importante, ya que indica el camino a seguir para resolver los problemas que tiene y presentar las propuestas que permitirán a la empresa seguir el camino hacia la competitividad y el éxito. Los resultados obtenidos en el diagnóstico empresarial, a partir del análisis interno y después identificar y priorizar los factores claves de éxito, muestran que estas organizaciones están fortalecidas en todas sus áreas funcionales (Lima, 2018). De acuerdo con el análisis situacional realizado a través de las matrices FODA, EFI y EFE, se pudieron identificar los factores tanto internos como externos que permitieron conformar un cuadro sobre la situación actual de la empresa, a la vez que estas herramientas establecen la pauta a seguir, estableciendo propuestas que, una a una irá resolviendo las debilidades y amenazas, convirtiéndolas en áreas de oportunidad a través de futuras investigaciones.

Actualmente se han iniciado la implementación de las propuestas que son las siguientes.

- Durante el semestre agosto-diciembre se trabajó con alumnos residentes de la carrera de Ing. En Logística con la identificación y costeo de los sobrantes de materiales utilizados en los proyectos y en la ubicación y control de los inventarios.
- En el mismo semestre se realizó para la implementación de las 5'S y se le presentaron las propuestas a la empresa con alumnos de la carrera de Ing. Industrial.
- Para el año de 2024 se planea diseñar el manual de organización de la empresa con alumnos de la carrera de Ing. En Gestión Empresarial.

Se considera que el diagnóstico situacional que se realiza a una organización empresarial es una valiosa estrategia que se debe efectuar cada cierto tiempo a una empresa, sea ésta de carácter social o capitalista. (Huilcapi, 2020).

Conclusiones

Este proyecto de investigación se presenta en su primera fase, formando parte de un Modelo Integral de Consultoría para la empresa "CEYSI". Se realiza el diagnóstico situacional como fase inicial para conocer la problemática de la empresa en sus áreas más importantes como son: ventas, compras, servicios e incluyendo la misma gerencia de la empresa. Derivado de este diagnóstico se presentan las propuestas cuyas soluciones pueden abarcar de dos a cinco años en la vida de la empresa. Esto puede ser una limitación del proyecto, debido a que el empresario acostumbrado a tomar decisiones rápidas lo considere mucho tiempo.

Referencias

Delgado , V. (2018). Matrices EFI y EFE. entro Internacional de Casos Tecnológico de Monterrey, 1-2. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://cic.itesm.mx/DocumentosPrincipalAlumno/80e1373f-5a14-e8ea-aa85-76e0c4e7b468.pdf

Espinoza, R. (2023). La matriz de análisis DAFO (FODA). Obtenido de https://robertoespinosa.es/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/

Hill, C. W. (2019). Administración estratégica. Un enfoque integral. México: Cengage Learning, Inc.

HUILCAPI, S. (2020). Importancia del diagnóstico situacional de la empresa. Revista Espacios, 12.

Huilcapi, S. (2020). Improtancia del diagnóstico situacional de la empresa. ESPACIO, 22.

IICA. (2018). El análisis interno y externo. San José Costa Rica: CREATIVE COMMONS.

Lima, S. S. (2018). l sector farmaceutico, eje de desarrollo estratégico. Innovar, 149-166.

Mejía, H. E. (2017). El diagnóstico interno. Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia.

Morales , G. H. (2017). La estandarización. La estandarización es toda una revolución industrial en sí misma. . México: capacitación y consultoria estratégica, 1-2.

Phimister , A., & Torruella , A. (2021). EL LIBRO DE LA INNOVACIÓB, GUÍA PRÁCTICA PARA INNOVAR EN TU EMPRESA. Rambla de Catalunya: Gen Innovación .

Portugal, V. (2017). Diagnóstico Empresarial. Colombia: Fondo Editorial Areandino.

Quispe, G., González , M., Lema, M., Zavala , J., & Coronel, J. (2020). Contabilidad, Costos y Finanzas en las empresas. Riobamba, Ecuador: GCPI/Unach.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Rodriguez M., D. (2019). Diagnóstico Organizacional. Santiqago de Chile: Ediciones UC.

Sánchez Huerta, D. (2020). Análisis FODA o DAFO. Vizcaya: Bubok Publishing S.L.

Suarez-Espinar, M. (2018). GestiónEmpresarial: una paradigma delsiglo XXI. Revista científica CienciasEeconómicas y emprsariales, 3(8), 44-64. Obtenido de http://fip-caec.com/ojs/index.php/esFIPCAEC

Uribe, M. (2021). Administración estratégica. Bogotá: Ediciones de la U.

Capítulo 4. Propuesta de un plan estratégico de producción para la empresa MéxicoLed Technology S.A de C.V.

Yaneth Abril Espinosa Corzo
Jacinta Luna Villalobos
Gilberto Hernández Cruz
José Antonio Gómez Luna

Tecnológico Nacional de México, Campus Tuxtla Gutiérrez

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.4

Resumen

Este proyecto contiene la planeación estratégica de los procesos de producción de la empresa "MéxicoLed". El objetivo es proponer un plan estratégico que permitirá a la empresa estandarizar tiempos y procesos de producción, aplicando las siguientes herramientas: la observación directa, la entrevista, el análisis FODA y Lean Manufacturing. Los resultados presentados son: la ubicación y clasificación de los materiales en el almacén, la reubicación de áreas de producción y una matriz de producción.

Palabras clave

Estandarización, Lean Manufacturing, matriz de producción, Planeación estratégica y suministros

Introducción

La investigación realizada en la empresa MéxicoLed Technology S.A de C.V forma parte de un modelo integral de consultoría para PYMES en sus fases 1, misma que abarca las áreas más importantes de una empresa. "MéxicoLed" es una empresa de innovación tecnológica que lleva en el mercado 20 años, dedicada a la fabricación de productos leds en aplicaciones diversos como tableros electrónicos, preciador led para gasolina, etc.

A pesar de que la empresa lleva sus años en el mercado, no tiene documentado el proceso de producción, así como la identificación documentada de la lista de materiales, componentes y subcomponentes de cada uno de sus productos, ni la estandarización del proceso de producción identificando las áreas que la integran.

Una vez realizado el diagnóstico, se generaron propuestas y una de ellas con mayor prioridad fue la creación de una matriz de procesos para la cual se estudió y analizó el proceso productivo de la empresa para su estandarización y mejora.

La estandarización es la base de la productividad, la calidad y el trabajo continuo. Al permitir estandarizar la productividad se eleva en el trabajo (Morales, 2017).

Por lo anterior el objetivo de la investigación es la realización de una matriz de procesos.

El punto de partida es la identificación de la lista de materiales. La lista de materiales es la descomposición a detalle de todos los ensambles, sub – ensambles, partes y materiales que compone el producto y las cantidades de cada uno de estos, presentados de una forma estructurada. (Gómez Gómez & Brito Aguilar, 2020), como muestra se tomó el producto denominado "Preciador led para gasolineras", posterior a ello se identifican las fases y áreas que se involucran en el proceso de producción. Para la identificación de los componentes del producto se realizaron entrevistas y se aplicó la metodología 5´S para lograr ubicar las áreas. Se visitó a la empresa para presenciar el proceso de producción del preciador que anteriormente manejaba la empresa en el área de producción. Se presentó a la empresa el plan estratégico de producción.

Revisión de la Literatura

Dirección de la Producción

El área de producción puede definirse como aquella parte de la organización que se encarga de la transformación de los factores productivos (inputs) en productos (outputs). La dirección de la producción abarca un campo de actividades realmente complejo: diseño,

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

ingeniería, compras, fabricación, calidad y logística. (Fernandez Sanchez , Avellana Camero , & Fernandez Barcala , 2020)

Plan maestro de producción.

El plan maestro de producción consiste en la relación de las cantidades de los distintos productos terminados que va a fabricar la empresa en periodos futuros. El horizonte temporal es considerado menor que para el plan agregado, ya que el periodo contemplado es típicamente trimestral o cuatrimestral. (Garcia Arca, Prado Prado, & Fernandez González, 2020)

La cadena de suministro

La administración de la cadena de suministro implica la gestión de los sistemas de producción de un producto o generación de servicios, donde es necesario esquematizar los elementos, etapas, redes de almacenamiento, traspasos, distribución, etc. Que la componen para la entrega final al cliente a fin de lograr una mayor comprensión. (Mejia Trejo, 2023)

La planeación de la logística y la cadena de suministros.

Una cadena de suministro está formada por todos aquellos procesos involucrados de manera directa o indirecta en la acción de satisfacer las necesidades del consumidor. La cadena de suministros incluye a los proveedores, los almacenes, la línea de producción, canales de distribución, mayoristas, minoristas y el consumidor final. (Mejia Trejo, 2023)

Los procesos de una cadena de suministros:

- Planeación: consta de los procesos necesarios para operar estratégicamente. Aquí se determina en que forma satisfacer anticipadamente la demanda con los recursos disponibles.
- Fuente: Comprende la selección de los proveedores; la recepción de envíos, verificarlos, transferirlos a las instalaciones de manufactura y autorizar el pago a proveedores.
- Manufactura: Es en donde se fabrica el producto o se proporciona el servicio principal. Aquí se requiere programar procesos para trabajadores y coordinar el material.
- Entrega: Se conoce como procesos de logística. Se selecciona transportistas para mover productos a almacenes y clientes.

- Devolución: Comprende procesos para recibir productos desgastados, defectuosos y excedentes que envían los clientes, así como dar apoyo a los clientes que tengan problemas con productos entregados (Mejia Trejo, 2023)

Sistema electrónico de control de existencias

Algunas empresas, tales como las tiendas minoristas que venden una gran variedad de productos, pueden encontrar útil el disponer de un control electrónico de existencias. La computadora rastrea cuáles artículos se venden mediante el registro de los códigos de barra en el mostrador. Para ello su negocio necesita adquirir software de control de existencias, como el de un sistema de punto de ventas o un programa de gestión de existencias computarizado específico y un escáner de código de barras. Se escanea los productos cuando se les recibe y se le escanea de nuevo cuando se les vende o transfiere (Oficina Internacional del trabajo, 2016).

Introducción a la logística

El sistema logístico tendrá como objetivo conseguir el mejor rendimiento integral; compatibilizando la utilización de las inversiones en maquinaria y equipos, con la eficiencia de la mano de obra y las inversiones en stock.

Deberá coordinar los pedidos de los clientes con las previsiones, y a actividades correspondientes a compras, programación y entregas de los proveedores, gestión de las existencias, transportes internos y externos, recepción de materiales, programación y control de avance de la producción, almacenes y depósitos, embalaje y distribución de productos terminados y disponibilidades financieras (Boero, 2020).

Sistema Lean Manufacturing

Se puede definir como un proceso continuo y sistemático de identificación o eliminación del desperdicio o excesos, entendiendo como exceso toda aquella actividad que no agrega valor al proceso, pero si costo y trabajo. Radica en descubrir continuamente las oportunidades de mejora (Socconini, 2019).

Técnicas del Sistema Lean Manufacturing.

Las herramientas Lean constituyen un gran avance para la implementación de las mejoras en los procesos que generen valor en una empresa.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

- **Técnica de las 5´S:** Constituyen una disciplina para lograr mejoras en la productividad del lugar del trabajo mediante la estandarización de hábitos de orden y limpieza.
- **Control Visual:** Se relaciona con simples señales y de audio que se identifican y entienden fácilmente. Esta información se puede utilizar para identificar, instruir o indicar que existe una condición normal o anormal y que se puede requerir de alguna acción.
- **Kanban:** Es un sistema de información visual que indica a los operadores cuando iniciar una actividad de producción. (Socconini, 2019)

Lista de materiales.

La lista de materiales es la descomposición a detalle de todos los ensambles, sub – ensambles, partes y materiales que compone el producto y las cantidades de cada uno de estos, presentados de una forma estructurada. El BOM es el elemento clave del MRP, dado que a través de éste se compone la demanda dependiente de cada parte en relación con el producto padre o demanda independiente. (Gómez Gómez & Brito Aguilar , 2020)

Diagrama del flujo del proceso.

El diagrama de flujo del proceso se refiere a la creación de un diagrama visual para describir un proceso de transformación. Cuando se incluyen las mediciones del proceso, puede ayudar a identificar la manera en la que puede mejorarse el proceso de transformación cambiando alguno o la totalidad de los elementos (materia prima, diseño del producto o servicio, diseño del puesto de trabajo, pasos del procesamiento utilizados, información de control administrativo, equipo o herramientas, proveedores) (Schroeder, Goldstein, & Rungtusanatham, 2011).

Planificación de la capacidad

La planeación y el control de la capacidad implican el establecimiento, la medición, el seguimiento y el ajuste de los límites o niveles disponibles de un sistema, con el objeto de facilitar una ejecución fluida de todos los programas de fabricación, la planeación de materiales y el control de las actividades. Planear la capacidad es un proceso para determinar los recursos humanos, instalaciones, maquinaria, equipo y demás recursos físicos necesarios para cumplir con los objetivos de producción de una empresa (Gómez Gómez & Brito Aguilar , 2020).

Metodología

La hipótesis de la investigación que se postuló fue el siguiente: Un plan estratégico de producción permitirá a la empresa estandarizar tiempos y procesos de producción. Para la comprobación de la hipótesis se aplicó una metodología cuantitativa y cualitativa utilizando técnicas de recolección de datos como la encuesta, la observación y la entrevista.

Se establecieron las variables independientes y dependientes que sustentaron la hipótesis de la investigación, los cuales son los siguientes:

Variable independiente: Plan estratégico de producción

Variable dependiente: Estandarización de tiempos y procesos de producción.

Este proyecto se desarrolló con base a la planeación estratégica de la logística de producción y la cadena de suministros en la empresa "MexicoLed Led" durante el año 2022.

La metodología propuesta para este proyecto de investigación fue la siguiente:

- Identificación del área en donde se desarrolló la investigación, dentro de las instalaciones delimitando únicamente el área de producción.
- Una vez ubicado el área de producción se pudo elaborar la valoración en la que se encontraba el área, a través de un análisis FODA mediante entrevistas a los empleados y observación del proceso de producción.
- Posteriormente se seleccionaron las herramientas de Lean Manufacturing que se aplicarían para ayudar a la propuesta de planeación estratégica. Considerando la aplicación de las técnicas de las 5S, SMED, técnica de estandarización y control visual.
- Como punto de partida se realizó una clasificación y ubicación de los materiales existentes en el almacén, debido a que es el una de las áreas más importantes para el inicio del proceso de producción.
- Se llevó a cabo una reubicación de áreas de acuerdo a las secuencias de los procesos productivos.
- Se realizó una entrevista al jefe de producción con el fin de conocer a detalle cada etapa del proceso de producción, determinando la lista de requerimientos para los productos fabricados, ficha técnica, matriz de procesos, lista y matriz de materiales y control de calidad dando como resultado una matriz general que se le denominó "Matriz de producción".

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Resultados

Para desarrollar el plan estratégico que permita estandarizar tiempos y movimientos en primer lugar se determinó mediante un análisis FODA si la empresa contaba con las herramientas y personal adecuado para estandarizar los procesos y tiempos de producción.

Los resultados que arrojó el análisis FODA realizado al proceso de producción se describen en la siguiente tabla:

Tabla 4.1

FODA área de producción



Como resultado del análisis se determinó que la empresa no contaba con los procedimientos de los procesos de producción documentados, pero si tenía el personal capacitado para realizarlos, lo que facilitó la formulación de la matriz de producción.

Como punto de partida para la aplicación de la herramienta de Learn Manufacturing, fue necesario identificar las áreas de Investigación, una vez identificadas, se procedió con la reubicación de las mismas con la finalidad de ayudar en la estandarización de los procesos.

Con la ayuda de la herramienta de las 5S se ubicaron y clasificaron los materiales existentes en el área de almacén.

Figura 4.1

Clasificación y ubicación de materiales de inventario.



Mediante la utilización de la herramienta de las 5S se reubicaron las áreas de trabajo de acuerdo con la secuencia del proceso de producción de un producto. (Figura 4.2 y 4.3 el antes y después respectivamente)

Figura 4.2

Identificación de áreas



Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 4.3

Reubicación de áreas

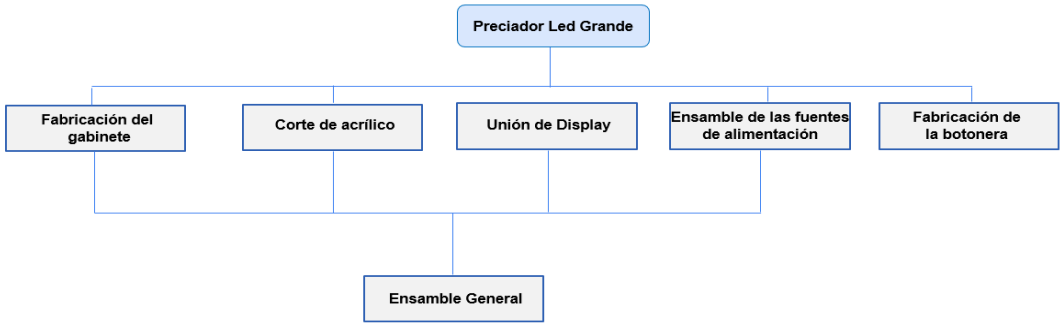


Mediante la técnica de SMED, estandarización y control visual se estructuró una herramienta denominada matriz de producción que le permitirá a la empresa estandarizar el proceso de producción, que contiene lo siguiente: ficha técnica, matriz de procesos, matriz de materiales, control de calidad y matriz general de procesos.

Se determinaron y estandarizaron en cada etapa del proceso de producción los tiempos y movimientos eficientes, eliminando tiempos muertos y desfaces de procesos. A continuación, se presentan las etapas del proceso de producción del producto y los componentes de la matriz de producción:

Figura 4.4

Proceso de producción del preciador led grande



Como muestra se presenta únicamente el proceso de fabricación de gabinete.

Ficha técnica

La ficha técnica contiene los datos técnicos del producto.

Tabla 4.2

Ficha Técnica

PRECIADOR LED GRANDE	
Dimensión	70cm x 144cm x 4cm
Tipo de led	SMD
Cantidad de led	1245 u
Distancia de velocidad optima	Hasta 150 metros.
Color de led	Monocolor Blanco
No. Dígitos	4 dígitos y 1 punto decimal
Luminosidad total	5,300 Lm
Dimensión de dígitos	48 cm de alto y 25 cm de ancho
Temperatura de calor	6,000 - 7,000 K
Potencia máxima	88.70 w
Potencia promedio	53.55 w
Voltaje de operación	110/220 VAC
Fuentes de alimentación	24 VCD 5 A 5 VCD 3 A
Temperatura de operación	- 25° ~ 85° C
Humedad máxima	85% humedad
Garantía	1 año
Tiempo de vida útil	3 - 5 años
Conectividad	Vía radio frecuencia
Peso	9.500 kg
Material del gabinete	Aluminio y acrílico
Angulo de visibilidad	120°
Aplicación	Gasolineras, gaseras, estaciones de servicio

Matriz de procesos

La matriz de procesos contiene los procesos con los tiempos estandarizados y los recursos humanos requeridos para la fabricación de un producto, así como su diagrama de flujo respectivo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 4.3

Fabricación del gabinete

PRECIADOR LED GRANDE			
Inspector:		Fecha:	
No.	Actividad: Fabricación del gabinete	Tiempo	No. Personas
1	Cortar la hoja de aluminio para el gabinete (2pz/ hoja)	40min	1
2	Lijar el corte de aluminio	30min	1
3	Lavar la placa de aluminio	10min	1
4	Secar la placa de aluminio	10min	1
5	Marcar los dobleces	15min	1
6	Doblar la placa de aluminio	30min	1
7	Colocar bases de latón y tornillos	10min	1
8	Pintar el gabinete	15min	1
9	Hornear el gabinete	45min	1
10	Colocar los dos ventiladores	20min	1

Imagen 4.5

Matriz de procesos

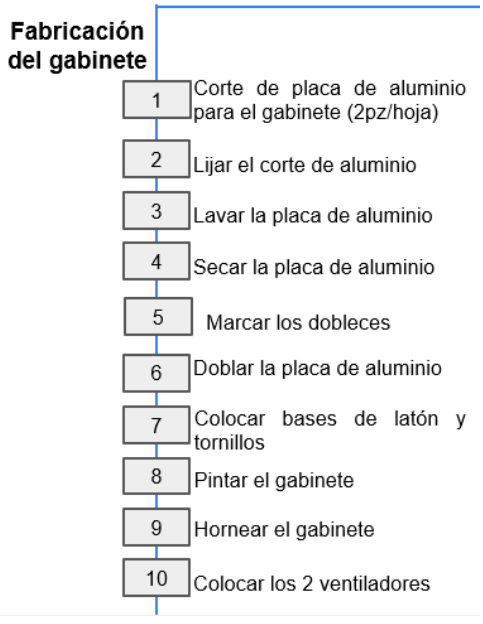
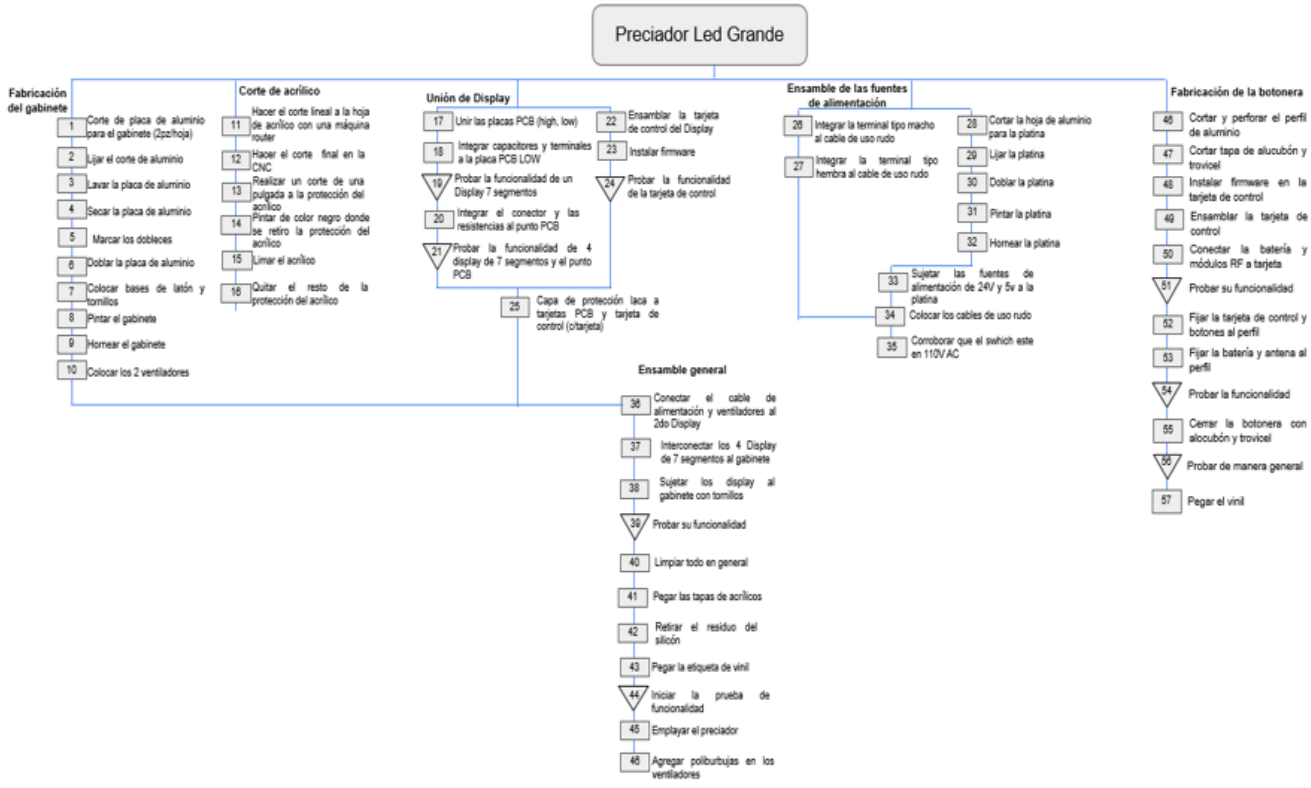


Diagrama de flujo general

El diagrama de flujo general indica todos los procesos para la fabricación de un producto.

Figura 4.6

Diagrama de flujo general



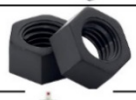
Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Matriz de materiales

La matriz de materiales contiene los materiales necesarios para la fabricación de un producto, como son imagen, nombre, características y cantidad del material.

Imagen 4.7

Matriz de materiales

Imagen	Materiales	Características	Cantidad
Fabricación del gabinete			
	Hoja de aluminio	Medida: 1495cm x 756 cm; Sin dobles	1
	Bases de latón	Material: Latón	34
	Tornillos autoroscables	Medida interna: 3 mm x 9 mm; medida: 1 1/4" código: 06B046	8
	Tornillo	Medida: 1/8 plg.; tipo: Estufa combinada galvanizada	68
	Tuerca hexagonal	Modelo interno: M 2.5	8
	Pintura negra electrostática	Tipo: electrostática	100g
	Ventilador de 24V	Modelo: 510-740 Medida: 4 pulgadas; Voltaje: 24V; Plástico: 80mm	2

Matriz de control de calidad

La matriz de control de calidad involucra la secuencia de todos los procesos de producción indicando el proceso, fecha, hora, nombre del operador y observaciones.

Imagen 4.8

Matriz de control de calidad

PRECIADOR LED GRANDE					
N°	PROCESO	SI	FECHA/HORA	NOMBRE DE OPERADOR	OBSERVACION
10	Verificación de empaque con base al manual de operaciones n°__				
9	Prueba de vibración y lluvia (si aplica) con base al manual de operaciones n°___				
8	Verificación especifica parte mecánica se considera finalizado el ensamble total. Revisión con base al manual de operaciones n°				
7	Prueba 2 de funcionalidad final con base al manual de operaciones n°__				
6	Prueba 1 funcionamiento con base al manual de operaciones n°__				
5	Verificación especifica parte electrónica con base al manual de operaciones n°__				
4	Verificación especifica parte eléctrica con base al manual de operaciones n°__				
3	Ensamblado completo (Eléctrico y mecánico)				
2	Gabinete completo terminado				
1	Lista de materiales completa				

Se espera que mediante la utilización de la matriz de producción se estandaricen los tiempos y procesos de producción. Si bien es cierto que actualmente se investigó únicamente un producto, se pretende replicar el modelo con todos los productos que fabrica la empresa, de tal forma que en el futuro se contemple como resultado una estandarización y reducción de tiempos en los procesos de producción.

Discusión

La empresa "México Led" tiene problemas respecto al proceso de producción, pero esas deficiencias son áreas de oportunidad que una vez subsanadas lograrán que la empresa reduzca los requerimientos de sus recursos humanos, materiales y financieros. Según César Mayorga Abril, si la empresa logra identificar y tecnificar los procesos, incrementará la producción de manera considerable y consecuentemente su productividad y será más competitiva (Abril, 2015). La empresa produce una diversificación de productos de Leds, pero a pesar de ello,

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

el proceso de producción de cada uno es similar. Por lo que la propuesta es estandarizar la matriz de producción de cada producto o por lo menos los productos más importantes. De acuerdo con Fernando Ceballos, es necesario desarrollar una capacitación en estandarización y analizar mejor la distribución física de las máquinas de producción para mejorar el flujo de materiales de una empresa. (Sánchez, 2015). La matriz de producción como ya se mencionó tiene varios componentes básicos para la estandarización, mediante su uso la empresa tendrá una planeación estratégica desde el momento que el cliente lo solicite hasta su entrega. Esto permitirá a la empresa identificar tiempos de entrega, los materiales requeridos y la supervisión durante todo el proceso de producción, evitando demoras, desperdicios y tiempos muertos.

Conclusiones

Los resultados que presenta este proyecto son: la ubicación y clasificación de los materiales en el almacén, la reubicación de áreas de acuerdo con el proceso de producción y sobre todo la matriz de producción, productos que permitirán a la empresa desarrollarse estratégicamente y ser competitiva. Si bien es cierto que esta investigación lleva un año, aún no está terminada, aunque se ha desarrollado la matriz de producción de casi todos los productos fabricados por la empresa todavía falta mucho por hacer. Este proyecto únicamente contempla la parte de planeación estratégica del proceso de producción y continúa en su fase 2 con otro proyecto futuro, que es la comprobación de los productos propuestos y su utilización en el proceso de producción, es decir la efectividad de éstos mismos y la demostración del ahorro de los recursos humanos, materiales y financieros.

Se espera que, en el futuro, mediante la aplicación del modelo de la matriz de producción la empresa logre mejorar su proceso de producción.

Referencias

Abril, C. M. (2015). procesos de producción y productividad en la industria de calzado Ecuatoriana: caso Empresa MABELYZ CASE. *Revista ECA sinergia* , 13.

Boero, C. (2020). *Introducción a la logistica* . Cordoba, Argentina: Universitas editorial Cientifica Universitaria .

Fernandez Sanchez , E., Avellana Camero , L., & Fernandez Barcala , M. (2020). *Administración de la producción: enfoque estrategico.* Difusora Larousse - ediciones Pirámide .

Garcia Arca, J., Prado Prado, J. C., & Fernandez González, A. J. (2020). *Fundamentos de la Gestión de Producción* . España: Dextra.

García Pérez, C. (2017). Desarrollo de flujos logísticos de una empresa de venta y transformación de materiales de aislamiento acústico. *Universidad Politécnica de Madrid*, 12.

Gómez Gómez, I., & Brito Aguilar , J. G. (2020). *Administración de Operaciones.* Ecuador: Uide Univesidad Internacional del Ecuador Guayaqui.

Gonzalez Miranda, J. (2016). Estudio de logística y cadena de suministros basada en Arquetipos. *Universidad Autónoma de México*, 66-67.

Mejia Trejo, J. (2023). *Fundamentos de Cadena de Suministros Teórias y aplicaciones.* Zapopan, Jalisco: AMIDI.

Morales , G. H. (2017). La estandarización. La estandarización es toda una revolución industrial en sí misma. . *México: capacitación y consultoria estratégica*, 1-2.

Oficina Internacional del trabajo, d. d. (2016). Compras y control de existencias. *IMESUN*, 67.

Sánchez, P. (2015). Análisis del proceso productivo de una empresa de confecciones: modelación y simulación. *ciencia e ingeniería neogranadina*, 10.

Schroeder, R. G., Goldstein, S. M., & Rungtusanatham, M. J. (2011). *Administración de Operaciones.* México: Mc Graw Hill.

Socconini, L. (2019). *Lean Manufacturing: Paso a Paso.* Barcelona: Marge Books.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 5. Análisis sobre el modelo de la Nueva Escuela Mexicana y la educación en México. Opinión de los docentes.

Angélica Pérez Arredondo
Guadalupe Lima Rojas
Rafael Hernández González
Gabriela Alejandra Ríos Zúñiga

Colegio De formación Educativa TENAM

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.4

Resumen

El presente estudio analiza la percepción y experiencia de los docentes sobre la Nueva Escuela Mexicana (NEM) en México. A través de una metodología cualitativa, se aplicaron cuestionarios abiertos a docentes de diferentes escuelas. Los resultados del análisis de contenido revelan una mezcla de percepciones, desde el reconocimiento de su enfoque innovador hasta la preocupación por su implementación, enfatizando la alineación educativa. Los hallazgos muestran que los docentes valoran la capacitación, recursos y colaboración como clave para el éxito. Las recomendaciones incluyen formación docente, recursos adecuados, continuidad y enfoque en habilidades contemporáneas.

Palabras clave

Educación en México, modelo educativo, nueva escuela mexicana, docente

Introducción

Uno de los retos en la evolución del sistema educativo en México fue la derogación de la reforma educativa de 2013 bajo el actual gobierno. Esta acción buscó brindar una nueva estructura y organización al sistema, aliviando la carga que los docentes enfrentaban como responsables únicos de los bajos resultados de aprovechamiento escolar. La intención fue reformular los criterios establecidos en el artículo 3° constitucional, que busca una educación democrática, nacional, humanista, equitativa, integral, inclusiva, intercultural y de excelenci (SEP, 2019b).

La implementación de la Nueva Escuela Mexicana requirió un currículo compacto, accesible y flexible, adaptado al contexto y capaz de desarrollarse dentro del tiempo escolar disponible, contribuyendo a la formación de ciudadanos técnicamente competentes y socialmente comprometidos en la solución de problemas nacionales y globales. Asimismo, se buscó fortalecer la formación en valores fundamentales derivados de los derechos humanos, como la honestidad, justicia, libertad y dignidad. No obstante, se observa que la escuela en México enfrenta una crisis, como la denomina Martínez (2023), con un entorno escolar en un bucle de estatutos, administraciones y estrategias prometedoras que no logran completarse, lo que afecta la comunicación entre los actores educativos y sus objetivos propuestos. Durante la reciente pandemia, esta situación se hizo evidente, ya que las respuestas educativas a menudo se ajustaron a las demandas de la autoridad, sin un flujo adecuado de comunicación y coordinación.

> Mi experiencia como docente de educación secundaria fue difícil, al no contar con las herramientas tecnológicas para lograr el vínculo enseñanza-aprendizaje. Las problemáticas se agudizaron al no establecer comunicación con el gran porcentaje del alumnado, ya sea por las dificultades económicas, de salud, de las familias del alumnado. En lo que respecta a las situaciones de organización administrativa escolar, dificultó el quehacer docente, al solicitar evidencias solo para justificar el trabajo, y no para abatir los problemas educativos reales. De esta manera, sólo se enviaron resultados ficticios que no ayudaron en la solución de las diversas dificultades que en ese momento se presentaron (Docente de educación secundaria, 2021, como fue citado en Martínez, 2023, p.45).

Para Martínez (2023), el sistema educativo revela una marcada lentitud en sus respuestas a las demandas internas y externas de comunicación, actuando de manera reactiva sin adaptarse a la dinámica evolutiva del entorno, que es notablemente más ágil. Los logros del sistema educativo parecen no alinearse adecuadamente con la autorregulación de los sistemas sociales circundantes. La NEM, como proyecto educativo nacional, solo tuvo una etapa inicial antes de la pandemia, que se disipó debido a la emergencia de salud. Docentes,

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

padres de familia y estudiantes centraron sus esfuerzos en resolver los desafíos de la enseñanza a distancia, dejando la implementación del proyecto en pausa. Como en el pasado, persisten los compromisos políticos entre los líderes de los sistemas sociales y educativos, aunque se expresen discursos de pertinencia, novedad, compromiso y equidad. No obstante, en la realidad de las escuelas y aulas, las oportunidades de aprendizaje y formación para docentes y estudiantes no han experimentado cambios significativos en comparación con épocas anteriores.

De acuerdo con el artículo titulado *Confusión y sin Certeza* con la Nueva Escuela Mexicana publicado en el periódico *Reforma* el 14 de mayo, 2023, Velázquez expone que los docentes de la Ciudad de México, Nuevo León, Estado de México y Morelos mostraron falta de claridad sobre la implementación de la NEM en sus aulas, a pesar de reconocerla como un nuevo modelo educativo impulsado por el gobierno. Algunos docentes están en proceso de entender los campos formativos y su vinculación con otras disciplinas, pero aún no han aplicado la NEM en sus clases. Expresaron inquietudes sobre la falta de una metodología fija y la necesidad de capacitación para abordar diversas problemáticas y promover la inclusión y el pensamiento crítico en la educación. Además, algunos docentes se mostraron temerosos de emplear la NEM en comunidades inseguras y señalaron la dificultad de comprender el cambio. La inestabilidad en la administración educativa y la falta de concreción en la implementación del nuevo plan de estudios y la reformulación de libros de texto han sido motivo de crítica por parte de especialistas y docentes. A pesar de los retos que enfrentan, se espera que las acciones para mejorar la educación continúen en el transcurso del sexenio.

En cuanto a exponentes reconocidos dentro del sistema educativo nacional, Backhoff (2022) plantea que la NEM es una reforma profunda que impacta en la ideología y la parte pedagógica de la educación. En el aspecto ideológico, se busca revertir la colonización mental y promover una conciencia social en los estudiantes sobre la injusticia y la desigualdad social; por consiguiente, esto implica un cambio en la forma de pensar de los docentes, quienes deben adaptar la NEM en las aulas y concientizar a los alumnos sobre la realidad social. En la parte pedagógica, los docentes enfrentarán el reto de instrumentar las metas propuestas por el gobierno y cambiar la visión actual que tienen los mexicanos por la que ellos defienden. Sin embargo, Backhoff (2023, como se citó en Velázquez, 2023) enfatiza la necesidad por definir de manera clara la estructura conceptual y metodológica de los planes de estudio y la inclusión de disciplinas en campos formativos, lo que podría afectar los aprendizajes de los estudiantes, situación por demás preocupante para este investigador. Además, advierte que las capacitaciones proporcionadas para el profesorado han sido insuficientes, lo que puede dificultar la implementación de la NEM en las escuelas y este enfrentar una tarea titánica en este experimento social.

Posibles causas que podrían influir en esta problemática incluyen la falta de claridad en la comunicación y difusión del modelo, lo cual puede generar incertidumbre entre los docentes. Además, la insuficiente capacitación y formación docente en relación con las nuevas metodologías y enfoques propuestos por la NEM podría limitar la efectividad de la implementación. La disponibilidad de recursos y el apoyo institucional también resultan críticos, ya que la falta de los mismos puede desalentar a los docentes y dificultar la implementación exitosa del modelo. Asimismo, la resistencia al cambio y una cultura organizacional arraigada en prácticas tradicionales podrían representar barreras para la adaptación del nuevo modelo. Adicionalmente, la vinculación de la evaluación y reconocimiento docente a otros estándares distintos a los propuestos por la NEM podría generar dilemas y conflictos para los docentes. Finalmente, el contexto socioeconómico y cultural diverso de las escuelas en México puede influir de manera heterogénea en la recepción y adaptación del modelo por parte de los docentes. Estas posibles causas deben ser examinadas cuidadosamente para mejorar la implementación del modelo y asegurar un impacto positivo en la educación del país.

La presente investigación se justifica al abordar este vacío entre lo que se pretende lograr con la NEM y la percepción y experiencia de los docentes frente a su implementación, con una mirada distinta al hecho de que, si beneficia o es más carga de trabajo, o si está adaptada a las circunstancias, o como Martínez (2023) lo describe: bajo el código adaptación/no-adaptación. Al analizar las opiniones, desafíos y perspectivas de los docentes desde una mirada del análisis funcional del sistema TFP (Amaral et al., 2017), se podrá obtener una visión más integral y realista del proceso de cambio educativo y, a su vez, identificar oportunidades para mejorar la implementación y asegurar su éxito en el contexto educativo mexicano.

Por lo anterior, el objetivo de este trabajo se centra en analizar la implementación del modelo educativo denominado Nueva Escuela Mexicana desde la perspectiva de los docentes, considerando las condiciones actuales de la educación en México.

Revisión de la Literatura

La implementación de la Nueva Escuela Mexicana (NEM) se fundamenta en la búsqueda de una educación democrática, nacional, humanista, equitativa, integral, inclusiva, intercultural y de excelencia (SEP, 2019). El modelo de la NEM plantea una reforma profunda que impacta en la ideología y la parte pedagógica de la educación (Backhoff, 2019 y Backhoff, 2023). Se entiende que la NEM busca transformar la calidad y pertinencia de la educación en el país, pero su implementación enfrenta desafíos y preocupaciones desde la perspectiva de los docentes (Martínez, 2023).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

La propuesta de trabajo se centra en el desarrollo de tres teorías:

a) Teoría del compromiso y participación docente: esta teoría es fundamental para entender cómo los docentes se involucran en la implementación de la Nueva Escuela Mexicana y cómo su compromiso afecta la práctica docente y, en última instancia, la calidad educativa. Los docentes comprometidos y participativos pueden ser un factor clave para el éxito de cualquier modelo educativo (Barrientos, 2008).

b) Teoría del impacto del contexto educativo: esta teoría es relevante para analizar cómo el contexto educativo específico en México puede influir en la implementación de la Nueva Escuela Mexicana y cómo los docentes se adaptan y responden a dicho contexto. El entorno escolar y las condiciones sociales, económicas y culturales del país pueden tener un impacto significativo en la efectividad del modelo educativo (Romero, 2007).

c) Las epistemologías del sur: se pueden incluir como una lente crítica para analizar la implementación de la Nueva Escuela Mexicana y la educación en México. Al hacerlo, se puede cuestionar el enfoque dominante en el sistema educativo, que a menudo refleja una perspectiva occidental y colonial, y se pueden considerar y valorar las voces y perspectivas locales y comunitarias (Binimelis y Roldán, 2017).

Lo que se conoce hasta ahora sobre la implementación de la NEM representa un reto en el panorama educativo de México (Martínez, 2023). Los docentes expresan falta de claridad sobre la implementación de la NEM en sus aulas y demandan capacitación para abordar diversas problemáticas y promover la inclusión y el pensamiento crítico en la educación (Velázquez, 2023). Los hallazgos sugieren que se requiere mayor apoyo y comunicación para garantizar el éxito de la implementación (Martínez, 2023). Además, la insuficiente capacitación y formación docente en relación con las nuevas metodologías y enfoques propuestos por la NEM podría limitar la efectividad de la implementación (Backhoff, 2019 y Backhoff, 2023).

Metodología

El objetivo central de este trabajo es abordar una cuestión fundamental desde la perspectiva de los docentes: comprender cómo ven ellos la implementación del modelo NEM en el contexto actual de la educación en México y cómo esta percepción afecta su práctica docente. Para lograrlo, se empleó la metodología cualitativa de análisis de contenido, la cual permite examinar en profundidad las percepciones y opiniones de los docentes a través de la revisión sistemática de su discurso, brindando una comprensión detallada de los temas emergentes y patrones en sus respuestas.

Participantes

La muestra de participantes estuvo conformada 170 docentes, de los cuales el 69.4% (118) son mujeres y 30.6 (52) son hombres. Del total de participantes, el 69.4% (118) impartía clases en educación secundaria, mientras que el 30.6% (52) lo hacía en media superior, abarcando diferentes regiones de México. En cuanto a la distribución por edades, se dividió en rangos. El 34.7% (59) de los docentes tenía entre 41 a 50 años, el 34.1% (58) superaba los 51 años, y el restante 31.2% (53) tenía menos de 31 años. En relación a su nivel de educación más alto alcanzado, el 58.2% (99) de los participantes contaba con licenciatura, el 37.1% (63) con maestría y el 4.7% (8) con doctorado.

Los criterios de participación incluyeron haber sido asignados frente a grupo durante el ciclo escolar 2023-2024, así como tener al menos una experiencia previa en la enseñanza en el nivel correspondiente. Estos criterios aseguraron que los docentes contaran con la experiencia necesaria para aportar perspectivas informadas sobre la implementación del modelo educativo NEM en su práctica docente.

La selección de los participantes se realizó mediante un enfoque de muestreo por voluntad. Dada la naturaleza de la información buscada y la situación en la que se aplicó (durante la primera semana del curso previo al inicio del ciclo escolar). Para garantizar la representatividad y la diversidad de contextos educativos y experiencias profesionales, se implementó este enfoque, permitiendo así obtener una perspectiva amplia y enriquecedora del tema de estudio.

Instrumento

Se diseñó un cuestionario abierto con base en las funciones y subfunciones del análisis funcional propuesto por Amaral et al. (2017), y se construyó para explorar las percepciones de los docentes en relación con la implementación de la NEM y su impacto en la educación en México. El cuestionario abierto, consta de diez (10) preguntas que se adaptaron para asegurar que los docentes tuvieran la oportunidad de expresar sus opiniones.

El análisis de los datos se realizó a través de análisis de contenido, identificando temas recurrentes y patrones emergentes en las respuestas de los docentes.

En cuanto al instrumento se cuidó la validez del contenido al considerar que abordara directamente el objetivo de la investigación; por otro lado, sobre la validez de constructo se buscó que las preguntas estuvieran formuladas de manera que midieran los constructos de interés, como las percepciones, experiencias y opiniones de los docentes sobre la implementación del modelo educativo. Para ello, se utilizaron conceptos y términos que

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

fueran comprensibles y relevantes para los participantes. Por otro lado, sobre la confiabilidad, el instrumento se sometió a revisión por parte de un grupo de docentes para evaluar la claridad y comprensión de las preguntas, así se realizaron ajustes y mejoras necesarias con base en los comentarios. Sobre el proceso de recolección, la aplicación estuvo a cargo de los autores del presente trabajo, considerando que habían sido voluntarios para la participación y el cuestionario se dio a los docentes para evitar interpretaciones en sus respuestas.

Resultados

El análisis de resultados se dividió en dos partes: a) Un resumen numérico de los participantes, con la finalidad de presentar de manera concisa y organizada sus características demográficas; b) Análisis de contenido de las respuestas al cuestionario abierto, al examinar las percepciones y opiniones de los docentes a través de la revisión sistemática de su discurso.

a) Sobre los participantes

En relación a la experiencia docente se observó que un total de 83 docentes (48.8%) tenía más de 16 años impartiendo clases, 39 (22.9%) entre 6 y 10 años, 37 (21.8%) de 11 a 15 años, y el restante 11 (6.5%) entre 1 y 5 años. El 62.4% (106) había impartido clases en el ciclo anterior a nivel secundaria, mientras que el restante 37.6% (64) lo había hecho en el nivel medio superior. En cuanto al tipo de institución, se observó que el 87.1% (148) de los docentes laboraba en instituciones públicas o gubernamentales. De los participantes, 111 (65.3%) se dedicaban exclusivamente a la práctica docente, mientras que el resto desempeñaba roles adicionales en la institución, como prefectura, orientación o cargos directivos.

La distribución geográfica de los docentes participantes se presentó de la siguiente manera: Un total de 47 docentes (27.6%) pertenecía al Estado de México, 43 docentes (25.3%) al estado de Veracruz, 41 docentes (24.1%) a la Ciudad de México (CDMX), 30 docentes (17.6%) a Puebla, 6 docentes (3.5%) al estado de Yucatán. Además, se registró la participación de 1 docente en cada una de las siguientes regiones: Oaxaca de Juárez, Sinaloa y Quintana Roo, representando el restante 1.9% de los participantes.

b) Análisis de contenido: percepción de los docentes

El análisis de las respuestas proporcionadas por los docentes en relación al modelo de la Nueva Escuela Mexicana y su implementación en el sistema educativo arroja una diversidad de percepciones y actitudes. Desde una perspectiva integradora, se evidencia una amplia gama de opiniones que oscilan entre el optimismo y la preocupación, conformando una

imagen completa de la recepción del modelo.

En términos generales, se aprecia un reconocimiento por parte de los docentes de la intención que subyace en el modelo, evidenciado por comentarios tales como "Tiene una buena transversalidad", "Tiene propuestas interesantes", y "Una propuesta interesante y retadora". Estos señalamientos revelan una valoración positiva en torno a la oportunidad de adecuar las enseñanzas a las realidades actuales y de cultivar el pensamiento crítico y la reflexión en los estudiantes.

No obstante, junto a este reconocimiento, también emergen inquietudes y críticas. Voces docentes expresan sus preocupaciones con frases como "Deficiente y mal estructurado", "Es confuso y polarizado", y "Falta detallarlo y en nivel básico hay mucho trabajo por hacer". Tales perspectivas recalcan la falta de claridad en la implementación, la adopción apresurada del modelo, la carencia de capacitación y recursos adecuados, y la ausencia de una secuencia lógica en los contenidos.

Esta variedad de puntos de vista evidencia la multiplicidad de opiniones y expectativas entre los profesionales de la educación en relación con esta iniciativa. En resumen, estas percepciones constituyen un mosaico de pensamientos que refleja tanto la innovación y el enfoque humanista del modelo como los retos vinculados a su puesta en práctica, capacitación y la claridad en los contenidos.

Desde la perspectiva del sistema educativo en su conjunto, se constata una divergencia en las opiniones respecto al cumplimiento de sus funciones básicas. Mientras algunos docentes sostienen que se cumplen parcialmente, otros perciben áreas de oportunidad o deficiencias en la implementación. Una docente de secundaria en la Ciudad de México menciona: "Considero que sí se están cumpliendo y además se consultaron a través de foros a los maestros." Esta perspectiva sugiere que se está buscando la opinión de los docentes para mejorar la implementación.

Por otro lado, se presentan opiniones críticas que plantean preocupaciones acerca de la falta de recursos, la poca claridad en la implementación y la carencia de capacitación adecuada para llevar a cabo las funciones del sistema educativo. Un docente de preparatoria del Estado de México expresó: "No sabría si se están cumpliendo. Creo que deben dejarnos encanchar y ver cómo nos va en la implementación."

El desafío de planificación, materiales y capacitación docente también se vislumbra en las respuestas. Algunos docentes creen que hay cambios constantes que dificultan la implementación adecuada. Una de las docentes de Veracruz afirma: "Nula, todavía no estamos apropiados de los programas, ya que aún no están terminados y les hacen demasiados cambios."

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En el contexto de los primeros niveles educativos, la promoción de la articulación entre niveles de educación y la educación académica genera diversas opiniones. Mientras algunos docentes destacan la importancia de esta articulación para un desarrollo coherente de competencias básicas y para facilitar la transición hacia niveles superiores y la formación laboral, otros expresan dudas sobre su implementación y efectividad.

A pesar de la intención de secuenciar los aprendizajes a lo largo de las fases educativas, se apuntan inquietudes sobre la coherencia y continuidad en los contenidos entre niveles, como entre secundaria y bachillerato. También se menciona la falta de secuencia en los planes de estudio y la percepción de que los conocimientos son menos profundos y el aprendizaje menos sólido.

Cabe destacar la cita de una docente de secundaria pública de la Ciudad de México que resalta "la importancia de conocer a fondo los contenidos y visualizar su integración y aplicación en diferentes niveles, además de trabajar de manera colaborativa y congruente para lograr la transformación educativa deseada".

En medio de estas perspectivas mixtas, la implementación real y la evaluación a largo plazo se presentan como factores determinantes para establecer si la promoción de la articulación entre niveles y la educación académica será fructífera.

En cuanto al papel del sector productivo en la orientación de la formación hacia las necesidades de la demanda laboral y los objetivos de desarrollo económico en los primeros niveles educativos, se observan diferentes perspectivas. Muchos docentes reconocen la importancia del sector productivo en la preparación de los estudiantes para la vida laboral, sugiriendo su involucramiento en la definición de competencias y habilidades. A pesar de esto, también se manifiestan preocupaciones sobre la alineación adecuada entre la educación y las necesidades del sector productivo, especialmente en términos de formación en ciencias, tecnología y matemáticas.

Un docente de secundaria pública de la Ciudad de México expresó: "El papel del sector productivo es determinante en la orientación hacia las necesidades de la demanda laboral, sin embargo, creo que en los primeros niveles educativos no hay programas de formación específicos ni desarrollos de talentos de parte del sector productivo."

Finalmente, las recomendaciones de los docentes para mejorar la implementación del modelo de la Nueva Escuela Mexicana y la calidad de la formación en México se enfocan en aspectos clave. Estos incluyen:

- *Capacitación y Formación Docente*: Mencionan la importancia de brindar una capacitación efectiva y continua para los docentes. Se sugiere que esta capacitación sea rea-

lizada por especialistas y expertos en el modelo, y que incluya tanto aspectos teóricos como prácticos.

- *Materiales y Recursos*: Existe una preocupación por la disponibilidad oportuna y adecuada de materiales y recursos para implementar el modelo. Los docentes resaltan la necesidad de contar con libros de texto, materiales impresos y equipo tecnológico que facilite la enseñanza y el aprendizaje.
- *Participación de Padres y Comunidad*: Se destaca la importancia de involucrar a los padres de familia en la formación de sus hijos y promover la colaboración entre la comunidad educativa. Esto se considera esencial para lograr una educación integral y de calidad.
- *Tiempo y Continuidad*: Se sugiere otorgar tiempo suficiente para la implementación del modelo y evitar cambios apresurados. La continuidad en la aplicación del modelo es mencionada como un factor clave para evaluar su efectividad a largo plazo.
- *Alineación con Necesidades y Contexto*: Se hace hincapié en que el modelo debe estar en sintonía con las necesidades y realidades del país. Además, se enfatiza la importancia de considerar el contexto de los estudiantes para adaptar la formación de manera adecuada.
- *Mejora de Infraestructura*: Se señala la necesidad de mejorar la infraestructura escolar, incluyendo la dotación de tecnología, equipos y condiciones adecuadas para el aprendizaje.
- *Involucramiento Gubernamental*: Se plantea la importancia de contar con un compromiso sostenido por parte del gobierno para asegurar la implementación y el éxito del modelo, evitando cambios abruptos con cada cambio de administración.
- *Autonomía y Profesionalismo Docente*: Mencionan la necesidad de brindar más autonomía y reconocimiento al rol de los docentes, así como dignificar la profesión docente a través de salarios justos.
- *Enfoque en Habilidades Contemporáneas*: Se propone enfocarse en el desarrollo de habilidades relevantes para el siglo XXI, como pensamiento crítico, resolución de problemas, trabajo en equipo y habilidades tecnológicas.
- *Evaluación y Retroalimentación*: Los docentes sugieren un enfoque de evaluación formativa, donde se brinde retroalimentación constante a los estudiantes y se ajusten los

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

procesos de enseñanza en función de sus necesidades.

Discusión

En el interés de comprender cómo los docentes perciben la implementación de la NEM y cómo afecta su práctica docente, los resultados en esta investigación se relacionan con la Teoría del Compromiso y Participación Docente de Hargreaves y Fullan (2012), donde resaltan la importancia de involucrar a los docentes activamente en la reforma educativa para lograr un cambio efectivo. Los elogios y preocupaciones expresados por los docentes ilustran la participación de estos en la evaluación crítica y la promoción del éxito de la NEM.

El llamado a adaptar la implementación de la NEM a las realidades locales se conecta con la Teoría del Impacto del Contexto Educativo de Fullan (2007), en la que se subraya cómo el contexto influye en la efectividad de las reformas educativas. Las sugerencias de adaptación y la consideración de contextos únicos muestran el reconocimiento de la influencia del entorno en la implementación exitosa de la NEM.

La variedad de opiniones y actitudes entre los docentes respecto a la Nueva Escuela Mexicana refleja la perspectiva de las Epistemologías del Sur de Sousa (2014), enfatizando la necesidad de reconocer múltiples voces y formas de conocimiento en la construcción de ideas educativas. El rango de opiniones docentes sobre la NEM demuestra la importancia de considerar diversas perspectivas para enriquecer el diálogo educativo y abordar desafíos desde enfoques diversos.

En conjunto, al considerar las Epistemologías del Sur, la Teoría del Compromiso y Participación Docente y la Teoría del Impacto del Contexto Educativo, se comprende que las diversas perspectivas docentes en torno a la NEM reflejan una interacción compleja entre enfoques teóricos y realidades educativas.

Conclusiones

El objetivo central de comprender cómo los docentes perciben la implementación del modelo NEM en el contexto actual de la educación en México y cómo esta percepción afecta su práctica docente tuvo alcances representativos. Las respuestas de los docentes revelan una mezcla de opiniones y actitudes hacia el modelo de la Nueva Escuela Mexicana. Aunque muchos de ellos reconocen la intención positiva del modelo y su enfoque en la adecuación a las necesidades actuales, también existen preocupaciones en cuanto a su implementación y claridad en los contenidos.

Los participantes mostraron optimismo en cuanto a la oportunidad de adaptar

las enseñanzas a la realidad actual y fomentar habilidades críticas y diversos saberes en los estudiantes. Sin embargo, esta perspectiva positiva se combina con preocupaciones sobre la falta de claridad en la implementación, la carencia de capacitación real y recursos adecuados, y la falta de coherencia en los contenidos. Las recomendaciones proporcionadas por los docentes para mejorar la implementación del modelo resaltan aspectos cruciales, como la capacitación continua, la disponibilidad de recursos adecuados, la participación de padres y comunidad, la adaptación a las necesidades locales y la promoción de enfoques centrados en habilidades contemporáneas.

No obstante, esta investigación tuvo algunas limitaciones que son necesarias considerar para ulteriores aplicaciones. Entre ellas se destaca la cantidad (170 docentes) que participaron. Asimismo, la participación no tuvo un alcance de una mayor cantidad de zonas y regiones del país lo que permitiría escuchar las voces en contextos diversificados. Una de las variables que posiblemente incidió en los resultados fue la fecha de aplicación de los instrumentos, ya que se hizo durante la semana en la cual los docentes estaban en capacitación en un taller previo al inicio oficial del ciclo escolar 2023-2024 en México.

Algunas de las recomendaciones que podrían enriquecer los resultados en posteriores investigaciones son la consideración de una muestra mayor, la aplicación de los instrumentos al concluir el primer periodo de evaluación en las escuelas (trimestral para secundaria y bimestral para media superior); generar instrumentos que puedan medir objetivamente las habilidades que se están desarrollando en los estudiantes formados incipientemente en la NEM.

Es fundamental que en un futuro el diseño metodológico se aborde bajo una premisa cuantitativa y probabilística que apoye las interpretaciones de la realidad de los docentes, ya que favorecería la confiabilidad de la información obtenida sobre los índices de funcionalidad del nuevo modelo.

En conjunto, y aún con las limitantes y recomendaciones, este trabajo observa una imagen completa de la recepción y percepción del modelo de la Nueva Escuela Mexicana entre los docentes. Las opiniones variadas y las recomendaciones específicas ofrecen valiosos conocimientos para orientar los esfuerzos de implementación y abordar los desafíos identificados en aras de mejorar la calidad de la educación en México.

Referencias

Amaral, N., Fieldsend, G., Prada, M.F., y Rucci, G. (2017). Hacia la formación de mejores competencias: Sistemas para la productividad y el crecimiento. Banco Interamericano de Desarrollo. https://publications.iadb.org/es/publicacion/17306/hacia-la-formacion-de-mejores-competencias-sistemas-para-la-productividad-y-el

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Backhoff, E. (2019). Nueva Escuela Mexicana: ¿Reforma educativa o experimento social? *Educación Futura*. https://www.educacionfutura.org/nueva-escuela-mexicana-reforma-educativa-o-experimento-social/

Backhoff, E. (30 de agosto, 2022). El ABC de la Nueva Escuela Mexicana. *Educación Futura*. https://www.educacionfutura.org/el-abc-de-la-nueva-escuela-mexicana/

Backhoff, E. (30 de abril, 2023). ¿Es la Nueva Escuela Mexicana un INSABI educativo? *El Universal*. https://www.eluniversal.com.mx/opinion/eduardo-backhoff-escudero/es-la-nueva-escuela-mexicana-un-insabi-educativo/

Barrientos, R. (2008). La reforma esperada: una educación para todos y para cada uno de ellos. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 6(4), 24-46. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55160403

Binimelis, H., y Roldán, A. (2017). Sociedad, epistemología y metodología en Boaventura de Sousa Santos. *Convergencia*, 24(75), 215-235. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352017000300215&lng=es&tlng=es.

Fullan, M. (2007). *El nuevo significado del cambio educativo* (4ª Ed.). Prensa universitaria de profesores. https://www.ugr.es/~recfpro/rev61ART1.pdf

Hargreaves, A., y Fullan, M. (2012). *Capital profesional: Transformar la enseñanza en cada escuela*. Teachers College Press. https://books.google.com.mx/books/about/Professional_Capital.html?id=2sRWQxBBsj4C&redir_esc=y

Martínez, B. (2023). La Nueva Escuela Mexicana y la contingente evolución del sistema educativo. *Revista ISCEEM*, 1(32), 43-58, http://revista.isceem.edu.mx/index.php/revista/article/view/3

Romero, C. (2007). El cambio educativo: entre la inseguridad y la comunidad. Entrevista a Andy Hargreaves. *Propuesta Educativa*, (27), 63-69. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=403041699008

Secretaría de Educación Pública, SEP. (2019). Hacia una nueva escuela mexicana. *Perfiles Educativos*, XLI (166), 182-190. DOI: https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2019.166.59611

Secretaría de Educación Pública, (SEP). (2019b). Acuerdo número 11/03/19 por el que se establecen las características generales y los criterios mínimos del modelo educativo para la educación obligatoria. Diario Oficial de la Federación. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5555921&fecha=29/03/2019#gsc.tab=0

Sousa, B. S. (2014). Epistemologías del Sur: Justicia contra el epistemicidio. Rutledge. https://unescochair-cbrsr.org/pdf/resource/Epistemologies_of_the_South.pdf

Velázquez, I. (14 de mayo, 2023). Confusión y sin certeza con la Nueva Escuela Mexicana. Periódico *Reforma*. https://www.reforma.com/confusion-y-sin-certeza-con-la-nueva-escuela-mexicana/ar2604352

Capítulo 6. La Responsabilidad social Mipyme.

María Luz Ortiz Paniagua
Luis Carlos Gámez Adame
Anisabel Regla Gálvez Fernández
Roberto Joya Arreola

Centro Universitario de la Costa Sur, Universidad de Guadalajara

DOI:10.46990/iQuatro.2024.09.5.6

Resumen

El objetivo del presente estudio fue valorar desde la perspectiva de los microempresarios el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en la gestión de las MiPymes de Autlán de Navarro, Jalisco con relación a sus empleados. Es una investigación de enfoque cualitativo, de tipo exploratorio y descriptivo con la técnica de encuesta. Los principales resultados obtenidos muestran que son los derechos humanos, civiles, sociales y económicos los más afectados en el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial. Se concluye que esta situación incide negativamente en la contribución de este sector al cumplimiento de los ODS de la Agenda 2030 de la ONU.

Palabras clave

Empleados, Objetivos de Desarrollo Sostenible, perspectiva de microempresarios, Responsabilidad Social Empresarial

Introducción

México es Miembro Partícipe del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y en consecuencia desarrolla una estrategia para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de la ONU, que potencia la reducción de la desigualdad en todas sus dimensiones, la no discriminación, un crecimiento económico inclusivo con trabajo decente para todos y sitúa la dignidad y la igualdad de los seres humanos como aspecto prioritario. Por su parte, el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación (IMNC) adopta desde el 2011 la ISO 26000 sobre Responsabilidad Social. No obstante, según el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI, 2023) se le otorga el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable de esta institución en 2023 a 1265 MiPymes y ninguna pertenece al municipio Autlán de Navarro, Jalisco.

Sin embargo, han trascurrido ocho años de la promulgación de los ODS y 12 desde la adopción de la ISO 26000 y cabe preguntarse: ¿Se cumplen en el ámbito laboral con los preceptos que plantea esta Agenda en el contexto mexicano y se asume una filosofía de responsabilidad social en la gestión de las empresas? Si se reconoce que en México alrededor del 95 % de los negocios son microempresas constituye una necesidad valorar como cumplen estos empresarios con su responsabilidad social y en consecuencia contribuyen al cumplimiento de la Agenda 2030 de la ONU.

La investigación que se presenta corresponde a un estudio que realiza el Cuerpo Académico CA- UDG – 733 relacionado con la Responsabilidad Social Empresarial en MiPymes del municipio Autlán de Navarro, Jalisco, que se encuentra en su fase de diagnóstico. El tema de Responsabilidad Social Empresarial es un tema ampliamente tratado en la literatura especializada, donde se resalta por su vínculo con las Mipymes los estudios de Zipasuca, et al (2019), Pérez y Zapata (2019), Morín (2019), Varona y Lao (2023). Son antecedentes de esta investigación en la Región Sierra de Amula, donde pertenece este municipio los trabajos Campos, et al (2018) y Campos, et al (2019) que abordan la Responsabilidad Social Empresarial para el sector agrícola - ganadero, por lo que se evidencia una ausencia en el tratamiento del tema en relación a la gestión empresarial desde la óptica de una de las partes interesadas más importantes: Los empleados. Por lo tanto, el objetivo del estudio que se presenta es valorar desde la perspectiva de los microempresarios el cumplimiento de la Responsabilidad Empresarial en la gestión de las MiPymes de Autlán de Navarro, Jalisco en relación a sus empleados.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Revisión de la Literatura

Autores como Ormaza, et al 2020 reconocen que América Latina presenta experiencias relevantes en el tema de Responsabilidad Social, pero precisan que habitualmente son las empresas grandes las que resaltan en la adopción de esta.

Numerosos autores han incursionado en el estudio de la Responsabilidad Social Empresarial desde diferentes enfoques y perspectivas (Zipasuca, *et al* 2019; Pérez, *et al* 2019; Morín, 2019; Campos, *et al* 2019) que demuestra la existencia de un marco teórico amplio, donde se ha asumido esta desde una filosofía empresarial, una estrategia de negocios, un compromiso ético y responsable de la empresa con sus grupos de interés, un reconocimiento de su responsabilidad hacía los impactos de su actividad. Pero independientemente del término, lo esencial es que representa el compromiso voluntario de la empresa de desarrollar una actuación responsable en relación a los impactos de su actividad que afectan a sus grupos de interés (stakeholders).

La Responsabilidad Social Empresarial evalúa su desarrollo a través de tres dimensiones (social, económica y ambiental) que posteriormente y de forma integrada dan una visión de los compromisos que realmente asume la empresa.

Soriano y Fong (2022) identifican seis etapas de surgimiento y desarrollo de la RSE, las cuales se muestran en la Tabla 6.1.

Tabla 6.1

Etapas de la RSE en su discursar histórico.

Etapa	Características	Máximos representantes
Década de los 50	Se plantea la primera discusión integral sobre ética empresarial y responsabilidad social. Reconocida como la era de "conciencia", en la que se hizo énfasis en el reconocimiento de la responsabilidad general de los negocios y su participación en asuntos comunitarios.	Bowen, 1953.
Década de los 60	Periodo de "transición entre la conciencia y el problema". Las empresas comenzaron a centrarse en cuestiones específicas como los problemas urbanos, la discriminación racial y problemas de contaminación.	Walton (1967).

Década de los 70	Etapa de "capacidad de respuesta ", donde las compañías comenzaron a tomar una gestión seria y acciones organizacionales para abordar problemas de RSE. Se destaca la ética corporativa y la divulgación del desempeño social de la empresa.	Bowman y Haire (1975); Carroll (1979).
Década de los 80	Se estudia la RSE desde el punto de vista de la gestión estratégica, es la era del desarrollo de la idea de "gestión de partes interesadas"	Freeman y Medoff (1984)
Década de los 90	Es la era de la distinción entre los tipos de responsabilidades que tiene una empresa, conjuntamente con la incorporación de los distintos elementos que generan una mayor comprensión, pero al mismo tiempo una mayor complejidad en su aplicabilidad.	Carroll (1991, 1999)
Década de los 2000	Etapa de desarrollo de los grupos de presión para que las compañías rindan cuentas por las consecuencias sociales de sus acciones, donde la RSE se convierte en una prioridad ineludible para los líderes empresariales en todos los países.	Williams y Siegel (2001); Sen y Bhattacharya (2001)
Década de los 2010	Se potencia el análisis de la relación RSE y desempeño financiero, con la finalidad de documentar que la comunidad empresarial también se beneficia tangiblemente de participar en políticas, actividades y prácticas de RSE. Desarrollo del enfoque de los microfundamentos, que permite realizar el análisis a nivel de individuos y/o procesos específicos.	Aguinis y Glavas (2012), Elkington (2013);Porter y Kramer (2019)

Nota: Tomado de Soriano y Fong (2022).

Este estudio identifica una tendencia creciente del número de publicaciones a partir del año 2000 hasta la actualidad, donde se reconoce que su distribución por países no es homogénea y los países con mayor productividad son Estados Unidos, Reino Unido, China, España y Australia respectivamente. Es destacable que ningún país de América Latina y el Caribe sobresale en este aspecto.

Es necesario destacar que la Responsabilidad Social Empresarial enfatiza el impacto de las actividades de la empresa en sus stakeholders. En este sentido se reconoce a los empleados como un grupo de interés importante para la empresa por el papel que desempeñan en el logro del éxito y crecimiento empresarial y el cumplimiento de objetivos y metas. Tener empleados comprometidos con el negocio, motivados y satisfechos es un factor importante para el crecimiento empresarial.

Estudios realizados que vinculan a la Responsabilidad Social Empresarial con los recursos humanos de las organizaciones desde diferentes enfoques de autores como

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Calderón, et al, 2011; Contreras y Rozo, 2015 y Franco, et al (2017) enfatizan que la responsabilidad social empresarial influye favorablemente en la gestión interna y percepción externa de la organización, lo cual conlleva a la satisfacción y reconocimiento a los empleados, conjuntamente con el compromiso de estos con la empresa. Se destaca como un valor agregado de estas prácticas la sensibilización del personal en relación con causas ajenas a su área de trabajo.

Estos autores destacan que en la actualidad las personas buscan empleo en organizaciones que actúan en concordancia a valores de sostenibilidad, respeto, no discriminación, comunicación y buen clima laboral. Mientras que Calderón, *et al* (2011) destacan específicamente aspectos relacionados con el desarrollo profesional, familiar y personal, que potencie sus competencias, las relaciones interpersonales y ofrezca un plan de carrera y proyección a futuro.

Contreras, *et al* (2015) exponen que estudios realizados en Sudamérica han confirmado que existen cambios de comportamiento y un mejor desempeño del personal, cuando este reconoce que su organización realiza prácticas de responsabilidad social.

Por lo tanto, la responsabilidad social empresarial y los recursos humanos de las organizaciones están estrechamente vinculados y coadyuva a fortalecer las relaciones entre empleadores y empleados, generando beneficios para la organización tanto interna como externamente.

Metodología

Se plantea como hipótesis de investigación: H1. Los derechos humanos, civiles, sociales y económicos son los más afectados en el cumplimiento de la Responsabilidad Empresarial en la gestión de las MiPymes de Autlán de Navarro, Jalisco. Siendo la hipótesis nula H0: Los derechos humanos, civiles, sociales y económicos son los menos afectados en el cumplimiento de la Responsabilidad Empresarial en la gestión de las MiPymes de Autlán de Navarro, Jalisco.

El estudio que se presenta es una investigación de enfoque cualitativo, de tipo exploratorio y descriptivo, donde se aplicaron las técnicas de encuesta y matemática descriptiva. Se determina el Coeficiente de Fiabilidad del Alpha deCronbach para medir la fiabilidad del instrumento.

Se diseñó una encuesta que evaluó cuatro variables, cuya denominación, conceptualización y cantidad de ítems se muestran en la Tabla 6.2.

Tabla 6.2

Variables de la investigación

Denominación variable	Conceptualización de la variable	Ítems evaluados
V01. Ambiente de Trabajo	Evalúa las políticas y estrategias de integración de los empleados al logro de los objetivos y metas empresariales	11
V02.No Discriminación.	Evalúa la no discriminación por edad y sexo de los empleados	4
V03.Atención y Oportunidades de Crecimiento.	Evalúa las condiciones materiales, compensaciones, reconocimientos y posibilidades de crecimiento personal y profesional que se le brinda al personal empleado.	7
V04.Derechos humanos, civiles, sociales y económicos.	Evalúa las garantías de un trabajo digno, bien remunerado, con protecciones laborales, de salud, capacitación, entre otras y el establecimiento de políticas que garanticen el respeto a los derechos humanos, civiles, económicos, sociales y laborales	9
4 Variables		31 ítems

Se utiliza una Escala Likert, con las siguientes opciones:

5 Muy de acuerdo, 4 De acuerdo,3 No sé /No aplica 2 En desacuerdo y1 Muy en desacuerdo. Las respuestas se procesan por la moda utilizando el paquete estadístico SPSS 18, 0.

Caracterización de la población

La población estuvo compuesta por los microempresarios de los giros de comercio, servicio y manufactura del municipio de Autlán de Navarro, Jalisco. Este municipio es uno de los municipios más importantes de la Región Sierra de Amula del Estado de Jalisco, México. La economía municipal está compuesta por la ganadería, la agricultura, la industria azucarera, los servicios turísticos, profesionales, financieros, técnicos, sociales, personales y de mantenimiento. Se reconoce como la mayor fuerza productiva del municipio las microempresas, donde el mayor por ciento corresponde al sector de comercio, seguido de los servicios y la manufactura. Estas microempresas son una importante fuente generadora de empleo.

Determinación de la muestra

A la población de microempresarios de los giros de comercio, servicio y manufactura del municipio de Autlán de Navarro, Jalisco, se le aplicó muestreo no probabilístico del tipo muestreo mixto, compuesto por:

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

- Muestra homogénea, ya que todos los participantes en el estudio son microempresarios del mismo municipio, que comparten las mismas características socio económicas, la misma cultura y contexto.
- Muestra invitada, compuesta por aquellos individuos de la población que accedieron a participar en el estudio al cual fueron convocados.

Características de la muestrade dueños participantes en el estudio:

Aceptaron participar en este estudio 438 microempresarios con las características que se muestran en las Tablas 3, 4, 5 y 6.

Tabla 6.3

Género del dueño

Género	**Cantidad**	**%**
Mujer	234	53.4
Hombre	204	46.6
Total	438	100.0

Tabla 6.4

Nivel de escolaridad del dueño

Nivel de escolaridad	**Cantidad**	**%**
Educación básica (preescolar, primaria, secundaria, formación para el trabajo).	94	21.5
Educación media superior (bachillerato general, bachillerato bivalente, profesional técnico).	194	44.3
Educación superior (licenciatura, ingeniería, especialidad, posgrado).	145	33.1
Sin estudios	5	1.1
Total	438	100.0

La edad promedio de los entrevistados fue de 41.9 años.

Características de las microempresas:

Tabla 6.5

Tipo de asociación.

Tipo de asociación	Cantidad	%
Persona física con actividad empresarial.	140	31.9
Régimen de incorporación fiscal.	83	18.9
Servicios profesionales (registrado).	6	1.4
Empresa con una persona propietaria sin registro en la Secretaría de Hacienda.	162	37.0
Empresa con RL	29	6.6
Empresa con varias personas propietarias sin registro en la Secretaría de Hacienda.	18	4.2
Total	438	100.0

Tabla 6.6

Giro del negocio

Giro	Cantidad	%
Comercio	320	73.1
Servicios	102	23.3
Manufactura	16	3.6
Total	438	100.0

El promedio de permanencia en el mercado de estas empresas es de 16.9 años, tienen 3.9 empleados promedio y de ellos 1.7 son familiares.

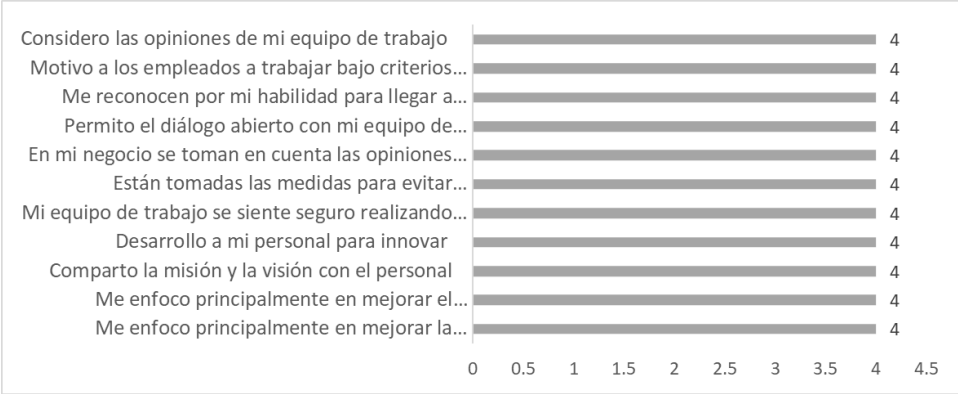
Resultados

Se obtuvieron los resultados por variables que se muestran en las Figuras 6.1, 6.2, 6.3 y 6.4.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 6.1

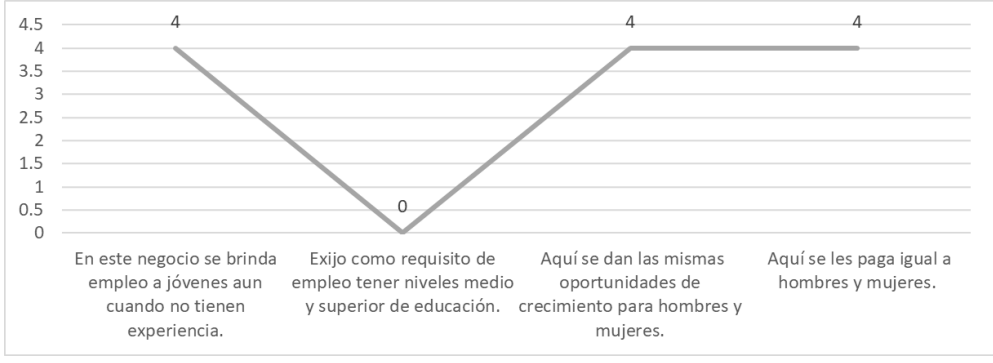
Resultados de la variable Ambiente de Trabajo



En la variable Ambiente de Trabajo se obtiene un resultado satisfactorio, ya que estos microempresarios manifiestan que trabajan en aras de mejorar la productividad del trabajo y el bienestar del personal empleado, compartiendo la misión y visión de la empresa con estos, que establecen mecanismos para que su personal innove y sea proactivo, que tienen en cuenta los criterios y opiniones de sus empleados, permitiendo el dialogo abierto y motivando a estos; por lo que sus equipos de trabajo se sienten seguros realizando sus actividades. Están tomadas las medidas para evitar accidentes en el desempeño de actividades laborales y es reconocida la habilidad de los dueños para llegar a acuerdos satisfactorios con sus empleados.

Figura 6.2

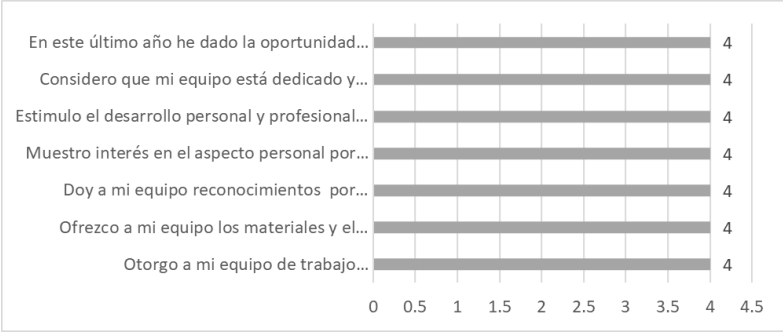
Resultados de la variable No Discriminación



En esta variable el comportamiento es satisfactorio en sentido general, no manifestándose discriminación con los empleados al no existir requisitos de limitaciones para acceder al empleo por razones de edad, género o escolaridad. Se destaca favorablemente que no existen discriminación de género a los efectos de la remuneración salarial.

Figura 6.3

Resultados de la variable Atención y Oportunidades de Crecimiento.



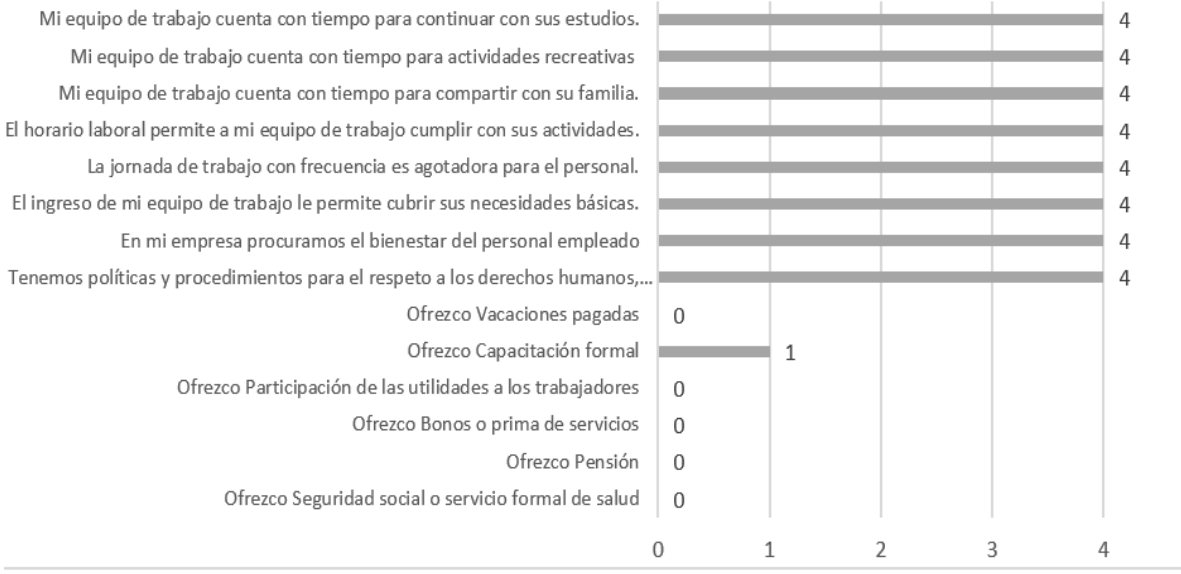
En atención y oportunidades de crecimiento a los empleados el resultado es satisfactorio ya que se otorgan compensaciones por el logro de metas y objetivos, se les garantizan los materiales y espacio necesario para trabajar y reciben reconocimientos por los trabajos bien realizados.

Además, los microempresarios valoran satisfactoriamente el interés que muestran por la situación personal de sus empleados. Consideran que estimulan el desarrollo personal y profesional de sus equipos de trabajo y que estos están dedicados y comprometidos con su trabajo y la calidad de este.

Valoran de buena las oportunidades que les dan a sus empleados de aprender y crecer personal y profesionalmente.

Figura 6.4

Resultados de la variable Derechos humanos, civiles, sociales y económicos.



Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Es en esta variable donde se detectan las mayores insuficiencias, pues, aunque expresan que poseen políticas y procedimientos para el respeto a los derechos humanos y para evitar actos contra los derechos civiles, económicos, sociales, laborales y contra la discriminación de los empleados, que procuran el bienestar personal de estos, escuchando sus necesidades, brindándoles un ambiente seguro, acceso a servicios de salud y una vida personal balanceada, con un nivel de salarios que les permiten cubrir sus necesidades básicas, con un horario laboral que posibilita cumplir con sus actividades, compartir con su familia, realizar actividades recreativas o deportivas y continuar con sus estudios; se manifiestan serias afectaciones al cumplimiento de sus derechos humanos, civiles, sociales y económicos relacionados con:

- La jornada de trabajo con frecuencia es agotadora para el personal.
- El 58,2 % no bridan garantías de seguridad social o servicio formal de salud.
- El 82,9 % no tienen garantías de una pensión.
- El 57,3 % no reciben bonos o prima de servicios.
- el 61,9 % no tienen participación de las utilidades a los trabajadores.
- Es limitado el acceso a una capacitación formal, donde sólo el 41,8 % les posibilita este acceso a sus empleados.
- Solo el 48,6 % tiene garantía de vacaciones pagadas, mientras el 51,4 % no posee esta garantía laboral.

Se obtuvo un Alpha de Cronbach de 0,939, lo que demuestra la consistencia interna del instrumento diseñado con sus cuatro variables y 31 ítems.

La Tau de Kendall mide el grado de concordancia entre varios conjuntos de N entidades, cuando este valor es mayor o igual a 0.6 significa que se rechaza la hipótesis nula. Se obtuvo una Tau de Kendall de 0.8254 por lo cual se rechaza la H0: Los derechos humanos, civiles, sociales y económicos son los menos afectados en el cumplimiento de la Responsabilidad Empresarial en la gestión de las MiPymes de Autlán de Navarro, Jalisco y se acepta la H1. Los derechos humanos, civiles, sociales y económicos son los más afectados en el cumplimiento de la Responsabilidad Empresarial en la gestión de las MiPymes de Autlán de Navarro, Jalisco.

Discusión

Este estudio es consecuente con el criterio de González, et al (2021) sobre el reconocimiento del valor de los recursos humanos como factor determinante del éxito empresarial, por lo

cual los dueños de MiPyme deben prestar especial consideración al tratamiento del personal y en consecuencia desarrollar acciones de responsabilidad social hacía este grupo de interés que potencie su participación en el logro del éxito empresarial. Sin embargo, en las micro-empresas de Autlán de Navarro, Jalisco aún subsisten serias deficiencias sobre todo con los derechos humanos, civiles, sociales y económicos.

En los resultados obtenidos se destacan aspectos coincidentes con los postulados de Vicente, et al (2014) referidos a que estas empresas tienden a estar más arraigadas que la gran empresa en la comunidad local. Lo que, conlleva a mejores relaciones con sus empleados y consecuentemente mayor facilidad de acceso y permanencia del capital humano, mayor conocimiento de este y su contexto y por tanto estos empresarios están en mejores condiciones para desarrollar políticas más tendientes a considerar su situación concreta, que son factores que contribuyen, en definitiva, a su éxito y subsistencia.

Autores como Vicente, *et al* (2014) destacan que estas empresas operan en un entorno con márgenes de rentabilidad bajos, por lo que las variaciones en los niveles de eficacia y eficiencia pueden significar la diferencia entre la supervivencia o la quiebra. En este contexto, identificar prácticas socialmente responsables hacía sus empleados puede ser un factor importante para mejorar la eficacia y eficiencia organizacional, en definitiva, su competitividad.

Este estudio ratifica los resultados obtenidos en las investigaciones de Campos, *et al*, (2018) y Campos, *et al* (2020) sobre microempresas agrícolas y ganaderas del Estado de Jalisco en cuanto a los insuficientes apoyos extra salariales que se da a los empleados, el otorgamiento de pocos beneficios y prestaciones sociales a los mismos y la inexistencia de un programa de incentivos que de participación a los empleados de estas empresas en las utilidades del negocio. Estos resultados implican desde la teoría y la práctica una afirmación de los planteamientos de Vicente, *et al (2014)* en relación a que si los microempresarios desean incrementar sus utilidades deben dar a sus empleados beneficios y prestaciones sociales, así como participación en sus utilidades que los comprometa con los resultados y hagan al negocio más competitivo.

Los resultados obtenidos evidencian afectaciones al cumplimiento de los ODS, fundamentalmente los objetivos 1.3.8 y 10, donde se destaca negativamente los asociados a las protecciones de salud y pensiones que garanticen una vida digna.

La presente investigación sienta las bases para el desarrollo de investigaciones futuras relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial hacía otros grupos de interés como clientes, proveedores y comunidad.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Conclusiones

El estudio realizado evidencia limitaciones serias en la Responsabilidad Social de los micro-empresarios de este municipio jalisciense en relación a los derechos humanos, civiles, sociales y económicos; lo que incide negativamente en la contribución de este sector empresarial al cumplimiento de los ODS de la Agenda 2030 de la ONU donde se destaca muy negativamente la no protección a sus empleados en el acceso a la salud y a una jubilación digna, ratificando en este contexto particular estudios realizados en este tipo de empresas en México.

Se reconoce como una limitante del estudio el nivel de sinceridad de los microempresarios encuestados; por lo que la triangulación de los criterios emitidos con otros estudios realizados trató de disminuir este sesgo de la investigación. Por lo que en investigaciones futuras se considera pertinente ampliar la muestra a otros grupos de interés (empleados, gobierno, etc).

Referencias

Campos, S. E., Núñez, J. A.; & García, M. (2018). Responsabilidad social empresarial en una comunidad agrícola del estado de Jalisco, México. *Retos de la Dirección*, *12*(2), 256-273. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552018000200014&lng=es&tlng=es

Campos, S.E., Velázquez, J.J.; & Pelayo, M.M. (2019). La Responsabilidad Social Corporativa en el sector ganadero: Caso San Miguel, municipio de Villa Purificación, Jalisco. *Revista Visión Contable*, 103–122. https://doi.org/10.24142/rvc.n19a6

Campos, S. E., Pelayo, M. M.; & Velázquez, J. J. (2020). Responsabilidad social empresarial: un estudio sobre empresas agrícolas y ganaderas jaliscienses. *Revista Cofin Habana*, 14(1), e10. Epub 14. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612020000100010&lng=es&tlng=es

Calderón, G., Álvarez, C., & Naranjo, J. (2011). Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. *Estudios Gerenciales*, 27(118), pp. 163-188. http://www.redalyc.org/pdf/212/21218556008.pdf

CEMEFI. (2023). *Lista de empresas micro, pequeñas y medianas (MiPyMEs) que obtuvieron el Distintivo ESR®*. https://www.cemefi.org/mipymes-esr-2023/

Contreras, O.; & Rozo, I. (2015). Teletrabajo y sostenibilidad empresarial. Una reflexión desde la gerencia del talento humano en Colombia. *Suma de Negocios*, 6(13), pp. 74-83. https://www.researchgate.net/publication/281283318_Teletrabajo_y_sostenibilidad_empresarial_Una_reflexion_desde_la_gerencia_del_talento_humano_en_Colombia

Franco, M. C., Espinoza, C.R, & Pérez, M. J. (2017). La responsabilidad social empresarial y su vínculo con la gestión del talento humano en las organizaciones. *Revista Universidad y Sociedad*, *9*(1), 114-119. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100016&lng=es&tlng=es.

González, I; López, L.; Peña, T.; Preziosa, M.M.; Ripoll, S.; & Sylvester, R. (2021). *El Balance Social. Un enfoque integral.* Buenos Aires, Argentina: IDEA.

Morín, D. Y. (2019). Las mipymes frente al reto de la responsabilidad social empresarial; panorama en San Luis Potosí. *Revista RELAYN- Micro Y Pequeña Empresa En Latinoamérica*, 3(1), 30–42. https://doi.org/10.46990/relayn.2019.3.1.17

Ormaza, J.; Ochoa, J.; Ramírez, F.; & Quevedo, J. (2020) Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 175-193. https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/28063519009.pdf

Pérez, M.J.; & Zapata, J. L. (2019). Análisis de las prácticas de responsabilidad social empresarial en las mipymes del sur de Quintana Roo a través de técnicas multivariantes. *Oikos Polis*, *4*(1), 33-76. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-22502019000100004

Soriano, L.; & Fong, C. (2022). 75 años de responsabilidad social empresarial: análisis bibliométrico. *Revista Empresa y Humanismo*, 25(2), 147-176. https://doi.org/10.15581/015.XXV.2.147-176

Varona, F. L.; & Lao, Y. O. (2023). Responsabilidad Social Empresarial en las MIPYMES Turísticas. *RILCO DS: Revista de Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, *5*(42), 17-26. https://ideas.repec.org/a/erv/rilcds/y2023i4203.html

Vicente, A.; Ruiz, M.; Tamayo, U.; & Balderas, A. (2014). *Compatibilidad entre Responsabilidad Social Corporativa y competitividad: Estado de la cuestión en el ámbito internacional*. Bilbao: Instituto de Economía Aplicada a la Empresa.

Zipasuca, F. J., Cruz, F. O., Rojas, J.J; & Muñoz, O. F (2019). Responsabilidad Social Empresarial competitiva en Mipymes de la Sabana de Occidente, Cundinamarca. *Revista Hojas y hablas*, (18), 12-24. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7315582

Capítulo 7. Las decisiones financieras y la administración del dinero en estudiantes a nivel superior.

Elena Aguilar Canseco
Tania Beatriz Quintero Bastos
Susana Gallegos Cázares
María Esther Carmona Guzmán

Universidad Veracruzana

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.7

Resumen

Este documento trata sobre la toma de decisiones financieras y la administración del dinero. Su objetivo es dar a conocer si estudiantes del primer año de universidad cuentan con el conocimiento para administrar su dinero y tomar decisiones financieras de forma eficiente. La metodología contempla un estudio transversal descriptivo, con enfoque cuantitativo y un muestreo probabilístico aleatorio mediante una encuesta, los resultados obtenidos determinan la necesidad de proponer acciones que coadyuven al fortalecimiento de la educación financiera de los estudiantes universitarios.

Palabras clave

Administración del dinero, educación financiera, toma de decisiones financieras

Introducción

El dinero se ha utilizado como un medio de intercambio desde los inicios de la humanidad, desde metales preciosos y billetes, hasta las monedas virtuales que existen hoy en día; de tal forma que ha aumentado el interés de las personas por darle el uso correcto mediante una buena administración para maximizar su riqueza y alcanzar sus metas personales. (Rodríguez, 2019) La administración del dinero está directamente relacionada con la toma decisiones financieras, para ello, las familias y personas requieren una correcta educación financiera que redunda en una mejor situación económica, lo cual se transforma en bienestar económico. (Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, 2022).

Mungaray et al. (2021) conciben la educación financiera como "un proceso por el cual los individuos adquieren capacidades y habilidades en mercados de dinero permitiendo, entre otras cosas, mejorar la comprensión de la economía, el acceso a productos bancarios y a oportunidades de inversión". (p.56) La carencia de estos conocimientos genera analfabetismo financiero y dificulta el desarrollo financiero de los individuos, las finanzas de las familias y la economía social. Dado lo anterior, se necesita incluir temas financieros en el aprendizaje de las personas desde temprana edad e incluirlos en los mapas curriculares para contribuir a que los estudiantes controlen sus ingresos y gastos, tomen de decisiones coherentes y disminuya los niveles de analfabetismo financiero (Huacchillo et al., 2020).

Las dos variables para este estudio son la administración del dinero, considerada como el cuidado y manejo de los recursos económicos relacionados con ingresos, gastos, crédito, ahorro e inversión y la toma de decisiones financieras que son las elecciones que se realizan para la gestión de los recursos económicos, ambas importantes para alcanzar el objetivo de esta investigación.

El objetivo de este documento es dar a conocer si estudiantes del primer año de universidad de un programa educativo de Contaduría modalidad escolarizado cuentan con el conocimiento para administrar su dinero y tomar decisiones financieras de forma eficiente, los resultados obtenidos determinan la necesidad de proponer acciones que coadyuven al fortalecimiento de la educación financiera de los estudiantes universitarios.

Revisión de la Literatura

La educación financiera es un proceso que tiene como objetivo que las personas tomen conciencia sobre la importancia de desarrollar conocimientos, actitudes, destrezas, valores, hábitos y costumbres sobre un adecuado manejo de las finanzas personales, familiares y empresariales con la finalidad de utilizar herramientas financieras para tomar decisiones adecuadas

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

en beneficio del bienestar personal y organizacional. (Pellas & Castegnaro, 2008) Hoy en día y a pesar de las distintas innovaciones en el sistema financiero en México, una parte de su población carece de capacidades y conocimientos necesarios para aplicar herramientas financieras de manera adecuada (Mungaray et al., 2021).

En la Política Nacional de Inclusión Financiera de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (2020) se muestra un escenario para el 2030 cuyo objetivo general es: "Fortalecer la salud financiera de la población mexicana, a través del incremento en el acceso y uso eficiente del sistema financiero, del desarrollo de las competencias económico-financieras, y del empoderamiento del usuario". (p.81) La inclusión financiera en México es necesaria para mejorar no solo la situación económica del país, sino también para mejorar el nivel educativo dejando de lado la exclusión (León et al., 2022).

En ese sentido, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2013) señala que "proporcionar una educación financiera para los niños y los jóvenes es un componente importante en la transición de la niñez a la edad adulta y la formación de ciudadanos financieramente responsables" (p.3). En ese orden de ideas, Ahumada & Sánchez (2019) mencionan que la mayoría de los estudiantes e incluso profesionistas del área de las ciencias económico administrativas a pesar de que poseen conocimientos administrativos relativos a su perfil, no los aplican en su vida personal. A causa de ello, se torna indispensable fomentar la educación financiera en una edad temprana, así como en jóvenes quienes en una vida adulta tendrán mayores conocimientos de sus finanzas, facilitando la toma de decisiones con relación a la administración adecuada sobre el gasto en los hogares (Acosta et al., 2020).

Las finanzas familiares requieren llevar a cabo planes y controles sobre los ingresos mediante presupuestos familiares y niveles óptimos de endeudamiento para alcanzar sus objetivos tanto de consumo, crédito y ahorro y asegurar su bienestar a futuro; toda vez que, al no organizar las finanzas personales se puede llegar al endeudamiento excesivo y sobreconsumo afectando la economía familiar y a la sociedad en general (Reatiga, 2015).

En relación a lo anterior, los estudiantes de nuevo ingreso a la universidad deben buscar la libertad financiera para mantener una estabilidad económica, finalizar sus estudios e iniciar su vida laboral, en esta fase de vida se eleva su poder adquisitivo, esto obliga a contar con conocimientos financieros para administrar el dinero como parte de su vida cotidiana para la correcta toma de decisiones.Las personas presentan necesidades básicas en su vida, obligándolas a tomar decisiones respecto al dinero, dichas necesidades son: consumo, inversión, ahorro y protección. Al respecto, Garay (2015. p.8) comenta que:

> El dinero permite tomar decisiones y alcanzar objetivos financieros, en un continuo de tiempo que se conoce como ciclo de vida financiero. En cada etapa de la vida, los objetivos financieros y la toma de decisiones financieras suelen ser diferentes. El ciclo de vida financiero transita de los ingresos negativos (dependencia) a positivos (independencia).

La toma de decisiones financieras personales promueve el cumplimiento de metas y objetivos, sin embargo, no siempre se toman las más acertadas, existen diversos factores involucrados entre los que se encuentran: emociones, género, personalidad, ganancias y pérdidas, la toma de decisiones no es del todo racional, esta se ve limitada derivado de la necesidades y preferencias de la persona, la intuición con relación a las decisiones repentinas sin analizar el riesgo que implica con relación a las necesidades (Trejos et al., 2021).

En las instituciones educativas se pueden adquirir conocimientos en las finanzas personales; sin embargo, en México por lo general se excluye de la currícula el tema de la educación financiera personal. Los jóvenes terminan sus estudios universitarios con saberes técnicos propios de su perfil, no obstante, carecen de habilidades en cuanto a su economía personal. De acuerdo con Ahumada et al. (2022) aun y cuando existen estudiantes que cursan la Carrera de Contador Público y cuentan con conocimientos financieros, existe una clara desvinculación entre dichos conocimientos académicos y sus prácticas personales.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (2020) en su encuesta en cuanto a programas de educación financiera, muestran que existen programas de capacitación y la mayoría se enfoca en entidades educativas, este énfasis en programas dirigidos a la población escolar tiene el objetivo estratégico de lograr generaciones futuras preparadas para la toma de decisiones financieras más conscientes.

Metodología

En este documento se presenta un estudio transversal con enfoque cuantitativo descriptivo, cuyo objetivo es dar a conocer si estudiantes del primer año de universidad cuentan con las bases para administrar su dinero y tomar decisiones financieras de forma eficiente mediante un estudio de caso, los resultados obtenidos determinan la necesidad de proponer acciones que coadyuven al fortalecimiento de la educación financiera de los estudiantes universitarios.

Este trabajo presenta como hipótesis: "Los estudiantes universitarios de nuevo ingreso administran su dinero y toman decisiones financieras eficientemente".

Se llevó a cabo un muestreo probabilístico aleatorio simple a estudiantes de primer año de universidad del programa educativo de licenciatura en contaduría en un sistema esco-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

larizado, cuya población asciende a 210 estudiantes. Con la finalidad de determinar la muestra representativa, misma que asciende a 136 estudiantes, se estableció el 95% de confianza, un 5% de margen de error y una probabilidad estimada de p= 0.5%., lo que permitió inferir los resultados correspondientes.

El instrumento utilizado para la recolección de datos de este estudio fue adaptado y aplicado a la muestra de 136 estudiantes mediante un formulario de Google, utilizando las secciones de administración del dinero y toma de decisiones financieras con un total de 7 y 8 preguntas respectivamente ascendiendo a un total de 15 ítems. Su diseño es tipo encuesta, su elaboración fue por Contreras-Rodríguez (2016), denominado EDUFINANMS y tiene la intención de recabar información relacionada al conocimiento que en tópicos financieros poseen estudiantes, su estructura contempla preguntas cerradas y en una escala de medición de tipo Likert, con distintas alternativas de selección para obtener la información y con una fiabilidad y consistencia interna alfa de Cronbach de 74%.

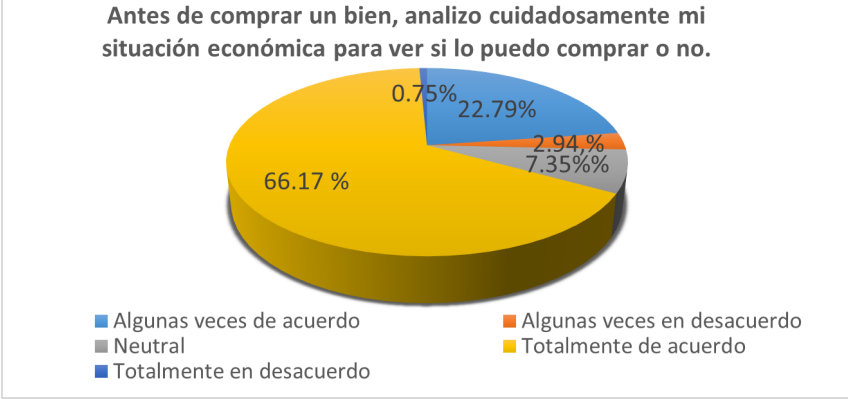
Resultados

La aplicación del instrumento a la muestra determinada proyecta resultados que permiten medir el conocimiento de los universitarios con relación a sus variables: administración del dinero y toma de decisiones financieras, abordando temas como situación financiera, tipos de compras, pago de deudas, inversión, activos, ahorro, patrimonio, metas financieras y experiencia financiera. Dichos resultados fueron graficados mostrando la tendencia de cada item como se muestra a continuación:

Apartado: Administración del Dinero

Gráfica 7.1

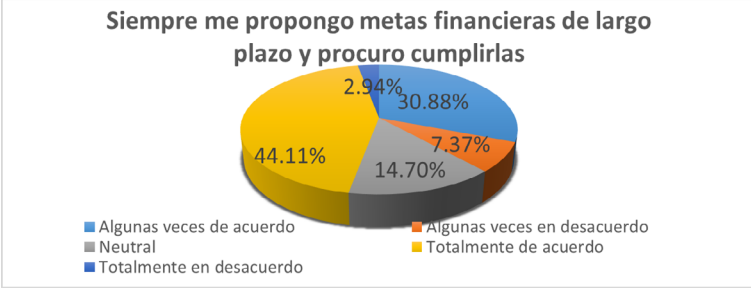
Análisis de situación económica previa a la compra



La Gráfica 7.1 muestra que 66.17% de los estudiantes está de acuerdo en analizar su situación económica antes de una compra y 22.79% algunas veces de acuerdo, 7.35% se mantiene neutral, 2.94% algunas veces está en desacuerdo y 0.75% se manifiesta en total desacuerdo.

Gráfica 7.2

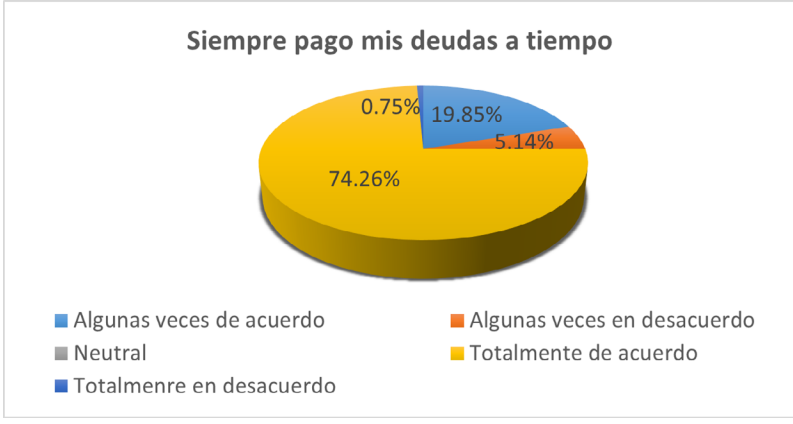
Cumplimiento de metas financieras



La Gráfica 7.2, muestra que el 44.11% de los estudiantes está de acuerdo con proponerse metas financieras de largo plazo y cumplirlas, el 30.88% algunas veces está de acuerdo, 14.70% se mantiene neutral, 7.37% se encuentra algunas veces en desacuerdo y 2.94% está totalmente en desacuerdo.

Gráfica 7.3

Pago de deudas en tiempo

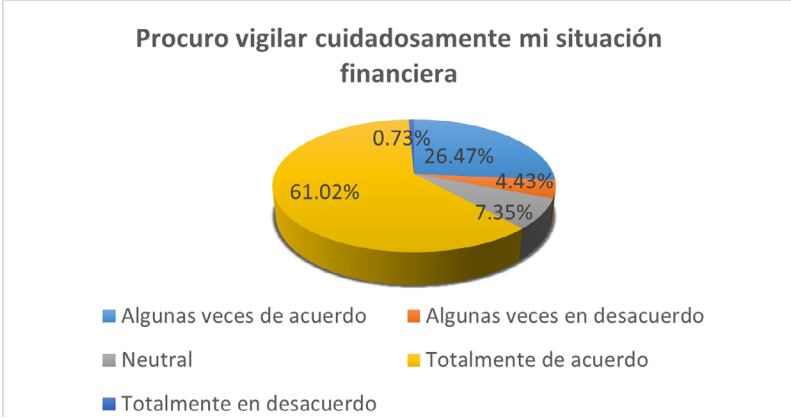


Respecto a la Gráfica 7.3, se muestra que el 74.26% de los estudiantes está totalmente de acuerdo en pagar sus deudas a tiempo, seguido de 19.85% que algunas veces está de acuerdo, se encontró que el 5.14% está algunas veces en desacuerdo, y finalmente 0.75% se encuentra totalmente en desacuerdo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Gráfica 7.4

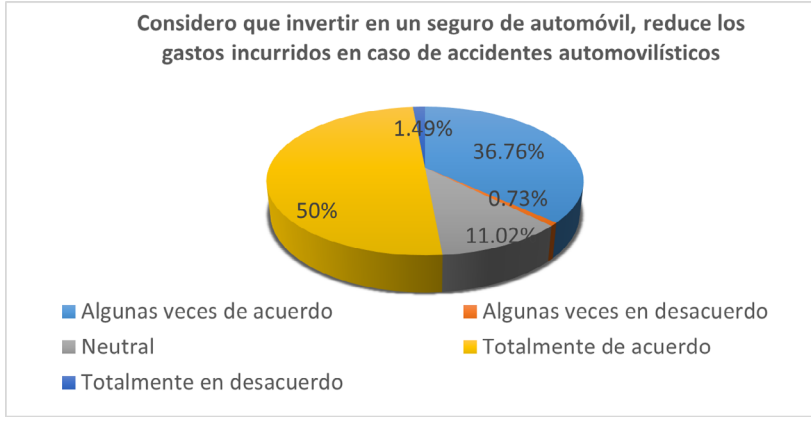
Vigilancia de la situación financiera



En la Gráfica 7.4 se aprecia que 61.02% de los estudiantes está de acuerdo en vigilar cuidadosamente su situación financiera, seguidos de 26.47% que algunas veces está de acuerdo, 7.35% se muestra neutral ante esta pregunta, 4.43% manifiesta algunas veces estar en desacuerdo y solo 0.73% se expresa totalmente en desacuerdo.

Gráfica 7.5

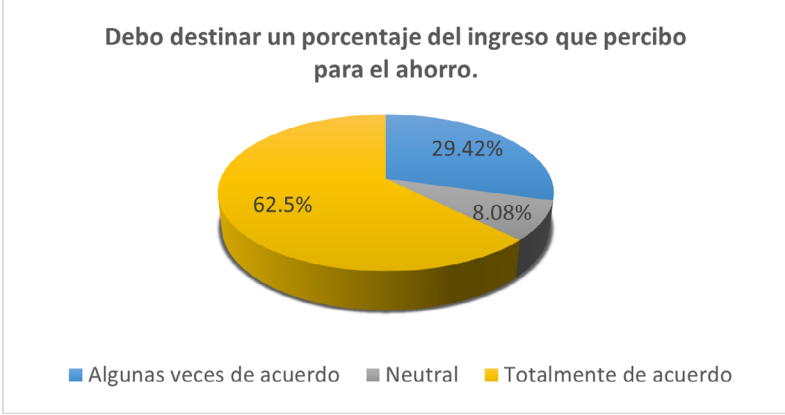
Inversión en seguro de automóviles para reducción de gastos por accidentes



En la Gráfica 7.5, se aprecia que el 50% de los estudiantes está totalmente de acuerdo ya que consideran que invertir en un seguro de automóvil reduce los gastos incurridos en caso de accidentes automovilísticos, 36.76% algunas veces está de acuerdo, 11.02% se mantiene neutral a la pregunta, 0.73% y 1.49% están algunas veces en desacuerdo y en total desacuerdo respectivamente.

Gráfica 7.6

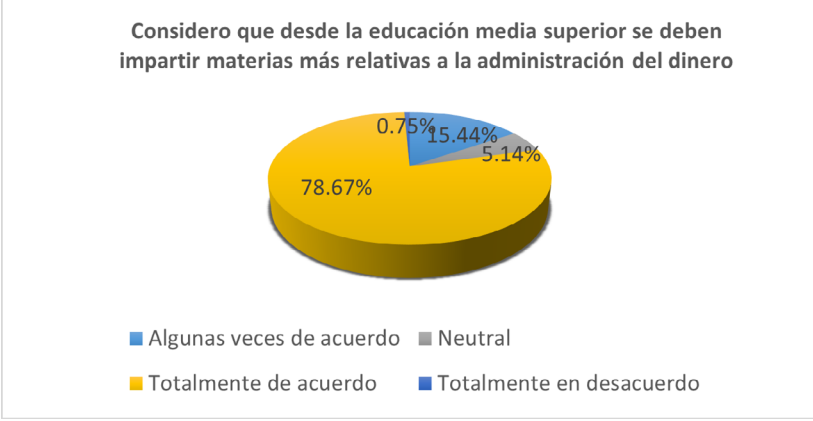
Destino del ingreso para el ahorro



La Gráfica 7.6 expone que el 62.5% de los encuestados está de acuerdo en destinar un porcentaje del ingreso que percibe para el ahorro, el 29.42% solo está algunas veces de acuerdo y el 8.08% se mantiene neutral ante esta aseveración.

Gráfica 7.7

Consideración sobre la educación media superior en relación a la administración del dinero



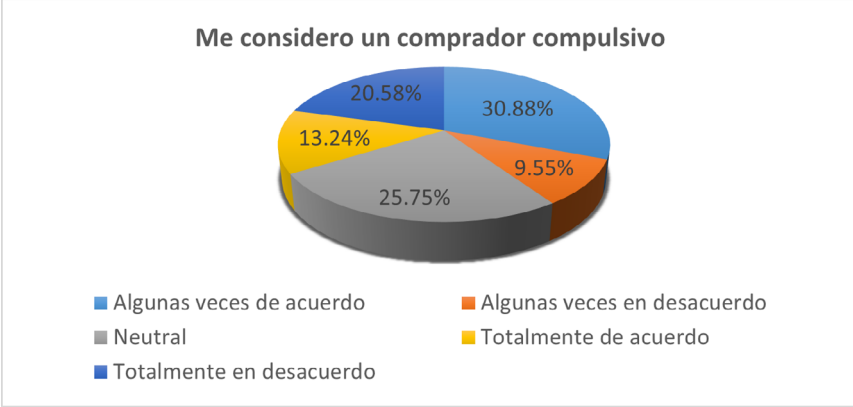
La Gráfica 7.7 señala que entre la población encuestada el 78.67% expresa que está totalmente de acuerdo en que la educación media superior debe impartir materias que tengan relación con la administración del dinero, el 15.44% solo algunas veces está de acuerdo, el 5.14% se mantiene neutral y 0.75% está totalmente en desacuerdo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Apartado: Toma de Decisiones Financieras

Gráfica 7.8

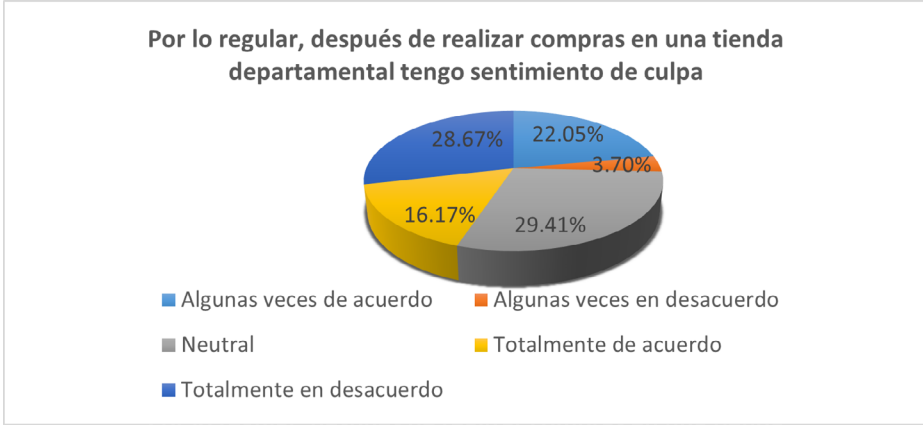
Comprador compulsivo



En la Gráfica 7.8 se puede observar variación en las respuestas por parte de los encuestados, mostrando que 30.88% de los estudiantes se consideran algunas veces compradores compulsivos, 25.73% encuestados son neutrales, 20.58% están totalmente en desacuerdo, es decir; no se consideran compradores compulsivos, solo 13.24% están totalmente de acuerdo con esta afirmación y 9.55% expresan que están algunas veces en desacuerdo con relación a la pregunta.

Gráfica 7.9

Sentimiento de culpa posterior a la compra

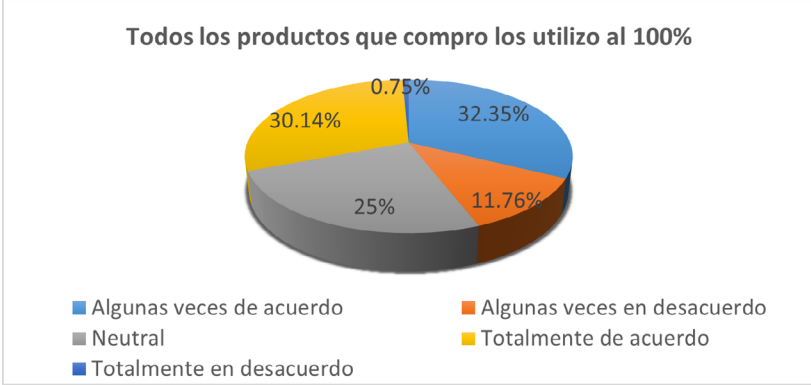


Como se observa en la Gráfica 7.9, el 29.41% de los estudiantes por lo regular, después de realizar compras en tiendas departamentales se muestra neutral ante el sentimiento

de culpa, seguido del 28.67% que no presenta culpa, es decir; están totalmente en desacuerdo, 22.05% algunas veces está de acuerdo y el 16.17% se encuentra totalmente de acuerdo dejando solo un 3.70% a los que expresan que algunas veces están en desacuerdo.

Gráfica 7.10

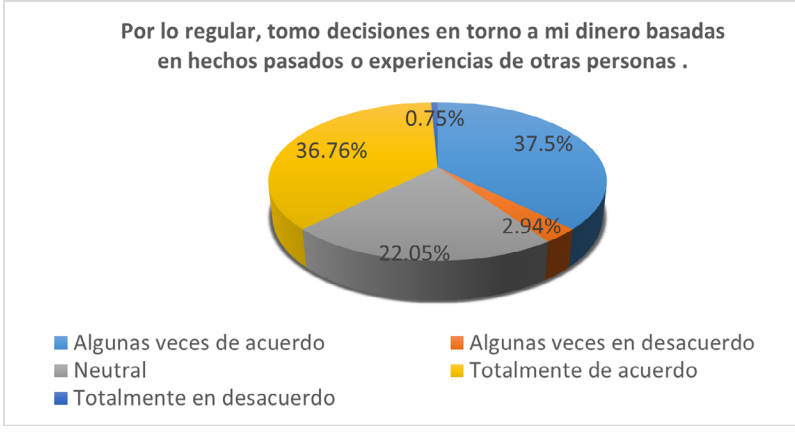
Compra de productos útiles



En la Gráfica 7.10 se muestra que, el 32.35% de los estudiantes considera que algunas veces utiliza al 100% todos los productos que compra, por su parte el 30.14% manifiesta que está totalmente de acuerdo con la afirmación, el 25% se mantiene neutral ante la pregunta, el 11.76% se encuentra algunas veces en desacuerdo y por último el 0.75% está totalmente en desacuerdo ante este supuesto.

Gráfica 7.11

Decisiones en torno al dinero



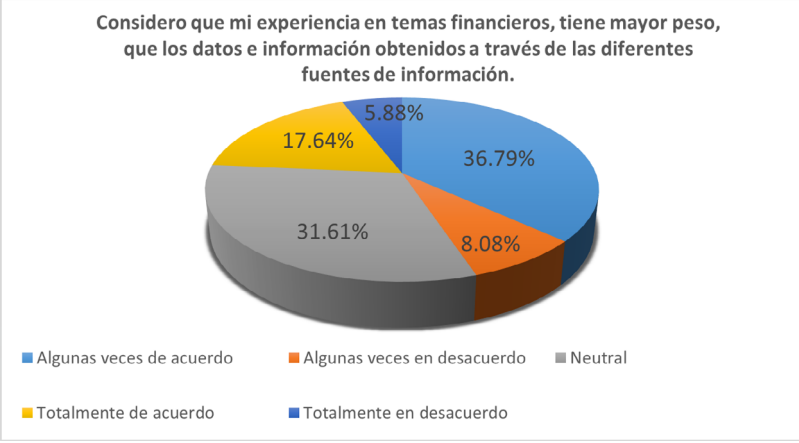
En la Gráfica 7.11 el 37.5% de los estudiantes indicó que algunas veces toma decisiones en torno a su dinero basado en el pasado o experiencias de otras personas, el 36.76%

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

está totalmente de acuerdo con la pregunta, por su parte 22.05% se muestra neutral, seguido del 2.94% y el 0.75% que están algunas veces de acuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente.

Gráfica 7.12

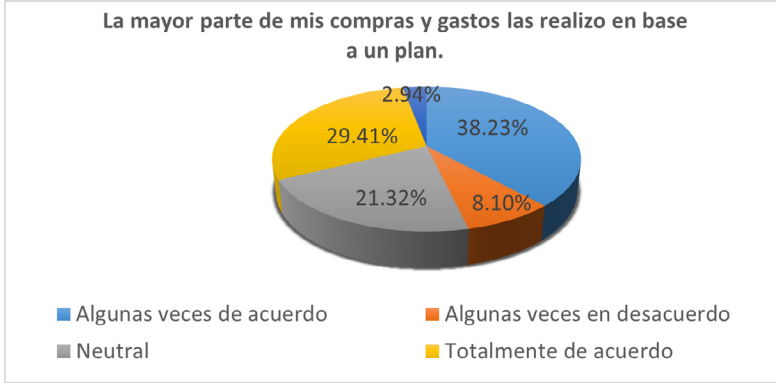
Experiencia financiera ante fuentes de información



En la Gráfica 7.12 se muestra que el 36.79% de los estudiantes algunas veces está de acuerdo en considerar que la experiencia de temas financieros tiene mayor peso que los datos e información que son obtenidos a través de las distintas fuentes de información, 31.61% se muestra neutral, 17.64% está totalmente de acuerdo, 8.08% algunas veces se muestra en desacuerdo con esta afirmación y finalmente 5.88% está totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Gráfica 7.13

Compras planificadas



Se muestra en de la Gráfica 7.13 que 38.23% de los estudiantes algunas veces está de acuerdo y realizan con base a un plan la mayor parte de sus compras y gastos, 29.41% de

los estudiantes está totalmente de acuerdo, es decir que efectivamente se basa en un plan de gastos, 21.32% se mantiene neutral, 8.10% se manifiesta algunas veces en desacuerdo y solo 2.94% está totalmente en desacuerdo.

Gráfica 7.14

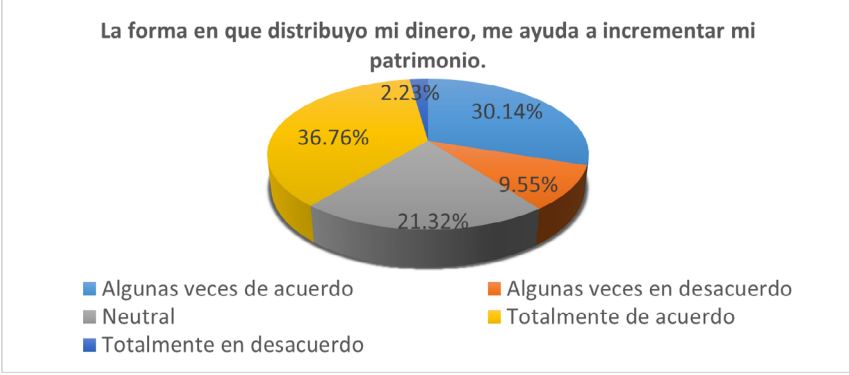
Investigación previa a la compra de activos o realizar inversiones



Como se observa en la Gráfica 7.14, el 32.35% de los estudiantes algunas veces está de acuerdo con hacer una investigación antes de realizar una compra o inversión, el 29.41% está totalmente de acuerdo con ello, por su parte, el 24.26% se muestra neutral, el 8.10% totalmente en desacuerdo y solo el 5.88% algunas veces está en desacuerdo con la afirmación.

Gráfica 7.15

Distribución del dinero e incremento de patrimonio



La Gráfica 7.15 muestra que 36.76% de los encuestados está totalmente de acuerdo en relación a que la forma en que distribuye su dinero le ayuda a incrementar su patrimonio, el 30.14% se encuentra algunas veces de acuerdo, el 21.32% se mantiene neutral ante esta afirmación, adicionalmente el 9.55% indica que algunas veces está en desacuerdo y el 2.23% está en total desacuerdo al respecto.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Discusión

Los resultados obtenidos de los 136 estudiantes encuestados de primer año de licenciatura del programa educativo de Contaduría en modalidad escolarizada muestran en un primer apartado las respuestas en cuanto a su conocimiento y aplicación en la Administración del Dinero, identificando del total de los 7 ítems analizados, que una mayoría significativa de los encuestados analiza su situación económica previo a una compra, se propone metas financieras a largo plazo y las cumple, paga sus deudas a tiempo, vigila su situación financiera, considera que invertir en un seguro de automóvil reduce gastos en caso de accidentes, conoce la necesidad de ahorrar y considera que la administración del dinero se debe impartir en materias de educación media superior. Esto indica que a pesar de que existen monirías, la mayor parte de los estudiantes tienen conocimientos sobre la administración del dinero y la aplican en su vida cotidiana.

El segundo apartado presenta los resultados en relación a la Toma de Decisiones Financieras con 8 ítems analizados, mostrando que la mayoría se mantiene neutral o está en desacuerdo sobre considerarse compradores compulsivos y tener sentimiento de culpa después de realizar una compra en tienda departamental, por otra parte, la mayoría se encuentra totalmente o algunas veces de acuerdo en cuanto a utilizar al 100% los productos que compran, tomar decisiones basadas en el pasado y experiencias de otros, anteponer su experiencia financiera a las fuentes de información, realizar compras basadas en un plan, investigar antes de comprar un activo o realizar una inversión y considerar que la distribución de su dinero ayuda a incrementar su patrimonio. Sin embargo, en estos ítems las minorías son significativas ya que oscilan entre el 26 y 45% tomando en cuenta los estudiantes que manifestaron estar en desacuerdo o neutrales.

Derivado de este análisis se sugiere realizar futuras investigaciones sobre temas relacionados con la administración del dinero y toma de decisiones entre estudiantes universitarios tales como ahorro, inversión, consumo, crédito, endeudamiento, planeación financiera y factores involucrados en la toma de decisiones, dando cabida a nuevas propuestas enriquecedoras que fortalezcan sus finanzas personales.

Conclusiones

Habiendo finalizado este estudio, se determina que los estudiantes de primer año de universidad de un programa educativo de Contaduría modalidad escolarizado en su mayoría administran el dinero de forma adecuada y toman decisiones financieras acertadas, sin embargo, se presentan minorías representativas que requieren fortalecer su educación financiera.

Por lo tanto, se recomienda implementar en instituciones educativas a nivel medio superior y en los programas educativos a nivel superior de cualquier área de conocimiento, acciones para el fortalecimiento de la educación financiera en jóvenes, que van desde incorporar temas en la currícula de los programas educativos, realizar eventos de divulgación con expertos en finanzas, hasta ofrecer diplomados, especializaciones y cursos de actualización vinculados con organizaciones gubernamentales involucradas en la materia financiera.

Es importante continuar con los esfuerzos para reforzar el conocimiento financiero entre los estudiantes universitarios, encaminándolos hacia una administración exitosa del dinero y la toma de decisiones financieras acertadas sobre: consumo, ahorro, inversión y crédito; evitando comportamientos de riesgo tales como el consumismo y endeudamiento, coadyuvando a alcanzar sus metas financieras y bienestar económico a nivel personal.

Referencias

Acosta, L., Mercado, T., & Medina, H. (Enero - Diciembre de 2020). Importancia de la educación financiera en niños y jóvenes. Liderazgo estratégico, 10(1), 162-1673. Recuperado de https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/liderazgo/article/view/6278/5941

Ahumada, B. M., & Sanchez, B. L. (Septiembre de 2019). Los estudiantes de nivel superior y la administración de su dinero. Revista de Ciencias de la Educación, 3(9), pp. 25-34. Recuperado de DOI: 10.35429/JESC.2019.9.3.25.34

Ahumada, B. M., Loera, R. C., & Saez, J. H. (2022). El dinero de los estudiantes y su administración. Revista de Administración, Psicología e Ingeniería Industrial, 8(26), 134-140. Recuperado de https://independent.academia.edu/Administraci%C3%B3nPsicolog%C3%ADaeIngenier%C3%ADaIndustrial

CONDUSEF, C. N. (2022). Antecedentes de la Educación Financiera. Diplomado en Educación Financiera CONDUSEF. México, México.

Contreras Rodríguez, B., García Santillán, A., & Vargas, S. (2016). Inclusión y Educación Financiera: una aproximación teórica. European Journal of Education Studies, 1(2), 82-101. Doi: dx.doi.org/10.6084/m9.figshare.3172579.

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF. (2013). Educación social y financiera para la infancia. Recuperado de https://silo.tips/download/educacion-social-y-financiera-para-la-infancia.

Garay, G. A. (2015). Las Finanzas Conductuales, el Alfabetismo Financiero y su Impacto en la Toma de Decisiones Financieras, el Bienestar Económico y la Felicidad. Perspectivas (36), 7-34. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/pdf/rp/n36/v18n36a01.pdf

Huacchillo, L., Ramos, E., & Pulache, J. (Marzo de 2020). La gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones financieras. Universidad y Sociedad, Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos, 12(2), pp. 356-362. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200356.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

León, G., Hernández, A., & Haro, G. (2022). Inclusión financiera en jóvenes universitarios en México, 2017-2018. Revista mexicana de economía y finanzas, 17(1), pp. 1-18, e716. Recuperado de DOI: https://doi.org/10.21919/remef.v17i1.716

Mungaray, A., González, N., & Osorio, G. (Abril- junio de 2021). Educación financiera y su efecto en el ingreso en México. Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía, 52(205), 55-78. Recuperado de https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2021.205.69709

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe. (2020). Estrategias nacionales de inclusión y educación financiera en América Latina y el Caribe: retos de implementación. OCDE. Recuperado de https://www.oecd.org/financial/education/Estrategias-nacionales-de-inclusion-y-educacion-financiera-en-America-Latina-y-el-Caribe.pdf

Pellas, C., & Castegnaro, E. (2008). Libro Maestro de la Educación financiera. Un sistema para vivir mejor. Costa RICA.: Innova Tecnologhy, S.A. Recuperado el 26 de octubre de 2023, de https://detce.mep.go.cr/sites/all/files/detce_mep_go_cr/adjuntos/material-apoyo-dinero-finanzas-personales.pdf

Reatiga, I. C. (2015). Estrategias para el manejo de las finanzas personales. Revista Gestión, Competitividad e Innovación (2). Recuperado de https://pca.edu.co/editorial/revistas/index.php/gci/article/view/11/9

Rodríguez, N. (3 de 12 de 2019). Administración del dinero, en busca de la libertad financiera. Dictamen Libre (25), pp. 1-11. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7380673

Secretaría de Hacienda y Crédito Público & Secretaría de Educación Pública. (2020). Política Nacional de Inclusión Financiera. Recuperado el Noviembre de 2023, de https://assets.ctfassets.net/1noli9bpiikh/3FUAJEceyCe5zXfUS4NhLw/ecc35074ca6609a29487c16dfdbf9100/PNIF_2020_2024_VF.PDF

Trejos, D., Osorio, S., Corrales, L., & Duque, P. (Enero - julio de 2021). Toma de decisiones financieras: perspectivas de investigación. Revista de Ingenierías Interfaces, 4(1), 1-22. Recuperado de http://biblos.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/ingenieria/article/view/509/651

Capítulo 8. Evaluación diagnostica del desempeño de una empresa del ramo financiero.

Luis Arturo Castro Ramírez
María del Carmen Clara Arcos Ortega
Liliana Venegas Michel
José Luis Martínez Alcántar

Tecnológico Nacional de México, Campus Zitácuaro

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.8

Resumen

La investigación se realizó como diagnóstico organizacional para el desarrollo de tesis para la Maestría en Gestión Administrativa, con línea de investigación en Competitividad Empresarial, del Tecnológico Nacional de México campus Zitácuaro y aplicada en una empresa dedicada a apoyar familias mexicanas a través de créditos personales en efectivo con descuento vía nómina. El objetivo de la investigación es realizar una evaluación diagnóstica utilizando la metodología Seis Sigma para identificar áreas críticas de desempeño y calidad en la generación de solicitudes de crédito en una organización del ramo financiero, y determinar las causas que impactan su rendimiento al recabar datos de ventas comprendidos en el periodo de enero del 2022 a marzo del 2023 y una análisis las causas de los niveles de venta.

Palabras clave

Calidad, Calidad en el servicio financiero, Rentabilidad, Seis Sigma, Ventas

Introducción

El diagnóstico se aplica en un punto de venta de una empresa financiera dedicada a apoyar familias mexicanas a través de créditos personales con descuento vía nómina que cuenta con más de 55 sucursales en 29 estados. El punto de venta ubicado en Zitácuaro, Michoacán reporta a la sucursal de Morelia actividades referentes a la generación, captura, seguimiento y entrega de archivos en físico; la administración corre por cuenta de empresarios locales. No se han elaborado estudios sobre el rendimiento, tampoco existe un sistema de medición del desempeño que permitan evaluar la factibilidad del negocio.

El análisis de la literatura resalta la importancia del diagnóstico organizacional, específicamente en el ámbito financiero, y la necesidad de utilizar metodologías como Seis Sigma y el ciclo DMAIC (DMAIC, Define, Measure, Analyze, Improve and Control) para identificar áreas críticas que requieren atención. Estos enfoques estructurados y cuantitativos, respaldados por herramientas estadísticas y de calidad, permiten medir el rendimiento, analizar las causas fundamentales de los desafíos y optimizar procesos que impactan directamente en la satisfacción del cliente en el contexto financiero. Esta comprensión profunda del estado actual de la organización financiera, crucial para la toma de decisiones informadas, permitiendo tomar decisiones informadas y basadas en evidencia para implementar mejoras significativas sostenibles en la calidad de servicios y productos, promoviendo la fidelización de clientes y aumentando la rentabilidad en un mercado altamente competitivo dentro del sector financiero. La investigación propuesta tiene la oportunidad de marcar una diferencia al aplicar la metodología Seis Sigma en el sector financiero.

La metodología Seis Sigma será utilizada para identificar áreas críticas de desempeño y calidad en la generación de solicitudes de crédito, evaluando el cumplimiento de metas y analizando las causas que influyen en el rendimiento actual de la organización respondiendo a la preguntas de investigación: ¿Cuál es el nivel de desempeño actual de la organización con respecto a su cumplimiento de metas?, ¿Cuál es el nivel de calidad de la organización con respecto a la generación de solicitudes de crédito?, ¿Cuáles son las principales causas que producen el nivel de desempeño actual de la organización?. El objetivo principal radica en ofrecer una evaluación diagnóstica detallada que permita dar origen a una investigación más profunda para la implementación de estrategias efectivas orientadas a mejorar el desempeño y la rentabilidad. Por tal motivo, la idea que se pretende validar con esta investigación es que la evaluación con Seis Sigma identificará áreas clave de desempeño y calidad en la generación de solicitudes de crédito, permitiendo la determinación de las causas principales del rendimiento actual de la organización y señalando oportunidades de mejora.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Revisión de la Literatura

El artículo de investigación "Estudio de Calidad a Establecimientos Bancarios en Colombia Utilizando el Método Seis Sigma" realizada por Herrera (2020) tiene como objetivo analizar las quejas realizadas al sector financiero en Colombia durante el período de enero de 2018 a mayo de 2020. Los resultados más relevantes del estudio se refieren al estado actual de las quejas en el ámbito financiero en Colombia, incluyendo el nivel Sigma, Defectos por Millón de Oportunidades (DPMO) y rendimiento. Esta investigación describe la situación actual de las quejas en el sector financiero en Colombia utilizando elementos de la metodología Seis Sigma. Se sugiere la implementación de estrategias para mejorar los procesos en el área de quejas del sistema bancario. Se destaca la posibilidad de aplicar Seis Sigma en sectores diferentes al manufacturero.

El trabajo realizado por Pérez-López y García-Cerdas (2014), "Implementación de la metodología DMAIC-Seis Sigma en el envasado de licores en Fanal", tiene como objetivo solucionar los problemas que presenta la línea de envasado de licores en envase PET, la cual no estaba operando a su máxima capacidad debido a deficiencias en la línea. Los resultados más relevantes del estudio se refieren a la mejora del Eficiencia General de los Equipos (OEE, Overall Equipment Effectiveness). Este artículo de investigación presenta una estructura metodológica sólida, con un marco teórico completo y un desarrollo integral de la metodología de Definir, Medir, Analizar, Mejorar y Controlar. Aunque se enfoca en el ámbito manufacturero, crea una expectativa positiva para futuros investigadores y establece un alto estándar para el trabajo de investigación en esta área.

Por otro lado, "Lean Six Sigma en pequeñas y medianas empresas: un enfoque metodológico", escrito por Felizzola y Luna (2014), tiene como objetivo mejorar los estándares de calidad de los productos en las pequeñas y medianas empresas (PYMES), con el fin de reducir los servicios generados por devoluciones de los clientes y mejorar la productividad de los procesos de producción, impactando en los costos de producción, los costos de mala calidad, los reprocesos, los tiempos de ciclo y la capacidad de producción. Los resultados más relevantes del estudio incluyen mejoras en el nivel de calidad de las alcobas, la capacidad del proceso de corte, el proceso de armado de gavetas y el proceso de armado de camas. También se observaron menores quejas por parte del cliente externo relacionadas con pegas abiertas y gavetas defectuosas. Este trabajo de investigación se enfoca en el ámbito manufacturero, pero a escala de las MIPYMES. El desarrollo metodológico es excelente, contextualizando al lector en el mundo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) y la metodología DMAIC de Seis Sigma. Se destaca la aplicación de la metodología con elementos simples de Seis Sigma, lo cual demuestra la flexibilidad de esta metodología para adaptarse a las necesi-

dades de cualquier organización y resalta que no es necesario aplicar todas las herramientas en todos los casos.

La tesis "Aplicación de Six Sigma a Devoluciones de Clientes en Comercialización de Autopartes No Originales" realizada por Tovar (2014) tiene como objetivo aplicar la metodología Six Sigma y su ciclo DMAIC al proceso de comercialización de autopartes no originales para reducir la variabilidad, las devoluciones de clientes y los costos por falta de calidad. Los resultados más relevantes obtenidos incluyen una disminución del 35% en la cantidad de piezas devueltas durante el periodo de enero a marzo de 2013, una reducción en las Partes Por Millón (PPM) de 10,705 a 6,937, un incremento en el nivel de calidad Sigma de 3.8 a 3.96 y una estimación de ahorro en costos de calidad por un total de $695,384.00 (seiscientos noventa y cinco mil trescientos ochenta y cuatro pesos). Esta investigación demuestra que la aplicación de Six Sigma en la comercialización de autopartes no originales ha logrado mejoras significativas en la reducción de devoluciones y los costos asociados a la falta de calidad.

Otro trabajo de misma índole, "Seis Sigma, iniciativa para mejorar la calidad en el proceso de emisión de pólizas de seguros corporativos de vida y gastos médicos mayores", realizada por Lemus (2014), tiene como objetivo reducir en un 80% los defectos en la emisión de pólizas en las líneas de negocio de Vida Seguros Comerciales y Gastos Médicos Mayores para diciembre de 2009. Los resultados más relevantes obtenidos muestran una mejora significativa en el nivel de defectos, pasando de un nivel inicial del 73% a un nivel global del 98% para gastos médicos y cerca del 89% para vida. Esta investigación resalta la necesidad de un proceso de emisión sin errores que satisfaga las necesidades del cliente y destaca la importancia de definir correctamente los defectos para poder medirlos adecuadamente. Se enfatiza el papel crucial de la supervisión, el apego a los procedimientos y la vigilancia de las variables de entrada para evitar defectos en la producción. También se destaca el apoyo de los patrocinadores y líderes del proyecto, así como la importancia de la especialización, segmentación y nivel de habilidad en la gestión de negocios transaccionales. El trabajo en equipo con expertos del proceso y la consideración de la opinión de la operación en su conjunto son aspectos indispensables para lograr mejoras en la calidad.

Como los casos de éxito anteriores, la metodología Seis Sigma ha logrado traer grandes beneficios en las organizaciones donde es aplicada. Comenzando por sus orígenes en la década de 1970, una fábrica de Motorola que fabricaba televisores Quasar en los Estados Unidos quedó a cargo de una empresa japonesa, de manera rápida planearon hacer cambios drásticos en la forma de operar de la fábrica. Bajo la administración japonesa, la fábrica disminuyó un 95% los defectos en la producción de comparados a los producidos bajo la dirección de Motorola. Para lograr esto, la empresa japonesa empleó el mismo talento

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

humano, la tecnología y los diseños, y lo hizo mientras reducía costos, dejando en evidencia que el problema de motorola era su forma de hacer la gestión (Pyzdek y Keller, 2018). Para la década de 1980, Motorola reaccionó ante los problemas de calidad que presentaban, proponiendo mejorar diez veces los niveles de calidad en un lapso de cinco años. Para el año de 1989, la meta propuesta había sido rebasada cien veces mejorando la calidad de los productos y servicios. Motorola se hace acreedor al premio a la calidad Malcolm Baldrige en el año de 1988, el premio es consecuencia del desarrollo e implementación de la iniciativa metodológica de calidad Seis Sigma. Entre 1997 y 1999 las mejoras dieron como resultado un ahorro aproximado de 4,500 millones de dólares. Otro caso de éxito es Allied Signal, esta empresa logró obtener un ahorro de más de 2,000 millones de dólares entre los años 1994 y 1999. Por otro lado, GE obtuvo un ahorro de más de 3,000 millones de dólares entre los años 1998 y 1999 (Lean Six Sigma Institute, S.C., 2016).

La implementación de la metodología Seis Sigma requiere dos elementos clave: tiempo, recursos y compromiso de la dirección y empleado para la mejora de la calidad; debido a que la calidad es uno de los factores principales para la satisfacción de los clientes, y el medio para lograr atraerlos y mantenerlos. Aunque implica una inversión económica inicial, la implantación de Seis Sigma genera ahorros a largo plazo en costos y mejora los procesos internos de la organización. Adicional al ahorro en costos, la implementación exitosa de Seis Sigma también conlleva mejoras en los procesos internos de la organización. Al utilizar herramientas y metodologías rigurosas, Seis Sigma permite identificar y abordar las causas fundamentales de los problemas, lo que conduce a una mayor eficiencia y calidad en los procesos (Navarro Albert et al., 2017).

Metodología

La implementación de la metodología Seis Sigma y su ciclo DMAIC en el contexto de diagnóstico organizacional no solo aporta beneficios cuantitativos, sino también cualitativos de gran relevancia. Esta metodología, al centrarse en la satisfacción del cliente, la eliminación de defectos y la reducción de la variabilidad en los procesos, contribuye a mejorar la calidad de los servicios y la percepción del cliente sobre la organización. Asimismo, fomenta una cultura de mejora continua y un compromiso más profundo de los empleados con la excelencia en la prestación de servicios. El enfoque cualitativo de esta afirmación busca destacar la importancia de considerar aspectos más allá de los números, como la satisfacción del cliente, la cultura organizativa y el compromiso de los empleados, en el contexto del diagnóstico organizacional con Seis Sigma. Por lo tanto, la metodología Seis Sigma permitirá recabar la información necesaria para evaluar el estado actual la organización, logrando un alcance de la investigación del tipo descriptivo.

Para el estudio se analizan los datos de ventas históricas y proporción de rechazos comprendidos en un periodo de enero de 2022 a marzo de 2023. Se debe tener en consideración que existe una meta de ventas de $500,000.00 mensuales en colocación créditos con descuento vía nómina. Adicional, se emplea la técnica de Causa-Efecto para la recolección de información de las posibles causas que contribuyen al incumplimiento de las metas establecidas. El tipo de estudio más pertinente para el levantamiento de información en esta investigación de diagnóstico organizacional con enfoque cualitativo es la entrevista a profundidad. La elección de la entrevista a profundidad se justifica por varias razones:

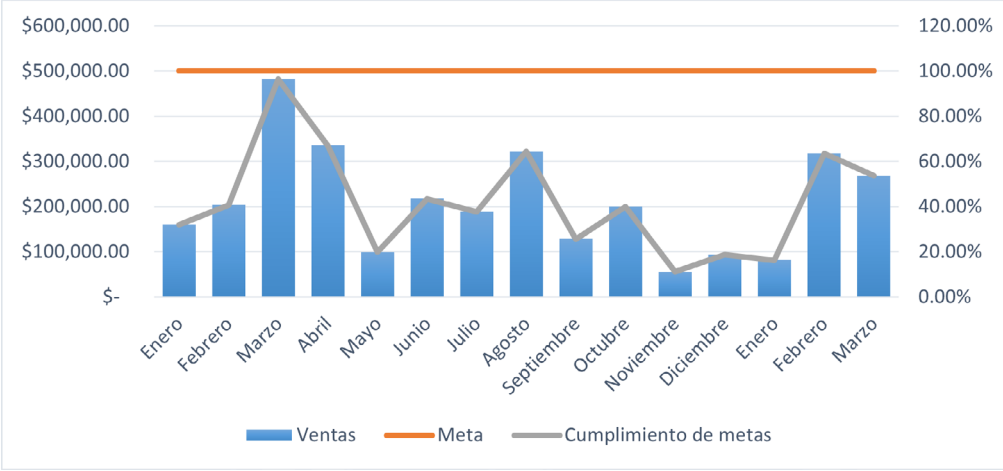
- Permiten una exploración detallada de las experiencias, perspectivas y percepciones de los participantes: En un proceso de diagnóstico organizacional, es esencial comprender a fondo cómo los empleados y los clientes interactúan con la organización y cómo perciben sus procesos, calidad de servicios, y cultura organizativa.
- Brinda la oportunidad de contextualizar la información recopilada: Esto es fundamental para comprender el contexto en el que se desarrollan los procesos y las dinámicas organizacionales.
- Se pueden adaptar a las respuestas y comentarios de los entrevistados: Ayuda a identificar detalles inesperados o aspectos cruciales que requieren una exploración más profunda.
- Permite una mayor percepción y comprensión de la cultura organizativa: Los entrevistados proporcionan información valiosa sobre los valores, las creencias y las prácticas culturales que influyen en los procesos y resultados de la organización.
- Es posible identificar áreas específicas en las que se requieren mejoras: Los entrevistados señalan problemas, desafíos y oportunidades que, de lo contrario, podrían pasar desapercibidos. Los colaboradores son parte esencial al ser los dueños del proceso.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Resultados

Gráfica 8.1

Ventas de enero 2022 a marzo 2023



Se recopilaron datos de ventas correspondientes al periodo de enero de 2022 a marzo de 2022 obteniéndose los resultados mostrados en la Gráfica 8.1. De los datos se pueden observar que en ningún mes se alcanzó la meta de $500,000.00. En los datos proporcionados, el mes de marzo de 2022 registró las ventas más altas, con $482,354.71, o que representa un 96.47% del cumplimiento de la meta, pero aún no logró alcanzarla. Los meses de abril de 2022, con $334,959.46; agosto de 2022, con $321,817.14; así como febrero de 2023, con $318,089.42, son los meses siguientes más próximos al cumplimiento de la meta con un 66.99%, 64.36% y 63.62%, respectivamente. Varios meses tuvieron un desempeño significativamente por debajo de la meta, como mayo, noviembre y diciembre de 2022, así como enero de 2023, con ventas de $98,759.50, $55,500.00, $93,000.00 $81,128.28, respectivamente, sin superar ninguno el 20% de la meta. Describiendo el gráfico de ventas, las barras azules representan las ventas generadas, en pesos mexicanos, en cada mes desde el inicio del estudio, la línea naranja es la meta establecida para el punto de venta, ambas interpretándose con los niveles del eje principal (izquierdo) del gráfico; por otro lado, el eje secundario (derecho) establece el cumplimiento de la meta establecida en porcentaje. No se identifican tendencias porque los datos son muy pocos para determinar un comportamiento bien definido en las ventas.

Tabla 8.1

Proporción de rechazos en solicitudes de crédito

Mes	Año	Porcentaje
Enero	2022	0.00%
Febrero	2022	12.50%
Marzo	2022	3.57%
Abril	2022	6.67%
Mayo	2022	23.08%
Junio	2022	10.00%
Julio	2022	12.50%
Agosto	2022	6.67%
Septiembre	2022	0.00%
Octubre	2022	0.00%
Noviembre	2022	16.67%
Diciembre	2022	0.00%
Enero	2023	33.33%
Febrero	2023	0.00%
Marzo	2023	5.88%

Los datos presentados en la Tabla 8.1, sugiere que hubo variabilidad en la proporción de rechazos en las solicitudes durante el período de estudio. Se puede identificar que, en los periodos de enero, septiembre, octubre y diciembre de 2022, así como para febrero de 2023, no se generaron contratos denegados. Los meses que presentaron una mayor proporción de trámites no admitidos son mayo de 2022 y enero de 2023. Con los datos analizados, se obtiene una proporción total de revocaciones del 7.66% de las solicitudes procesadas durante el margen de tiempo en análisis. Es importante considerar las posibles razones detrás de estas negaciones, como cambios en los criterios de aprobación, situación crediticia de los solicitantes, retroalimentación de las dependencias de los clientes, entre otros factores. Además, sería recomendable realizar un análisis más detallado para comprender las tendencias y tomar medidas adecuadas en respuesta a estos resultados. En la figura de proporción de rechazos en solicitudes de crédito se indican los meses, años y proporción de documentos declinados.

Adicional, se genera un estudio de control para atributos con límites variables de la proporción de las solicitudes de crédito que son rechazadas por mes porque una Carta P permite mostrar las variaciones en porcentajes de servicios incorrectos y es usado para evaluar el desempeño de los procesos (Gutiérrez Pulido y de la Vara Salazar, 2013). Se establecen 4 pruebas que determinan la estabilidad del proceso. Si alguna de los enunciados de cada una se cumple, la proporción de rechazos no está bajo control (Minitab, LLC, 2023):

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Prueba 1. Un punto a más de tres desviaciones estándar desde la línea central: Identifica subgrupos que son poco comunes en comparación con otros subgrupos. Esta prueba se reconoce universalmente como una prueba necesaria para detectar situaciones fuera de control.

Prueba 2. Nueve puntos consecutivos en el mismo lado de la línea central: Identifica cambios rápidos en la proporción de defectuosos del proceso.

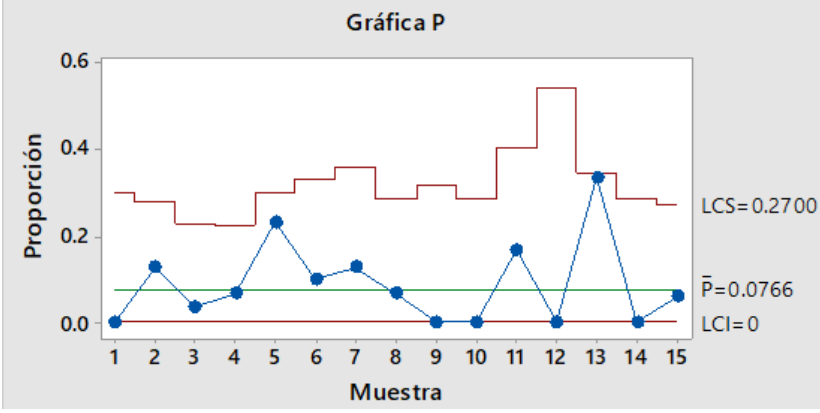
Prueba 3. Seis puntos consecutivos, todos ascendentes o todos descendentes: Detecta tendencias. Esta prueba busca series largas de puntos consecutivos cuyos valores aumenten o disminuyan de manera consistente.

Prueba 4. Catorce puntos consecutivos, alternando hacia arriba y hacia abajo: Detecta variación sistemática, es decir, no es una variación natural cuya causa se puede deber a la alteración de los datos.

Los datos obtenidos se registran cronológicamente con intervalos de tiempo de longitud de un mes y se clasifican del tipo pasa o no pasa con base a los atributos o características establecidas por el corporativo de la organización. En la Figura 3 se muestra la Gráfica P de proporciones con límites variables, identificando en color verde a la media de rechazos, de color rojo a los límites de control y con azul la proporción de trámites declinados. Ningún enunciado se cumple por lo que el proceso se encuentra bajo control (con puntos rojos y el número de prueba se identificarían los puntos fuera de control). Para toda organización es que no existieran rechazos, sin embargo, el comportamiento de los datos refleja que existe un proceso estable en el tiempo; aunque no es ideal no se refleja algún patrón que señale su inestabilidad o falta de control.

Gráfica 8.2

Proporciones para rechazos de solicitudes



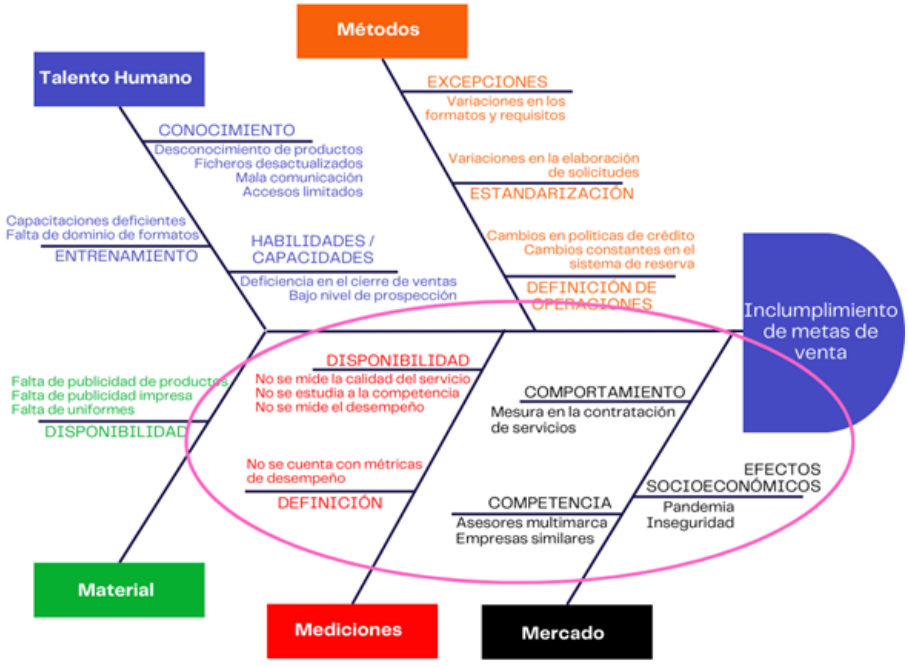
Por otro lado se analizan el nivel Z de desempeño de la organización con respecto a los trámites autorizados, obteniendo una puntuación de 1.4286 sigmas, traducido al lenguaje estadístico, se refiere a que por cada millón de trámites se rechazarán 76555, lo que significa que la organización debe replantear como realiza sus procesos con el fin de ofrecer el mayor nivel de calidad posible, con un enfoque de mejora continua orientado a la satisfacción del cliente.

Con los datos de la entrevista se visualizan los elementos que originan el incumplimiento de las metas de ventas, identificando varias causas por medio del método de las 6M en el cual se consideran los métodos de trabajo, la mano de obra, los materiales, la maquinaria, las mediciones y medio ambiente (Gutiérrez Pulido y de la Vara Salazar, 2013). En esta investigación se clasifican las causas potenciales: conocimiento, entrenamiento y capacidades del talento humano; definición, estandadares y excepciones en la politicas y métodos de crédito; material publicitario con el que se cuenta, falta de sistemas de medición del desempeño y mercado; así como las factores que influyen en el mercado, como es el comportamiento de los clientes, la competencia y los efectos socioeconómicos de la región. Para cada causa se extiende su derivación para ampliar la decripción de cada uno de ellas. Se determina que las cuasas principales son la falta de sistemas de medición del desempeño y el estudio del mercado, así como la medición de la satisfacción en el servicio y el nivel de lealtad. En la Figura 8.4 se presenta un diagrama de Ishikawa donde se identifican de forma visual los elementos que influyen en el nivel de ventas actual y sus derivaciones; se encierran las principales causas.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 8.1

Diagrama de Ishikawa para la identificación de fuentes del incumplimiento de ventas



Discusión

Al analizar las investigaciones mencionadas, se pueden identificar varias semejanzas y puntos en común que podrían tener un impacto relevante en una investigación a fondo aplicada a la creación de estrategias para el mejoramiento de la rentabilidad en la organización. A continuación, se presentan algunas conclusiones destacadas:

1. Aplicación de metodología Seis Sigma: Todas las investigaciones revisadas se basan en la metodología Seis Sigma para mejorar la calidad, reducir defectos y optimizar procesos. Esta metodología ofrece un enfoque estructurado y cuantitativo para identificar y eliminar defectos, centrándose en la satisfacción del cliente y la reducción de la variabilidad en los procesos.
2. Ciclo DMAIC: Todas las investigaciones utilizan el ciclo DMAIC de Seis Sigma como marco de referencia para abordar los problemas y mejorar los procesos. Este enfoque permite identificar las necesidades y requerimientos del cliente, medir el rendimiento actual, analizar las causas de los problemas, implementar mejoras y establecer controles para mantener los resultados alcanzados.

3. Enfoque cuantitativo y herramientas estadísticas: Las investigaciones se basan en un enfoque cuantitativo, utilizando herramientas estadísticas para recopilar y analizar datos. Se emplean instrumentos de medición, análisis de capacidad y otras técnicas estadísticas para evaluar el rendimiento de los procesos, identificar causas raíz de los problemas y medir la mejora obtenida.
4. Mejora de la calidad y reducción de costos: Todas las investigaciones consultadas tienen como objetivo principal mejorar la calidad de los productos o servicios, reducir defectos y errores, y disminuir los costos asociados a la mala calidad. Se enfoca en optimizar los procesos para aumentar la eficiencia y eficacia, lo que puede tener un impacto positivo en la rentabilidad de una organización como la financiera en cuestión.
5. Importancia de la satisfacción del cliente: En todas las investigaciones analizadas, se reconoce la importancia de la satisfacción del cliente como un factor clave para el éxito de una organización. Se busca identificar y satisfacer las necesidades del cliente, analizar las quejas y reclamos, y mejorar la calidad del servicio o producto para aumentar la satisfacción y fidelización de los clientes.

Considerando estas semejanzas, una investigación aplicada al diagnóstico para el mejoramiento de la rentabilidad de la organización podría utilizar las primeras fases de la metodología Seis Sigma y el ciclo DMAIC como marco de referencia. Se podría enfocar en identificar los procesos clave que afectan la rentabilidad, utilizando herramientas estadísticas y de calidad para medir el rendimiento, identificar causas raíz de los problemas y proponer mejoras. Además, se debería considerar la satisfacción del cliente como un objetivo fundamental, buscando optimizar los procesos para brindar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes.

La metodología Seis Sigma se ha utilizado con éxito en diversas industrias para mejorar la calidad y reducir costos, y su aplicación en el sector financiero podría tener un impacto positivo en la rentabilidad. Todas las investigaciones revisadas enfatizan la importancia de la satisfacción del cliente como un objetivo fundamental, la propuesta de utilizar Seis Sigma para identificar y eliminar deficiencias en el servicio puede ayudar a la organización a alinear sus estrategias con las necesidades de los consumidores y mejorar su satisfacción, lo que a su vez puede impulsar el crecimiento de la cartera de clientes y las ventas.

Conclusiones

Los resultados obtenidos revelan un patrón de desempeño en ventas, mostrando que la organización no ha alcanzado consistentemente su meta de ventas de $500,000. Mientras algunos meses se acercaron al 100% de cumplimiento, otros permanecieron significativamente por debajo del objetivo, evidenciando fluctuaciones considerables. Por otro lado, el análisis

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

del nivel Z indica un margen de mejora sustancial en la eficiencia de los trámites autorizados, subrayando la necesidad de reevaluar los procesos para garantizar una mayor calidad y satisfacción del cliente. Además, la identificación de las causas potenciales resalta la carencia de sistemas de medición de desempeño y el estudio del mercado como aspectos cruciales a abordar para mejorar la satisfacción del servicio y la lealtad del cliente. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para el diagnóstico inicial, subrayando la relevancia de una evaluación más profunda y estratégica para el mejoramiento del rendimiento y la rentabilidad de la organización en el marco de la metodología Seis Sigma.

Es pertinente aplicar Seis Sigma en un negocio del ramo financiero debido a los siguientes motivos:

- Seis Sigma ha demostrado su eficacia en mejorar la calidad y eficiencia de los procesos en diversos tipos de industrias, incluyendo el caso exitoso de Motorola, Allied Signal y GE.
- Seis Sigma se enfoca en agregar valor para el cliente y mejorar la eficiencia de la empresa, lo que es especialmente relevante en el ramo financiero donde la satisfacción del cliente y la optimización de costos son cruciales.
- La definición de calidad en Seis Sigma está vinculada a la reducción de desperdicios y la eliminación de costos que no agregan valor al cliente. Las empresas que no aplican Seis Sigma suelen tener costos por desperdicios más altos, es decir, costos de mala calidad o de una calidad deficiente.
- La metodología Seis Sigma y su DMAIC pueden ser adaptadas para aplicarse en empresas de servicios dedicadas a la comercialización, en donde el cliente es quien evalúa la calidad del servicio y el recurso humano genera variación en el desempeño de los procesos.
- La implementación de Seis Sigma requiere compromiso y tiempo, pero resulta en un ahorro en costos para la empresa y una mejora en los procesos internos.

La información recolectada permite recabar la información necesaria para evaluar el estado actual la organización, permitiendo establecer un punto de partida para una investigación de tesis para la Maestría en Gestión Administrativa, con línea de investigación en Competitividad Empresarial, del Tecnológico Nacional de México campus Zitácuaro y aplicada en una empresa dedicada a apoyar familias mexicanas a través de créditos personales en efectivo con descuento vía nómina. Permitiendo establecer las directrices que guiarán la investigación para convertir a la empresa financiera en una organización competitiva, teniendo como futuras líneas de investigación los siguientes puntos:

- Identificar criterios claros para medir el desempeño y la rentabilidad de la organización.

- Evaluar el desempeño actual del negocio, recabando datos sobre los problemas específicos que afectan la rentabilidad de la empresa e identificando las áreas clave que requieren estrategias de negocio.
- Diseñar estrategias de negocio efectivas para abordar los problemas identificados en el análisis, seleccionando aquellas de mayor impacto que mejoren el desempeño de la organización.
- Implementar las estrategias de negocio diseñadas, estableciendo un sistema de seguimiento y control para monitorear continuamente el desempeño y realizar ajustes cuando sea necesario.

Algunas limitaciones que se encuentran presentes al aplicar la metodología Seis Sigma en una empresa del sector financiero son la complejidad de la integración de procesos financieros, la falta de datos confiables o completos para análisis estadísticos, la dificultad para cuantificar métricas en áreas no tangibles, como la experiencia del cliente o la gestión de riesgos financieros, así como la adaptación de metodologías más orientadas a la manufactura a entornos financieros más fluidos y dinámicos. Además, la interpretación y mapeo de procesos financieros complejos pueden resultar desafiantes dentro de la implementación de la metodología Seis Sigma.

Referencias

Felizzola Jiménez, H. y Luna Amaya, C. (2014). Lean Six Sigma en pequeñas y medianas empresas: un enfoque metodológico. Ingeniare. Revista chilena de ingeniería, 22(2), 263-277.

Gutiérrez Pulido, H. y de la Vara Salazar, R. (2013). Control estadístico de la calidad y Seis Sigma (3ª ed.). McGraw-Hill

Herrera, L. (2020). Estudio de calidad a establecimientos bancarios en Colombia utilizando el método seis sigma. https://www.researchgate.net/publication/342121590_Estudio_de_calidad_a_establecimientos_bancarios_en_Colombia_utilizando_el_metodo_seis_sigma_Quality_study_to_banking_establishments_in_Colombia_using_the_six_sigma_method

Lean Six Sigma Institute, S.C. (2016). Certificación Lean Six Sigma Green Belt para la excelencia en los negocios. (2ª ed.). Alfaomega.

Lemus Bernal, A. O. (2014). Seis Sigma: Iniciativa Para Mejorar la Calidad en el Proceso de Emisión de Pólizas de Seguros Corporativos de Vida y Gastos Médicos Mayores [Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de México]. https://repositorio.unam.mx/contenidos/87778

Minitab, LLC. (s.f.). Seleccionar pruebas para detectar causas especiales para Gráfica P. Soporte Minitab 20. Recuperado el 15 de octubre de 2023 de https://support.minitab.com/es-mx/minitab/20/help-and-how-to/quality-and-process-improvement/control-charts/how-to/attributes-charts/p-chart/perform-the-analysis/p-chart-options/select-tests-for-special-causes/

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Navarro Albert, E., Gisbert Soler, V. y Pérez Molina, A. I. (2017). Metodología e implementación de Six Sigma. 3C Empresa: Investigación y pensamiento crítico, 1, 73-80. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.especial.73-80

Pérez-López, E. y García-Cerdas, M. (2014). Implementación de la metodología DMA-IC-Seis Sigma en el envasado de licores en Fanal. Tecnología en Marcha, 27(3), 88-106.

Pyzdek, T. y Keller, P. (2018). The Six Sigma Handbook. A complete Guide for Green Belts, Black Belts, and Manager at All Levels (5ed). New York, Estados Unidos. Mc-Graw-Hill.

Tovar González, B. E. (2014). Aplicación de Six Sigma a devoluciones de clientes en comercialización de autopartes no originales [Tesis de Maestría, Centro de Innovación Aplicada en Tecnologías Competitivas]. http://ciatec.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1019/19

Capítulo 9. Impacto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el Consumo Privado en México durante 2018-2022.

Carlos Felipe Castro Castañeda
Adriana Verónica Hinojosa Cruz
Laura Talina Rivera Rivas

Universidad Autónoma de Nayarit

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.9

Resumen

El estudio analiza el impacto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el consumo privado en México durante 2018-2022. Los resultados obtenidos proporcionan evidencia empírica sobre la influencia del IVA en el comportamiento del consumidor mexicano y concluyen que las variaciones en el IVA tienen un impacto significativo en el consumo privado. El estudio contribuye a la literatura económica sobre fiscalidad y consumo en el país, ofreciendo una comprensión más profunda de la relación entre el IVA y el comportamiento del consumidor, lo que puede ser útil para la toma de decisiones en el ámbito económico y fiscal.

Palabras clave

Carga Fiscal, Crecimiento económico, Impuesto al Valor Agregado, Impuesto Indirecto, Producto Interno Bruto (PIB)

Introducción

El consumo privado es un motor fundamental de la economía mexicana, constituyendo una parte sustancial del Producto Interno Bruto (PIB). Este no solo refleja la capacidad de gasto de los hogares, sino que también es un indicador de la salud económica general del país. La política fiscal, y en particular el Impuesto al Valor Agregado (IVA), desempeña un papel esencial en la modulación de este consumo. El IVA, siendo un impuesto indirecto aplicado en la adquisición de bienes y servicios, incide directamente en el precio final que enfrentan los consumidores y, por tanto, puede tener efectos significativos en sus decisiones de compra.

En el periodo comprendido entre 2018 y 2022, México atravesó por una serie de cambios económicos y sociales relevantes. Este intervalo fue testigo de la transición política con la entrada del nuevo gobierno en diciembre de 2018, que trajo consigo nuevas políticas económicas y fiscales. Además, factores globales como la pandemia de COVID-19 en 2020 y las tensiones comerciales internacionales tuvieron impactos significativos en la economía mexicana, alterando patrones de consumo y la estructura fiscal.

Dada la importancia del IVA en la recaudación fiscal de México y su potencial impacto en el consumo privado, este estudio se propone cuantificar dicha relación durante el periodo mencionado. La hipótesis de la investigación es que, ante la necesidad de mayores ingresos, el gobierno pudiera aumentar los impuestos y, por tanto, el impuesto al valor agregado incrementaría la tasa, que es el impuesto sobre el consumo en México, que es regresivo desde el punto de vista interno pero también fácil de recaudar. A través de un análisis cuantitativo riguroso, se busca proporcionar una mejor comprensión de cómo las variaciones en el IVA pueden influir en el comportamiento del consumidor mexicano y, consecuentemente, en la economía del país.

Para lograr este fin, el presente artículo se sumerge en un análisis detallado de las cifras de consumo y las tasas del IVA, utilizando un marco metodológico que permitirá desentrañar la correlación entre estas variables.

La relevancia de este estudio radica en su contribución a la literatura económica sobre fiscalidad y consumo en México, proporcionando evidencia empírica que puede servir de base para la formulación de políticas públicas más efectivas. Asimismo, los hallazgos podrán ser de utilidad para economistas, decisores políticos, y el público en general interesado en comprender las dinámicas fiscales y su impacto en la vida cotidiana de los ciudadanos.

El presente artículo tiene como objetivo principal evaluar el impacto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el consumo privado en México durante el periodo de 2018 a 2022. El IVA es un impuesto indirecto que grava el consumo final de productos y servicios

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

producidos tanto en el territorio nacional como en el extranjero. El análisis de este impacto es relevante para entender cómo las políticas fiscales pueden influir en el comportamiento de los consumidores (CEFP, 2022).

Revisión de la Literatura

La literatura existente sobre el impacto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el consumo privado en México es variada y extensa. A continuación, se presentan algunos de los estudios más relevantes sobre el tema.

En el estudio "La estructura del IVA en México" de García-Alba Iduñate (2013), se analiza la propuesta del gobierno mexicano de uniformar las tasas impositivas del IVA como parte de las reformas estructurales. El autor sostiene que "la baja recaudación del IVA en México se debe a la ineficiencia general del sistema recaudador de impuestos" (García, 2013).

Por otro lado, el estudio "Distribución del pago de impuestos y recepción del gasto público por deciles de hogares y personas" (2022), analiza el impacto de las reformas fiscales en la distribución del ingreso de los hogares en México. En este estudio, se concluye que "la reforma aumentó la progresividad del sistema en su conjunto, incluyendo el IVA" (Finanzas, 2022).

En el artículo "Gasto público, Impuesto sobre la Renta e inversión privada en México" (2012), se sugiere que los países cuyos sistemas tributarios privilegian los impuestos al consumo como eje de la recaudación están asociados con bajos niveles de PIB per cápita y patrones de distribución del ingreso concentrados (Scielo, 2012).

El estudio "La recaudación del Impuesto al Valor Agregado en México: 2012-2021" (2022), analiza la eficiencia de la recaudación del IVA en México en la última década. Los autores concluyen que existen tratamientos que benefician a ciertos sectores económicos, lo que se convierte en un gasto tributario para el resto de la sociedad (Ojeda, 2022).

Finalmente, el artículo "La Generalización del Impuesto al Valor Agregado: ¿Una opción para México?" (2013), argumenta que la generalización del IVA podría incrementar la recaudación impositiva y permitir un aumento en el gasto público en infraestructura y gasto social (Ramírez, 2013).

Estas obras son representativas de un cuerpo de literatura más amplio que ofrece una base para el presente estudio. El análisis de estas y otras fuentes constituye la plataforma sobre la cual se construye nuestra investigación, proporcionando los fundamentos teóricos y empíricos para una exploración detallada del impacto del IVA en el consumo privado en México durante el periodo de 2018 a 2022.

El marco teórico para el impacto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el consumo privado en México durante 2018 a 2022 se basa en varios estudios y teorías económicas.

El estudio "La Generalización del Impuesto al Valor Agregado: ¿Una opción para México?" fue realizado por Eduardo Ramírez Cedillo y publicado en la Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales en 2013. Este estudio se centra en la discusión sobre la generalización del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en México, un tema que ha sido recurrente debido a la baja recaudación tributaria del país, que se ha mantenido en promedio entre el 10 y 11% del PIB durante los últimos 10 años, mientras que sus gastos rondan el 20%.

El estudio argumenta que la generalización del IVA se presenta como una opción importante para mejorar la recaudación tributaria. Sin embargo, también señala que este tema ha estado sujeto a una discusión de perfiles dogmáticos y presenta varios elementos que deberían ser valorados en la discusión y considerados a la hora de aceptar o no la generalización del impuesto.

Uno de los aspectos que se critican del impuesto es su limitada capacidad de generar ingreso en economías con alta actividad de comercio informal. Otro inconveniente tiene que ver con las actividades de fraude que se provocan cuando el impuesto considera la posibilidad de establecer distintas tasas.

El estudio también señala que, en muchas experiencias, el IVA no fue un gravamen adicional, sino más bien fue considerado como una alternativa para remplazar a algunos ya existentes en la estructura tributaria que presentaban imprecisiones prácticas, económicas y administrativas.

Finalmente, el estudio sugiere que cualquier intento de incrementar los esfuerzos recaudatorios tendría que empezar por hacer modificaciones a la actual estructura del impuesto, el estudio argumenta que el IVA ha tenido un papel crucial en la estructura tributaria de México, contribuyendo con más del 16% de los ingresos públicos en promedio durante la última década. Sin embargo, la eficiencia de la recaudación de este impuesto ha sido cuestionada en comparación con otros países latinoamericanos (Ramírez, 2013).

El "Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior" (IMCPMI) es una herramienta estadística desarrollada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de México. Este indicador mide la evolución del gasto realizado por los hogares en bienes y servicios de consumo, tanto de origen nacional como importado (INEGI, 2023).

El IMCPMI se calcula mensualmente y se ajusta por estacionalidad para proporcionar una visión más precisa de las tendencias a lo largo del tiempo. Los datos del IMCPMI

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

se desglosan en dos componentes principales: el consumo de bienes y servicios de origen nacional y el consumo de bienes de origen importado.

Es una herramienta valiosa para analizar el comportamiento del consumo privado en México y su relación con otros factores económicos, como los impuestos. En este sentido, el IMCPMI puede proporcionar información útil para entender el impacto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el consumo privado.

Por ejemplo, en mayo de 2023, el IMCPMI disminuyó un 0.3% en términos reales en comparación con el mes anterior. Sin embargo, el consumo de bienes de origen importado aumentó un 2.7% respecto a abril del mismo año. Estos datos sugieren que los cambios en el IVA pueden tener un impacto diferenciado en el consumo de bienes nacionales e importados.

En resumen, el IMCPMI es una herramienta estadística clave para entender el comportamiento del consumo privado en México y su relación con el IVA. Su análisis puede proporcionar información valiosa para la formulación de políticas fiscales y económicas en el país (INEGI, 2023).

El "Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2022" es un informe publicado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Este estudio consta de tres partes. En la primera parte, se resume el desempeño de la economía regional en 2021 y se analiza su evolución en los primeros meses de 2022, así como las perspectivas de crecimiento para ese año (CEPAL, 2023).

En la segunda parte del informe, se exponen algunos de los principales retos en materia de inversión que enfrenta la región para impulsar un crecimiento económico sostenible e inclusivo. Se examina la evolución que ha presentado la inversión total en los últimos 70 años, resaltando el profundo cambio que se produjo después de la crisis de la deuda de los años ochenta, que se tradujo en una desaceleración de la inversión a partir de los años noventa.

La tercera parte del informe, disponible en el sitio web de la CEPAL, corresponde a las notas sobre el desempeño económico de los países de América Latina y el Caribe en 2021 y el primer semestre de 2022, así como a los respectivos anexos estadísticos. La información que se presenta ha sido actualizada al 15 de julio de 2022.

Este estudio es relevante para el marco teórico del impacto del IVA en el consumo privado en México, ya que proporciona información sobre el desempeño económico de la región y las perspectivas de crecimiento. Además, el análisis de los retos en materia de inversión y el contexto económico regional pueden ayudar a entender cómo las políticas fiscales, incluyendo el IVA, pueden influir en el comportamiento de los consumidores y en la economía en general (CEPAL, 2023).

El artículo "Demanda efectiva y distribución del ingreso en la evolución reciente de la economía mexicana" fue escrito por Eduardo Caballero Urdiales y Julio López Gallardo, y publicado en la revista Investigación Económica en 2013. Este trabajo se centra en el análisis empírico de la evolución económica de México desde mediados de los años 80, utilizando el principio de demanda efectiva como marco teórico (Caballero Urdiales, E., & López Gallardo, J. ,2013).

El artículo sostiene que el desempeño económico de México en las últimas tres décadas ha sido decepcionante. Los autores utilizan procedimientos econométricos modernos para probar algunas hipótesis, especialmente con respecto al papel que desempeñan las políticas macroeconómicas especialmente las fiscales y las monetarias y la distribución del ingreso en la evolución del producto en el país.

El estudio concluye que el débil crecimiento de México se debió principalmente a la restricción fiscal y la política monetaria, junto con el deterioro de la participación de los salarios en el producto. Aunque las condiciones de la oferta y de la acumulación de capital evolucionaron también con un ritmo más bien lento, el insuficiente crecimiento de la demanda efectiva, y no la oferta, fue la verdadera limitante en el periodo en observación.

Este artículo es relevante para el marco teórico del impacto del IVA en el consumo privado en México, ya que proporciona un marco teórico basado en el principio de demanda efectiva para analizar la evolución económica de México. Además, el análisis de las políticas fiscales y monetarias y su impacto en la demanda efectiva puede ayudar a entender cómo el IVA puede influir en el comportamiento de los consumidores y en la economía en general (UNAM, 2013).

Metodología

El diseño de la investigación es cuantitativo, lo que implica la recopilación y el análisis de datos cuantificables. Este enfoque permite cuantificar las relaciones entre variables, en este caso, el IVA y el consumo privado.

Los datos utilizados en este estudio provienen de fuentes oficiales como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2022), el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

La variable independiente de este estudio es el IVA, mientras que la variable dependiente es el consumo privado. El IVA se mide como la tasa de impuesto aplicada, y el consumo privado se mide en términos de gasto realizado por los hogares en bienes y servicios de

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

consumo (INEGI, 2022). Se considero únicamente la tasa general del impuesto en mención sin considerar la tasa especial aplicada en la región fronteriza.

El método de análisis estadístico utilizado en este estudio es la regresión lineal, que permite estimar la relación entre el IVA y el consumo privado.

El modelo de regresión que se utilizo es el siguiente:

Consumo privado = $\beta 0 + \beta 1 *$ Ingresos disponibles para el consumo $+ \beta 2 *$ Tasa de IVA $+ \varepsilon$

Donde:

Consumo privado representa el monto de consumo privado en México.

$\beta 0$, $\beta 1$ y $\beta 2$ son los coeficientes por estimar,

ε es el término de error que captura otras influencias no consideradas en el modelo.

Resultados

Durante el periodo de estudio, de acuerdo con los datos recopilados, el Impuesto al Valor Agregado fue la segunda fuente de ingresos tributarios para el gobierno, lo cual se constata en la siguiente tabla que muestra los diferentes ingresos tributarios durante el periodo de estudio.

Tabla 9.1

Ingresos Tributarios durante el periodo 2018 a 2022 (en millones de pesos)

Concepto					
	2018	2019	2020	2021	2022
Total	3,871,626.9	4,006,080.0	4,088,500.9	4,316,994.4	4,790,583.0
Ingresos tributarios	3,062,334.0	3,202,650.7	3,338,943.1	3,566,621.9	3,812,519.8
Sistema renta	1,664,241.5	1,686,645.0	1,760,528.5	1,895,380.9	2,273,372.1
Valor agregado	922,238.3	933,326.8	987,524.5	1,123,698.6	1,221,802.7
IEPS otros	159,769.5	163,016.7	161,076.5	176,259.6	196,695.0
Exportación	0.2	0.4	0.2	0.1	0.1
Tenencia	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Automóviles nuevos	11,141.5	10,497.4	8,365.7	11,295.8	15,060.4

Concepto					
	2018	2019	2020	2021	2022
Impuesto por la Actividad de Exploración y Extracción de Hidrocarburos.	5,470.4	5,803.1	6,901.6	7,019.1	7,160.1
Impuesto a los rendimientos Petroleros	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Otros	400.1	79.2	218.0	303.6	327.8
Accesorios	45,864.0	41,062.6	56,793.2	54,230.8	83,591.3

Fuente: elaboración propia con datos de la SHCP

Los datos recopilados muestran que el consumo privado en México durante el periodo de 2018 a 2022 ha experimentado variaciones significativas.

Por su parte, el análisis estadístico revela una relación negativa entre el IVA y el consumo privado, lo que indica que un aumento en el IVA está asociado con una disminución en el consumo privado, situación que se presenta en la siguiente tabla, en la cual se considera un escenario donde la tasa de IVA tenga una tendencia de incremento.

Año	Tasa de IVA	Ingreso disponible neto	Consumo privado	Proporción de consumo vs ingreso disponible
2018	14	19,723,909	16,317,499	83%
2019	15	20,477,723	16,565,725	81%
2020	16	19,159,606	15,349,364	80%
2021	17	21,562,208	16,419,663	76%
2022	18	23,984,425	17,117,395	71%

Fuente: elaboración propia con resultados obtenidos en el programa SPSS.

Según los resultados obtenidos del análisis de regresión, se puede concluir que hay una relación significativa entre el gasto privado, el ingreso disponible neto y la tasa del IVA. En cuanto a los coeficientes de regresión, se encontró que el ingreso disponible neto tiene un coeficiente positivo de 0.512, lo que indica que un aumento en el ingreso disponible neto está asociado con un incremento en el gasto privado. Por otro lado, se encontró que la tasa del IVA tiene un coeficiente negativo de -0.854, lo cual sugiere que un aumento en la tasa del IVA está relacionado con una disminución en el gasto privado, como se muestra en la tabla anterior.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En lo que respecta a la correlación entre las variables, se encontró una correlación positiva significativa (r = 0.918) entre el ingreso disponible neto y el gasto privado, mientras que se observó una correlación negativa significativa (r = -0.515) entre la tasa del IVA y el gasto privado. Estos hallazgos indican que el ingreso disponible neto es un predictor importante del gasto privado, mientras que la tasa del IVA tiene un impacto negativo en dicho gasto.

Los resultados del análisis estadístico son consistentes con la teoría económica del consumo, que sugiere que los impuestos pueden afectar las decisiones de consumo de los individuos.

Discusión

La investigación destaca la importancia de comprender cómo este impuesto influye en las decisiones de gasto de los consumidores y, por ende, en la dinámica económica del país.

Uno de los puntos clave de debate es la eficacia del IVA como instrumento recaudatorio y su impacto en la distribución del ingreso. Se ha señalado que la generalización del IVA podría aumentar la recaudación fiscal, lo que a su vez permitiría mayores inversiones en infraestructura y programas sociales. Sin embargo, también se plantea la preocupación sobre la regresividad del impuesto y su posible impacto en los sectores más vulnerables de la sociedad.

Otro aspecto discutible es la capacidad del IVA para incentivar o desincentivar ciertos tipos de consumo. Algunos estudios sugieren que tasas impositivas más altas pueden reducir la demanda de ciertos productos, mientras que otros argumentan que el impacto en el comportamiento del consumidor puede ser limitado, especialmente en economías con altos niveles de informalidad.

Además, se plantea la necesidad de considerar enfoques multidisciplinarios para abordar la relación entre el IVA y el consumo, integrando perspectivas de la sociología, la psicología económica y la ciencia política. Esta aproximación holística podría arrojar luz sobre cómo factores sociales y conductuales influyen en la forma en que los consumidores perciben y responden al impuesto.

Para superar estas limitaciones y avanzar en la comprensión del impacto del IVA en el consumo privado, se proponen varias líneas de investigación futuras:

Estudios Longitudinales Extendidos: Ampliar el rango temporal del estudio para incluir períodos previos y posteriores a 2018-2022 permitiría entender mejor los efectos a largo plazo y la persistencia de los cambios en el consumo en respuesta al IVA.

Análisis Cualitativo Complementario: Integrar enfoques cualitativos, como entrevistas en profundidad y grupos focales, podría proporcionar una mayor comprensión de cómo los consumidores perciben y responden al IVA en sus decisiones de gasto cotidianas.

Modelos de Simulación de Políticas Fiscales: Desarrollar y utilizar modelos de simulación para prever los posibles efectos de futuras reformas al IVA. Esto permitiría a los formuladores de políticas evaluar los impactos anticipados de los cambios antes de su implementación.

Comparaciones Internacionales: Realizar estudios comparativos con otros países que han experimentado cambios en el IVA podría ofrecer perspectivas adicionales sobre la elasticidad del consumo y la efectividad de diferentes estructuras impositivas.

Investigación Multidisciplinaria: Abordar el tema desde una perspectiva multidisciplinaria que involucre la sociología, la psicología económica y la ciencia política para abordar cómo los factores sociales y conductuales influyen en la relación entre IVA y consumo.

Impacto en la Equidad y la Pobreza: Estudiar de manera más específica cómo las variaciones en el IVA afectan a la distribución de la renta y la pobreza, empleando datos de encuestas de hogares que permitan un análisis más fino de los impactos distributivos.

Impacto Ambiental del Consumo: Considerar cómo las políticas de IVA pueden ser utilizadas no solo para influir en la cantidad del consumo sino también para orientar a los consumidores hacia opciones más sostenibles y ambientalmente amigables.

Al enfrentar estas limitaciones y expandir la investigación en las direcciones sugeridas, se podrá avanzar en la comprensión del dinámico interjuego entre la fiscalidad y el comportamiento económico, y así asistir a la formulación de políticas públicas más informadas y efectivas.

Conclusiones

El análisis del impacto del Impuesto al Valor Agregado (IVA) en el consumo privado en México durante el período de 2018 a 2022 ofrece conclusiones significativas para la política fiscal y la comprensión de la conducta económica de los hogares mexicanos. Este estudio ha demostrado que el IVA, siendo un impuesto indirecto y regresivo por naturaleza, posee implicaciones profundas en las decisiones de consumo, particularmente en un país donde las disparidades económicas son notables.

A lo largo de este período, observamos que las alteraciones en el IVA tuvieron correlación con los cambios en los patrones de gasto de los consumidores. Los datos sugieren que el aumento del IVA puede haber contribuido a la contracción del consumo en ciertos sec-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

tores, especialmente en aquellos donde los bienes o servicios son considerados menos esenciales o donde existen alternativas exentas de impuestos o con tasas más bajas. Este comportamiento es consistente con la teoría de la demanda, la cual predice que incrementos en los precios, derivados de aumentos en los impuestos, desalientan la compra de bienes y servicios.

Además, apunta a que el IVA, al ser un impuesto regresivo, puede tener efectos desproporcionados en los hogares de ingresos bajos y medios, limitando así su capacidad de consumo. Esto se ve mitigado, pero no completamente contrarrestado, por las tasas diferenciadas y exenciones aplicadas a bienes de primera necesidad en México.

En cuanto a la teoría del ciclo de vida y la hipótesis del ingreso permanente, los datos no muestran de manera concluyente que los hogares mexicanos ajusten su consumo de manera significativa en respuesta a los cambios en el IVA, lo que podría indicar una capacidad limitada para la suavización del consumo o una percepción de los cambios en el IVA como permanentes más que temporales.

Es interesante notar que el contexto macroeconómico y eventos exógenos, como la pandemia de COVID-19, tuvieron un papel sustancial en la conducta del consumo. Estos eventos, que causaron fluctuaciones económicas independientes de las políticas fiscales, complican el análisis aislado del efecto del IVA.

Finalmente, este estudio arroja luz sobre la necesidad de considerar reformas fiscales que no solo busquen la eficiencia y la simplicidad administrativa, sino que también ponderen los impactos sociales y económicos de los impuestos sobre el consumo. Es imperativo que cualquier ajuste en la política del IVA en México se haga con un enfoque equilibrado que proteja a los segmentos más vulnerables y fomente un crecimiento económico inclusivo.

Este análisis subraya la relevancia de seguir investigando el impacto del IVA en el consumo privado, con una necesidad clara de más datos y estudios longitudinales que puedan desentrañar los efectos directos e indirectos de las políticas fiscales en una economía emergente y dinámica como la de México.

Limitaciones

El presente estudio enfrenta varias limitaciones que son intrínsecas a la naturaleza de la investigación económica y a los datos disponibles. Primero, la confiabilidad de los resultados está estrechamente ligada a la calidad y granularidad de los datos fiscales y de consumo disponibles. La obtención de datos desagregados por nivel de ingresos, que permitan un análisis más detallado del impacto del IVA sobre diferentes estratos socioeconómicos, es compleja y no siempre posible.

Segundo, el método cuantitativo, si bien poderoso para identificar correlaciones y tendencias generales, a menudo no capta la totalidad de los comportamientos individuales y las decisiones de los hogares. La heterogeneidad en las respuestas al IVA entre diferentes grupos puede estar influida por factores que no se han incluido en el modelo, como las diferencias culturales, el acceso a crédito, o la educación financiera.

Tercero, la coincidencia temporal de la pandemia de COVID-19 con parte del período de estudio ha introducido un nivel de ruido que dificulta la atribución de cambios en el consumo exclusivamente a las variaciones en el IVA. Las medidas de confinamiento, las alteraciones en la cadena de suministro y los cambios en el comportamiento del consumidor relacionados con la pandemia han afectado el consumo de manera significativa y no siempre predecible.

Finalmente, aunque este estudio se enfoca en el período de 2018 a 2022, es posible que los efectos completos de los cambios en el IVA sobre el consumo privado no se manifiesten completamente dentro de este marco temporal. Los efectos de largo plazo, así como las respuestas adaptativas de los consumidores y las empresas, podrían requerir un período de observación más extenso para ser comprendidos adecuadamente.

Referencias

CEFP. (2022). Participación de los principales impuestos en los Ingresos Tributarios. Obtenido de notacefp0342022.pdf

García-Alba Iduñate, P. (2013). La estructura del IVA en México. Análisis Económico. Obtenido de 41304807.pdf (redalyc.org)

Finanzas Públicas, (2022), Distribución del pago de impuestos y recepción del gasto público por deciles de hogares y personas. Obtenido de ig_2022.pdf (hacienda.gob.mx)

Scielo, (2012). Gasto público, Impuesto sobre la Renta e inversión privada en México. Obtenido de Gasto público, Impuesto sobre la Renta e inversión privada en México (scielo.org.mx)

Ojeda P., F., Preciado Á., F., & Rodríguez V., A. (2022). La recaudación del Impuesto al Valor Agregado en México: 2012-2021. Obtenido de 25773955008.pdf (redalyc.org)

Ramírez Cedillo Eduardo, (2013). La Generalización del Impuesto al Valor Agregado: ¿Una opción para México? Obtenido de La Generalización del Impuesto al Valor Agregado: ¿Una opción para México? | Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales (elsevier.es)

INEGI, (2023). Consumo Privado en el Mercado Interior. Obtenido de Consumo Privado en el Mercado Interior (inegi.org.mx)

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

INEGI, (2023). Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior. Obtenido de Noticia - Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior (inegi.org.mx)

CEPAL. (2023). Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2022: dinámica y desafíos de la inversión para impulsar una recuperación sostenible e inclusiva. Obtenido de Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2022: dinámica y desafíos de la inversión para impulsar una recuperación sostenible e inclusiva | CEPAL

INEGI. (2022). Sistema de Cuentas Nacionales de México Cuentas de Bienes y Servicios. Obtenido de CByS2022.pdf (inegi.org.mx)

INEGI. (2022). Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior. Obtenido de imcpmi2022_10.pdf (inegi.org.mx)

Caballero Urdiales, E., & López Gallardo, J. (2013). Demanda Efectiva Y Distribución Del Ingreso En La Evolución Reciente De La Economía Mexicana. Obtenido de Demanda efectiva y distribución del ingreso en la evolución reciente de la economía mexicana (scielo.org.mx)

Capítulo 10. La gestión del talento humano en las mypes: Caso Paraíso, Tabasco.

Flor de la Cruz González
Florelis Valenzuela Córdova
Abi Roxana de la Cruz Alcudia
Ninive Ligonio Hernández

Universidad Politécnica del Golfo de México

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.10

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo identificar áreas de oporunidad en las Mypes de Paraíso, Tabasco, para una mejor gestión del talento humano. El estudio es de tipo cuantitativo, no experimental, de forma transversal y con un alcance longitudinal, ya que se consideran elementos retrospectivos y prospectivos, se efectuó mediante la aplicación de 390 encuestas a los directivos de las Mypes de la zona entre los meses de marzo y abril de 2023, donde los resultados obtenidos en relación al tema de estudio, muestran la necesidad de fortalecer algunas habilidades directivas del personal.

Palabras clave

Capacitación, Mypes, Gestión, Talento humano

Introducción

Las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) en el municipio de Paraíso, son el motor de la economía local, ya que de acuerdo al Directorio Estadístico de Unidades Económicas del INEGI (2023), el municipio cuenta con 2,992 unidades económicas categorizadas como micro y pequeñas empresas, de un total de 3,037, las cuales representan el 98.52% del total de las empresas.

El estudio de las Mypes es relevante cuando de crecimiento económico se trata, ya que estas organizaciones no sólo generan una parte significativa de los ingresos del lugar donde se ubican, sino que también ofrecen una gran cantidad de empleos, que contribuyen al a subsistencia de los hogares.

Recientemente, las micro y pequeñas empresas de Paraíso se han favorecido considerablemente de la construcción de uno de los proyectos emblemáticos de la actual administración, la Refinería Olmeca en Dos Bocas, ya que aún sin estar ligadas directamente a la actividad petrolera predominante en la localidad, abastecen con productos y/o servicios a la población que con motivo de la obra ha llegado a radicar al municipio o acude de forma regular a desempeñar alguna función desde las localidades más cercanas.

Así también, como parte de la región del sur-sureste mexicano conformado por los estados de Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán, los micro y pequeños negocios en Paraíso, se han ayudado por el desarrollo de otros proyectos representativos como el Tren Maya y el Corredor Multimodal Interoceánico, que de forma indirecta han contribuido con la generación de empleos y por lo tanto de ingresos adicionales para muchos propietarios de negocios locales o nuevos emprendedores, que ahora cuentan con los recursos necesarios para desarrollar sus ideas o mantener activos sus negocios.

No obstante, pese a los esfuerzos de crecimiento en algunas entidades, históricamente, la Región Sur-Sureste ha mantenido las tasas de crecimiento más bajas del País, como señala Ortiz (2020) y la tendencia no parece revertirse.

Como se aprecia en las cifras del Indicador Trimestral de la Actividad Económica Estatal (ITAEE) del INEGI (2023), en el Tercer Trimestre de 2022, la actividad económica en la región representó el 16.2% del total del país y contribuyó, únicamente, con 0.46 puntos porcentuales a la variación nacional, siendo la menor aportación del total de regiones observadas.

Lo anterior indica que, al menos en el corto plazo, el progreso de estos proyectos no ha tenido el efecto detonante del crecimiento económico esperado, lo cual podría atribuirse

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

a distintas causas, sin embargo, para lograr los objetivos de este estudio se tiene un enfoque hacia el talento humano.

Bajo esta premisa, para que estos proyectos federales se puedan aprovechar al máximo y alcancen un resultado exitoso, se considera necesario contar con capital humano que tenga conocimientos y habilidades para desempeñar sus funciones de manera adecuada, o en el caso contrario, se reducirían sus posibilidades de insertarse en el campo laboral.

El capital humano, por su importancia, se ha llegado a considerar un factor de crecimiento endógeno en los modelos económicos más recientes, que puede tener un impacto positivo o negativo, sobre el crecimiento económico, en función de su aprovechamiento. En estas representaciones de la realidad conocidas como modelos de crecimiento endógeno, se asume que el capital humano, la innovación y el conocimiento contribuyen de manera significativa a potenciar el crecimiento.

Por lo expuesto y considerando la importancia del factor humano, el objetivo de este trabajo consiste en identificar áreas de oporunidad en las Mypes de Paraíso, Tabasco, para una mejor gestión del talento humano.

Revisión de la Literatura

Chiavenato (2019), considera al talento humano como el recurso más escaso y valioso de las organizaciones; así como su principal fuente de ventaja competitiva. Para este autor, lo importante es sumar talento humano a la organización y dotarla de las competencias esenciales que necesita, por lo que concibe la gestión del talento humano como un conjunto de políticas y prácticas necesarias para dirigir cargos gerenciales relacionados con personas o recursos; haciendo uso de los procesos de reclutamiento, selección, capacitación, recompensas y evaluación de desempeño.

En esta acción, aprecia el mayor desperdicio de las organizaciones en relación al aprovechamiento de su capital humano, puesto que en la mayoría de los casos no se busca explotar o impulsar el talento de las personas, sino aprovechar un determinado comportamiento en función de las necesidades de la empresa, que por lo general, es limitado en función de las cosas que una persona puede lograr.

Para Chiavenato (2019) una empresa exitosa debe funcionar como un conjunto cohesionado de habilidades y competencias, siempre listo para aplicarse ante las oportunidades que surgen en el mercado. Su planificación estratégica se concentra en desarrollar e integrar esas habilidades y capacidades; aunado a que, siempre debe valorarse el talento

humano que tiene la competencia necesaria para realizar acciones concretas en favor de las organizaciones.

Capelli (2008), por el contrario, presupone que la mayoría de las empresas no cuenta con programas formales para anticiparse a las necesidades de talento ni para satisfacerlas, por lo que son dependientes de una reserva cada vez más cara de candidatos externos. Bajo esta visión, la gestión de talento implica la previsión de los requisitos de capital humano y la elaboración de un plan para satisfacer dichos requisitos.

Rodríguez y Murillo (2016), por su parte, afirman que si la gente es un recurso diferenciador de negocios, se debe tener muy claro cuál es la contribución de cada persona al negocio. La falta de certeza en este aspecto es uno de los problemas más comunes al interior de las organizaciones y surge porque nunca se le comunica a la gente cuál es su misión dentro de la empresa, por ende, los fracasos en la gestión de talento son una constante preocupación para la dirección de las organizaciones modernas.

Sánchez (2022) citando a Lewis y Heckman (2006), menciona tres corrientes de pensamientos clave en torno a la gestión del talento, la primera asociada a las prácticas tradicionales de la gestión de recursos humanos, como el reclutamiento o el desarrollo de habilidades como el liderazgo; una segunda vertiente se relaciona con políticas de talento, centradas en las necesidades de los empleados; y una tercera corriente se orienta a la gestión de personas con talento.

De igual manera, reconociendo el trabajo de Collins y Mellahi (2009), Sánchez (2022) incluye una cuarta vertiente que tiene como premisa la identificación de áreas clave, puesto que no basta únicamente con tener talento, sino tenerlo en el lugar y momento adecuado.

La gestión del talento humano, como señalan especialistas en búsqueda de talento y gestión humana, presenta los siguientes puntos clave, una vez que se identifica el cliente interno (Core Global Partners, 2023):

- Reclutamiento, proyección estratégica y la planificación de RRHH para el acceso y retención del talento
- Incorporación a la empresa.
- Desarrollo de actividades orientadas a objetivos que mejoran la calidad de las habilidades o actitudes de liderazgo de un trabajador.
- Evaluación de 360º para el desempeño de las personas.
- Programas de reconocimiento e incentivos.
- Definición de competencias.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

- Retención, que implica un esfuerzo por crear y fomentar un ambiente de trabajo acogedor.

Metodología

Como se estableció en un inicio, el objetivo de este estudio es identificar áreas de oportunidad en las Mypes de Paraíso, Tabasco, para una mejor gestión del talento humano. A este respecto, quienes participan en este estudio, plantean que, aquellos que dirigen las micro y pequeñas empresas de la localidad reconocen la importancia del talento humano. Sin embargo, se considera fundamental fortalecer algunas habilidades específicas, con la finalidad de lograr una mejor administración del factor humano.

Bajo esta idea, la hipótesis central de este documento es que se supone necesario fortalecer las habilidades directivas del personal de las micro y pequeñas empresas de la localidad, para una mejor administración del talento humano en las empresas, que permita aprovechar en mayor medida las oportunidades que surgen en los mercados.

Para lograr el objetivo del estudio, se retoma el análisis sistémico como modelo de abordaje de la mype, propuesto por Posada, Aguilar y Peña (2018) en la investigación anual de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN) y los datos estadísticos obtenidos por la misma red en su investigación anual 2023.

Este estudio tiene un enfoque cuantitativo de diseño transversal de tipo longitudinal retrospectivo-prospectivo. Se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple con las mypes de Paraíso, Tabasco, cuya cantidad de empleados se encuentra en el rango de 1 a 50, con un nivel de confianza del 95%, un margen de error del ±5% y una probabilidad estimada de p=0.5 (50%). Se obtuvieron de la muestra aplicada un total de 390 encuestas válidas en el periodo del 01 de marzo al 30 de abril de 2023.

Se utilizó un instrumento de medición tipo encuesta, la cual fue dirigida a los propietarios, directores o gerentes de las mypes, posteriormente se capacitó a un grupo de estudiantes universitarios quienes aplicaron de manera presencial dicha encuesta.

Resultados

En el estudio de 2022 de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN), se determinó la necesidad de fortalecer las habilidades directivas para una mejor gestión dentro de las mypes de Paraíso. Así también, de forma complementaria, en la investigación de 2023 de la misma red, se precisó sobre las habilidades directivas que podrían fortalecerse para impulsar la competitividad en las organizaciones locales más pequeñas.

Bajo este enfoque, las variables utilizadas para el estudio son el clima organizacional, como variable dependiente y la negociación, toma de decisiones, liderazgo, comunicación y trabajo en equipo, como variables independientes.

Como primer paso se efectuó el análisis de Alfa de Cronbach, encontrando consistencia entre las variables seleccionadas, por lo que se procedió a la creación de un modelo de regresión lineal para determinar como la negociación, toma de decisiones, liderazgo, comunicación y trabajo en equipo influyen en el clima organizacional que, como se dijo anteriormente, es un factor de impacto en el talento humano como parte de la retención del personal.

El clima organizacional además de incentivar la retención del trabajador, impacta positivamente en cómo los trabajadores desempeñan sus funciones, mejorando la productividad del establecimiento, es decir, un trabajador más feliz, hace un mejor trabajo, atiende mejor al cliente, es más comprometido, entre otros aspectos.

Como resultado del análisis de regresión tenemos que la variable que tiene mayor impacto sobre el clima organizacional es el trabajo en equipo, seguido de la comunicación; mientras que el liderazgo, la negociación y la toma de decisiones muestran resultados menos significativos, por lo que son éstas últimas las habilidades que las micro y pequeñas empresas de Paraíso deben fortalecer para un mejor clima organizacional y, por lo tanto, para una mejor gestión del talento humano.

Otros datos que complementan esta investigación, son los obtenidos por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN) durante 2022, en una muestra de 396 directores de micro y pequeñas empresas de la localidad de Paraíso, mismos que se aprecian en la Tabla 10.1.

Tabla 10.1

Características de la muestra

Parámetros	Hombres	Mujeres	Total
Trabajadores en establecimientos entrevistados	1,219	1,206	2,425 (100%)
Familiares empleados en establecimientos entrevistados	-	-	992 (40.91%)
Personal dedicado a actividades administrativas, contables y de dirección	432	489	921 (37.98%)
Personal dedicado a actividades de producción, ventas o prestación de servicios	836	714	1,550 (63.92%)

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Parámetros	Hombres	Mujeres	Total
Personal que trabaja sin sueldo o salario fijo (propietarios, familiares, becarios, voluntarios)	-	-	760 (31.34%)
Personal sin instrucción	219	189	408 (11.89%)
Personal con educación básica	678	534	1,212 (35.32%)
Personal con educación media superior	588	551	1,139 (33.20%)
Personal con educación superior y Posgrado.	301	371	672 (19.59%)
Personal que recibió capacitación el último año	986	940	1,926 (56.13%)
Personal que cuenta con seguridad social	500	475	975 (28.42%)

Nota: Para los cálculos relacionados al nivel de estudio del personal y capacitación, se consideró tanto al personal empleado que recibe un sueldo fijo, como a aquellos que participan como becarios, voluntarios o que no reciben un sueldo fijo.

En la Tabla 10.1, se aprecia que en los establecimientos entrevistados fue reportado un total de 2,425 empleados que ostentan un sueldo fijo, de los cuales 1,219 son hombres y 1,206 mujeres, lo que muestra un equilibrio en cuanto al sexo.

Del total de trabajadores un 40.91% son familiares del propietario, lo que representa cerca de la mitad. Esto es importante considerando que, cuando se emplea a un familiar, el factor decisivo para su elección puede ser la confianza que hay entre ambos y no necesariamente las habilidades que manifiesta.

Con relación a las actividades desempeñadas, el 37.98% realiza actividades administrativas, contables y de dirección; mientras que el 63.92% se dedica a actividades de producción, ventas o prestación de servicios.

Un dato sobresaliente es la remuneración, puesto que una buena parte de las personas que colaboran en las micro y pequeñas empresas de Paraíso, 31.34%, no cuentan con un sueldo fijo, ya que se suman como voluntarios, becarios (estudiantes) o familiares que ayudan de forma eventual o incluso, en muchos de los casos los propietarios no cuentan con un sueldo establecido de manera formal.

Con la información contenida en la tabla, también podemos darnos una idea del nivel educativo de las personas que contribuyen en los negocios más pequeños. Se aprecia que un 11.89% no cuenta con instrucción alguna, un 35.32% cuenta con educación básica, el

33.20% presenta estudios de nivel medio superior y un 19.59% tiene un nivel de licenciatura, ingeniería o posgrado.

En cuanto a los beneficios que reciben por parte del empleador, posterior al ingreso en la organización, un 56.13% de los trabajadores recibió capacitación durante el último año, aunque no especifican el tipo de capacitación recibida. No obstante, establece un interés por parte de la organización de fortalecer las habilidades del personal. Por el contrario, el número de trabajadores que ostenta los beneficios del seguro social es muy reducido, en este caso un 28.42%.

Discusión

Como muchos autores e investigadores han planteado, el talento humano es uno de los recursos claves dentro de las organizaciones, que no solo permiten alcanzar los objetivos definidos, sino que representan para muchas organizaciones el valor agregado que brindan a sus clientes, pues es a través del recurso humano que se producen o se ofertan productos y/o servicios al mercado y en muchos de los casos es el factor decisivo por parte de los clientes en el momento de la elección de compra.

A lo largo de este trabajo, se logró identificar que, en las micro y pequeñas empresas locales, se deben fortalecer las habilidades de liderazgo, de tal forma que se incentive la participación del personal de modo que, se promueva el trabajo en equipo, para lograr una mayor productividad. Si los propietarios de este tipo de empresas consideran la importancia de generar un buen clima organizacional, éste impactará en la forma en que los trabajadores desarrollan sus actividades cotidianas. Un colaborador en un ambiente de trabajo en equipo y con una comunicación efectiva, dará mejores resultados, que aquel en una situación laboral desfavorable desde su perspectiva.

El liderazgo es sustancial en las micro y pequeñas empresas, ya que puede llegar a ser una influencia positiva para que los empleados apoyen en el logro de los objetivos, y es en este punto donde la comunicación y la motivación se suman con un rol significativo.

Los directivos de la micro y pequeña empresa, deben reconocer los elementos que deberán administrar, ya que coordinar de manera equilibrada los recursos con los que se cuenta, pero sobre todo el factor humano, es todo un reto que implica desarrollar habilidades gerenciales que le ayuden a organizar, dirigir o administrar de manera exitosa. De poco servirá a una empresa contar con áreas de oportunidad en el mercado, si el recurso humano no ofrece el conocimiento, habilidades y/o destreza necesaria para tener éxito en sus labores,

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Como se estableció en un principio, entre los elementos a considerar para una buena gestión del factor humano se encuentran el reclutamiento, la retención del talento a través de un buen ambiente de trabajo, programas de incentivos, definición de competencias.

No obstante, en el caso de las organizaciones micro y pequeñas del municipio de Paraíso y en función de la información obtenida de la aplicación del instrumento a los directivos de una muestra representativa de la población de empresas locales, tenemos que hay dificultades para lograr este ambiente laboral idóneo, por distintos motivos.

Un primer factor se relaciona con el reclutamiento de los trabajadores, que en su mayoría son familiares, lo cual implica que la incorporación a la organización puede deberse a la confianza entre ambas partes y no necesariamente a las habilidades y conocimientos que se buscan en una persona para llevar a cabo una actividad específica.

Un segundo elemento es el no pago al trabajo, es decir, se observa que en la localidad muchas de las organizaciones se apoyan de becarios o practicantes, para solventar algunas de sus funciones, para los cuales no esteblecen un sueldo o incentivo, así como tampoco tienen la posibilidad de crecer en la organización, debido a la dificultad para pagar un sueldo adicional. Esta situación se hace extensiva, incluso, para algunos familiares, quienes tampoco cuentan con un sueldo fijo y son considerados como ayudantes eventuales.

Finalmente, por su tamaño o falta de otros recursos, es común que en estas organizaciones no exista la posibilidad de un plan de seguridad social, de crecimiento o de capacitación para el desarrollo de habilidades, aunque sí hay noción de la necesidad de contar con ello. Sin embargo, implica el uso de recursos financieros o de personas con conocimientos específicos, con los que no se cuenta, así como tampoco se conocen otras opciones para atender esta necesidad.

Por ejemplo, dentro de la zona de estudio se han generado una serie de oportunidades, a través de programas de capacitación del gobierno coordinados con grandes empresas o con los centros educativos del sector público, ubicados en la localidad.

Las Instituciones de Educación Superarior (IES) más cercanas, ofrecen también de forma regular una serie de cursos, talleres, certificaciones u otras capacitaciones que se adaptan a las necesidades de las empresas y a los recursos con los que cuentan. En la actualidad existen muchos programas de capacitación gratuitos que se imparten en línea, eliminando gastos de traslados y/o viáticos que se pudieran generar, quedando a disposición de todo aquel que tengal el deseo de aprender algo nuevo o de obtener un documento que avalé que cuenta con uno conocimiento que adquirió de forma empírica.

Conclusiones

Los directivos de las micro y pequeñas empresas de la localidad reconocen la importancia del talento humano. Sin embargo, para lograr una mejor gestión, es fundamental fortalecer algunas habilidades específicas, como se estableció en un inicio.

Partiendo del objetivo de este estudio que es identificar áreas de oporunidad en las Mypes de Paraíso, Tabasco, para una mejor gestión del talento humano; y considerando al clima organizacional como un factor de impacto sobre esta premisa, en lo relacionado a la retención del personal, se puede concluir que, la variable con mayor repercusión sobre el clima organizacional es el trabajo en equipo, seguido de la comunicación.

Por otra parte, las variables con resultados menos significativos sobre el clima organizacional son el liderazgo, la negociación y la toma de decisiones, siendo éstas tres las habilidades que las micro y pequeñas empresas de Paraíso deben fortalecer para un mejor clima organizacional y, por lo tanto, para una mejor gestión del talento humano.

Recordemos que el clima organizacional además de incentivar la retención del trabajador, impacta positivamente en cómo desempeñan sus funciones, mejorando la productividad del establecimiento. El clima organizacional es determinante, ya que las personas que tienen un ambiente de trabajo cordial logran una mayor productividad y se estabilizan laboralmente.

En el caso de las organización micro y pequeñas del municipio de Paraíso, se observa dificultad para lograr este ambiente laboral idóneo por tres razones: el reclutamiento de los trabajadores; el no pago al trabajo; y la falta de un plan de seguridad social, de crecimiento o de capacitación.

Si nos enfocamos en la capacitación, como un primera tema por atender, se observa como principal obstáculo la falta de recursos para el pago de este servicio por parte de la organización. No obstante, también se aprecia el desconocimiento de algunos planes de capacitación accesibles a las organizaciones pequeñas o incluso gratuitos que actualmente se ofrecen en distintas modalidades.

Existen en la zona de estudio programas de capacitación accesibles o gratuitos que el gobierno ha implementado en coordinación con algunas empresas o con los centros educativos de nivel superior ubicados en la localidad, que han englobado distintos temas y modalidades, desde los que se impartan de forma presentacial, en línea o mixtos, y que no están siendo aprovechados por las empresas locales, probablemente por desconocimiento, ya que no se difunden o promocionan entre la población.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Explorar la oferta de estos servicios, no aprovechados por las empresas locales y la posibilidad de adaptarlos a las necesidades identificadas al interior de éstas, podría ser el punto de partida de nuevos estudios sobre el tema, en beneficio del sector empresarial en la localidad, para apoyar su crecimiento, a través del fortalecimiento del factor humano.

Referencias

Capelli, P. (2008). Talent Management for the Twenty-First Century. Harvard Business Review 86(8), 66-74.

Chiavenato, I. (2019). Gestión del Talento Humano. Bogotá: Mc. Graw-Hill.

Collings, D. y Mellahi, K. (2009). Strategic talent management: A review and research agenda. Human Resource Management Review 19, 304-313.

Core Global Partners (9 noviembre de 2023). ¿Qué es la gestión del talento humano?. https://coreglobalpartners.com.pe/que-es-la-gestion-del-talento-humano/

INEGI (2023). Indicador Trimestral de la Actividad Económica Estatal. ITAEE. Tabasco. Tercer trimestre de 2022. Boletín de Prensa Núm. 43/23. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/itaee/itaee2023_01_Tab.pdf

INEGI. (8 de noviembre de 2023). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. DENUE. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/

Ortiz, S. (2020). México: impulso a la industria 4.0 en tiempos de impase económico. Vanguardia Industrial, 22(6), 51-65. Obtenido de: http://www.vanguardia-industrial.net/revista-b2b/mexico-impulso-a-la-industria-4.0-en-tiempos-de-impase-economico/content/B2B%2022_NOV_2019_FINAL_BAJA.pdf

Peña, N.B., Posada, R. y Aguilar, O. C. (2023). Método y resultados generales del estudio de las diferencias entre las estrategias de gestión en directores y directoras de la mype de Latinoamérica. En Peña, N.B., Posada, R. y Aguilar, O. C. (Coords.), Diferencias entre las estrategias de gestión de directores y directoras de la mype de Latinoamérica. Tomo I (pp. 1-9). Ciudad de México: Editorial McGraw-Hill.

Posada, R., Peña, N.B. y Aguilar, O. (2020). Resultados generales del estudio de innovación e industria 4.0 en las micro y pequeñas empresas en América Latina. En A. Fernández, A. Reyes, J.C. Demesa y M.A. Gómez (Coords.), Innovación e industria 4.0 en las micro y pequeñas empresas de América Latina. Tomo I (pp. XV-XX). Editorial McGraw-Hill.

Rodríguez, M.O y Murillo, S.A. (2016). Talento humano en la microempresa informal. Revista científica Dominio de las Ciencias 2, 247-256.

Sánchez, Y. (2022). Gestión del talento en las empresas [Maestría, Universidad del País Vasco]. Nombre del Repositorio. https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/58782/TFG_YanireSanchezUtrera.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Capítulo 11. Estrategias de Marketing Digital con el uso de Redes Sociales para la Activación de las Cafeterías en Cuautepec de Hinojosa, Hidalgo.

Liliana de Jesús Gordillo Benavente
Claudia Vega Hernández
Nancy de la Cruz Riveros
Benedicta María Domínguez Valdez

Universidad Politécnica de Tulancingo

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.11

Resumen

El objetivo de la investigación fue determinar el uso de las redes sociales como estrategia de Marketing Digital para la activación de las cafeterías en Cuautepec de Hinojosa, Hidalgo. El enfoque fue cuantitativo, diseño de investigación no experimental, transeccional descriptivo. La muestra fue de 165 clientes, con frecuencia de consumo, feedback de redes sociales y recomendación, la edad promedio fue de 25 años. Los principales hallazgos fueron, la red social más utilizada Facebook, como medio de comunicación, seguida de Instagram, con visualización de fotos, videos, reels, y Tik Tok, para generar contenido dinámico. Se concluye que las redes sociales forman parte del marketing digital y tienen que ir orientados a los objetivos de marketing y al segmento de mercado.

Palabras clave

Reactivación, Marketing Digital, Redes Sociales

Introducción

De acuerdo al Plan Municipal de Desarrollo de Cuautepec de Hinojosa 2016-2020, el municipio cuenta con 8 restaurantes y 3 cafeterías formalmente establecidas. Con una población económicamente activa integrada por 19,845 habitantes, representando el 44.5% de la población total municipal; los hombres representan el 66.4% de la PEA Ocupada y las mujeres el 33.6%.

Datos de la Asociación Mexicana de Venta Online [AMVO], (2021) indican que el comercio electrónico en el país creció en 2020, un 81% en comparación con el 2019. Destacando las Herramientas de Marketing Digital utilizadas por las PYMES.

Forbes (2020) la pandemia por Covid-19 no solo sigue amenazando la salud de los seres humanos sino también el bienestar de las pequeñas y medianas empresas del municipio, que ante el impacto económico suscitado por la pandemia han cerrado sus puertas. Al no considerar al marketing digital para sus negocios sería considerable para no superar esta crisis.

A raíz de esta pandemia y sus medidas para mitigar su expansión a partir de abril de 2019 se ordenó la cancelación de servicio de mesa lo cual disminuyó la afluencia de clientes, así como las ventas significativamente y aunque desde finales de 2020 se han modificado constantemente esta medida de acuerdo al semáforo epidemiológico para diciembre del mismo año solo se permitía un 30% de su capacidad y el servicio para llevar, el cual a su vez también es razón de la presente investigación. A raíz del confinamiento, tan solo en México se registró un crecimiento de 12.4% usuarios en redes sociales respecto a 2019 (Forbes 2020). Lo cual conlleva a tener mayor presencia y que a su vez estén reflejadas en estrategias digitales y de venta.

Un estudio realizado por Rodríguez (2017), sobre el Uso de las Herramientas de la web 2.0 como Estrategia de Posicionamiento en el Mercado de Tres Pymes en Pachuca, Hgo., destaca que las pequeñas y medianas empresas se encuentran con más carencias dentro del marketing digital. Debido que no poseen los suficientes conocimientos para determinar qué tipo de herramientas pueden ser más funcionales a su negocio, así como la manera de administrarlas, evaluarlas y mejorarlas. Así como asegurar su permanencia en el mercado.

Bajo este contexto surge la necesidad de determinar el uso de las redes sociales como estrategia de Marketing Digital para la activación de una cafetería en Cuautepec de Hinojosa, Hidalgo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Revisión de la Literatura

Mercadotecnia online

Actualmente ha incrementado su grado de importancia y cada día es más utilizada por ser un excelente medio de comunicación y de ventas. Es el marketing aplicado a internet, mediante diferentes herramientas. Por ejemplo: Redes sociales y búsqueda (Dzul 2019)

Mercadotecnia Digital

Peçanha (2021), el Marketing Digital, también conocido como Mercadotecnia Digital es el conjunto de actividades que una empresa (o persona) ejecuta en línea con el objetivo de atraer nuevos negocios, crear relaciones y desarrollar una identidad de marca. Dentro de sus estrategias están el SEO, Inbound Marketing y el Marketing de Contenidos.

En los años 90's surgió la primera versión de Internet, un poco diferente a la que conocemos hoy: la llamada Web 1.0 el cual no permitía la interacción de los usuarios con páginas web de manera activa, pero dejaba que encontraran información en un sistema de búsquedas simple. En este momento primitivo del Internet se creó el término "Marketing Digital". Para Ortiz (2022), el marketing digital engloba todas aquellas acciones y estrategias publicitarias o comerciales que se ejecutan en los medios y canales de internet. Este fenómeno viene aplicándose desde los años 90 como una forma de trasladar las técnicas de marketing offline al universo digital. Paralelamente al tremendo desarrollo y evolución de la tecnología digital, el marketing online ha ido experimentando, de manera progresiva y muy rápida, profundos cambios, tanto en las técnicas y herramientas utilizadas (y en su complejidad) como en las posibilidades que ofrece a los receptores

Características del Marketing Digital

Martínez (2021), en pocos años llegó la revolución que conllevaba la web 2.0, naciendo junto a ella el marketing 2.0, lo que se conoce actualmente como marketing online. Gracias a esto existe una comunicación, en la que todos los usuarios pueden compartir información gracias a las redes sociales, los foros y otras plataformas. En este momento internet pasó de ser un medio informativo a convertirse en una comunidad bidireccional en la que la información puede intercambiarse en ambas direcciones. Algo primordial para las marcas y la publicidad.

El autor propone las siguientes características del marketing online:

Menor coste: Posibilidades de combinar decidiendo cuánto invertir, gracias a su variedad en formatos y canales.

Segmentación: Permite llegar al cliente objetivo mediante internet y se realiza utilizando parámetros como la edad, el sexo, la ubicación, los intereses del usuario, entre otros. Esta característica es de las más importantes ya que permite que cada anuncio le aparezca al público que va a convertirse en cliente potencial.

Integración con el consumidor: El producto ya no es el centro de la estrategia, lo es el consumidor, es quien decide si consume o no los productos y servicios.

Resultados medibles: Recolección de datos estadísticos que permiten mejorar y optimizar las campañas (Mártinez, 2021).

Redes Sociales

Gómez (2016), a partir de la Internet y de la Web 2.0 las redes sociales en línea se ha convertido en espacios donde el intercambio de información puede realizarse de manera continua y permanente. Se entiende por red social virtual un espacio en el que los individuos interactúan con otros mediante la Internet, basado en un software que permite intercambiar información mediante mensajes, blogs y chats, por ejemplo; asimismo, las personas que conforman una red pueden compartir intereses, opiniones, dar apoyo, integrarse temáticamente, generar un sentido de pertenencia y sociabilizar.

Londoño et. al. (2018) en los últimos años las redes sociales han venido aumentando su popularidad de manera increíble, por lo que no solamente han logrado atraer a mucha gente, sino que también ha provocado que se creen varias de estas y una mejor que otra, habiendo para todos los gustos y edades, este gran crecimiento ha hecho que las empresas no solamente las tomen en serio sino que las usen como medio de muchas de sus operaciones, no solo de marketing, sino de estudios de mercados, mejora de procesos, generación de nuevos productos entre muchas otras cosas, estas han sido aprovechadas en su gran mayoría por las pequeñas y medianas empresas, ya que les permite competir de manera un poco más pareja con las grandes empresas, debido a que estas redes sociales no son muy costosas, como principales redes tenemos a Facebook, Instagram y Twitter las cuales ya vienen bien posicionadas en el mercado y algunas nuevas que vienen surgiendo también de manera rápida como Tik Tok.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En la Figura 11.1 señala los logos de las principales plataformas digitales en 2022.

Figura 11.1

Logotipos de las principales redes sociales en 2022.



Facebook

Merodio (2016) Define a Facebook como una plataforma mediante la cual los usuarios pueden mantenerse en contacto continuo con un grupo de amistades e intercambiar con ellos cualquier tipo de contenido.

Facebook impacta la forma en cómo los consumidores comunican sus experiencias con respecto a una marca, producto y servicio, dejando muy atrás el poder del "boca en boca". "Esto puede aterrar a los encargados de posicionar marcas en el mercado, ya que pone en riesgo el poder que anteriormente tenían con los medios tradicionales de controlar el contenido y la difusión de los mensajes". El cambio en el modelo de negocio que está suponiendo la transición de los medios de comunicación tradicionales al entorno digital está modificando tanto su estructura como la forma de presentar la información en la red (Merodio, 2016)

Instagram

Soto (2020) Instagram es una red social popularizada entre jóvenes que ofrece la posibilidad de compartir fotografías con otros usuarios y poder recibir comentarios o "me gustas" (likes) de seguidores.

Dentro de estas fotografías, se puede añadir etiquetas o hashtags para etiquetar según el tipo de fotografía o que se puede ver en ella, así será más fácil su clasificación a la hora de realizar búsquedas de una temática en concreto. Instagram funciona como cualquier otra, permitiendo añadir usuarios como seguidores y compartir fotografías con estos seguidores o con toda la red social, según nuestras preferencias de privacidad, teniendo en cuenta la gran cantidad de usuarios, 1000 millones activos a finales de 2018.

Tik Tok

Fernández (2021) TikTok permite crear, editar y subir videoselfies musicales de 1 minuto, aplicarles varios efectos y añadirles un fondo musical. También tiene algunas funciones de Inteligencia Artificial, e incluye llamativos efectos especiales, filtros, y características de realidad aumentada.

El nombre original de la aplicación Tik Tok es Douyin que significa "sacudir la música" en chino. Ya que se trata de una red social basada en compartir pequeños clips musicales. Sin embargo, fuera de China recibe el nombre de TikTok. La aplicación fue lanzada en septiembre de 2016, sólo tardó 200 días en ser desarrollada, por lo que parece que tenían las ideas bastante claras. En octubre del 2018 se señalaba que había superado los 130 millones de usuarios (Fernández , 2021).

Reactivación Económica

Para Morales (2021) La reactivación económica es el proceso mediante el cual una economía determinada presenta un crecimiento económico, así como mejoras observables en variables como el empleo o la renta. Esto, tras una crisis económica que provocó un hundimiento de estos indicadores. Por tanto, no es más que una fase en la que la economía, tras una crisis económica que ha provocado un hundimiento de la misma, comienza a recuperarse y a registrar crecimiento económico. Este provoca mejoras observables en la tasa de desempleo, en la renta, así como en todas aquellas variables que componen el crecimiento económico

Metodología

En esta investigación se establece la estrategia metodológica, sostenida por Hernández et al (2014), tal como se muestra a continuación:

El enfoque de la investigación fue cuantitativo, ya que por medio de estadísticas descriptiva se busca determinar cuáles son las redes sociales con mayor tráfico e interacción entre los habitantes del Municipio de Cuautepec de Hinojosa Hidalgo, el diseño de investigación fue no experimental, transeccional, descriptivo, es considerado no experimental debido a que no existió un control de las variables es decir no se manipularon por el investigador las variables estudiadas es decir el marketing digital específicamente las redes sociales, es transeccional descriptivo debido a que el instrumento de investigación se aplicó en un solo momento y se busca describir las redes sociales que se deben de utilizar para la reactivación de las cafeterías.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Hipótesis de investigación

Las estrategias de marketing digital con enfoque en redes sociales propuestas reactivaran a las Cafeterías en el municipio de Cuautepec Hinojosa Hidalgo.

Universo y muestra

En la presente investigación se cuantificó a la población, por medio de un estudio previo del perfil del Cliente de las Cafeterías, obteniendo los siguientes resultados.

En este estudio, se recapitularon los aspectos básicos de la mercadotecnia y expresados mediante las 4P´s, de las cuales se seleccionó una para el desarrollo de la metodología de la investigación de mercados. La duración total de la investigación tuvo a lugar una duración de cuatro meses desde su planificación, desarrollo y ejecución, para que con ello se determinará la población sujeta de estudio que conforma el segmento de mercado.

Después de haber realizado la investigación de mercados se llegó a una población total, de acuerdo al perfil del consumidor y fueron 165 personas sujetos de interés como población para este estudio lo cual se identificó con frecuencia de consumo, feedback de redes y recomendación, así como la edad promedio que constituye este segmento de mercado oscila entre 25 años de edad. La mayoría oriundos del municipio de Cuautepec de Hinojosa. Se aplicó la fórmula para muestras pequeñas y se llegó a una muestra total de 117 sujetos de estudio.

El instrumento aplicado fue un cuestionario con escala tipo Likert de 5 puntos desde totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo, estuvo conformado por 23 ítems, de los cuales 4 preguntas fueron de identificación, 19 se relacionan con identificar los dispositivos electrónicos usados, identificar las redes sociales (Facebook, Instagram y Tik Tok) en las que los encuestados mantienen mayor interacción, así como el contenido que buscan o esperan ver en dichas plataformas. Lo cual permitirá crear estrategias de redes sociales para la reactivación de las Cafeterías de Cuautepec Hinojosa, Hidalgo.

Conceptualización y operacionalización de variables

La conceptualización y operacionalización de variables sujeto de estudio se presenta en la Tabla 11.1.

Tabla 11.1

Conceptualización y Operacionalización de las Variables.

Variable	Conceptualización	Operacionalización
Redes Sociales	Espacio en el que los individuos interactúan con otros mediante la Internet, basado en un software que permite intercambiar información mediante mensajes, blogs y chats (Gómez, 2016).	Instrumento de investigación compuesto por 23 ítems.
Facebook	La plataforma presenta dos tipos de cuentas: personales y de empresa. Las primeras son gratuitas y permiten la comunicación fluida entre personas; las segundas sirven para ofrecer productos o servicios y mantener contacto cercano entre empresas y clientes (Sordo, 2020).	Ítem 3, 8, 9,10, 12, 13 y 18 del instrumento de investigación.
Instagram	Red social especializada en la exposición de contenido multimedia (imágenes y video de corta duración) generado por sus usuarios, para posteriormente compartir esas imágenes en la misma plataforma o en otras redes sociales (Lavagra, 2023).	Ítem 4, 9, 10, 15 y 19 del instrumento de investigación.
Tik Tok	Permite crear, editar y subir videoselfies musicales de 1 minuto, aplicarles varios efectos y añadirles un fondo musical. También tiene algunas funciones de Inteligencia Artificial, e incluye llamativos efectos especiales, filtros, y características de realidad aumentada (Fernández , 2021).	Ítem 5, 10, 11 y 16 del instrumento de investigación.

Fuente: Elaboración propia

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

La validez y confiabilidad del instrumento se llevó a cabo a través del análisis de confiabilidad del Alfa de Cronbach como se puede observar en la Tabla 11.2 se presenta el análisis por lo que da un resultado de .821 por lo que se interpreta que el instrumento de investigación es confiable.

Tabla 11.2

Alfa de Cronbach

Estadística de fiabilidad		
Casos válidos	Alfa de Cronbach	No. De elementos
117	.821	23

Fuente: Elaboración propia.

Resultados

Datos de identificación

La estadística que se utilizó fue la distribución de frecuencias por lo que para los datos de identificación los resultados se muestran de acuerdo a la Tabla 11.3.

Tabla 11.3

Datos de identificación

Variable	Resultados	Interpretación
Género de los encuestados	70,4% fueron de género femenino y el 29,60% fueron masculinos	Resulta importante conocer la segmentación de acuerdo al sexo de los encuestados debido a que los hombres y las mujeres se comportan de forma diferente en el mercado y tienen preferencias distintas al comprar. El sexo femenino es un mercado altamente demandante de productos, buscan y tienen mayor información sobre lo que desean adquirir antes de realizar la compra, además de ser las primeras en emitir comentarios positivos o negativos sobre las empresas, marcas y productos. Por el contrario, para los hombres se debe ser más preciso, directo y generar más experiencias racionales con los productos y las marcas.
Rango de edad	El 45,7% se encuentra entre los 21 a 30 años, el 23.3% entre los 31 a 400, el 15.5% entre los 41 a 50 año, y un 8.6% con más de 50 años y un 6.9% de encuestados entre los 15 a 20 años	En numerosas ocasiones las empresas no siempre tienen en cuenta la edad de su público objetivo a la hora de planificar su estrategia de contenidos. Se suele pensar que todos los clientes reaccionan igual ante los mismos contenidos, pero las brechas generacionales suelen ser más importantes y significativas de lo que parecen.
Nivel de escolaridad	Un 6.9% concluyo estudios de posgrado, mientras que el 51.7% su máximo nivel de educación es la licenciatura, el 36.2% con preparatoria y el 5.2% cuentan solo con secundaria.	Conocer el nivel educativo de las personas es un aspecto importante en la forma en que las personas hacen sus elecciones de compra en el mercado. Razón por la cual las empresas deben contar con esta información para que les ayude a responder mejor a los requerimientos de los clientes.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 11.2

Conectividad por medio de un móvil

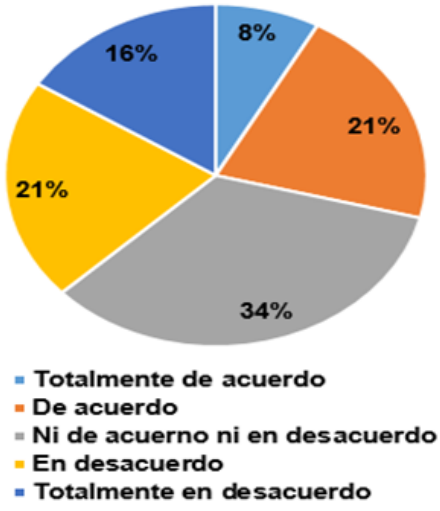
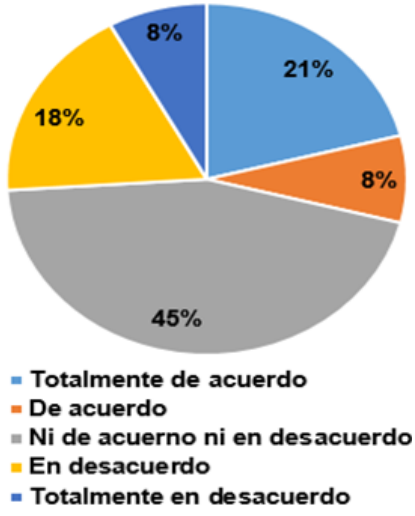


Figura 11.3

Red social utilizada Facebook

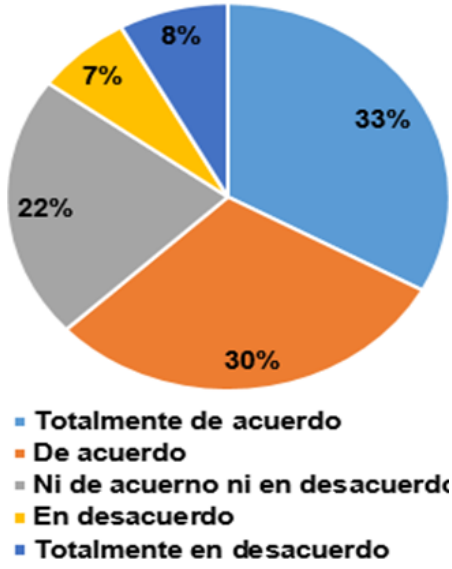


El 44% de los sujetos de estudio afirmaron estar totalmente de acuerdo en que Facebook es la red social donde tienen mayor interacción y comparten contenido, un 25% dice estar, de acuerdo, el 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo y en una sumatoria del 10% Facebook no es la red social en donde interactúan con mayor frecuencia.

Los resultados muestran que Facebook posee características realmente atractivas y es ahí el motivo de su éxito entre los encuestados. El sitio web por sí solo ofrece un servicio de noticias, mensajería (Messenger), llamadas de voz y video, la capacidad de dar me gusta, seguir, suscribirse, Marketplace y tiendas para páginas.

Figura 11.4

Red social utilizada Instagram



Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 11.5

Red social utiliada Tik Tok

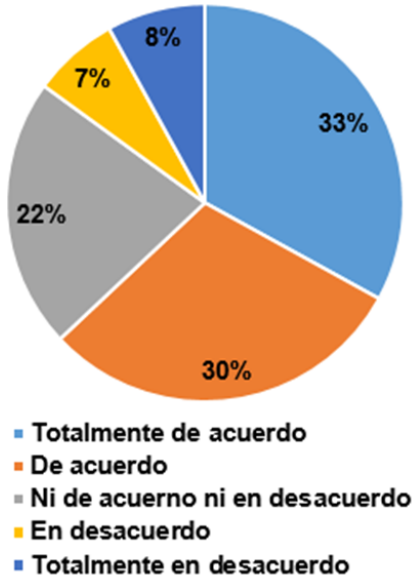


Figura 11.6

Seguimiento de redes sociales

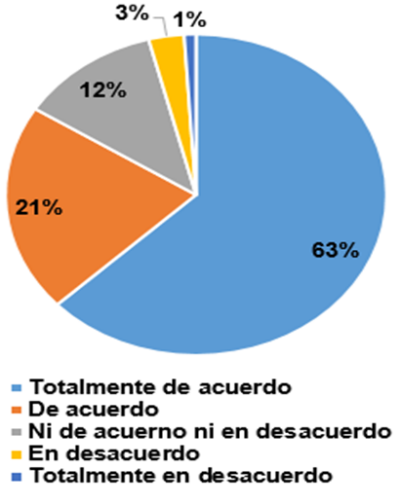
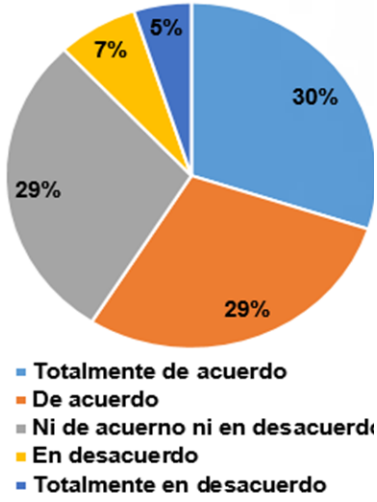


Figura 11.7

Contenido en redes sociales



Discusión

El marketing digital tiene relativamente poco tiempo de estudio, de acuerdo a la literatura, a raíz de los cambios o evolución que ha presentado la mercadotecnia a consecuencia del consumidor, la sociedad en general y los cambios atraídos por el entorno recientemente. Considerado como un concepto que se desprende de esta evolución, centrándose más como una de las como una de las y tantas especialidades con las que se es posible conocer y aplicar hoy en día la mercadotecnia.

Durante la revisión de la literatura se encontró que el término es relativamente nuevo, para Martínez (2022) el marketing digital es un conjunto de estrategias de promoción de productos y servicios en plataformas online: sitios web, redes sociales, blog, correos electrónicos, SEO, video marketing, móvil, etc.

En relación a las redes sociales como lo menciona Del Campo (2022) las redes sociales son una herramienta de comunicación que posibilita el intercambio de ideas, e información a través de la web. Están fundamentadas en Internet y brindan a los usuarios la posibilidad de interactuar y compartir contenido como información personal, documentos, videos e imágenes. Seleccionando Facebook, Instagram y Tik Tok para el desarrollo de estrategias de marketing digital dentro de dichas plataformas.

Y por consiguiente las estrategias de marketing digital definidas por Silva (2022) como la planificación de pasos para llegar a objetivos definidos, por medios online, que conlleva aspectos como la creación y difusión de contenidos a través de sitios web. De acuerdo a los

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

autores se puede apreciar que corresponden las redes sociales que mencionan como punto de partida para la reactivación de las cafeterías, son herramientas cuya aplicación son esenciales.

Conclusiones

Se concluye que la principal red social con mayor tráfico e interacción entre los habitantes del Municipio de Cuautepec de Hinojosa Hidalgo, es Facebook. Debido a que la consideran, fácil, comprensible y flexible además de uno de los principales medios de comunicación en todas sus direcciones. Por otra parte, las redes sociales de mayor impacto para las Cafeterías son: Instagram, Facebook y Tik Tok.

Así mismo se concluye con algunas líneas de acción para optimizar y recabar métricas más exactas optimizando los recursos disponibles de estas plataformas digitales, lo cual es necesario:

1. Elaboración de una página web para acaparar a quienes navegan en internet mediante una computadora, ya que los gráficos e imágenes deben tener una resolución mayor.
2. Crear de 2 a 3 publicaciones semanales para mantener actualizada la página de Facebook diversificando los recursos gráficos para esta red social.
3. El tamaño de la imagen que aparece en Facebook tendrá que ser de 626 x 840 píxeles y de 1080 x 1350 para Instagram para dispositivos móviles.
4. En Instagram se recomienda nutrir con imágenes muy específicas y el texto en el pie de la descripción con una buena resolución y los datos de contacto en la biografía.
5. Los videos de Tik Tok deben presentar dinamismo y una duración no mayor a los 60 segundos. Más que un canal de venta es un medio de promoción entre la audiencia joven.
6. Dinámicas de regalos o giveaway atraen a nuevos clientes potenciales debido a los pasos que se deben seguir para la obtención del premio. Con esto se logra un alcance orgánico en redes sociales.

Referencias

Asociación Mexicana de Ventas Online [AMVO] (2021). Comercio electrónico. https://www.amvo.org.mx/estudios/estudio-sobre-venta-online-en-mexico-2021/

Del Campo, A. (26 de Octubre de 2022). Las Redes Sociales más utilizadas: cifras y estadísticas. Obtenido de https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/

Dzul, M. (26 de Junio de 2019). Clafisicación de la Mercadotecnia. Obtenido de https://alexxxx1099.wixsite.com/margzul23/post/clasificaci%C3%B3n-de-la-mercadotecnia

Fernández , Y. (07 de Abril de 2021). Qué es TikTok, de Dónde Viene y qué Ofrece la Red Social de Vídeos. Obtenido de https://www.xataka.com/basics/que-tiktok-donde-viene-que-ofrece-red-social-videos

Forbes (2020), La pandemia Covid-2019. Obtenido de https://www.forbes.com.mx/oms-declara-el-fin-de-la-pandemia-por-covid-19/

Gómez, E. (2016). El Impacto de las Tecnologías De Información y Comunicación (TIC) en el proceso de Enseñanza de Aprendizaje. Obtenido de Innovación Educativa: https://www.redalyc.org/pdf/1794/179446997004.pdf

Hernández, S., R., Fernández, C., C., & Baprtista, L., M. d. (2014). Metodología d ela Investigación. México: Mc Graw Hill

Lavagra E. (2023). ¿Qué es Instagram, para qué sirve, y cuáles son sus ventajas de esta red social? Obtenido de https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/

Londoño, S., Mora J., y Valencia M. (2018). Modelos estadísticos sobre la eficacia del marketing digital . Obtenido de doi:https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1923

Mártinez, A. (01 de Octubre de 2021). ¿Qué es el marketing online? Características y ventajas. Obtenido de https://www.occamagenciadigital.com/blog/que-es-el-marketing-online-caracteristicas-y-ventaja

Mártinez, G. (01 de Marzo de 2022). Marketing Digital: Qué es y las mejores estrategias. Obtenido de https://www.mediasource.mx/blog/marketing-digital

Merodio, J. (2016). Estrategia y Táctica Empresarial en Redes Sociales. España: LID Editorial.

Morales , F. (11 de Junio de 2021). Reactivación económica. Obtenido de https://economipedia.com/definiciones/reactivacion-economica.html

Ortiz, A. (11 de Marzo de 2022). ¿Qué es el marketing digital o marketing online? Estrategias y herramientas. Obtenido de https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-onlin

Plan Municipal de Desarrollo de Cuautepec de Hinojosa (2016-2020) obtenido de http://planestataldedesarrollo.hidalgo.gob.mx/pdf/PMD/016-CUAUTEPEC/PMD_Cuautepec.pdf

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Peçanha, V. (10 de Enero de 2021). ¿Qué es el Marketing Digital o Marketing Online? Descubre cómo impulsar tu marca con esta estrategia. Obtenido de https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/

Rodríguez, A. (Noviembre de 2017). Uso de las Herramientas de la web 2.0 como Estrategia de Posicionamiento en el Mercado de Tres Pymes en Pachuca, Hgo. . Obtenido de http://dgsa.uaeh.edu.mx:8080/bibliotecadigital/bitstream/handle/231104/2383/Uso%20de%20las%20herramientas%20de%20la%20web%202.0%20como%20estrategia%20de%20posicionamiento%20en%20el%20mercado%20de%20tres%20mipymes%20en%20Pachuca.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Silva, L. (13 de Septiembre de 2022). Guía completa para crear estrategias de marketing digital (con ejemplos). Obtenido de https://blog.hubspot.es/marketing/guia-completa-estrategia-marketing-digital

Sordo, E. (08 de Abril de 2020). Principales tipos de marketing + Digital. Obtenido de https://www.entropy.tech/blog-entropy/principales-tipos-de-marketing-digital

Soto, J. (16 de Agosto de 2020). ¿Qué es Instagram y Para Qué Sirve? Obtenido de https://www.geeknetic.es/Instagram/que-es-y-para-que-sirve

Capítulo 12. La Educación Financiera universitaria.

Maria Del Pilar Enríquez Gómez
Marisol Pérez Mugica
Arturo López Saldiña
Rosendo Orduña Hernández

Universidad Veracruzana

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.12

Resumen

La educación financiera es un gran reto para cualquier nación que desee alcanzar un desarrollo económico. El objetivo de esta investigación es demostrar a través de un estudio de caso, la existencia de educación financiera en estudiantes que recién ingresan a la universidad, dados los conocimientos uso y aplicación del ahorro, opciones de inversión, control de gastos y manejo del crédito. La metodología utilizada abarca un estudio transversal con enfoque cuantitativo, descriptivo y un muestreo probabilístico aleatorio a través de una encuesta, cuyos resultados determinan la necesidad de acciones para el fortalecimiento de la educación financiera.

Palabras clave

Educación Financiera, Ahorro, Inversión, Gasto, Crédito

Introducción

A través del tiempo, las naciones se han enfrentado a diversos fenómenos derivados de entornos globalizados en donde la educación ha jugado un papel fundamental. Diversas han sido las investigaciones sobre educación financiera, ya que ello equivale a un desarrollo cultural económico y financiero. La educación financiera es importante en nuestros días por lo que ésta debe permear en toda la sociedad y a través de las aulas.

En ese sentido, la sociedad debe ejercer un eficiente control de sus finanzas personales, lo cual implica que posea el conocimiento sobre el manejo y uso de variables básicas dentro de su economía, tales como el ahorro, la inversión, el gasto y el crédito, entre otros. Para ello deben establecerse estrategias cuyo alcance contemple el hecho de introducir estos temas desde las aulas y conforme a la madurez de los estudiantes, cimentar las nociones de dinero, ahorro y deuda (Raccanello & Herrera Guzmán, 2014).

En consecuencia, es de vital importancia el manejar adecuadamente las finanzas personales y fomentar habilidades de emprendimiento, en pro del beneficio a la economía de nuestro país, ya que esto trasciende a los beneficios personales y empresariales, representando una igualdad de oportunidades, lo cual da como consecuencia que mientras más joven se dé la educación financiera, mejores serán las condiciones y escenarios de formar la cultura del ahorro y prevención (Córdova Gallegos & Martínez Prats, 2022).

Asimismo, quien posee educación financiera, tiene acceso a la información y herramientas sobre el funcionamiento de las finanzas y la economía, lo cual incide en la vida diaria y en la toma de decisiones (Córdova Gallegos & Martínez Prats, 2022). Por esta razón, ésta investigación nace del interés de conocer a través de un estudio de caso, la existencia de educación financiera en estudiantes que recién ingresan a la universidad, con relación a los conocimientos uso y aplicación que tienen en cuanto al ahorro e inversión y el gasto y crédito al que tienen acceso, por lo que la estructura de este estudio, presenta introducción, revisión de literatura sobre el tema investigado, metodología utilizada, resultados obtenidos, discusiones y finaliza con algunas conclusiones.

Revisión de la Literatura

La Secretaría de Educación Pública (SEP) confirma que la educación es el principal componente del tejido social y el mejor instrumento para garantizar equidad y acceso a una mejor calidad de vida para todos, además de ser formadora del talento humano requerido para la competitividad y el desarrollo del país (SEP, 2020).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

De este modo, la educación financiera al ser un conjunto de habilidades, rutinas y actitudes que al aplicarse favorecen las decisiones económicas e influyen en las finanzas y economía de sus usuarios, se torna relevante ante adversidades presentadas en el desarrollo económico de los países y de su población (López *et al*., 2022).

Consecuentemente, los jóvenes se enfrentan a lidiar con finanzas personales de manera empírica donde no todo el tiempo se toman decisiones inteligentes, lo que los lleva a gastar más de lo que producen, a no intentar reducir gastos para crear un ahorro y menos a tener inquietudes de inversión para mejorar su situación económica. Por ello y dado que este estudio se enfoca en estudiantes que ingresan por vez primera a las aulas universitarias, se torna necesario desviar la mirada hacia el alfabetismo financiero de los estudiantes de enseñanza media superior. Al respecto Villagómez (2016) menciona que los jóvenes de enseñanza media superior presentan un nivel de alfabetismo financiero bajo, lo cual debe ser atendido desde las políticas públicas. Se concuerda con esta aseveración, ya que todo gobierno debe implementar estrategias necesarias en materia de educación que redunde no solo en su crecimiento personal, sino también en un crecimiento económico del país.

Villagómez (2016) también menciona que este fenómeno se ha presentado en la población de diversos países y ha estado bajo el escrutinio de diversos autores que sugieren se impartan cursos a la juventud antes de su ingreso a la universidad, dado que es la etapa en la que se ven inmersos en tomar decisiones financieras. De lo anterior deriva el hecho de entender lo que el ahorro y gasto representan, por lo que conviene retomar el artículo sobre la capacidad de ahorro en estudiantes de educación superior, en ese sentido, Vanegas, Gómez & White (2009) sostienen que el ahorro de estudiantes puede ser determinado por el ingreso y gasto-consumo, siendo el primero una variable no constante por estar supeditado a diversos factores económicos y el segundo un factor dependiente del ingreso que incide en el control del gasto, o lo que es lo mismo, el ahorro deriva del ingreso y de sus hábitos de consumo.

En tal sentido, la capacidad ahorrativa y financiera que pueden presentar los estudiantes, están estrechamente vinculadas con la inversión, el gasto y el crédito (Vanegas *et al.,* 2013). Por ello, siendo el ahorro una herramienta que permite beneficiarse a corto, mediano y largo plazo, es el único medio que garantizará al individuo mantenerse en el futuro y solventar gastos imprevistos (Yepes *et al.,* 2021). En ese orden de ideas, y al darse lo anterior, puede presentarse la inversión, la cual implica poner a trabajar el dinero, con miras a obtener ganancias posteriores (CONDUSEF, 2022).

La CONDUSEF (2022) en su revista radiografía financiera de las y los centennials, menciona que los centennials son la generación caracterizada por haber nacido en época de cambios tecnológicos, lo cual ha permitido que aprendan de los errores económicos de sus

padres y al tener a su disposición una amplia gama de información y herramientas digitales, pueden evitar malas decisiones financieras, por lo que se preocupan por manejar temas relacionados con los presupuestos, ahorro, crédito, entre otros. Lo anterior presenta limitaciones para quienes no tienen a su disposición herramientas digitales, lo cual inhibe el aprendizaje.

Por otra parte, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) institución que regula y supervisa las entidades del Sistema Financiero Mexicano (SFM), realiza permanentemente estudios financieros, donde la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF por sus siglas) procesa información relevante y concentra datos en el reporte de resultados del ENIF 2021, mismo que muestra información del ahorro y crédito. En este estudio, la CNBV (2021) menciona que cercano al 60% la sociedad ahorra, y dado que el ahorro formal e informal no son excluyentes entre sí, los adultos ahorran tanto de manera formal como informal. Asimismo, se menciona que cerca del 52% de la sociedad hace uso del crédito formal más que el informal.

Otro estudio menciona que tanto el crédito como el ahorro, se dividen en formal e informal, donde el primero considera el uso de al menos una cuenta en el banco, y el segundo considera cajas de ahorro en el trabajo, amigos o conocidos, guarda de dinero en casa, tandas o compra de animales o bienes (Décaro Santiago *et al.,* 2020).

Retomando lo anterior y para contextualizar el gasto y el crédito, se entiende por crédito el dinero que se presta, con la obligación de pagarlo conjuntamente con un costo en un plazo determinado (CONDUSEF, 2022). Y hablando del gasto, éste se clasifica en fijo y variable, siendo los primeros necesarios (no se eliminan y si se reducen) y los segundos susceptibles de modificarse conforme a los particulares (CONDUSEF, 2022).

Metodología

Este trabajo, a través de un estudio transversal con enfoque cuantitativo, descriptivo, plantea el objetivo de determinar la existencia de educación financiera (variable dependiente) en estudiantes que recién ingresan a la universidad, con relación a los conocimientos, uso y aplicación que tienen de dos variables independientes: a) ahorro e inversión y b) gasto y crédito al que tienen acceso. De lo anterior derivan las siguientes hipótesis 1) el ahorro e inversión, inciden en la existencia de la educación financiera en estudiantes que recién ingresan a la universidad 2) el gasto y crédito inciden en la existencia de la educación financiera en estudiantes que recién ingresan a la universidad. Se desarrolló un muestreo probabilístico aleatorio simple a jóvenes estudiantes universitarios que ingresan por vez primera a la licenciatura de contaduría en un sistema abierto, cuya población asciende a 94 estudiantes. La muestra representativa asciende a 76 estudiantes como indicador mínimo, obteniendo 82

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

participaciones y para su determinación se estableció el 95% de confianza, un 5% de margen de error y una probabilidad estimada de p= 0.5%, lo que permitió inferir los resultados correspondientes. El instrumento de recolección en este estudio se adaptó y aplicó en línea a la muestra estudiantil, usando las secciones de conocimiento, uso y aplicación para cada variable de ahorro e inversión, gasto y crédito, con 17 ítems. El diseño es tipo encuesta, elaborado por Contreras-Rodríguez, denominado EDUFINANMS (2016) y tiene la finalidad de recabar información relacionada con el conocimiento uso y aplicación que en tópicos financieros poseen estudiantes, cuya estructura contempla preguntas cerradas y bajo una escala de medición de tipo Likert, con alternativas diversas de selección para obtener la información, con una alta fiabilidad y consistencia interna alfa de Cronbach del 83%.

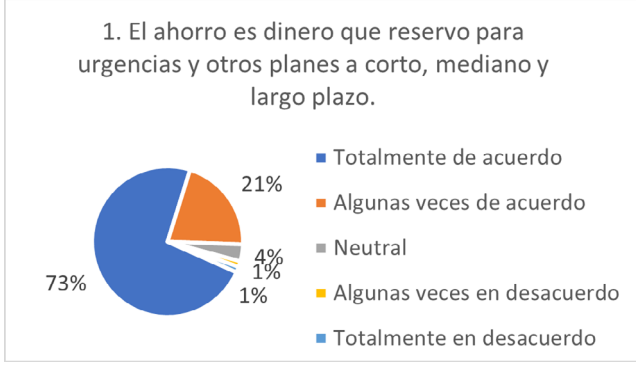
Resultados

Conforme a los resultados obtenidos y aplicando la metodología antes descrita, se presentan gráficas que visualizan la existencia de educación financiera a través del conocimiento, uso y aplicación de las variables ahorro-inversión, gasto-crédito, en estudiantes que ingresan por vez primera a las aulas universitarias. Dada la escala utilizada en el instrumento, los parámetros totalmente de acuerdo y algunas veces de acuerdo, reflejan la existencia de educación financiera.

Apartado: Ahorro e inversión

Gráfica 12.1

Objetivo del ahorro

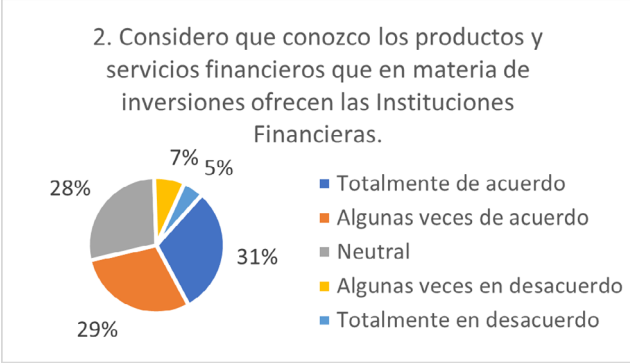


En la Gráfica 12.1, el 73 % de 82 estudiantes están totalmente de acuerdo con el ahorro como una reserva para urgencias y otros planes en diferentes tiempos, a corto, me-

diano y largo plazo, mientras que el 21% algunas veces está de acuerdo. Lo anterior revela la existencia de educación financiera.

Gráfica 12.2

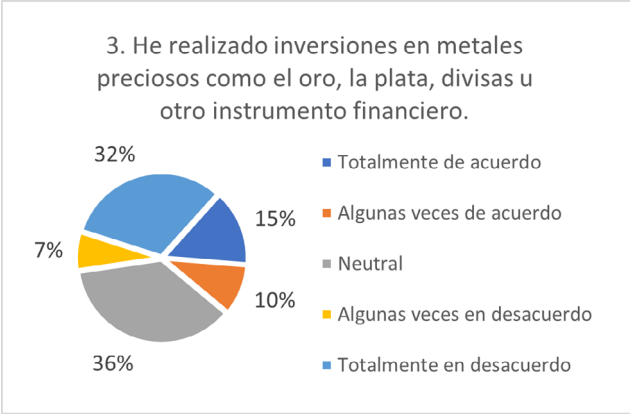
Conocimiento de Productos y servicios financieros



En la Gráfica 12.2, el 31 % de estudiantes están totalmente de acuerdo y el 29 % algunas veces de acuerdo en conocer los productos y servicios financieros en materia de inversiones, lo cual denota que sí existe educación financiera. En tanto 28 % ofrece una respuesta neutral y el 12 % (resultado de la suma del 7 % en desacuerdo y el 5 % en desacuerdo), desconoce la oferta en inversiones de las Instituciones Financieras.

Gráfica 12.3

Acción de inversión



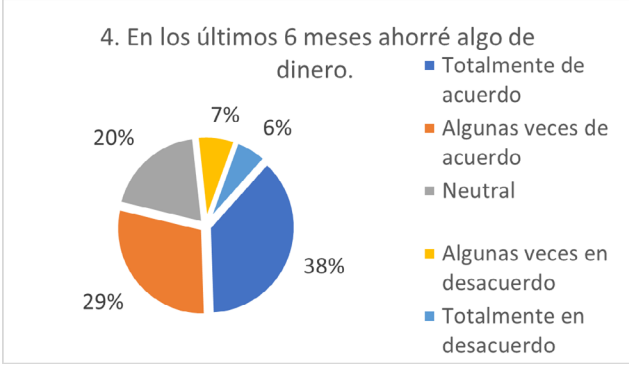
Esta Gráfica 12.3 refleja la Acción de inversión, en la cual el 15% de los estudiantes están totalmente de acuerdo y el 10% algunas veces de acuerdo en realizar inversiones en algún instrumento financiero, lo cual indica la existencia de educación financiera, sin embargo,

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

el 36% se muestra indiferente a esta actividad y 32% está totalmente en desacuerdo a ésta, lo que conlleva a que la mayoría no ha realizado operaciones en oro y metales.

Gráfica 12.4

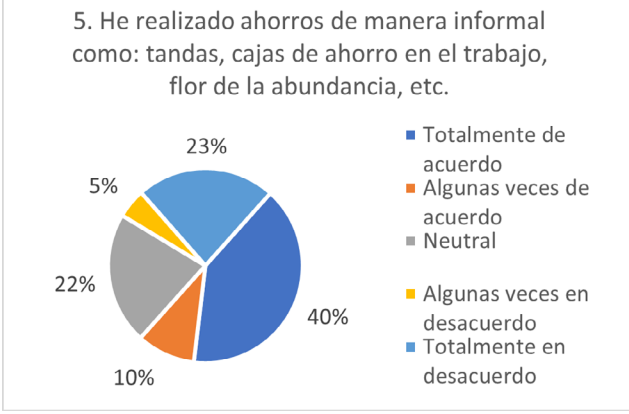
Ahorro como actividad frecuente



La Gráfica 12.4 muestra que el 38 % de los estudiantes está totalmente de acuerdo con el ahorro en los últimos 6 meses, el 29 % dice estar algunas veces de acuerdo en haber ahorrado en este periodo de tiempo, por lo que la tendencia es positiva en la existencia de una educación financiera.

Gráfica 12.5

El ahorro de manera informal

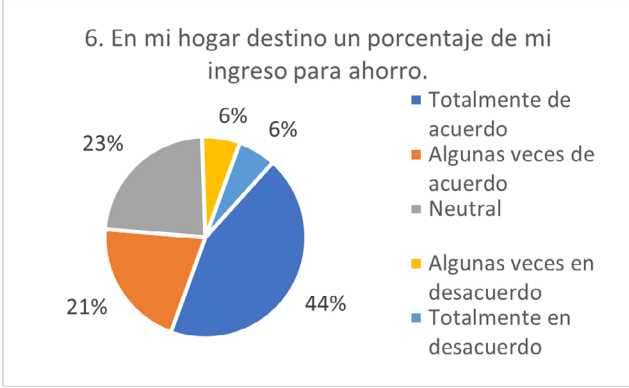


En esta Gráfica 12.5, la mayor tendencia es 40 % de estudiantes que están totalmente de acuerdo con el ahorro informal y 10% está algunas veces de acuerdo. Por lo que esto denota que el 50% de los estudiantes, aunque ahorra, no lo hace en la formalidad, lo cual representa riesgos al no tener garantía o respaldo legal ante alguna problemática. Sin embargo, se resalta que el 23 % está en total desacuerdo con la informalidad del ahorro, el 5% algunas

veces en desacuerdo y el 22% es neutral. Lo anterior evidencia que sí existe el ahorro, aunque no en los medios formales.

Gráfica 12.6

El ahorro como elemento del ingreso

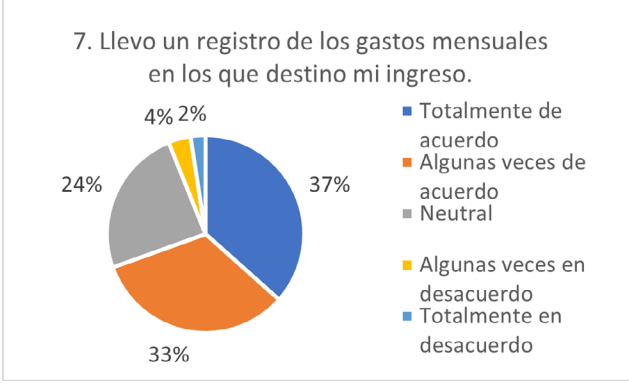


El 44 % de los estudiantes de la Gráfica 12.6, está totalmente de acuerdo en que el ahorro debe ser parte elemental de los ingresos y el 21% algunas veces está de acuerdo esto indica que cuentan con educación financiera, pero el 23 % se muestra neutral a esta forma de administración de ingresos. En general, se aprecia que los estudiantes destinan un porcentaje de su ingreso al ahorro y solo el 12% opina que está algunas veces en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Apartado: Gasto y crédito

Gráfica 12.7

Registro de gastos mensuales



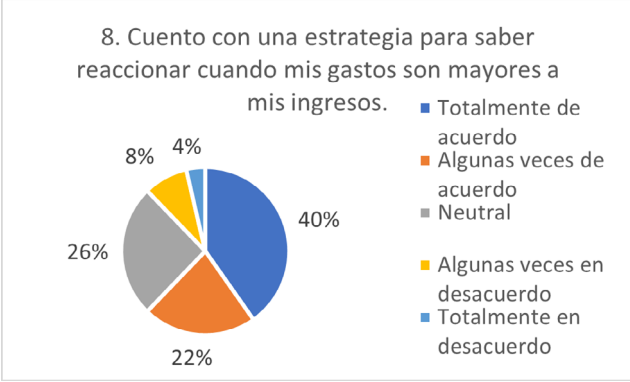
La Gráfica 12.7 presenta que el 37% de estudiantes está totalmente de acuerdo, así como el 33% algunas veces de acuerdo, (unidos suman 70%) en llevar un registro de gasto

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

mensual, lo cual muestra que existe educación financiera, donde los estudiantes tienen la intención de administrar sus ingresos.

Gráfica 12.8

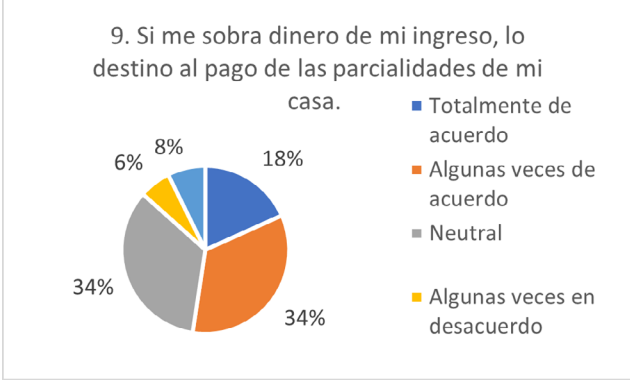
Existencia de estrategia ante gastos mayores a ingresos



Los estudiantes de la Gráfica 12.8, expresan que tienen estrategias para reaccionar cuando es mayor gasto que ingreso, el 40 % está totalmente de acuerdo y el 22% algunas veces de acuerdo. El 26 % es neutral y el 12 % se muestra en desacuerdo (8 % algunas veces en desacuerdo y 4 % en total desacuerdo). Se identifica que en su mayoría existe educación financiera al plantear estrategias de solución.

Gráfica 12.9

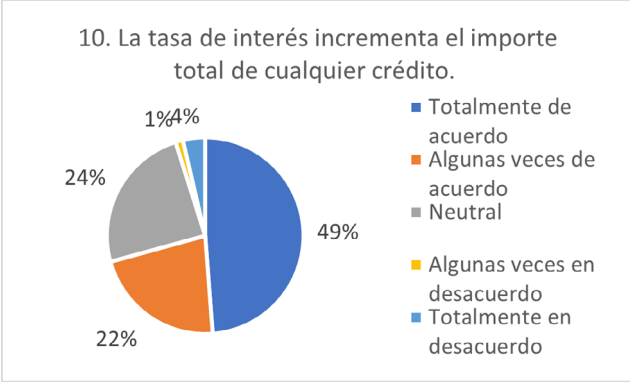
Pago de deuda por vivienda cuando sobra parte de ingreso



La Gráfica 12.9, señala el interés de los estudiantes por destinar ingreso a pagos de deudas, específicamente en deuda hipotecaria; 18% totalmente de acuerdo y 34% algunas veces de acuerdo, lo cual asciende a más del 50% de aprobación, por lo que se observa que conocen estrategias de ahorro de intereses exhibiendo que cuentan con educación financiera.

Gráfica 12.10

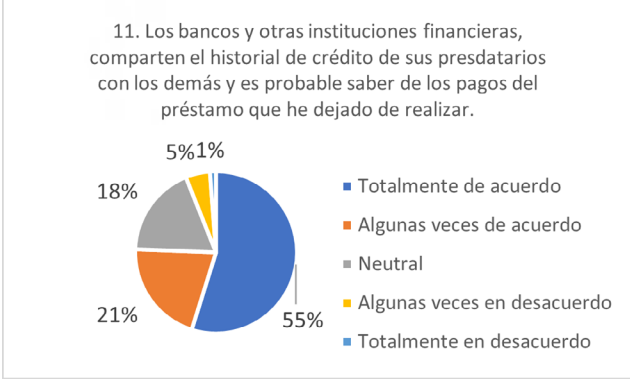
Conocimiento del aumento del importe de un crédito por tasa de interés



El 49 % de los estudiantes de la Gráfica 12.10, está totalmente de acuerdo que al incrementarse la tasa de interés se incrementa el importe total del crédito, y el 22 % está algunas veces de acuerdo, y al sumar ambos se nota que la mayoría de los estudiantes sabe que puede afectarles en su poder adquisitivo y en sus finanzas, lo que conlleva a la existencia de educación financiera.

Gráfica 12.11

Información sobre el historial crediticio

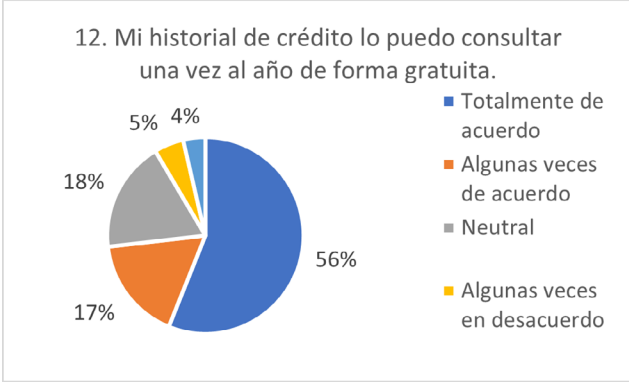


En la Gráfica 12.11, el 55% de los estudiantes está totalmente de acuerdo y el 21% algunas veces de acuerdo, en conocer que los bancos e instituciones financieras comparten el historial crediticio y que opera como instrumento de medición de su comportamiento crediticio mostrando que existe este tipo de educación financiera. Solo el 18% de los estudiantes responden neutral ante este conocimiento seguidos por el 1 % que está totalmente en desacuerdo el 5 % algunas veces en desacuerdo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Gráfica 12.12

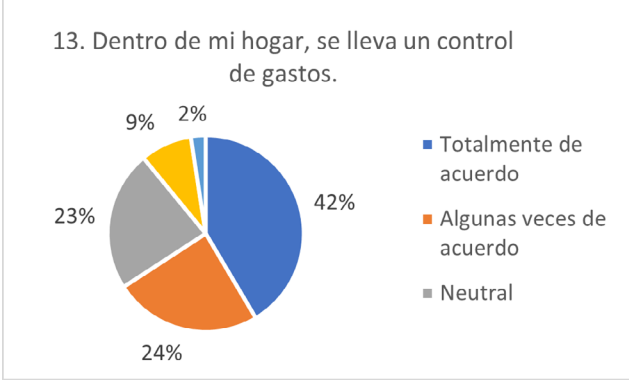
Consulta gratuita de historial crediticio



En la Gráfica 12.12 se hace evidente que los estudiantes saben que pueden consultar su historial de crédito gratis una vez al año ya que el 56 % está totalmente de acuerdo y el 17 % algunas veces de acuerdo, haciendo un total de 73% que conocen sobre esta herramienta de consulta apoyando la existencia de educación financiera.

Gráfica 12.13

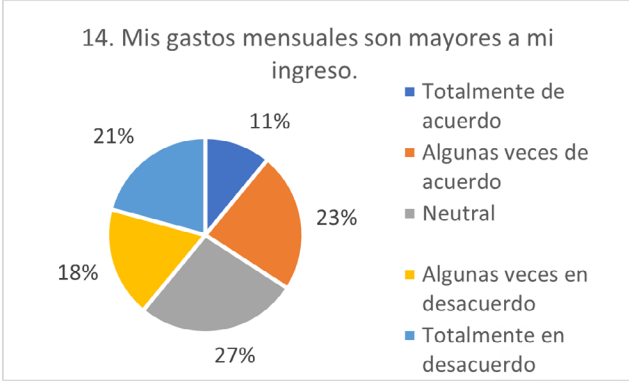
Control de gastos en el hogar



Esta Gráfica 12.13, muestra el control de los gastos en el hogar, donde, el 42% de los estudiantes están totalmente de acuerdo con llevar un control de gastos, 24% algunas veces de acuerdo; con ello se demuestra que un alto número de estudiantes aplican la educación financiera al controlar gastos.

Gráfica 12.14

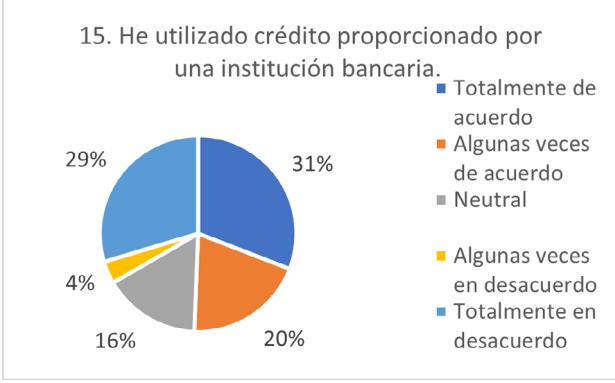
Gastos mensuales mayores a ingresos



La Gráfica 12.14 aparenta similitud. Son neutrales en un 27%, sin embargo, el 18% algunas veces en desacuerdo y el 21% totalmente en desacuerdo suman 39% que no permiten que sus gastos sean mayores a sus ingresos, lo que refleja la existencia de educación financiera. Por otra parte, sumando el 23% algunas veces de acuerdo y 11% totalmente de acuerdo, evidencia que 34% permite el desequilibrio.

Gráfica 12.15

Uso de crédito bancario

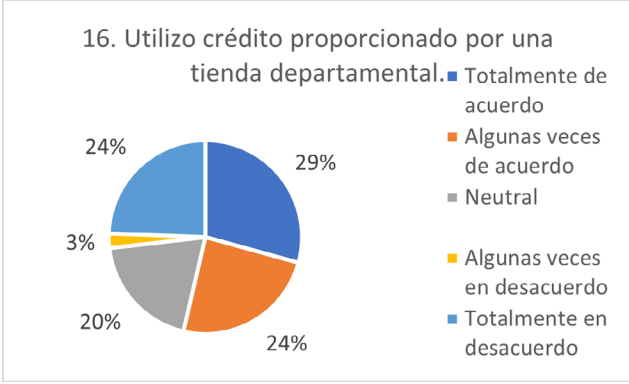


La Gráfica 12.15 muestra que el 31% está totalmente de acuerdo en haber utilizado un crédito bancario y el 20% algunas veces de acuerdo, lo que deriva la existencia de educación financiera. El 16% se muestra neutral a esta postura, 4% están algunas veces en desacuerdo y 29% en total desacuerdo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Gráfica 12.16

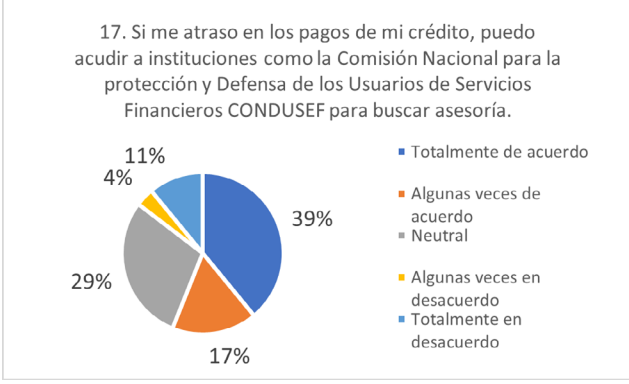
Uso de crédito de tienda departamental



Esta Gráfica 12.16, se enfoca en el uso de créditos departamentales, el 29% de los estudiantes están totalmente de acuerdo con su uso, 24% algunas veces de acuerdo, sumando 53% y mostrando una educación financiera, mientras que el 20% se muestra neutro, 24% en total desacuerdo en su uso y sólo 3% algunas veces en desacuerdo.

Gráfica 12.17

CONDUSEF como asesor en caso de retraso en pagos de crédito



En la Gráfica 12.17, 39% de los estudiantes está totalmente de acuerdo que existen diferentes instituciones como la CONDUSEF, que ofrecen orientación ante problemáticas de pagos de créditos, 17% esta algunas veces de acuerdo, estos grupos exponen la existencia de educación financiera. El 29% señala una actitud neutral, 4% algunas veces en desacuerdo y 11% está totalmente en desacuerdo.

Desde otro punto de vista, analizando la estadística, se calcula la moda de las 82 respuestas de cada ítem donde se observa lo siguiente: 1) en las variables del ahorro-inversión, los encuestados se muestran participativos en el ahorro, siendo la respuesta más frecuente el "totalmente de acuerdo" cuando se les cuestiona sobre el ahorro, sin embargo, su actitud

cambia cuando se cuestiona sobre las inversiones, teniendo la mayoría una postura "neutral". Esta relación de variables podría contraponerse ya que el hecho de ahorrar no siempre implica una inversión. 2) En cuanto a las variables gasto-crédito, los encuestados muestran dominio del uso de estrategias al conocer sus gastos, ingresos, manejo de créditos y que existen instituciones que le respaldan en el gasto; por otro lado, cuando los gastos mensuales son mayores a los ingresos, la relación gasto-crédito se ve afectada por lo que, aunque exista educación financiera no la aprovechan.

Discusión

Los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a 82 estudiantes que ingresan por vez primera a la licenciatura en contaduría en sistema abierto se dividen en 2 partes, la primera corresponde a los conocimientos y aplicación del ahorro e inversión, donde en su mayoría muestran tener la meta de ahorrar y que además conocen productos financieros como son las inversiones, sin embargo, este conocimiento se aplica de manera limitada ya que muy pocos realizan inversiones. La tendencia es destinar parte de sus ingresos al ahorro, pero de manera informal lo que demuestra que los estudiantes tienen educación financiera para usar herramientas financieras formales. En la segunda parte donde se encuentran los resultados del gasto y crédito en 11 ítems, en ellos se puede observar que la mayoría de los estudiantes realiza un registro de gastos a los que destinan sus ingresos, que llevan un control de estos gastos y que además cuentan con estrategias para reaccionar ante una situación de gastos mayores que ingresos. También la mayoría analiza que, si sobra dinero del ingreso, adelanta parcialidades relacionadas con deudas de vivienda, porque saben que el interés aumenta el importe del crédito. Aproximadamente la mitad de los encuestados han utilizado tarjetas de crédito bancarias o departamentales, pero en su mayoría sabe que existe un historial crediticio que puede ser consultado por instituciones financieras y por ellos mismos de manera anual y gratuita, además de saber que existe la CONDUSEF como institución que ofrece asesoramiento cuando hay retraso en los pagos de créditos. Por todo lo anterior, se puede observar la existencia de educación financiera. Cabe destacar que las opiniones están igualmente divididas al manifestar que sus gastos mensuales son mayores a su ingreso, por lo que este ítem muestra la vulnerabilidad en caer en problemas financieros.

Los resultados conllevan a plantear el establecimiento de estrategias que permitan mejorar y fortalecer la formación financiera, ya que Ahumada & Sánchez (2019) mencionan que la mayoría de los estudiantes e incluso profesionistas del área de las ciencias económico-administrativas, a pesar de que poseen conocimientos administrativos relativos a su perfil, no los aplican en su vida personal. Con lo anterior se abre la posibilidad de ampliar la

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

investigación para conocer cómo ingresan los estudiantes universitarios de otras áreas del conocimiento, es decir, distintas al área económico-administrativa y con ello identificar qué otros factores influyen en la educación financiera universitaria y contribuir a su fortalecimiento, sin importar el área del conocimiento al que pertenecen y proponiendo que ésta formación se brinde desde una edad temprana, así como a jóvenes, quienes en su vida adulta, tendrán mayores conocimientos de sus finanzas facilitando la toma de decisiones financieras (Acosta et al., 2020).

Conclusiones

Los hallazgos que presenta este estudio denotan conocimiento, uso y aplicación de las variables del ahorro e inversión, así como del gasto y crédito, por lo que se comprueba que estas inciden en la existencia de la educación financiera en la mayoría de los estudiantes que recién ingresan a la universidad, pertenecientes a una licenciatura de contaduría en un sistema abierto del área económico-administrativa. En consecuencia, se debe plantear el establecimiento de estrategias que permitan mejorar la formación financiera de la minoría de los estudiantes y fortalecer la de la mayoría, en pro de la existencia de educación financiera en las aulas y así lograr generaciones futuras preparadas para la toma de decisiones financieras más conscientes, tal como lo establece la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (2020) en su encuesta en cuanto a programas de educación financiera.

Es importante realizar acciones para fortalecer la educación financiera en nuestro país lo que sin duda es una ardua tarea, lo cual implica ampliar la cobertura desde las aulas de la enseñanza básica, (donde la participación activa de los padres de familia, coadyuve a la adopción de conocimientos financieros), para que los ciudadanos sean capaces de gestionar eficientemente sus finanzas en beneficio de su economía familiar y a su vez permitan que las instituciones de educación superior, reciban estudiantes con bases financieras sólidas, sin importar el área profesional a la que se dirijan. Por tanto, incluir cursos financieros dentro de los planes de estudio y capacitar a una edad temprana, conlleva a una igualdad de oportunidades, mejoramiento de condiciones y escenarios propicios para que exista educación financiera a través del fomento de la cultura del ahorro e inversión, el gasto y crédito, en pro del desarrollo tanto personal como económico del país, así como del fortalecimiento de la inclusión financiera y del bienestar (Raccanello & Herrera Guzmán, 2014).

Referencias

Acosta, L., Mercado, T., & Medina, H. (enero - diciembre de 2020). Importancia de la educación financiera en niños y jóvenes. Liderazgo estratégico, 10(1), 162-1673. Recuperado de https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/liderazgo/article/view/6278/5941

Ahumada, B. M., & Sanchez, B. L. (septiembre de 2019). Los estudiantes de nivel superior y la administración de su dinero. Revista de Ciencias de la Educación, 3(9), pp. 25-34. Recuperado de DOI: 10.35429/JESC.2019.9.3.25.34

CNBV. (2021). Reporte de Resultados Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF 2021). Comisión Nacional Bancaria y de Valores. https://www.cnbv.gob.mx/Inclusi%C3%B3n/Anexos%20Inclusin%20Financiera/Reporte_Resultados_ENIF_2021.pdf

CONDUSEF. (2022). Radiografía financiera de las y los centennials. Proteja su dinero (265), 10-12. https://revista.condusef.gob.mx/wp-content/uploads/2022/03/psd_265.pdf

CONDUSEF. (2023). Educación Financiera. Gastos (32), 7. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/846660/EDUCACION_FINANCIERA2023.pdf

Contreras Rodríguez, B., García Santillán, A., & Vargas, S. (2016). Inclusión y Educación Financiera: una aproximación teórica. European Journal of Education Studies, 1(2), 82-101. Doi: dx.doi.org/10.6084/m9.figshare.3172579.

Córdova Gallegos, E. E., & Martínez Prats, G. (2022). La educación financiera en México: importancia e inclusión. Revista Ciencias de la Documentación, 8(1), 29-37. https://cienciasdeladocumentacion.cl/cargar/wp-content/uploads/2021/11/3-V8N1-2022-CSDOCum.pdf

Décaro Santiago, L. A., Soriano Hernández, M. G., Benítez Guadarrama, J. P., & Soriano Hernández, J. G. (2020). La conducta financiera entre estudiantes universitarios emprendedores. Revista Escuela de Administración de Negocios (89), 51-68. https://doi.org/https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2816

López-Lapo, J. L., Hernández Ocampo, S. E., Peláez Moreno, L. E., Sarmiento Castillo, G. del P., Peña Vélez, M. J., Cueva Jiménez, N. C., & Sánchez Loor, J. P. (2022). Educación financiera en América Latina. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(1), 3810-3826. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1770

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe. (2020). Estrategias nacionales de inclusión y educación financiera en América Latina y el Caribe: retos de implementación. OCDE. Recuperado de https://www.oecd.org/financial/education/Estrategias-nacionales-de-inclusion-y-educacion-financiera-en-America-Latina-y-el-Caribe.pdf

Raccanello, K., & Herrera Guzmán, E. (2014). Educación e inclusión financiera. Revista Latinoamericana de Estudios Educativos, 64(2), 119-141. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27031268005

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

SEP. (2020). Gobierno de México. https://www.gob.mx/sep/acciones-y-programas/vision-y-mision-de-la-sep

Vanegas, J. G., Gómez, D. L., & White Ruiz, K. (2013). Capacidad de ahorro en estudiantes de educación superior. Un estudio empírico en el Tecnológico de Antioquia. En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad (1), 123-139. https://www.redalyc.org/pdf/5518/551856274007.pdf

Villagómez, F. A. (2016). Alfabetismo financiero en jóvenes preparatorianos en la Zona Metropolitana del Valle de México. El trimestre económico, 83(331), 677-706. https://doi.org/10.20430/ete.v83i331.215

Yepes Benites, M. J., Torres Cermeño, M., Pérez Lugo, A., Ballesteros Herrera, M., & Bravo Yepes, A. (2021). Análisis de las finanzas personales de los estudiantes de la Corporación Universitaria Americana (CUA) sede Montería, respecto a la cultura del ahorro. 8(8), 141-147. https://doi.org/10.21803/adgnosis.8.8.393

Capítulo 13. Innovación, Mercadotecnia y Gestión de Ventas como instrumento para potencializar la permanencia y el desarrollo de las Mypes de Banderilla y Xico, Veracruz.

Bertha Alicia Arce Castro
Nora María Bonilla Hernández
Eva Leticia Amezcua García
Agustín Jaime García Banda

Universidad Veracruzana

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.13

Resumen

Metodológicamente, este estudio se sustenta en los resultados de la investigación anual de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAyN) 2022. El objetivo: conocer a partir de un análisis sistémico si la Innovación, Mercadotecnia y Gestión de Ventas son factores que pueden determinar la permanencia y desarrollo de las Mypes de Banderilla y Xico, Veracruz. Se concluye que los directivos son conservadores y no se arriesgan, pero tienen la potencialidad de innovar y gestionar sus ventas de manera creativa como lo demostraron durante la pandemia COVID-19.

Palabras clave

Innovación, Mercadotecnia, Ventas

Introducción

La importancia de las Mypes en los municipios de Banderilla y Xico Veracruz, es relevante ya que absorbe mano de obra de la ciudad y localidades aledañas en diversas actividades, donde los servicios diversos y la maquila de café ocupan un rubro importante de la economía del lugar.

Poco a poco la economía del estado de Veracruz se ha ido reconstruyendo después de la Pandemia de COVID-19 que afectó fuertemente a sus pobladores. Pero tal y como se puede observar en los resultados mostrados más adelante en este documento, aun se aprecian las actividades productivas deprimidas.

Esta investigación se focaliza en el análisis de tres variables que están íntimamente relacionadas: la Gestión de Ventas, referida a todas las actividades que la empresa realiza para vender los productos y servicios que en ella se laboran u ofrecen, la segunda variable depende de la Innovación, vista como resultado de la creación, diseño o método que una vez ofrecido, refleje en aumento en las ventas, por resultar atractivo o práctico para el cliente.

Pero el cómo vender, a través del conocimiento que del mercado se tiene, corresponde a la tercera variable del estudio, la Mercadotecnia, donde los esfuerzos de la empresa se dirigen a la satisfacción de los deseos o necesitades de los clientes.

Las relaciones entre estas variables son muy estrechas e interdependientes, ya que los productos nuevos o innovadores estarán diseñados pensando en las necesidades de los clientes y los precios obedecen a su poder adquisitivo.

Las conductas de los consumidores se verán reflejadas en la adquisición de los productos o servicios, la pregunta que subyace en esta investigación es conocer si las empresas son capaces de ofrecer los productos o servicios que los clientes desean, ya que, de no ser así, los ingresos de las empresas serán escasos y la tasa de permanencia en los mercados será muy corta, como la tendencia de la mayoría de las Mypes que no rebasa los tres años.

De esta manera, es necesario considerar que esta mezcla de variables debe de estar balanceada puesto que va más allá de adoptar técnicas o nuevos procedimientos, existen dos elementos que no pueden dejarse de lado: la creatividad y la originalidad, estos dos elementos serán básicos en las estrategias de las empresas, considerando que los consumidores de esta época, son exigentes, conocedores de diversas opciones y gracias a las redes sociales tienen el conocimiento, por lo que ya no es una excusa, el hecho que una empresa esté geográficamente ubicada fuera de los núcleos comerciales para no planear una buena mercadotecnia y formas de acercamiento al potencial consumidor.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Ante esta problemática surgen las siguientes preguntas de investigación: **¿La Innovación, Mercadotecnia y Gestión de Ventas son factores que contribuyen a la permanencia y desarrollo** de las Mypes de Banderilla y Xico, Veracruz? y ¿Cuál es la importancia que el gerente de las organizaciones da a esta trilogía?

Revisión de la Literatura

La Innovación es un concepto que se ha analizado a lo largo de la historia, desde la época de los economistas clásicos, y que más recientemente ha sido estudiada por diversos autores como Schumpeter en su Teoría del Desenvolvimiento Económico (1934) en donde la innovación constituye la causa directa de la competitividad y fuente de los cambios estructurales necesarios para el desarrollo económico (Navarro et al., 2020); Rogers en su Teoría de la Difusión (1962) en la que examina los procesos mediante los cuales se generan las innovaciones; Nelson y Winter en su Teoría Evolutiva del Cambio Económico (1982) quienes consideran a la innovación como un proceso que se desarrolla a través de interacciones entre varios actores y pruebas de mercado; Simon en sus trabajos sobre la Toma de Decisiones y la Resolución de Problemas (1982 y 1969) que han influido en la innovación y el surgimiento de métodos de pensamiento que aprovechan la creatividad; Kline y Rosenberg en su Modelo de Enlaces en Cadena (1986) y que junto con la Teoría de los Sistemas de Innovación enfatizan que la innovación no es un proceso lineal y secuencial, entre otros. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo [OCDE] y Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas [EUROSTAT], 2018).

La Innovación va más allá de generar una nueva idea o una invención, es una actividad dinámica que requiere de implementación, la cual puede ser llevada a cabo por individuos, hogares, empresas, gobiernos e instituciones sin fines de lucro; no solamente por grandes empresas, como en un principio se creía. En el ámbito empresarial, la OCDE y EUROSTAT (2018) la definen como "un producto o proceso empresarial nuevo o mejorado (o una combinación de ellos) que difiere significativamente de los productos o procesos de negocio anteriores de la empresa y que ha sido introducido en el mercado o puesto en uso por la empresa" (p. 68).

De acuerdo con Posada (2022) existen diversos factores que determinan la innovación en las MyPe: a) aquellos relacionados con el director (liderazgo, valores personales, experiencia, motivación, autoeficacia, nivel de escolaridad, edad, sexo); b) aquellos relativos a la empresa (tamaño, sector de actividad, grado de formalidad, antigüedad); y c) los referentes al contexto empresarial (industria, competencia, ambiente económico, político y social).

La Mercadotecnia o Marketing, otro término empleado desde hace mucho tiempo en el ámbito empresarial, asociado en un principio con el simple hecho de vender o hacer una venta, hoy en día ha adquirido una concepción más amplia. Para Kotler y Armstrong (2013) es el "proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar valor de los clientes" (p. 5), lo que se refleja en ventas, utilidades y capital de clientes a largo plazo.

La Mercadotecnia incluye diversas actividades como: la investigación de mercados, las decisiones sobre el producto, el precio, la distribución y la promoción, las actividades de venta, los servicios post-venta, entre otras muchas actividades (López et al., 2016).

La Gestión de Ventas es solo una parte de la mezcla de mercadotecnia, esta se encarga de concretar las operaciones de venta, es decir, que los clientes potenciales se conviertan en clientes reales para la empresa. A menudo se les confunde con la Mercadotecnia, la cual se centra en comprender las necesidades de los clientes para desarrollar productos que le proporcionen un valor superior a los de la competencia y en darlos a conocer. Gestión de Ventas y Mercadotecnia están dirigidas a aumentar los ingresos y utilidades de las empresas.

Mercadotecnia e Innovación están estrechamente relacionadas; productos nuevos o mejorados con alguna innovación habrán de satisfacer necesidades de clientes detectadas a través de la investigación de mercados. Innovar, por el simple hecho de hacerlo, puede conducir a una idea al fracaso al momento de su ejecución sino es capaz de cubrir alguna necesidad específica.

Metodología

La investigación fue realizada en los municipios de Banderilla y Xico del estado de Veracruz-Llave, cuentan con una población de 65, 616 habitantes (Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020); donde el 48.34% son hombres y el 52.03% mujeres, la población económicamente activa (PEA) representa el 54% y la no activa el 46% (INEGI, 2021), el nivel de escolaridad se encuentra distribuido en los niveles de primaria 22%, secundaria 24.2%, bachillerato 24.3%, Licenciatura 21.5%, los campos de formación (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior [ANUIES], 2020) más demandados por estos municipios son Administración de Empresas, Derecho, Educación, Salud, Agronomía y Humanidades. En su totalidad los municipios cuentan con 30,759 unidades económicas, de las cuales 30,330 son micro y pequeñas empresas, las cuales representan 98.6% (INEGI, 2019).

El diseño de la investigación es de tipo transversal, lo que implica la recolección de datos en un tiempo determinado. El alcance de la investigación es correlacional. El enfoque

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

de la investigación es cuantitativo ya que se contrasta la hipótesis, mediante la recolección de datos y el análisis estadístico (Hernández, Fernández & Baptista, 2014).

Se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple de las Mypes en los municipios, con un rango de 2 a 50 trabajadores, se determinó un nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5% y una probabilidad estimada de p= 0.5 o 50%. Se aplicaron un total de 376 encuestas del 3 de marzo al 22 de julio de 2022 por estudiantes que fueron capacitados para este fin. La encuesta se realizó en línea dirigida a los directores de las organizaciones de los municipios de Banderilla y Xico, Veracruz.

El instrumento fue tomado de la investigación anual de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAyN) 2022, fue diseñado para ser contestado en línea por el empresario o director de la organización (escala de Likert de 5 niveles), dando la opción a que los encuestadores pudieran leerlo e identificar las respuestas que consideraran más acordes a su situación.

La hipótesis por contrastar se expone a continuación:

Hi: La Innovación, Mercadotecnia y Gestión de Ventas son factores de menor presencia en la permanencia y desarrollo de las Mypes de Banderilla y Xico, Veracruz.

El objetivo de esta investigación es conocer a partir de un análisis sistémico si la Innovación, Mercadotecnia y Gestión de Ventas son factores que pueden determinar la permanencia y desarrollo de las Mypes de Banderilla y Xico, Veracruz.

Del instrumento diseñado por RELAyN se utilizaron aspectos relacionados con datos sociodemográficos, edad, sexo, estudios y estado civil, además del apartado de procesos del sistema conformado por las variables Dirección (6 ítems), Gestión de Ventas (6 ítems), Finanzas (13 ítems), Innovación (8 ítems), Mercadotecnia (11 ítems) y Producción-Operación (5 ítems). Las definiciones conceptuales de las variables se visualizan en la Tabla 13.1

Tabla 13.1

Variables y definición conceptual

Variable	Definición conceptual
Gestión de Ventas	Aquellas actividades y esfuerzos realizados por la empresa para lograr colocar y concretar la venta de los productos o servicios ofertados.

Variable	Definición conceptual
Innovación	Referente al análisis de los diferentes tipos de innovación que puede llevar a cabo el director de la Mype que le permita lograr ventajas competitivas con respecto a la competencia. Los tipos de innovación que se analizan están dirigidos a: sus productos, sus procesos, la organización y a la mercadotecnia (OCDE, 2006).
Mercadotecnia	Actividades que se relacionan de manera directa con el logro de los objetivos de las Mype, y que están relacionadas con la identificación del mercado meta, la preparación, comunicación y entrega de un conjunto de satisfactores a los clientes que conforman el producto, el precio, la promoción y las actividades de distribución, con la finalidad de que los directivos logren integrar lo que se conoce como mezcla de mercadotecnia.

Nota. La tabla muestra la conceptualización de las variables. Elaboración propia.

Resultados

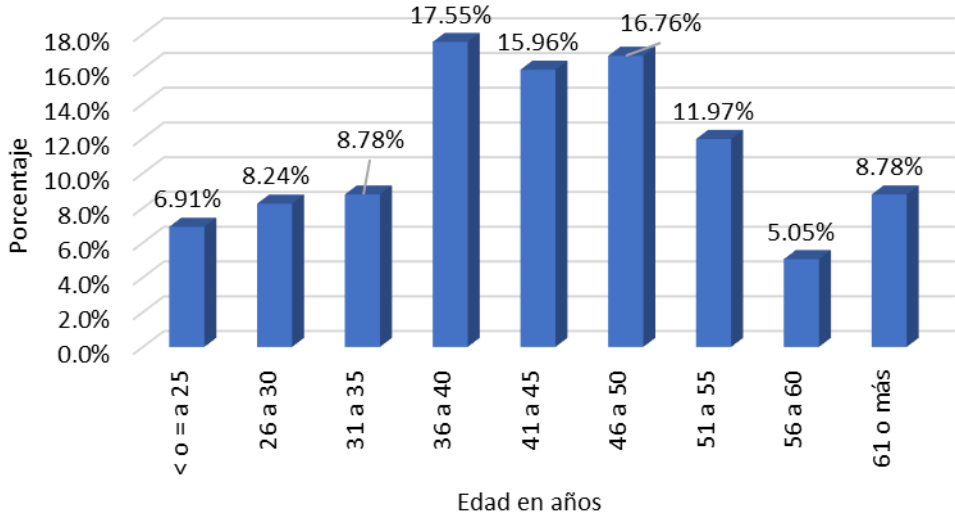
En esta sección, se presentan dos apartados de resultados, el primero es sobre las estadísticas descriptivas de los datos sociodemográficos y en el segundo, se obtienen los promedios de cada variable de estudio considerando la escala Likert. Asimismo, se muestra el comportamiento de todas las subvariables dentro de los procesos del sistema, con lo cual se contrasta la hipótesis de investigación. Finalmente, se construye una tabla de correlaciones entre los objetos de estudio que miden su fuerza y dirección entre ellas.

En cuanto a los datos sociodemográficos los municipios donde se aplicaron las encuestas fueron Banderilla y Xico, ubicados en el estado de Veracruz, México; con 79 y 297 empresario(a)s respectivamente, sumando un total de 376 participantes. En la Figura 13.1, se presentan las edades de los empresarios encuestados, se observa que el 62.24% están el rango de los 30 a 55 años, el 23.93% corresponde a un grupo de menos de 36 años, resaltando la existencia de jóvenes en puestos clave de las empresas. Asimismo, personas mayores de 55 años incursionan también con un 13.83%.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 13.1

Gráfica de barras que visualiza la distribución de edades de los empresarios de Xico y Banderilla, Veracruz

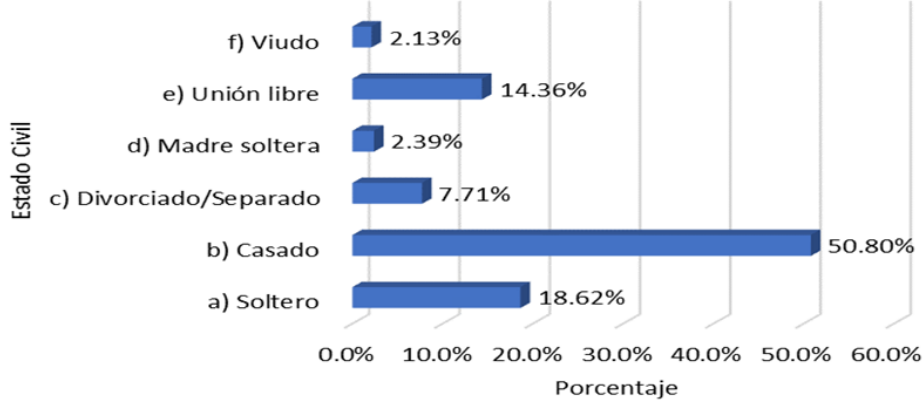


Nota. Se consideran los municipios de Xico y Banderilla, Veracruz. Elaboración propia

En lo que respecta al sexo, el 55.6% de los encuestados son hombres y el 44.4% mujeres. En las estadísticas obtenidas referentes al estado civil, se aprecia que la mayoría viven en pareja, ya sea casados con un 50.8% o en unión libre con un 14.36%, así tenemos otro grupo de solteros con un 18.62%. Es considerable comentar la participación de las y los empresarios, que son viudos, madres solteras o divorciados, como se observa en la Figura 13.2.

Figura 13.2

Gráfica de barras horizontales del estado civil de los empresarios de Xico y Banderilla.



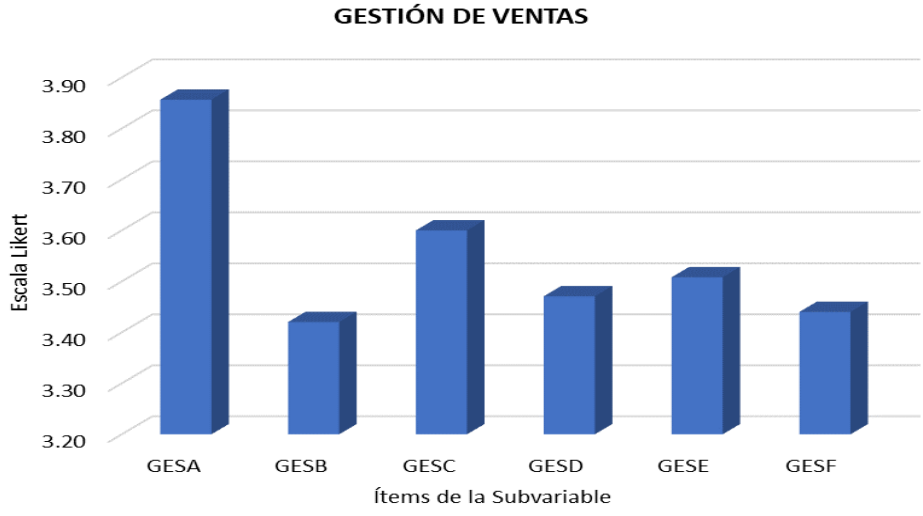
Nota. Se consideran los municipios de Xico y Banderilla, Veracruz. Elaboración propia.

En este apartado, se presentan las variables en discusión, las cuales corresponden a la Gestión de Ventas, Innovación y Mercadotecnia que fueron presentadas en la revisión de la literatura. Asimismo, el rubro Procesos del Sistema del Instrumento RELAYN.

En la Figura 13.3, se puede apreciar la primera variable de estudio, que forma parte de las subvariables del apartado de Procesos del Sistema, en esta se observan diferentes códigos para cada barra que corresponde a los ítems, conformados en base a su literal: a) Realizó actividades para detectar y agregar nuevos clientes a la empresa, b). Realizó actividades para vender en un área más grande o en más lugares, c) Realizó actividades para promocionar las ventas, d) Hago descuentos a algunos clientes para cerrar las ventas, e) Hago cambios y adaptaciones en mis productos o servicios para cerrar algunas ventas y f) Invierto tiempo y dinero en las relaciones con los clientes aun sin pretender vender. Por lo anterior expuesto, en esta misma Figura 3, se observa que realizar actividades para tener nuevos clientes es lo único en donde los encuestados están de acuerdo, pero los restantes ítems identifican la baja implementación de estrategias, donde algunos consideran de poca o nula aplicación en las empresas.

Figura 13.3

Gráfica de barras donde se percibe la realización de actividades sobre la variable Gestión de Ventas.



Nota. Se consideran los municipios de Xico y Banderilla, Veracruz. Elaboración propia.

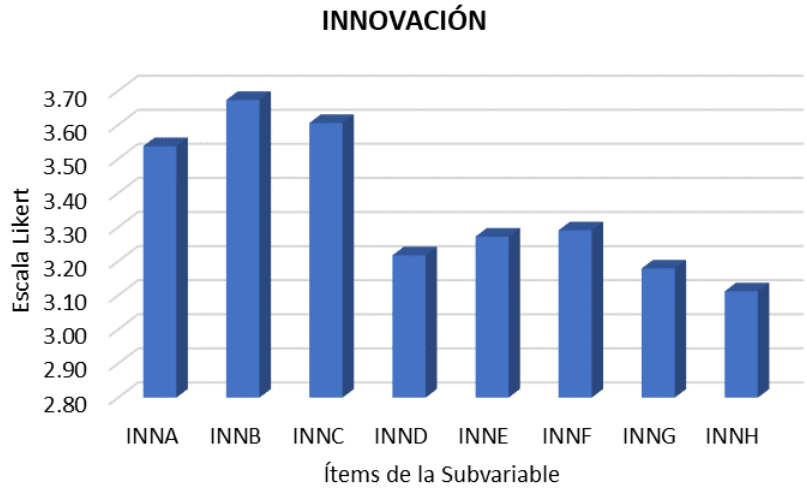
La Innovación que desarrollan los empresarios encuestados se puede observar en la Figura 13.4. El primer grupo de barras muestra cómo estos están medianamente de acuerdo de que se promueva a los empleados para proponer cambios en los productos, servicios y procesos, así como ofrecer con frecuencia productos o servicios nuevos a partir de sugerencias de los clientes y en enfocarse en ofrecer productos o servicios innovadores que distingan a la empre-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

sa. El otro grupo, compuesto por las cinco barras restantes, presentan una regular innovación en lo que respecta a desarrollo o pago para innovar los procesos de producción o distribución, así como, mejorar los productos o servicios que se ofrecen o la forma en la que venden los productos o servicios, considerando el diseño, envase, promoción, forma de cotizar, entre otros. Por último, existe una actividad para innovar la organización de la empresa.

Figura 13.4

Gráfica de barras donde se percibe la promoción sobre la variable Innovación.



Nota. Se consideran los municipios de Xico y Banderilla, Veracruz. Elaboración propia.

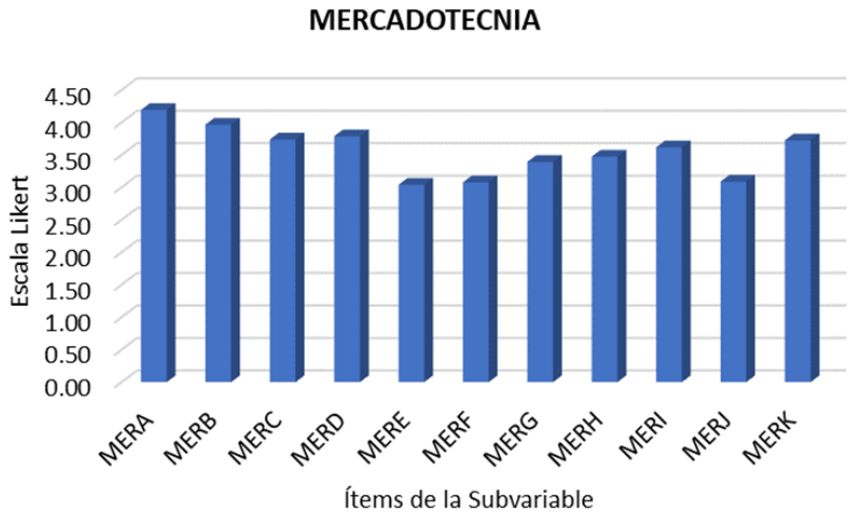
En lo que respecta a la variable Mercadotecnia, Figura 13.5, se observa una baja actividad en la estrategia de distribución, considerando principalmente a mayoristas o intermediarios, así también en dar crédito a los clientes. Otro punto de interés es que los encuestados dicen no saber si sus clientes tienen un poder de negociación muy fuerte sobre la empresa. Por el contrario, la proporción de las dos primeras barras verticales, presentan un positivo enfoque principalmente en dar un muy buen servicio a los clientes, además de fijar los precios de los productos y servicios en función de clientes y la competencia.

En lo referente a la existencia de una competencia fuerte en el sector de la empresa, los encuestados consideran estar mayormente de acuerdo, como se observa en la Figura 13.5, ítem MERK, de igual forma sucede para el ítem MERC y MERD, donde su contexto es de crear, desarrollar y usar una marca para que los clientes identifiquen la empresa e implementar una estrategia de distribución vendiendo principalmente al usuario final. Cabe mencionar que algunas actividades no se llevan a cabo de forma regular, tal es el caso de publicidad y promoción sobre los productos o servicios o hacer pruebas de estos antes de lanzarlos al

mercado y otro punto que es preocupante es el de realizar acciones concretas para que los clientes sean fieles a la empresa (Figura 5. MERG, MERH y MERI).

Figura 13.5

Gráfica de barras donde se percibe la promoción sobre la variable Innovación.



Nota. Se consideran los municipios de Xico y Banderilla, Veracruz. Elaboración propia.

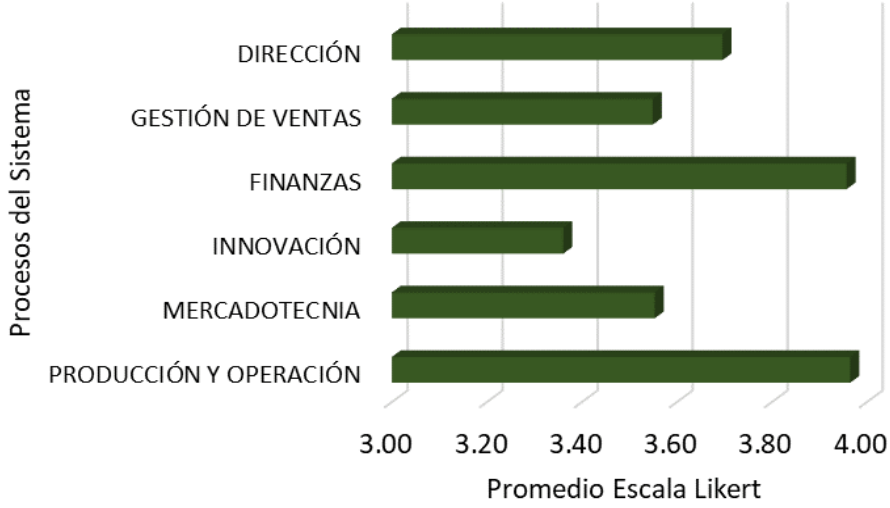
Los procesos del sistema en las Mypes, tal como lo registra el instrumento de medición de RELAYN, se visualizan en la Figura 13.6, donde las subvariables Finanzas, Producción y Operación mantienen una actividad positiva en las empresas encuestadas, por el contrario, se puede observar que tres variables de estos procesos están igual o por debajo del promedio de 3.5 en la escala de Likert, indicando una menor participación de estas actividades, encontrando a la Innovación como la más baja de las tres y la Gestión de Ventas y la Mercadotecnia cercanas a esta media. Por lo anterior expuesto, existe evidencia para no rechazar la hipótesis planteada que dice:

Hi: La innovación, Mercadotecnia y Gestión de Ventas son factores de menor presencia en la permanencia y desarrollo de las Mypes de Banderilla y Xico, Veracruz.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 13.6

Gráfica de barras horizontales sobre los Procesos del Sistema vs los Promedios en la Escala Likert.



Nota. Se consideran los municipios de Xico y Banderilla, Veracruz. Elaboración propia.

En la Tabla 13.2, se presenta la correlación entre las variables de estudio, Gestión de Ventas, Innovación y Mercadotecnia. Se observa una alta fuerza entre estas tres variables con una dirección positiva, considerando el cálculo de Spearman, lo que asegura su significancia para considerar la estrecha relación.

Tabla 13. 2

Correlación de las variables de estudio considerando el cálculo de Spearman.

			GEST	INNOVA	MERCA
	GEST	Coeficiente de correlación	1.000	.703**	.737**
	INNOVA	Coeficiente de correlación	.703**	1.000	.754**
	MERCA	Coeficiente de correlación	.737**	.754**	1.000

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

Nota. Las variables de estudio correlacionadas se aplicaron a los municipios de Xico y Banderilla, Veracruz. Elaboración propia.

Discusión

La investigación realizada permite constatar que existe una alta correlación entre las variables Innovación, Mercadotecnia y Gestión de Ventas, determinada a través del cálculo de Spearman, aunada a la edad promedio de los directivos, la cual oscila entre los 36 a 50 años, y al estado civil que prevalece, donde aproximadamente el 65% son casados o están en unión libre, estas condiciones ofrecen una futuro promisorio para las Mypes, ya que se podrían aprovechar las condiciones de los directivos para introducir nuevos productos y/o servicios, realizar mejoras a estos o los procesos internos y de distribución y ventas que satisfagan las necesidades de los clientes, al tiempo que impacten positivamente en sus ventas, lo que permite el establecimiento de estrategias por parte de la dirección no solo de sobrevivencia, sino también de crecimiento que garanticen la rentabilidad futura, dado que los empresarios en su gran mayoría pertenecen a la generación millennials, caracterizada por ser creativos, emprendedores, tener una mente abierta, además de dominar la tecnología, cuidan su patrimonio, lo que se constata en las variables Finanzas y Producción-Operación las cuales se encuentran muy equilibradas.

Conclusiones

Con lo antes expuesto se concluye que, los directivos de las Mypes de los municipios de Banderilla y Xico, Veracruz son conservadores y no se arriesgan, anteponen la seguridad ante lo desconocido, prefieren avanzar paso a paso, dejando de lado las oportunidades que esto les podría traer consigo. Pese a ello, con una adecuada dirección, las variables Innovación, Mercadotecnia y Gestión de Ventas pueden fungir como instrumento para potencializar la permanencia y el desarrollo de las Mypes de Banderilla y Xico, Veracruz.

No obstante, dado que el estudio se hizo post pandemia, cuando el sector empresarial se hallaba saliendo adelante de los estragos que la crisis sanitaria del COVID-19 dejó, es posible que los resultados se hayan visto influenciados por esta situación y se puedan modificar cuando las cosas se normalicen y el contexto sea distinto. Por lo que sería interesante realizar otra investigación en el futuro, en la cual se puedan medir nuevamente estas variables y se puedan contrastar con las de este estudio.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Referencias

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (2020). *Anuario Estadístico de Educación Superior*. http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior

Arce, B., Bonilla, N., González, O. & Amezcua, E. (2022). Capítulo 101. Capacitación y desarrollo de habilidades de los directores de las mypes de Banderilla y Xico, Veracruz, México. En Peña, N. et. al. (Coord). *Capacitación y desarrollo de habilidades de los directores de las mypes de Latinoamérica. Tomo 2*. (pp. 661-675). RELAYN. https://relayn.redesla.la/biblioteca/22.002/RELAYN-TOMO2.pdf

Data México. (2020). *Xico. Municipio de Veracruz de Ignacio de la Llave.* https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/xico#population-and-housing

Data México. (2020). *Banderilla. Municipio de Veracruz de Ignacio de la Llave.* https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/banderilla#population-and-housing

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M.P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª. ed.) Mc Graw Hill.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. ~~DENUE~~. (2019). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. ~~México.~~ Inegi.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). *Censo de población y vivienda.* https://censo2020.mx

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). *Encuesta Nacional de Empleo.* https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/

Kotler, P. & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (11a. ed.) Pearson Educación.

López, L., López M., Mendoza, L. & Coronado, A. (2016). La importancia del uso de la Mercadotecnia en las Micro y Pequeñas empresas (MIPEs) para lograr ventajas competitivas; ciudad Juárez Chihuahua. En R. Paredes, N. Peña, & I. Vacio (Eds*.), La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económico-administrativa. Tópicos Selectos de Micro y Pequeñas Empresas* (pp. 256-268). ECORFAN. https://www.ecorfan.org/actas/A_1/22.pdf

Navarro, M., Hernández, L., Navarro, E. & Hernández, J. (2020). Innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas familiares del sector manufacturero del Atlántico-Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, *XXVI(*4), 124-144. https://www.redalyc.org/journal/280/28065077009/html/#redalyc_28065077009_ref36

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico & Oficina de Estadística de las Comunidades Europeas (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities.* OECD Publishing, Paris/Eurostat. https://doi.org/10.1787/9789264304604-en

Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos – OCDE- (2006). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación.* Oficina de Estadística de la Comunidad Europea (EUROSTAT). http://www.micit.go.cr/index.php

RELAYN. (2024). Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios. https://relayn.redesla.la (N. Peña & O. Aguilar, Coords). RedesLA https://redesla.la.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 14. La dirección como elemento clave del liderazgo en las mypes de Acapulco.

Aarón Romero del Campo
Mayo Iatlayuatl Urióstegui Flores
Arturo Villanueva Cuevas

Universidad Tecnológica de Acapulco

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.14

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo conocer las variaciones que ha experimentado la dimensión dirección, como parte del liderazgo en las microempresas acapulqueñas a través de una comparativa de los años 2021 y 2022. Se utilizaron los cuestionarios anuales de RELAYN para los años mencionados tomando como referencia los ítems coincidentes. El estudio usa el método cuantitativo longitudinal, obteniendo resultados muy similares en dichos años y demuestra que las decisiones de los líderes empresariales en torno a la dirección de sus negocios han mostrado una tendencia positiva, aunque sea mínima.

Palabras clave

Actividad empresarial, dirección, liderazgo, mypes, proceso administrativo

Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas forman un segmento importante de la economía, particularmente a nivel nacional, pues generan un gran aporte en cuanto a productos y servicios. Los Censos Económicos 2019 muestran que 99.8% de los establecimientos del país son micro, pequeños o medianos. Por sus características, estas unidades económicas tienden a presentar mayores cambios con respecto a las grandes empresas, en cuanto a ingresos, personal ocupado, ubicación, cierres y aperturas, entre otros aspectos (INEGI, 2021).

De acuerdo con los datos de la segunda Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (ENAPROCE) se encontró que el 40.4% de las microempresas no llevaron a cabo acciones de solución ante problemas presentados en el proceso de producción. En relación al crecimiento de su negocio, existe un 22.5% de los líderes empresariales que no desean dicho crecimiento argumentando estar satisfechos con la empresa en un 47.4% y tampoco desean crecer para evitar complicaciones administrativas con un 24.5% (Gobierno de México, 2019).

En la actualidad los procesos administrativos han adquirido un gran valor, siendo estos utilizados como una de las herramientas clave para alcanzar el desarrollo organizacional y este para mejorar la competitividad y productividad en las organizaciones.

Para Juárez Trujillo (2022) los microempresarios mexicanos no cuentan con los conocimientos necesarios sobre negocios y su administración de estos, siendo parte importante los procesos administrativos para el desarrollo y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, debe de contarse con ciertos criterios de negocio para llevar adelante este tipo de empresas y ser una empresa debidamente constituida, siendo uno de los factores importantes para su crecimiento en el mercado mexicano.

La aplicación correcta del proceso administrativo en cualquier tipo de organización es fundamental para el buen funcionamiento de estas debido a que cada etapa se interrelaciona entre sí, formando un proceso integral para que la organización se desarrolle de forma eficiente todos los recursos en cada una de sus fases. Para Valero citado por Vasquez Ponce, et al., (2021) resalta la importancia de la dirección dentro del proceso administrativo de la siguiente forma:

La dirección consiste en influir en los individuos para que contribuyan al cumplimiento de las metas de la organización. Esta es importante ya que debido a través de ella se establece la comunicación necesaria para que la organización funcione, se logren los objeti-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

vos evitando así la lentitud e ineficiencia de las actividades y que se reduzca la duplicidad de esfuerzos al delimitar las funciones y responsabilidades (p.435).

El presente estudio busca conocer la evolución de las acciones llevadas a cabo por los líderes empresariales del municipio de Acapulco a través de un estudio longitudinal analizando los resultados obtenidos en los años 2021 y 2022 respectivamente, en relación a la variable dirección. Para ello, se utilizaron los cuestionarios anuales de RELAYN, los cuales fueron diseñados para ser contestados por el director de la empresa, además, se dio la opción de que los encuestadores pudieran leerlo y rellenarlo en Excel o en papel. Con este análisis comparativo se busca conocer si existe una diferencia estadística significativa en la dimensión dirección de las mypes de Acapulco.

Revisión de la Literatura

Las mypes son importantes en las actividades económicas de México al representar la mayoría de la estructura empresarial al generar empleo y participar significativamente en el producto interno bruto regional. De acuerdo con estudios realizados por INEGI (2020) el tejido empresarial se compone de la siguiente manera: 95% microempresas, 4% empresas pequeñas, 0.8% empresas medianas y 0.2% empresas grandes, en donde las mypes representan el 99.8% del total nacional. Tan solo en el estado de Guerrero, existen 169,783 unidades económicas según datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) y para el municipio de Acapulco de Juárez, existen 36,956 micro y pequeñas empresas (INEGI, 2022).

La importancia que tienen las micro y pequeñas empresas (mypes) en la economía no es un tema que pueda estar en discusión; sin embargo, la capacidad que tienen sus directores o las personas al frente de ellas sí puede marcar la diferencia. Día con día son muchas las situaciones y problemas que las micro y pequeñas empresas deben superar. De acuerdo con Preciado Ortiz et al., (2022) "los retos que diariamente superan las mypes son loables; sin embargo, se requiere elevar su capacidad y habilidades para crecer y lograr más que una simple supervivencia" (p. 68).

Para Ayenew y Mersha, citado por Navarrete Fernández et al. (2023), una de las principales razones por las que algunas pequeñas empresas tienen éxito mientras que otras fracasan se encuentra en el conocimiento del liderazgo y las habilidades utilizadas por líderes exitosos.

Las habilidades con las que deben de contar tanto el gerente como los colaboradores de la empresa deben de permitir administrar, organizar, dirigir y controlar la gestión de la empresa. La mayor competencia que debe de contemplar un directivo es proporcionar un estilo de liderazgo que ayude a motivar e implementar confianza en los colaboradores para la

realización de estrategias que permitan la competitividad de la empresa (Maldonado Gómez et al., 2023).

Por otro lado, el liderazgo es la función que ejerce el líder con la finalidad de alcanzar los objetivos, por lo cual es el encargado de motivar, orientar y dirigir a las personas responsables del logro de estos. Dentro de las mypes, las funciones de liderazgo las ejerce, en muchas ocasiones, el gerente encargado o el dueño de la organización, el cual posiblemente no posee habilidades de liderazgo, siendo necesario desarrollarlas para lograr sus metas. Por ello, debe ser capaz de orientar y dirigir a su personal para alcanzar los objetivos, así como tener la habilidad de ser multidimensional, puesto que en algunos casos debe establecer planes a mediano y largo plazo y, además, formar equipos de trabajo para cumplir estos planes con acciones de corto plazo (Santamaría Peraza y Mejía Acosta, 2020). El líder de hoy debe utilizar sus capacidades para interactuar en diferentes situaciones del entorno, que faciliten desarrollarse con el medio y con las personas para regir con eficiencia y eficacia el destino de las empresas. (Sumba Bustamante et al., 2022).

El liderazgo como instrumento de dirección incide de forma directa en el desarrollo de la actividad empresarial. Es uno de los factores estratégicos con que cuentan las empresas, por lo que en la actualidad adquiere gran importancia dentro del sistema general de la gestión empresarial. (Jaramillo Luzuriaga et al., 2018). Tal como lo mencionan Angarita et al. (2021), al hablar de dirección, indudablemente se refiere al ejercicio del liderazgo, la conducción y control de los esfuerzos de un grupo de individuos, que forman la empresa, hacia determinados ejercicios comunes.

Vallecillo Artola, et al. (2020), analizaron que la dirección es parte esencial de la administración y que el liderazgo es una actividad del directivo a través de la cual se puede influir en las conductas afirmando que "el liderazgo es de vital importancia para la supervivencia de cualquier empresa u organización, no puede existir la dirección sin una persona responsable y capaz de guiar de manera eficiente todas las acciones del personal a su cargo" (p.92). Lo anterior coincide con Naranjo citado por Rozo Sánchez et al. (2019), al referir que la importancia de la dirección y su relación con el liderazgo radica en la incidencia en las diversas dimensiones que intervienen en el desarrollo de la actividad empresarial.

Metodología

El presente estudio es de tipo cuantitativo y longitudinal de alcance descriptivo. La hipótesis de trabajo se centra en las variaciones que ha sufrido la dimensión dirección, como parte del liderazgo a través de una comparativa de los años 2021 y 2022. Por lo que, la hipótesis se integra de la siguiente manera:

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

- H_1= Existe una diferencia porcentual significativa en la dimensión dirección de las mypes de Acapulco entre 2021 y 2022.
- H_0= No existe una diferencia porcentual significativa en la dimensión dirección de las mypes de Acapulco entre 2021 y 2022.

Se definió como mype a cualquier organización con fines de lucro con al menos dos y hasta 50 personas que trabajen en ella. Por su parte, se consideró como director a la persona que toma la mayoría de las decisiones. El tamaño de la muestra requerido para la población es de 384 mypes, con lo que se pudo obtener un nivel de confianza de 95 % y un margen de error de 5 %, así como asumir proporciones esperadas de 50 %; el estudio se realizó mediante un cuestionario aplicado a 504 y 475 directores de mypes en los años, 2021 y 2022 respectivamente.

La variable en estudio (dirección), forma parte del análisis sistémico de una mype propuesto por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN) (Posada Velázquez et al., 2018). Este consiste en conceptualizar a la empresa como una serie de elementos de entrada, una serie de procesos y una serie de salidas o resultados enmarcados en un ambiente que afecta a la empresa, según la percepción del director.

Dentro del análisis sistémico de una mype, se encuentran los insumos del sistema (recursos humanos, análisis del mercado y proveedores), los procesos del sistema (dirección, finanzas, gestión de ventas, innovación, mercadotecnia, producción y operación) y los resultados del sistema (satisfacción con la empresa, ventaja competitiva, ámbito de ventas, asuntos de ISO 26000, valoración del entorno). Dentro de los procesos del sistema, la dirección es definida como aquella actividad que pondera las decisiones respecto a los recursos financieros y a las acciones que llevan a tener una visión den futuro de la empresa.

Para el presente trabajo se utilizaron como instrumentos los cuestionarios anuales de RELAYN para los años 2021 y 2022 respectivamente. Estos fueron diseñados para ser contestados por el director de la empresa, además, se dio la opción de que los encuestadores pudieran leerlo y rellenarlo en Excel o en papel.

Se analizaron los resultados obtenidos en ambos periodos y derivado de los cambios que dichos cuestionarios sufrieron, solo se consideraron los ítems coincidentes con un alfa de Cronbach de 0.761, que a continuación se enlistan:

1. Tengo clara la misión y la visión, la comparto con mis empleados y tratamos de realizarla.
2. Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa.

3. No planteo una estrategia comercial hasta hacer algunas acciones de prueba y error.
4. No suelo planear de antemano la estrategia de la empresa, sino que surge a medida que veo la mejor forma de lograr nuestros objetivos.
5. La estrategia competitiva de mi empresa generalmente resulta de un proceso formal de planeación (es decir, el plan formal precede a la acción).
6. Estoy atento para detectar las nuevas tendencias en mi negocio y enterarme de lo que está haciendo mi competencia.

Las variables seleccionadas se calificaron acorde a una escala de Likert de 5 niveles (1=Muy en desacuerdo, 2=en desacuerdo, 3=no sé, no aplica, 4=de acuerdo y 5=totalmente de acuerdo). Esto permite observar la diferencia en las estrategias utilizadas en los años mencionados.

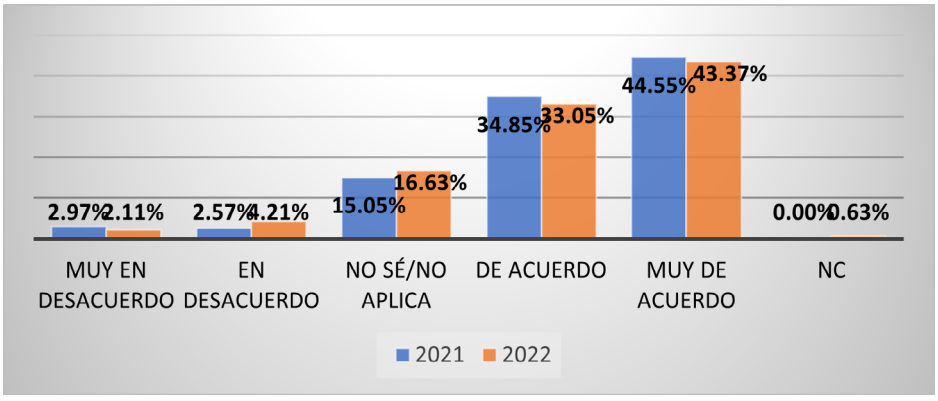
Resultados

Se analizaron y compararon los resultados obtenidos en la variable dirección para las mypes de Acapulco durante los periodos 2021 y 2022. A continuación, se presentan dichos resultados comparativos.

La información contenida en la Figura 14.1, muestra las variaciones existentes a la pregunta 1: Tengo clara la misión y la visión, la comparto con mis empleados y tratamos de realizarla.

Figura 14.1

Tengo clara la misión y la visión, la comparto con mis empleados y tratamos de realizarla



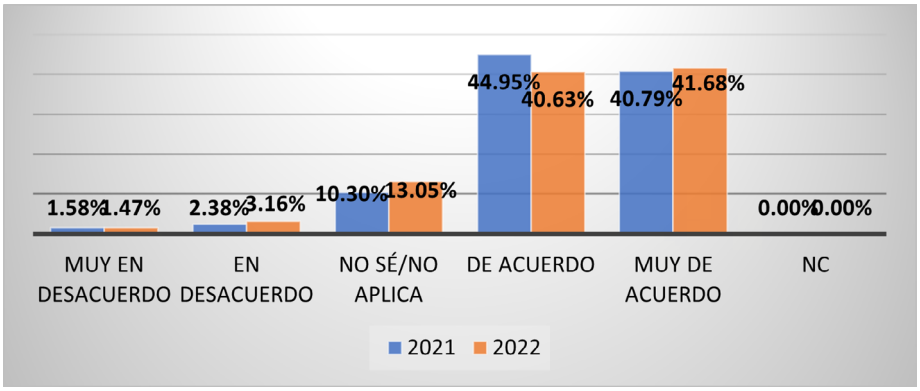
Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Se observa que, en el año 2021, se obtuvo un 44.55% a la respuesta muy de acuerdo en relación con tener clara la misión y visión, compartirla con los empleados y llevarla a cabo; mientras que en el año 2022 se obtuvo un ligero decremento con un 43.37%. Esto lleva a pensar que los directores de las mypes consideran tener clara su misión y visión.

Con relación a los objetivos concretos por parte de los microempresarios, la Figura 14.2 muestra los siguientes resultados:

Figura 14.2

Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa.

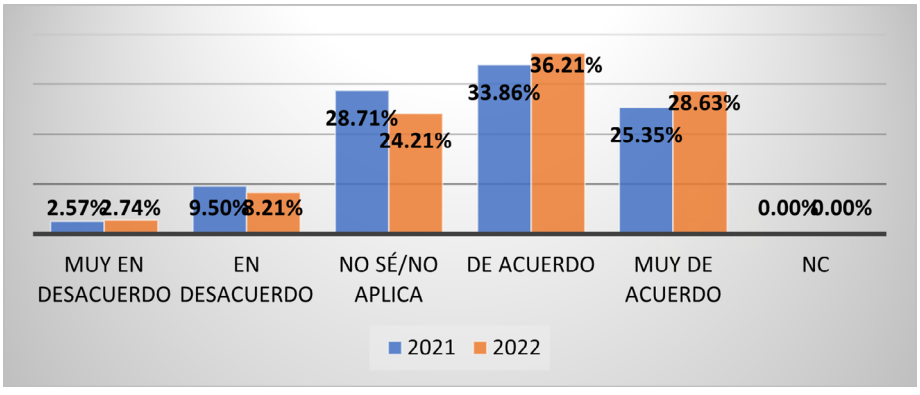


En el año 2021, el 40.79% de los microempresarios consideraron estar muy de acuerdo en relación con el planteamiento de objetivos concretos y el logro de estos, mientras que para el año 2022, dicha respuesta obtuvo un ligero incremento quedando en un 41.68%.

En cuanto a la estrategia comercial, la Figura 14.3 muestra los siguientes resultados:

Figura 14.3

Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa.

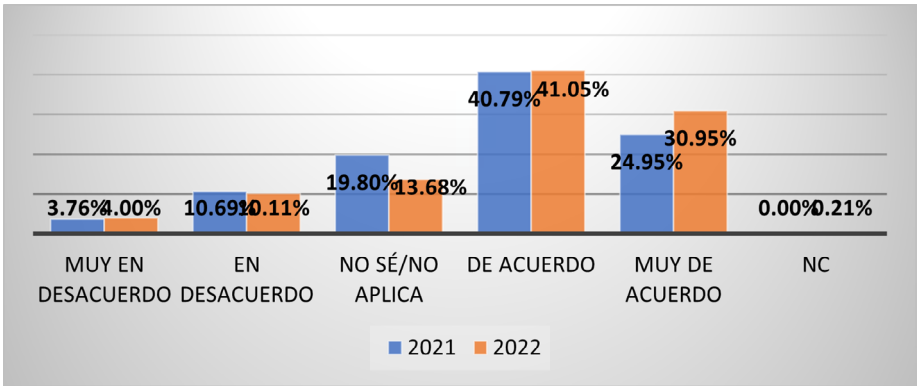


Con respecto a que el microempresario no plantea una estrategia comercial hasta hacer algunas acciones de prueba y error durante el año 2022, las respuestas "de acuerdo" y "muy de acuerdo" son superiores mostrando un 36.21% y un 28.63% respectivamente, mientras que esas respuestas para el 2021 fueron inferiores.

Con relación a la planeación de estrategias para la empresa, en la Figura 14.4 se observa lo siguiente:

Figura 14.4

No suelo planear de antemano la estrategia de la empresa, sino que surge a medida que veo la mejor forma de lograr nuestros objetivos.



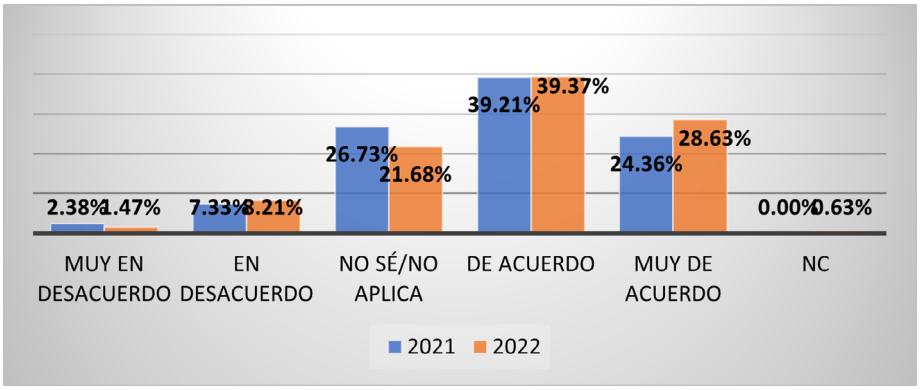
Se puede observar que existe una mínima diferencia en la respuesta "de acuerdo" en ambos periodos de estudio, mientras que para el año 2022, la respuesta "muy de acuerdo" muestra un resultado superior con un 30.95% con aquel obtenido en el 2021 con tan solo un 24.95% lo que demuestra que los microempresarios no suelen planear anticipadamente estrategias para sus empresas.

Los resultados con relación a la estrategia competitiva se muestran a continuación en la Figura 14.5.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 14.5

La estrategia competitiva de mi empresa generalmente resulta de un proceso formal de planeación (es decir, el plan formal precede a la acción).

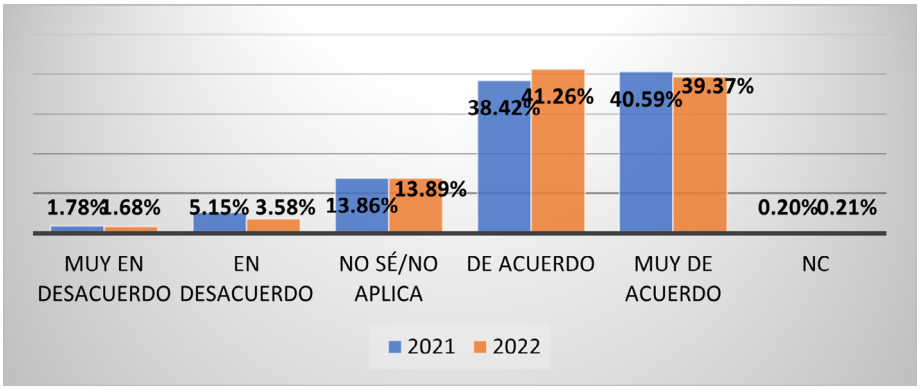


Se observa que existe una mínima diferencia en la respuesta "de acuerdo" en ambos periodos de estudio, mientras que para el año 2022 la respuesta "muy de acuerdo" muestra un resultado superior con un 28.63% con el obtenido en el 2021 con un 24.36%, lo que propone que los microempresarios sí realizan una planeación previa a la ejecución de decisiones.

Por último, la Figura 14.6 muestra los resultados en relación con las nuevas tendencias en el negocio y lo que hace la competencia.

Figura 14.6

Estoy atento para detectar las nuevas tendencias en mi negocio y enterarme de lo que está haciendo mi competencia



Se observa que, la respuesta "muy de acuerdo" en ambos años de estudio, arroja un resultado muy similar con un 40.59% para el 2021 mientras que para el 2022, se obtuvo un 39.37% aunque con un ligero decremento, esto sugiere que los microempresarios sí están atentos en conocer las nuevas tendencias para sus negocios, así como analizar qué es lo que la competencia se encuentra realizando.

Discusión

La importancia de que las mypes lleven a cabo la gestión administrativa les permitirá planificar, organizar, integrar al personal, dirigir y controlar las actividades hacia el logro de los objetivos en un corto, mediano y largo plazo. Para Mendoza Alcívar, et al., (2020) la dirección representa una etapa importante para el logro de la ejecución de las metas propuestas y la integración de todo el personal en la consecución de la visión y misión de la empresa.

Para Palomo citado por Molina Corral, et al., (2019) la problemática de las microempresas se puede analizar desde dos enfoques, los aspectos externos en donde los empresarios no tienen injerencia como las políticas públicas y los aspectos internos relacionados con su propia gestión donde su participación es ineludible.

En dichos aspectos internos es donde surgen actividades interrelacionadas entre sí desde la planeación hasta el control (proceso administrativo) y como lo describen Picado Juárez & Sergueyevna (2021) su adecuada implementación permitirá analizar la situación actual de la empresa en los diferentes niveles y así establecer nuevas metas y realizar cambios en los procesos para la organización y conducción del personal que está a cargo de las actividades e indispensable para la toma de decisiones. En el presente estudio, se puede asumir que los líderes empresariales mostraron ser aptos para dirigir sus negocios, esto coincide con Romero del Campo, et al., (2023) al mencionar que, posterior a la contingencia sanitaria derivada de la pandemia del COVID-19, la variable dirección que forma parte de la dimensión procesos, mostró una tendencia positiva en su realidad empresarial.

Conclusiones

Lo expuesto a lo largo de este trabajo, permite arribar a las siguientes conclusiones: al realizar el análisis comparativo, el estudio indicó que las decisiones tomadas por los directores de las mypes acapulqueñas fueron apropiadas en la mayoría de los aspectos evaluados, por lo que, lleva a pensar que los líderes empresariales hicieron uso de sus habilidades directivas. Se observó también que dichos líderes contaron con un manejo similar en relación a las actividades de la dirección mostrando en la mayoría de los casos porcentajes superiores a la respuesta "muy de acuerdo" para el año 2022 en los siguientes aspectos: se plantean objetivos concretos, la estrategia comercial se realiza una vez que se logran los objetivos, su estrategia competitiva está basada en una planeación. De igual forma, para el año 2021 fueron dos aspectos la claridad de la visión y misión, así como la detección de nuevas tendencias en el negocio los que presentaron un resultado ligeramente superior.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Por tanto, las variaciones que ha experimentado la dirección, como parte del liderazgo en las mypes acapulqueñas en el periodo antes mencionado, han sido mínimas, por lo que es posible determinar entonces que se valida la H_0= No existe una diferencia porcentual significativa en la dimensión dirección de las mypes de Acapulco entre 2021 y 2022.

Por lo anterior, resultará interesante realizar otros estudios longitudinales que evalúen la variación de los ítems analizados en el presente trabajo de investigación y conocer si muestran una tendencia similar o distinta.

Se puede resumir que, durante estos dos años de medición, los microempresarios han aprendido a implementar un liderazgo reflejado en un resultado tangible en su toma de decisiones; no obstante, todavía existen áreas de oportunidad que necesitan ser atendidas por expertos en consultoría empresarial.

Referencias

Angarita, E., Jiménez, L., & Manzano, O. (2021). El papel del liderazgo en la configuración del clima organizacional, elemento de desarrollo en el sector solidario. *Dictamen Libre*(28), 73-89. https://doi.org/10.18041/2619-4244/dl.28.7294

Gobierno de México. (2 de septiembre de 2019). *Gobierno de México.* Gobierno de México: https://www.gob.mx/se/prensa/inegi-presenta-resultados-de-la-encuesta-nacional-sobre-productividad-y-competitividad-de-las-mipymes-enaproce-2018-215878

INEGI. (Junio de 25 de 2020). *INEGI.* INEGI: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/MYPIMES20.pdf

INEGI. (21 de 12 de 2021). *INEGI.* INEGI: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EDN/EDN_2021.pdf

INEGI. (26 de Mayo de 2022). *INEGI.* INEGI: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/denue/denue2022.pdf

Jaramillo Luzuriaga, S. A., Neira Hinostrosa, C. A., & Torres Chamba, M. A. (2018). Liderazgo en las empresas y su importancia. *Espíritu Emprendedor TES, 2*(4), 1-12. https://doi.org/10.33970/eetes.v2.n4.2018.96

Juárez Trujillo, G. I. (2022). Factores que influyen en el proceso administrativo para el crecimiento de las PYMES en México. En C. O. Mora Pérez, & K. H. Ortiz Palafox, *Estrategias para el desarrollo de Pymes* (págs. 28-61). Universidad de Guadalajara Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.

Maldonado Gómez, G., Santos Díaz, L. E., Espino Guevara, P. G., & Moreno Vargas, E. (2023). Divergencia en la aplicación de habilidades directivas por género y su impacto en el desempeño de las Pymes del Altiplano Hidalguense. *RELAYN. Micro y pequeña empresa en Latinoamérica, 7*(2), 26-49. https://doi.org/10.46990/relayn.2023.7.2.976

Mendoza Alcívar, M. A., Álvarez Gómez, L. K., & Rivera Segura , G. N. (2020). Los procesos administrativos y su contribución en el fortalecimiento de las MiPymes del cantón Quevedo. *Dilemas contemporáneos, educación, política y valores, Especial*(56), 1-12. https://doi.org/10.46377/dilemas.v33i1.2150

Molina Corral, L. A., Piñón Howlet, L. C., Sapién Aguilar, L. C., & Gallegos Cereceres, V. M. (2019). Análisis de las habiliddades directivas y de gestión en las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Chihuahua. *Nova Scientia Revista de investigación de la Universidad de la Salle Bajío, 11*(22), 293-322. https://doi.org/10.21640/ns.v11i22.1751

Navarrete Fernández, Á. C., Sandoval López, S. K., López Navarro, I. E., & Franco Baltazar, Á. A. (2023). El impacto del liderazgo en la comunicación organizacional de la mype. *RELAYN Micro y pequeña empresa en Latinoamérica , 7*(1), 30-42. https://doi.org/10.46990/relayn.2023.7.1.980

Picado Juárez, A. M., & Sergueyevna Golovina, N. (2021). La gestión empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas. *Revista cinetífica de FAREM-Estelí*(Edición especial), 96-114. https://doi.org/10.5377/farem.v0i0.11610

Posada Velázquez , R., Aguilar Rascón, Ó. C., & Peña Ahumada, N. B. (2018). Potencial tecnológica de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas a partir del análisis sistémico. Tomo I. En S. A. Delgado de los Santos, *Potencial tecnológica de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas a partir del análisis sistémico. Tomo I* (págs. 22-33). Fontamara.

Preciado Ortiz, C. L., Becerra Peña, D. L., Gutiérrez Moreno, P., & Rosales Soto , A. (2022). Impacto de las habilidades directivas del gerente en la ventaja competitiva de las mypes de Tonalá, Jalisco. *RELAYN. Micro y pequeña empresa Latinoamericana, 7*(2), 67-82. https://doi.org/10.46990/relayn.2023.7.2.1089

Romero del Campo, A., Urióstegui Flores, M. I., Nicanor Nicolás, R., & Villanueva Cuevas, A. (2023). Evaluación del liderazgoen las mypes de Acapulco en periodo pospandemia. *RELAYN. Micro y pequeña empresa en Latinoamérica, 7*(2), 19-34. https://doi.org/10.46990/relayn.2023.7.2.1067

Rozo Sánchez, A., Flórez Garay, A., & Gutiérrez Suárez , C. (2019). Liderazgo organizacional como elemento clave para la dirección estratégica. *Aibi, revista de investigación, administración e ingeniería, 7*(2), 62-67. https://doi.org/10.15649/2346030X.543

Santamaría Peraza, R., & Mejía Acosta, A. (2020). Liderazgo como factor crítico de éxito para la gestión de las pymes. Reflexiones para la discusión. *Ingeniería Industrial*(38), 93-107. https://doi.org/10.26439/ing.ind2020.n038.4815

Sumba Bustamante, R. Y., Chóez Reyes, S. I., & Pico Delgado, Y. M. (2022). Liderazgo empresarial como factor de desarrollo de las Pymes . *Dominio de las ciencias, 8*(1), 262-279. https://doi.org/10.23857/dc.v8i1.2570

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Vallecillo Artola, A. G., Pavón López, E. J., & Castro Membreño, D. L. (20 de Abril de 2020). *Repositorio Institucional RIUMA*. Repositorio Institucional RIUMA: https://repositorio.unan.edu.ni/12824/

Vasquez Ponce, G. A., Parrales Pilozo, D. H., & Morales Chávez, V. E. (2021). Proceso administrativo: Factor determinante en el desarrollo organizacional de las MiPymes. *Publicando, 8*(31), 258-278. https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2249

Capítulo 15. El Alfabetismo Financiero y su relación con el materialismo, compra compulsiva y la propensión hacia el endeudamiento de los directores de las mypes de la región ribereña.

Daniel Sánchez Martínez
Héctor Diez Rodríguez
Manuel de Jesús Barrena Rodríguez
Zinthia Alejandra Ayala Melchor

Universidad Politécnica de la Región Ribereña

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.15

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo estudiar la relación del alfabetismo financiero a partir de la actitud y comportamiento financiero en el materialismo, compra compulsiva y propensión hacia el endeudamiento de los directores de las mypes de la región ribereña. Se realizó una investigación cuantitativa, transversal, no experimental y de alcance causal. Se aplicó un instrumento tipo encuesta a los directivos de las mypes de los municipios de Mier, Miguel Alemán, Camargo y Gustavo Diaz Ordaz. El análisis de la información y el estudio de las hipótesis se realizó a través del modelado de ecuaciones estructurales (SEM) con el software SPSS y AMOS. Los resultados muestran que el alfabetismo financiero tiene una relación inversa y significativa con la propensión hacia el endeudamiento en los directores de las mypes de la región ribereña, además, el materialismo y la compra compulsiva tiene una relación directa y significativa con la propensión hacia el endeudamiento. El materialismo tiene una relación directa y significativa con el comportamiento de compra compulsiva. Los resultados de la investigación son importantes para el desarrollo de políticas públicas y para otros agentes interesados en este tema, considerando que el alfabetismo financiero va más allá de que impacta en la salud financiera de quienes la tienen y también que puede ayudar aún más ampliamente a quienes la tienen.

Palabras clave

Alfabetismo Financiero, Materialismo, Compra Compulsiva, Endeudamiento y Empresarios

Introducción

El alfabetismo financiero (traducción de *finance literacy*) se ha convertido en una competencia clave para apoyar el crecimiento y desarrollo económico global (OCDE, 2022). El alfabetismo financiero apoya a las decisiones de los individuos de la sociedad para que estos aprovechen los beneficios de los productos y servicios financieros disponibles y a su vez comprendan los riesgos e incertidumbres inherentes a sus elecciones (Potrich y Vieira, 2018). En este sentido, Messy y Monticone (2016) afirman que el alfabetismo financiero es una competencia crítica en el siglo XXI, y deben realizarse esfuerzos para mejorarla y apoyar el crecimiento económico en cualquier economía global.

En el siglo XXI, muchas economías de todo el mundo han experimentado un crecimiento considerable en la oferta de distintos servicios de crédito y dificultades de cobro que los han llegado a aumentar los plazos de los créditos (Ahmed et al., 2010). En la tendencia mundial de la inclusión financiera, se está alentando a las instituciones financieras a otorgar crédito a clases sociales que anteriormente habían sido excluidas (Azma et al., 2019)

Por lo tanto, el alfabetismo financiero aporta beneficios tanto a las personas como a sus familias, porque cada vez hay más pruebas de que las personas con niveles más altos de alfabetismo financiero pueden administrar mejor su dinero, participar en el mercado de valores y lograr mejores resultados de sus inversiones (Walstad B. & Allgood, 2021). Además, el alfabetismo financiero puede influir en los hábitos de conducta del individuo como el materialismo, las compras compulsivas y la propensión hacia endeudarse (Potrich y Vieira, 2018). Disney y Gathergood (2013), a su vez, sostienen que las personas con menores niveles de alfabetización financiera tienden a subestimar el costo del crédito, siendo más propensos al endeudamiento. Además, los bajos niveles de educación financiera pueden dañar la capacidad de acumular riqueza, ya que estas personas probablemente se endeudarán cuando sean jóvenes (Lusardi y Messy, 2023).

En este sentido es importante entender el fenómeno sobre el nivel de alfabetización financiera en los directores de las mypes de las ciudades de Mier, Miguel Alemán, Camargo y Diaz Ordaz que componen la región ribereña, así como también el nivel de hábitos de conducta como lo son el materialismo, compra compulsiva y propensión hacia el endeudamiento. Por lo tanto, el objetivo de la investigación es estudiar la relación del alfabetismo financiero a partir de la actitud y comportamiento financiero en el materialismo, compra compulsiva y propensión hacia el endeudamiento de los directores de las mypes de la región ribereña.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Revisión de la Literatura

La alfabetización financiera es definida por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) como "una combinación de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos necesarios para tomar decisiones financieras sólidas, con el fin último de alcanzar el bienestar financiero individual" (OCDE, 2022, p. 6). El alfabetismo financiero ayuda al usuario a tener un mejor conocimiento de los productos financieros, genera conciencia sobre el endeudamiento y estimula el ahorro. Huerta-Cerda et al. (2018) señala que una buena educación financiera mejora la toma de decisiones enfocadas a la distribución de gastos, manejo de inversiones y adquisición de préstamos.

Potrich y Vieira (2018) llevaron a cabo una investigación donde proponen un modelo para estudiar la relación entre la alfabetización financiera, el materialismo, compra compulsiva con la propensión hacia el endeudamiento. Sus resultados mostraron que existe una relación inversa y significativa entre la alfabetización financiera y la propensión hacia el endeudamiento, lo que demuestra que la falta de conocimiento y competencias financieras hace que los individuos se vuelvan vulnerables a los diversos productos financieros que se ofrecen en el mercado, incapaces de distinguir entre una buena inversión y otra que podría ser muy riesgosa. Es probable que la falta de estas habilidades financieras puedan poner en peligro la salud financiera y aumentar la probabilidad del endeudamiento (Lusardi y Messy, 2023)Siguiendo con lo anterior Lührmann et al. (2018) señalan que los individuos con bajos niveles de conocimiento financiero toman decisiones financieras erróneas y suelen subestimar el costo del crédito. Además, Disney y Gathergood (2013) señalan que los individuos con bajos niveles de alfabetismo financiero se vuelven más susceptibles a acumular deuda e incluso puede llegar al sobreendeudamiento. Por lo tanto, el alfabetismo financiero ayuda a las personas a administrar sus finanzas personales, por ejemplo, individuos con conocimientos financieros pueden fijarse metas financieras, gastar de acuerdo con sus presupuestos personales y pagar sus créditos a tiempo y evitar atrasos (French y McKillop, 2016).

También existen estudios empíricos que han demostrado que el alfabetismo financiero no tiene ningún efecto sobre la propensión hacia el endeudamiento (Flores y Vieira, 2014). Individuos con alto o bajo alfabetismo financiero no afecta su tendencia a adquirir deuda porque los individuos están endeudados sin importar si tiene un alto o bajo alfabetismo financiero (Widjaja y Pertiwi, 2021). Por lo anterior se plantea la primera hipótesis del estudio respecto a la relación del alfabetismo financiero y la propensión hacia el endeudamiento.

H1. El alfabetismo financiero tiene una relación inversa y significativa con la propensión hacia el endeudamiento.

Ponchio (2006) en su estudio afirma que los individuos más materialistas son proclives a contratar créditos y tienen actitudes inclinadas hacia el endeudamiento, es decir, cuanto mayor es el nivel de materialismo, mayor es la propensión hacia el endeudamiento. Esto se debe a que una persona materialista tiene una gran devoción y apego a las posesiones materiales para lograr condiciones deseadas (Omar et al., 2014). En este sentido, Widjaja y Pertiwi (2021) confirma que el materialismo tiene un efecto significativo en la propensión hacia el endeudamiento, un alto nivel de materialismo hace a los individuos propensos a contraer una deuda para satisfacer su deseo (Selvaraja y Abdullah, 2019). De igual manera Oliveira (2020) en su estudio confirma que el materialismo aumenta la propensión hacia el endeudamiento. En contraste Potrich y Vieira (2018) en su estudio no encontraron un efecto significativo entre el materialismo y la propensión hacia el endeudamiento. Por lo anterior, se propone la siguiente hipótesis de estudio.

H2: El materialismo tiene una relación directa y significativa con la propensión hacia el endeudamiento

O'Guinn y Faber (1989) definen a la compra compulsiva como la adquisición frecuente y súbita de productos derivadas de las emociones negativas internas o sucesos desagradables, además los autores afirman que este tipo de conducto resulta placentero inicialmente para el consumidor porque experimenta emociones positivas, pero a mediano y largo plazo tiene consecuencias negativas. Una de las principales consecuencias de un comportamiento de compra compulsiva es la tendencia a acumular deuda (Achtziger, 2022). En este sentido Vieira et al. (2023)en su estudio encontró que el comportamiento de compra compulsivo lleva a un individuo a incurrir en un gran número de deudas. A partir de las afirmaciones anteriores se propone la siguiente hipótesis

H3: La compra compulsiva tiene una relación directa y significativa con la propensión hacia el endeudamiento.

El materialismo también se ha asociado con la compra compulsiva, los individuos con conductas de compradores compulsivos son considerados emocionales, más propensos a experimentar emociones negativas y darle más valor a los objetos que compran de tal manera que su autoestima se vuelve dependiente de la cantidad y tipo de bienes materiales que posee (Potrich y Vieira, 2018). También, las personas materialistas suelen tener baja autoestima y son más propensos a exhibir conductas de compra compulsivas como una forma de minimizar los sentimientos negativos y lograr un mayor bienestar personal (Dittmar y Isham, 2022). La relación entre el materialismo y compra compulsiva ha sido comprobada por diversos au-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

tores, Por ejemplo, Vieira et al. (2023), Dittmar y Isham (2022) y Omar et al. (2014) encontraron que el materialismo se correlaciona positivamente con la compra compulsiva, sugiriendo que cuanto mayor es el nivel de materialismo, mayor es la probabilidad de que un individuo sea un comprador compulsivo. Por lo tanto, se plantea la siguiente hipótesis.

H4. El materialismo tiene una relación directa y significativa con el comportamiento de compra compulsiva.

El alfabetismo financiero ayuda a las personas a tomar buenas decisiones en el ámbito financiero y económico (Valenzuela Montoya et al., 2022). Por lo tanto, el alfabetismo financiero es vital para que las personas desarrollen hábitos y prácticas adecuadas, que puedan influir a otros comportamientos como lo son las compras compulsivas o el materialismo (Potrich y Vieira, 2018). Roberts (1998) recomiendo como medida preventiva para evitar el gasto excesivo adoptar prácticas de gestión financiera de modo que las personas con actitudes y comportamientos financieros apropiados no desarrollen un comportamiento materialista. Además los trabajos de Pham et al., (2012) y Potrich y Vieira (2018) sugieren que el alfabetismo financiero puede tener un impacto considerable en la prevención del comportamiento de materialismo y compra compulsiva. A partir de los estudios previos se propone las siguientes hipótesis.

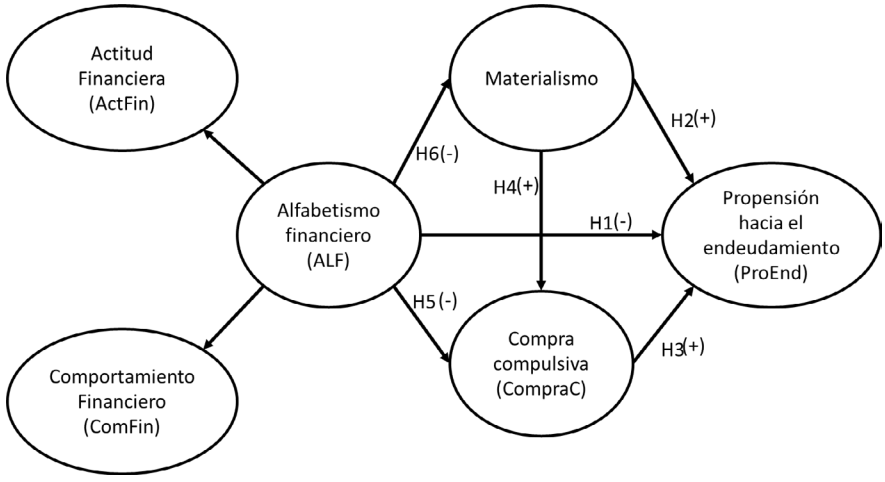
H5. El alfabetismo financiero influye de manera inversa y significa al comportamiento de materialismo

H6: El alfabetismo financiero influye de manera inversa y significativa al comportamiento de compra compulsiva

Una vez formuladas las hipótesis del estudio en la Figura 15.1 se presenta el modelo de la investigación. En esta figura se observa las hipótesis que se estudiaran y las relaciones entre las variables. Este modelo se adaptó a partir del trabajo presentado por Potrich y Vieira (2018). La variable Alfabetismo financiero es de segundo orden y reflectiva conformada por las variables actitud y comportamiento financiero, mientras que materialismo, compra compulsiva y propensión hacia el endeudamiento son variables de primer orden.

Figura 15.1

Modelo de investigación Alfabetismo Financiero, Materialismo, Compra compulsiva y Propensión hacia el endeudamiento.



Nota: El modelo representa las relaciones entre las variables de Alfabetismo financiero, materialismo, compra compulsiva y Propensión hacia el endeudamiento. Elaboración propia.

Metodología

La presente investigación es de enfoque cuantitativo, diseño transversal, no experimental y de alcance causal. Los ítems que componen a cada una de las variables del estudio se muestran en la Tabla 15.1. Cada ítem fue obtenido de la base de datos Relayn (Peña, et al., 2022) los cuales fueron adaptados de diversas investigaciones empíricas, en el caso de las variables compra compulsiva, actitud financiera, comportamiento financiero, materialismo y propensión hacia el endeudamiento se adaptaron de los trabajos de Potrich y Vieira (2018) y Flores y Vieira (2014).

La Tabla 15.1 muestra el nivel de fiabilidad de cada conjunto de ítems que compone cada variable a través de los estadísticos Alpha de Cronbach (AC) y el Índice de Fiabilidad Compuesta (IFC), los resultados muestran ser superiores a 0.700 lo cual determina una confiabilidad de medición buena de cada una de las variables (Nunnally, 1978). También se determinó el AC del cuestionario teniendo una confiabilidad buena de 0.743.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 15.1

Ítems, carga factorial, Alpha de Cronbach, IFC y AVE de Compra Compulsiva, Materialismo, Actitud Financiera, Compromiso Financiero y Propensión a Endeudarse

Ítems	Compra Compulsiva	Materialismo	Actitud Financiera	Comportamiento Financiero	Propensión hacia el Endeudamiento	AC	IFC	AVE
CC2	0.933					0.962	0.963	0.896
CC3	0.902							
CC1	0.875							
MAT1		0.859				0.889	0.892	0.737
MAT3		0.817						
MAT2		0.742						
EFAF3			0.835			0.849	0.851	0.655
EFAF2			0.71					
EFAF4			0.648					
EFCF5				0.827		0.832	0.836	0.631
EFCF4				0.726				
EFCF6				0.711				
PE2					0.842	0.718	0.749	0.509
PE3					0.583			
PE1					0.476			

Nota. Elaboración propia a partir de SPSS

Antes de realizar los análisis multivariables y comprobación de hipótesis primero se realizó un análisis exploratorio de los datos estudiando las estadísticas descriptivas, identificando lo valores perdidos y atípicos, la asimetría y la curtosis (Sánchez Martínez et al., 2023)autoeficacia financiera, materialismo, compra compulsiva, comportamiento financiero, actitud financiera y propensión para endeudarse. El presente estudio tiene un enfoque cuantitativo de diseño transversal no experimental con alcance descriptivo. Se utilizaron 675 encuestas válidas aplicadas a los directivos de las mypes de los municipios que componen la región ribereña como son Mier, Miguel Alemán, Camargo y Gustavo Díaz Ordaz del estado de Tamaulipas, México. Los resultados demuestran que de las variables financieras únicamente existen diferencias significativas en la compra compulsiva y el comportamiento financiero entre las y los directores de las mypes. En cuanto a si existen diferencias significativas entre el nivel de escolaridad, se encontró en las variables inclusión financiera, autoeficacia financiera y comportamiento financiero que sí las hay entre los niveles de escolaridad pri-

maria, secundaria y bachillerato respecto al nivel licenciatura y posgrado, siendo la actitud financiera donde hubo diferencias únicamente entre primaria, secundaria y bachillerato respecto a posgrado. Posteriormente se realizó un análisis factorial confirmatorio mediante estimadores robustos, que permiten comprobar la validez convergente y discriminante de las escalas propuestas en el modelo. La validez convergente se prueba utilizando cuatro criterios. El primero consiste en que las estadísticas de bondad de ajuste del modelo sean apropiadas (chi cuadrado (X^2) significación> 0,05; Chi cuadrado normado (X^2/gl) < 3; Índice de ajuste comparativo (CFI) > 0.95; IFI > 0.95; índice de ajuste normalizado (NFI) > 0.95; índice de bondad de ajuste (GFI) > 0.95; Índice de bondad de ajuste corregido (AGI) >0.95 índice de Tucker-Lewis (TLI) > 0.95; Raíz del residuo cuadrático (RMR) < 0.08; Raíz cuadrada media del error de aproximación (RMSEA) < 0.06) (Hair, 1999; Hu y Bentler, 1999). El segundo criterio se comprueba mediante el índice de fiabilidad compuesta (IFC) el cual debe ser superior a 0,7 (Hair, 1999). En tercer criterio, se comprueba mediante el alfa de Cronbach (AC) el cual debe ser superior a 0,70 (Nunnally, 1978). Y el cuarto criterio prueba si la varianza extraída (AVE) es superior al 0.500 (Fornell y Larcker, 1981). La validez discriminante se comprueba mediante la prueba de varianza extraída en comparación con las correlaciones al cuadrado (Fornell y Larcker, 1981; Hair, 1999).

Por último, se presenta el modelo estructural de la investigación, el cual muestra el impacto y la significancia de las relaciones entre las variables de estudio, así como su nivel de explicación con el fin de analizar las hipótesis planteadas. Los análisis se realizaron mediante los programas SPSS 25 y AMOS 24.

Resultados

La muestra está compuesta por 561 directivos de MyPEs, de los cuales 53.7% poseen microempresas del giro de comercialización, el 17% a la transformación y el 29.3% a la prestación de servicios. Respecto de la antigüedad como propietario del negocio: 33.3% lleva menos de cinco años, el 15.9% entre 5 y 10 años, el 15.9% entre 10 y 15 años y el 34.9% más de 15 años.

En cuanto a la edad, el 20.6% corresponde a microempresarios con menos de 30 años, el 25.7% tienen entre 31 y 40 años, el 25.4% está en la franja de los 41 a los 50 años y el restante 27.1% cuentan con 51 años o más. Respecto al estado civil: 63.6% son casados, el 19.6% solteros, el 5.5% vive en unión libre y el 5.2% son divorciados. En la tabla 2 muestra que el 60.6% de los dueños corresponden al sexo masculino y el 39.4% al femenino. El 18.2 % tienen estudios terminados de nivel secundaria, el 38.8 % concluyó la educación preparatoria, y el 29.2 % cursó estudios profesionales.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Análisis factorial confirmatorio y modelo de medida

En esta sección se mostrarán los resultados que confirman la validez y fiabilidad del modelo a través del análisis factorial confirmatorio realizado.

Primeramente, el análisis de fiabilidad compuesta se usó para determinar la rigurosidad con la que los ítems están midiendo una misma dimensión. Siguiendo los criterios mostrados en la sección de metodología podemos observar que los ítems y variables formadas cumplen con los criterios de fiabilidad a través de los indicadores estadísticos Alpha de Crobach, índice de fiabilidad compuesta y el AVE (ver tabla 1). Siguiendo con el análisis factorial confirmatorio la figura 2 muestra el modelo de medida donde se estiman las correlaciones entre las variables de estudio y las cargas factoriales de cada uno de los ítems que compone cada variable. El modelo tiene las siguientes estimaciones de ajuste X^2= 0.001; X^2/gl=1.957; RMR=0.036; GFI=0.965; AGI=0.95; NFI=0.972; IFI=0.981; TLI=0.982; CFI=0.986; RMSEA= 0.041. Como se puede observar el modelo cuenta con un buen ajuste considerando los parámetros sugeridos en la sección de la metodología.

La Tabla 15.2 muestra la validez discriminante del modelo de medida. La validez discriminante se ha comparado la raíz cuadrada de las AVE (los valores de la diagonal y en negritas de la Tabla 15.2) con las correlaciones de las variables latentes (parámetros por debajo de la diagonal).

Por tanto, los resultados expuestos indican que la escala es válida y fiable para medir el modelo de investigación del alfabetismo financiero, materialismo, compra compulsiva y propensión hacia el endeudamiento. Se han corroborado la fiabilidad de los ítems, de las dimensiones y su validez discriminante y convergente.

Tabla 15.2

Validez Discriminante entre variables.

	ComC	Materialismo	ActFin	ComFin	ProEnd
ComC	**0.946641256**				
Materialismo	0.3481	**0.85827773**			
ActFin	0.005041	0.01	**0.80957499**		
ComFin	0.028224	0.038025	0.358801	**0.79423779**	
ProEnd	0.108241	0.139129	0.244036	0.363609	**0.71379035**

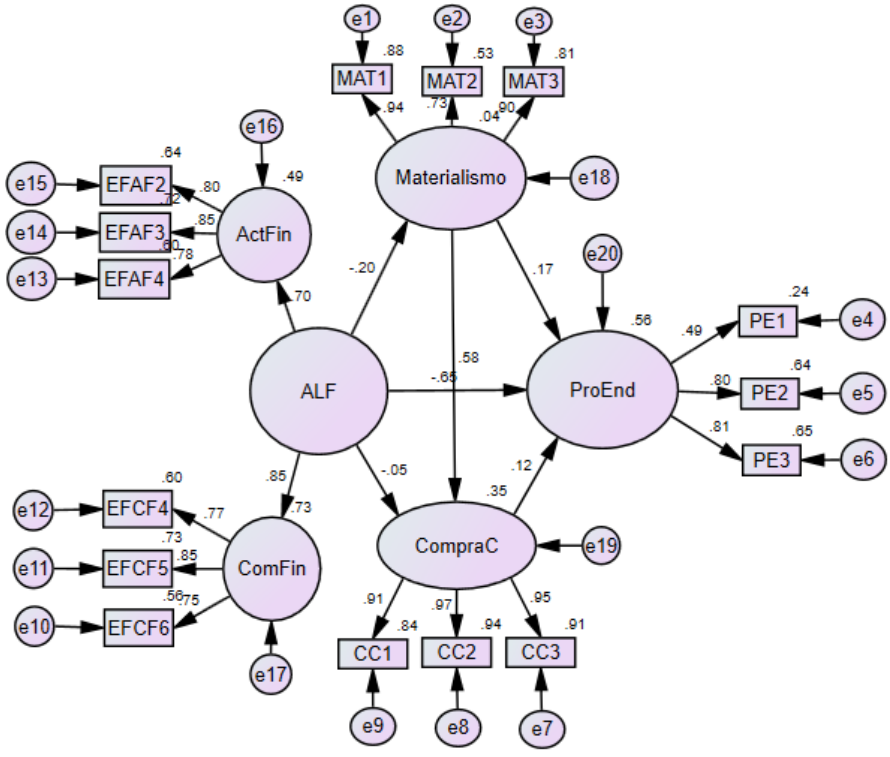
Nota. Elaboración propia a partir de SPSS y Excel.

Modelo estructural y comprobación de hipótesis

El modelo estructural de la investigación muestra las relaciones e impactos que tienen las variables alfabetismo financiero, materialismo, compra compulsiva y propensión hacia el endeudamiento (ver figura 3). El modelo explica el 0.56 de la varianza de la variable dependiente lo cual demuestra que el modelo es pertinente para estudiar la propensión hacia el endeudamiento. El ajuste del modelo es adecuado debido a que sus estimaciones de ajuste son las siguientes, X^2= 0.001; X^2/gl=1.948; RMR=0.038; GFI=0.964; AGI=0.95; NFI=0.972; IFI=0.986; TLI=0.982; CFI=0.986; RMSEA= 0.041.

Figura 15.3

Modelo estructural del alfabetismo financiero, materialismo, compra compulsiva y propensión hacia el endeudamiento



Nota. Elaboración propia a partir de AMOS y SPSS.

Además, la Figura 15.3 muestra las cargas factoriales de cada uno de los ítems que componen las variables del estudio, las cuales cumplen con la carga mínima factorial siendo mayores a 0.707 excepto el ítem PE1 (0.49) el cual se conservó para cumplir con el criterio de tres ítems por cada variable (Fornell y Larcker, 1981). También, se muestra el impacto de cada una de las relaciones las cuales se resumen en la Tabla 15.3.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

A partir del análisis del modelo se identificó que las hipótesis planteadas fueron significativas excepto la H6. La Tabla 15.3 fue elaborada para la comprobación de las hipótesis y su impacto.

Tabla 15.3

Comprobación de las hipótesis de la investigación

Hipótesis-Efecto	**Relación (→)**	**Situación de la hipótesis**	**Impacto**
H1-Directo	Alfabetismo financiero a Propensión hacia al endeudamiento	No se rechaza	-0.63***
H2-Directo	Materialismo a Propensión hacia al endeudamiento	No se rechaza	0.069***
H3-Directo	Compra compulsiva a Propensión hacia al endeudamiento	No se rechaza	0.045**
H4-Directo	Materialismo a Compra compulsiva	No se rechaza	0.619***
H5-Directo	Alfabetismo financiero a Materialismo	No se rechaza	-0.487***
H6-Directo	Alfabetismo financiero a Compra compulsiva	Se rechaza	No significativa

*Nota. Nivel de significancia *** p<0.001, ** p<0.01 y * p<0.05. Elaboración propia a partir de AMOS y SPSS.*

La hipótesis H1 no se rechaza debido a que se comprobó que el alfabetismo financiero tiene una relación inversa y significativa con la propensión hacia el endeudamiento en los directores de las mypes de la región ribereña. En concreto, en cuanto a la alfabetización financiera, se puede observar que el comportamiento financiero (coeficiente 0.85) fue la variable con mayor impacto en la alfabetización financiera, seguida de la actitud financiera (coeficiente 0.70).

La H2 la cual afirma el materialismo tiene una relación directa y significativa con la propensión hacia el endeudamiento se confirma, de igual manera la H3 no se rechaza ya que la compra compulsiva tiene una relación directa y significativa con la propensión hacia el endeudamiento de los directores de las mypes de la región ribereña. La H4 postula que el materialismo tiene una relación directa y significativa con el comportamiento de compra compulsiva la cual no se rechaza y la H5 de igual manera no se rechaza debido a que el alfabetismo financiero influye de manera inversa y significa al comportamiento de materialismo.

Discusión

Los resultados de la investigación confirman que el comportamiento financiero es la variable con mayor impacto (0.85) en la alfabetización financiera respecto a la actitud financiera, esto coincide con lo dicho por la OCDE (2022) considerando al comportamiento financiero un elemento clave y sin duda el más importante de los tres, además Potrich y Vieira (2018) mencionan que los conocimientos y actitudes financieras no son suficientes para que un individuo alcance una estabilidad financiera, no solo basta con conocer la teoría y estar preparado para actuar, es vital tener una constancia y reconocer la situación financiera. La hipótesis planteada H1 no se rechazó confirmando que el alfabetismo financiero influye inversamente a la propensión del endeudamiento, este resultado coincide con los estudios de Potrich y Vieira (2018) y Oliveira (2020), y contrasta con los hallazgos de los estudios de (Azma et al., 2019; Flores y Vieira, 2014; Widjaja y Pertiwi, 2021). Estos resultados denotan que el contexto de cada estudio realizado influye en la relación alfabetismo financiero y propensión hacia el endeudamiento.

La H3 se confirmó y establece que las compras compulsivas influyen positivamente en la propensión hacia el endeudamiento. Esto concuerda con los trabajos de Potrich y Vieira (2018) y Achtziger (2022) quienes sostienen que cuando el comportamiento de compra compulsiva es mayor, la propensión hacia endeudarse será mayor. También se confirmó H4, corroborando otros estudios que encontraron una relación existente entre el materialismo y las compras compulsivas (Potrich y Vieira, 2018)

De las dos últimas relaciones directas propuestas solo se confirma H5, que determinan que el alfabetismo financiero impacta negativamente en el materialismo y la hipótesis H6 no se confirma que determina que el alfabetismo financiero impacta negativamente la conducta de compra compulsiva. Lo que demuestra que la alfabetización financiera es un fuerte predictor de que los individuos tengan mejores comportamientos de materialismo. Esto respalda el argumento de que, mediante la alfabetización financiera y la capacitación sobre prácticas financieras personales básicas, se deberían crear e incluir programas prácticos en el plan de estudios de la educación secundaria y, por lo tanto, ayudar a prevenir conductas de compra compulsivas (Vieira et al., 2023).

Por lo tanto, estos hallazgos son importantes para comprender la importancia del alfabetismo financiero, que va más allá de ayudar a las finanzas individuales y también a otros problemas de comportamiento que afectan la salud financiera de una sociedad.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Conclusiones

El alfabetismo financiero se ha convertido en un elemento clave para la estabilidad económica y financiera tanto de un individuo como de la economía. Sin embargo, la evidencia ha demostrado que la alfabetización financiera es un fenómeno complejo y puede ser un determinante de otros factores de comportamiento. Así, esta investigación tiene como objetivo estudiar la relación del alfabetismo financiero a partir de la actitud y comportamiento financiero en el materialismo, compra compulsiva y propensión hacia el endeudamiento de los directores de las mypes de la región ribereña.

De las hipótesis soportadas, el impacto del alfabetismo financiero en el comportamiento de compra compulsiva fue la principal relación directa, lo que demuestra que la alfabetización financiera tiene un impacto positivo en los individuos, mejorando sus conductas de compra compulsiva. Además, se encontró que el impacto indirecto del alfabetismo financiero sobre la propensión a la acumulación de deuda es mayor cuando en esta relación sólo existe el comportamiento de compra compulsiva. Finalmente, con respecto a los efectos totales de la alfabetización financiera sobre las conductas investigadas, se encontró que el mayor impacto se produjo en la conducta de materialismo, seguida de la propensión al endeudamiento.

Teniendo en cuenta lo anterior, este estudio es único e innovador, en la medida en que mide el impacto directo e indirecto real de la alfabetización financiera sobre otros factores de comportamiento, que hasta ahora se han analizado por separado. El estudio concluyó que la alfabetización financiera tiene impactos mucho más significativos de lo que otros estudios académicos han demostrado, porque desde el punto de vista académico, el enfoque central hasta ahora ha sido identificar sólo su impacto en otros comportamientos.

Los resultados de esta investigación son importantes para el desarrollo de políticas públicas y para otros agentes interesados en este tema, considerando que el alfabetismo financiero va más allá de que impacta en la salud financiera de quienes la tienen y también que puede ayudar aún más ampliamente a quienes la tienen. Sufren otros comportamientos psicosociales, como la compra compulsiva. Además, puede ayudar en el desarrollo de tratamientos para personas con comportamientos materialistas, compradores compulsivos y aquellos con alta propensión al endeudamiento. Las instituciones financieras también pueden tener la oportunidad de utilizar esta información para comprender mejor la educación financiera de sus clientes y crear productos que se adapten a cada perfil de cliente. Específicamente, los hallazgos de este estudio indican que la expansión y consolidación de una estrategia nacional de educación financiera podría impactar en una mejor gestión financiera

de un individuo y contribuir efectivamente a minimizar los comportamientos de compra compulsiva y la propensión al endeudamiento. Por último, se propone como futura línea de investigación estudiar las variables de este estudio dentro del campo de la economía del bienestar, en específico en el bienestar financiero de los individuos, el cual ha demostrado ser un campo de conocimiento importante para la academia y de la política pública en México.

Referencias

Achtziger, A. (2022). Overspending, debt, and poverty. *Current Opinion in Psychology*, *46*, 101342. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101342

Ahmed, Z. U., Ismail, I., Sadiq Sohail, M., Tabsh, I., & Alias, H. (2010). Malaysian consumers' credit card usage behavior. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, *22*(4), 528-544. https://doi.org/10.1108/13555851011090547

Azma, N., Rahman, M., Adeyemi, A. A., & Rahman, M. K. (2019). Propensity toward indebtedness: Evidence from Malaysia. *Review of Behavioral Finance*, *11*(2), 188-200. https://doi.org/10.1108/RBF-05-2017-0046

Disney, R., & Gathergood, J. (2013). Financial literacy and consumer credit portfolios. *Journal of Banking & Finance*, *37*(7), 2246-2254. https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.01.013

Dittmar, H., & Isham, A. (2022). Materialistic value orientation and wellbeing. *Current Opinion in Psychology*, *46*, 101337. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101337

Flores, S. A. M., & Vieira, K. M. (2014). Propensity toward indebtedness: An analysis using behavioral factors. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, *3*, 1-10. https://doi.org/10.1016/j.jbef.2014.05.001

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, *18*(1), 39. https://doi.org/10.2307/3151312

French, D., & McKillop, D. (2016). Financial literacy and over-indebtedness in low-income households. *International Review of Financial Analysis*, *48*, 1-11. https://doi.org/10.1016/j.irfa.2016.08.004

Hair, J. F. (1999). *Análisis multivariante*. Pearson Educación.

Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, *6*(1), 1-55. https://doi.org/10.1080/10705519909540118

Huerta-Cerda, Z. M., Catache-Mendoza, M. del C., García-González, M. A., Martínez-Valdez, R. I., González-Trejo, E. S., & Pedroza-Cantú, G. (2018). *EL IMPACTO DEL GÉNERO EN LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y EN EL AHORRO DE LOS JÓVENES MILLENNIALS*. *11*(2). https://ssrn.com/abstract=3243994

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Lührmann, M., Serra-Garcia, M., & Winter, J. (2018). The Impact of Financial Education on Adolescents' Intertemporal Choices. *American Economic Journal: Economic Policy*, *10*(3), 309-332. https://doi.org/10.1257/pol.20170012

Lusardi, A., & Messy, F.-A. (2023). The importance of financial literacy and its impact on financial wellbeing. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*, *1*(1), 1-11. https://doi.org/10.1017/flw.2023.8

Messy, F.-A., & Monticone, C. (2016). *Financial Education Policies in Asia and the Pacific* (OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions 40; OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, Vol. 40). https://doi.org/10.1787/5jm5b32v5vvc-en

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill. https://books.google.com.mx/books?id=arJqAAAAMAAJ

OCDE. (2022). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022*. https://www.oecd.org/financial/education/2022-INFE-Toolkit-Measuring-Fin-lit-Financial-Inclusion.pdf

O'Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive Buying: A Phenomenological Exploration. *Journal of Consumer Research*, *16*(2), 147. https://doi.org/10.1086/209204

Oliveira, S. F. D. (2020). Influência dos fatores comportamentais na propensão ao endividamento dos estudantes universitários. *Revista de Administração da UFSM*, *13*(4), 829-849. https://doi.org/10.5902/1983465935196

Omar, N. A., Abdul Rahim, R., Che Wel, C. A., & Shah Alam, S. (2014). Compulsive buying and credit card misuse among credit card holders: The roles of self-esteem, materialism, impulsive buying and budget constraint. *Intangible Capital*, *10*(1), 52-74. https://doi.org/10.3926/ic.446

Pham, T. H., Yap, K., & Dowling, N. A. (2012). The impact of financial management practices and financial attitudes on the relationship between materialism and compulsive buying. *Journal of Economic Psychology*, *33*(3), 461-470. https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.007

Ponchio, M. C. (2006). *The influence of materialism on consumption indebtedness in the context of low income consumers from the city of São Paulo* [FGV EAESP - Escola de Administração de Empresas de São Paulo]. https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/2519

RELAYN (2022). *Cultura financiera en la micro y pequeñas empresas de Latinoamérica, Tomo I*. McGraw-Hill. https://www.relayn.org/biblioteca/LibrosImpreso.html

Potrich, A. C. G., & Vieira, K. M. (2018). Demystifying financial literacy: A behavioral perspective analysis. *Management Research Review*, *41*(9), 1047-1068. https://doi.org/10.1108/MRR-08-2017-0263

Roberts, J. A. (1998). Compulsive buying among college students: An investigation of its antecedents, consequences, and implications for public policy. *Journal of Consumer Affairs*, *32*(2), 295+. Gale Academic OneFile.

Sánchez Martínez, D., Diez Rodríguez, H., Ayala Melchor, Z. A., & Barrena Rodríguez, M. D. J. (2023). Cultura Financiera de los Directivos de las mypes de la Región Ribereña. Perspectiva de género y escolaridad.: Financial culture of MSE managers in the riparian region. Perspective of gender and schooling. *Revista RELAYN- Micro y Pequeña empresa en Latinoamérica*, *7*(1), 55-71. https://doi.org/10.46990/relayn.2023.7.1.986

Selvaraja, M., & Abdullah, A. (2019). Psychological factors effects on Propensity towards Indebtedness by applying the Behavioural Economic Theory: Evidence in Malaysia. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, *8*(4), 11824-11830. https://doi.org/10.35940/ijrte.D9436.118419

Valenzuela Montoya, M. M., López Torres, V. G., & Aguilar Sandoval, K. G. (2022). Endeudamiento y educación financiera en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, *27*(97), 198-211. https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.97.14

Vieira, K. M., Matheis, T. K., & Maciel, A. M. H. (2023). Risky Indebtedness Behavior: Impacts on Financial Preparation for Retirement and Perceived Financial Well-Being. *Journal of Risk and Financial Management*, *16*(12), 519. https://doi.org/10.3390/jrfm16120519

Walstad B., W., & Allgood, S. A. (2021). The likely influence of financial literacy on financial behaviors. En *The Routledge Handbook of Financial Literacy* (1st Edition, p. 18). Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003025221

Widjaja, R., & Pertiwi, D. (2021). THE INFLUENCE OF EMOTIONAL FACTORS, MATERIALISM, RISK PERCEPTION, AND FINANCIAL LITERACY ON THE TENDENCY OF DEBT OF MILLENNIAL GENERATION IN SURABAYA. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, *1*(2), 85-93. https://doi.org/10.9744/ijfis.1.2.85-93

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 16. Factores que influyen en la pobreza de los micro y pequeños empresarios de Tepic y Xalisco, Nayarit, México.

Silvia Ledesma Hernández
Miriam Fabiola González Cobian
Xochitl Estrada Neri
Mónica Sánchez González

Universidad Tecnológica de Nayarit

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.16

Resumen

Este estudio tiene como objetivo analizar a través de la correlación logística si la calidad de vida, las características de la empresa, el perfil empresarial y el impacto económico en la familia son variables que influyen en la pobreza de los micros y pequeños empresarios de la zona centro de Nayarit, México. Esta investigación se diseñó con un enfoque cuantitativo, descriptivo y transversal, se utilizó un modelo de regresión logística para comprobar la hipótesis planteada; en el que de acuerdo con el R cuadrado de Nagelkerke se determinó que las variables independientes contribuyen en un 10.2% a explicar la variable dependiente que es pobreza multidimensional.

Palabras clave

Calidad de vida, carencias sociales, micro y pequeñas empresas, reducción de la pobreza, pobreza multidimensional

Introducción

En la década de 1980, el modelo económico en México se basaba en la competitividad internacional y el crecimiento económico, se fomentaba la exportación y la inversión extranjera con acuerdos bilaterales y multilaterales entre las regiones del mundo, por lo que las micro y pequeñas empresas (Mypes) eran consideradas como negocios no eficientes, inestables, con empleos que no son bien remunerados, lo que generó desigualdad económica y pobreza (Osorio-Novela, et al., 2021, p. 2).

En la actualidad, las Mypes son una alternativa por los bajos salarios que hay en el mercado laboral, por el desempleo, los constantes ajustes económicos, porque las empresas grandes sustituyen a la mano de obra a través del uso de alta tecnología ocasionando desempleo, porque a pesar de que muchas de estas Mypes surgen en la informalidad generando incertidumbre para el dueño, los empresarios se muestran orgullosos de tener su empresa "a pesar de la pobreza en la que viven", Osorio-Novela, et al. & Ramírez-Angulo, (2021, p. 2).

El objeto de estudio son las micro y pequeñas empresas de los municipios de Tepic y Xalisco, Nayarit, México. El objetivo de esta investigación es analizar a través de la correlación logística si la calidad de vida, las características de la empresa, el perfil empresarial y el impacto económico en la familia son variables que influyen en la pobreza de los micro y pequeños empresarios Tepic y Xalisco, Nayarit, México.

Revisión de la Literatura

La Real Academia Española (2018) define pobreza como cualidad de pobre, falta, escasez, dejación voluntaria de todo lo que se posee, y de todo lo que el amor propio puede juzgar necesario.

La pobreza es un tema que permanece como una constante a pesar de la globalización en la economía; por lo que la erradicación de la misma, es una de las metas que se han planteado los países y es por ello que la Organización de las Naciones Unidas (ONU), declara que dentro de sus objetivos se encuentra el poner fin a la pobreza mundial, de tal forma que incluyó en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en el denominado Tercer Decenio de las Naciones Unidas como un tema relevante la erradicación de la misma ya que hay más de 700 millones de personas lo que equivale al 10% de la población mundial en situación de pobreza extrema. (Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2021).

En relación con la pobreza, México como miembro de la ONU, presentó en el Consejo de Seguridad de este organismo una iniciativa que propone erradicar la pobreza extrema

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

de la población mundial a través de la aportación tripartita del 4% de las personas más ricas y de las 1000 empresas más importantes a nivel mundial, así como de la cooperación del 2% del PIB de los países que integran el grupo del G20 (ONU, 2021), la cual no ha tenido eco ni respuesta hasta la fecha.

Particularmente, en México, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), es un organismo que coordina el monitoreo y la evaluación de la política de desarrollo social, así como la medición de la pobreza; este órgano de gobierno, enfatiza que la pobreza "está asociada a condiciones de vida que vulneran la dignidad de las personas, limitan sus derechos y libertades fundamentales, impiden la satisfacción de sus necesidades básicas e imposibilitan su plena integración social" (CONEVAL, 2020, p. 3). Este organismo con datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) realiza la medición de la pobreza a nivel nacional cada dos años y por municipio cada cinco años.

Para CONEVAL, la pobreza se mide con base en tres espacios, los que le dan el carácter de pobreza multidimensional: a) el bienestar económico (necesidades básicas insatisfechas medidas a través de una canasta alimentaria y no alimentaria), b) los derechos sociales (derechos fundamentales e insustituibles para la población) y c) contexto territorial (acceso a carretera pavimentada).

Una persona se encuentra en situación de pobreza cuando tiene al menos una carencia social (en los seis indicadores: rezago educativo, acceso a servicios de salud, acceso a la seguridad social, calidad y espacios de la vivienda, servicios básicos en la vivienda y acceso a la alimentación) y su ingreso es insuficiente para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades. De acuerdo con la información de la Tabla 16.1, se considera para este estudio la pobreza multidimensional, la que presenta una o más carencias sociales, (CONEVAL, 2020) desde el punto de vista del empresario.

Lo anterior coincide con Romero y Yangari, quienes consideran que son pobres, las personas que no tienen oportunidades ni capacidades de desarrollo se encuentran socialmente en un nivel mínimo aceptado, presentan escasos "ingresos, insalubridad, desnutrición y vulnerabilidad a las enfermedades y a los impactos del medio ambiente que inciden negativamente en sus oportunidades de sobrevivir y mejorar su calidad de vida" (2016, p. 115).

Tabla 16.1

Clasificación de la pobreza multidimensional de acuerdo con CONEVAL (2021)

Pobreza	Pobreza multidimensional	Presenta una o más carencias sociales y no tiene un ingreso suficiente para satisfacer sus necesidades
1. Bienestar económico	a) Pobreza moderada (vulnerable por ingresos)	No tiene un ingreso suficiente para adquirir una canasta alimentaria y no alimentaria
	b) Pobreza extrema (línea del bienestar mínimo)	No tiene un ingreso suficiente para adquirir una canasta alimentaria.
2. Carencias sociales	a) Rezago educativo	Vulnerable por carencias sociales: presenta al menos una de las seis carencias sociales
	b) Acceso a los servicios de salud	
	c) Acceso a la seguridad social	
	d) Calidad y espacios de la vivienda digna y decorosa	
	e) Acceso a los servicios básicos en la vivienda digna y decorosa	
	f) Acceso a la alimentación nutritiva y de calidad	
3. Ámbito territorial	a) Grado de accesibilidad a carretera pavimentada	
	b) Grado de cohesión social	
Población no pobre y no vulnerable	Tiene ingresos suficientes para cubrir la canasta alimentaria y no alimentaria No presenta carencias sociales	Aquella población cuyo ingreso es superior a la línea de bienestar y que no tiene ninguna de las seis carencias sociales

Elaboración propia con datos de CONEVAL (2021).

El Planteamiento del problema

En las Mypes familiares, los empresarios y sus familias laboran en la misma empresa, muchas de las veces sin un salario específico; el dueño o la familia toman decisiones sobre la marcha del negocio, y juntos contribuyen a la permanencia del mismo, por lo que este, se convierte en una fuente de mitigación de sus necesidades básicas para subsistir, la mayoría de las veces sin un seguro médico, sin horarios de trabajo, sin capacitación, o acceso a servicios educativos (Osorio-Novela, et al., 2021; Adebayo, & Nassar, 2014), es decir el ser empresario de una Mype no garantiza un crecimiento económico personal o familiar, así como tampoco un desarrollo en la calidad de vida, del mismo empresario y familiares, así como de sus trabajadores quienes en muchas ocasiones son los mismos familiares que laboran sin percibir un sueldo establecido.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Adebayo & Nassar (2014) mencionan que, aunque hay un emprendimiento masivo de Mypes, existen trabajadores que no alcanzan a cubrir su canasta básica, por lo que puede ser que el impacto por la generación del negocio sea deficiente en la reducción de la pobreza, a pesar de los estudios que indican lo contrario (OIT, 2019; ONU, 2017; OCDE, 2017; y CEPAL, 2009) ya que sólo en algunos países del este y sudeste de Asia se ha logrado la reducción de la pobreza, por lo que existe la necesidad de estudios empíricos adicionales sobre este tema.

México con una población de 126 millones de habitantes, se sitúa dentro de los países más poblados del mundo ocupando el lugar número 11 (INEGI, 2020). La población mexicana de acuerdo con CONEVAL (2020) presenta un aumento en la pobreza en el año 2020 con respecto al año 2018 del 2%, lo que equivale a 3.8 millones de personas. Particularmente en el año 2020, la población en situación de pobreza moderada era de 44.9 millones de personas y la población en situación de pobreza extrema de 10.8 millones de personas a nivel nacional.

En relación al combate a la pobreza, en Nayarit, se percibe una alineación con la visión federal y mundial ya que se pretende que este sea el mejor lugar para vivir en el corto, mediano y largo plazo, siguiendo los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 impulsada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y el Plan Nacional de Desarrollo; lo anterior se plantea en el actual Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Nayarit (2021-2027), que en relación a temas de pobreza, particularmente en la carta de presentación de dicho documento el gobernador Dr. Navarro Quintero, externa que:

> … vamos a terminar con la pobreza alimentaria y apostar por la educación y la salud, sin dejar a nadie atrás, sin dejar a nadie fuera. Con programas de vivienda, servicios públicos de calidad, apoyo al deporte y la cultura como la mejor inversión para el bienestar de los nayaritas.

Con respecto al estado de Nayarit, CONEVAL (2020) reporta con relación a la pobreza lo siguiente:

Tabla 16.2

Porcentaje y número en miles de personas por indicador de pobreza en Nayarit

Indicadores	2018	2020	Miles de personas 2018	Miles de personas 2020
	%	%		
Población en situación de pobreza	35.7	30.4	436.5	376.6
a) Población en situación de pobreza moderada	30.1	26.6	368.4	329.6
b) Población en situación de pobreza extrema	5.6	3.8	68.1	47
Población vulnerable por carencias sociales	31.7	35.4	387.1	438.1
Población vulnerable por ingresos	6.0	7.1	72.8	87.4
Población no pobre y no vulnerable	26.6	27.2	325.6	336.4

Fuente: CONEVAL (2020b).

Nayarit cuenta con 65,574 unidades económicas, de las que los municipios de Tepic y Xalisco tienen 28,079, lo que representa el 42.82% del total del estado (INEGI, 2022). La definición de las variables de estudio, se encuentran en la tabla No. 3 de la sección de metodología.

De conformidad con lo anterior, se establece la siguiente hipótesis:

H1. La calidad de vida, las características de la empresa, el perfil empresarial y el impacto económico en la familia son variables que influyen en la pobreza de los micro y pequeños empresarios de Tepic y Xalisco, Nayarit, México.

Metodología

La investigación tiene un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, de corte transversal y alcance descriptivo. El estudio se dirigió a investigar a las micro y pequeñas empresas de la región centro del estado de Nayarit, integrada por los municipios de Xalisco y Tepic que cuentan con un total de 28,079 empresas (INEGI, 2022).

La técnica para recabar información es la encuesta a través de un instrumento denominado cuestionario con preguntas de percepción, el cual fue aplicado al director o persona que toma decisiones en las micro y pequeñas empresas de la zona centro de Nayarit.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

El instrumento fue propuesto y validado por la Red de Estudios Latinoamericanos de Administración y Negocios (RELAyN) con 225 ítems en el año 2022. El alfa de Cronbach=0.93.

Previo a recabar la información, se capacitó a estudiantes de la carrera de Administración de la Universidad Tecnológica de Nayarit para la aplicación del instrumento, quienes junto con las investigadoras del Cuerpo Académico de la carrera recabaron la información.

El método de muestreo utilizado fue el no probabilístico por conveniencia (Hernández y Mendoza, 2018). Los datos se recogieron en un solo momento, durante los meses de febrero y marzo de 2022; el instrumento podía ser contestado en papel para posteriormente ser capturado y/o directamente a través de un formulario creado en Google Forms; la muestra final fue de 421 empresas. Se descartan las medianas y grandes empresas; considerando solo las micros y pequeñas empresas, que cuentan con dos y hasta cincuenta empleados, lo que arroja un total de 358 cuestionarios válidos.

Para este estudio se seleccionaron 14 reactivos; los cuales se muestran en la Tabla 4, determinando una variable dependiente y cuatro variables que derivan en 12 indicadores que fungen en el modelo como variables independientes, así como una variable de control, las cuales se explican a continuación:

Calidad de vida: de conformidad con CONEVAL (2022) el no tener acceso a servicios de salud y servicios básicos en la vivienda, afecta las condiciones sanitarias de los residentes, sus actividades y desarrollo como individuo.

Características de la empresa: forma en que opera la empresa, formal e informal, años que ha permanecido en operaciones, consolidada o no consolidada, un dueño o varios dueños, obtiene ingresos a través de las ventas (García, et al., 2018).

Perfil empresarial: En empresario se centralizan las funciones, toma de decisiones, la cultura y valores familiares, por lo que el nivel educativo, capacitación, el número de hijos y la pareja como dependientes económicos influyen en la pobreza al carecer de alguno de ellos (García, et al., 2018).

Impacto económico en la familia: de acuerdo con CONEVAL (2022), en las familias influye el que los miembros aporten el sueldo, por lo que son vulnerables por ingresos y esto contribuye con la pobreza.

Tabla 16.3

Definición de las variables de estudio

Y= Pobreza Multidimensional. Presenta una o más carencias sociales y no tiene un ingreso suficiente para satisfacer sus necesidades, (CONEVAL, 2020).). En México, la línea de pobreza por ingresos: Valor monetario de una canasta de alimentos, bienes y servicios básicos. Canasta básica = 4,194.32 pesos urbano y rural 3,006.97 (CONEVAL, 2022). Banco Mundial, PED de Nayarit, Adebayo & Nassar (2014) indican que los ingresos insuficientes se presentan cuando son menores a 1.25 dólares a nivel mundial.		
Variables independientes	Indicadores	Definición de indicadores
Calidad de Vida	X_1 Carente por acceso a Servicios de salud	Carente si no cuenta con servicios de salud: IMSS, ISSSTE, PEMEX, (CONEVAL, 2022)
	X_2 Carente por servicios básicos en vivienda	La vivienda no cuenta con servicios básicos como agua entubada, drenaje o fosa séptica, electricidad, combustible para cocinar (CONEVAL, 2022).
Características de la empresa	X_3 Dueño del Negocio	La propiedad comercial es un componente de la riqueza comercial, por lo tanto, un indicador de viabilidad financiera de un empresario y una señal de reducción de la pobreza. El caso contrario, el no poseer la propiedad se considera signo de pobreza (Adebayo & Nassar, 2014).
	X_4 Consolidada	Para que una empresa sea considerada como consolidada, ésta debe de haber estado en operaciones por más de 3.5 años, en el caso de esta investigación se toman como empresas no consolidadas las que tienen menos de 4 años, (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2016).
	X_5 Ingresos del negocio	Representan la medida en que, para el empresario, le resulta de interés permanecer en el negocio (Adebayo & Nassar, 2014).
	X_6 Formalidad de la empresa	El emprendimiento informal es considerado un signo de pobreza, los micro y pequeños empresarios no pagan impuestos y por lo tanto no contribuyen con el crecimiento económico, (Adebayo & Nassar, 2014).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Perfil empresarial	X_7 Rezago Educativo	Carente si nació antes de 1982, es mayor a 40 años y no tiene primaria concluida. Carente si nació a partir de 1982, es menor a 39 años y no tiene secundaria concluida, (CONEVAL, 2022).
	X_8 Capacitación	Carente si no ha recibido capacitación, empresas pobres con trabajadores poco calificados (Adebayo & Nassar, 2014).
	X_9 Hijos	La baja productividad de un miembro del hogar que está trabajando con una gran carga de dependientes, (Nursini, 2020)
	X_{10} Pareja	La baja productividad de un miembro del hogar que está trabajando con una gran carga de dependientes, en el que la pareja debe de quedarse en casa sin tener una fuente de ingreso adicional, (Nursini, 2020)
Impacto económico en la familia	X_{11} Propietarios sin sueldo	El bajo nivel de productividad laboral en la producción, servicios, comercio, que se ve reflejado en los salarios que provienen de las ganancias de la empresa (Nursini, 2020)
	X_{12} Familiares sin sueldo	El bajo nivel de productividad laboral en la producción, servicios, comercio, que se ve reflejado en los salarios que provienen de las ganancias de la empresa (Nursini, 2020)
Variable de control	Otro miembro de la familia aporta ingresos	Mayores de catorce años que deben de trabajar para contribuir con recursos económicos para la familia

Elaboración propia (2023) con datos de los autores indicados.

Tabla 16.4

Operacionalización de las variables de estudio

Y= Pobreza multidimensional. Presenta una o más carencias sociales y no tiene un ingreso suficiente para satisfacer sus necesidades. (CONEVAL, 2020). Los ingresos no suficientes son menores a 1.25 dólares a nivel mundial (Banco Mundial, PED de Nayarit 2021-2027, Adebayo & Nassar (2014).			
Variables independientes	Indicadores/ Código	Preguntas	No. de Reactivo
Calidad de Vida	X_1 Carente por acceso a Servicios de salud	En promedio durante el último año ¿Cuántos trabajadores estuvieron registrados en el seguro social?	9
	X_2 Carente por servicios básicos en vivienda	¿Cuántos baños completos con regadera y W.C. (excusado) hay en la casa donde vives?	17 a
Características de la empresa	X_3 Dueño del Negocio	¿Durante cuántas generaciones tu empresa ha sido de tu familia?	3a
	X_4 Consolidada	Año de inicio de operaciones	1
	X_5 Ingresos	Durante el último año ¿Qué pasó con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? Mis ingresos personales del negocio	12 d
	X_6 Formalidad de la empresa	Elige de las opciones qué tipo de asociación describe mejor a tu empresa	2
Perfil empresarial	X_7 Rezago Educativo	Último año de estudios que terminaste	17 f
	X_8 Capacitación	¿Cuántas personas recibieron capacitación durante el último año?	8
	X_9 Hijos	¿Tienes hijos? (se asume como dependiente económico)	21
	X_{10} Pareja	Estado Civil (se asume como dependiente económico)	22
Impacto económico en la familia	X_{11} Propietarios sin sueldo	En promedio durante el último año ¿Cuántos propietarios trabajaron sin sueldo o salario fijo?	6 c
	X_{12} Familiares sin sueldo	En promedio durante el último año ¿Cuántos familiares, becarios o voluntarios trabajaron sin sueldo o salario fijo?	6 d
Variables de control	Otro miembro de la familia aporta ingresos	De todas las personas de 14 años o más que viven en tu hogar ¿Cuántas trabajaron en el último mes?	16 b

Fuente: Elaboración Propia (2023).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Análisis logit.

El análisis logit, estima la variable dependiente en función de las variables independientes, para predecir la probabilidad de que de la población, un elemento de la misma con ciertas características manifieste posibles valores, entre mayor sea ese valor, más se explica el modelo (Hair, et al., 2014). La fórmula es la siguiente:

$$P\,[Y = 1/X_1, X_2, \ldots, X_K] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 X_1 - \beta_2 X_2 - \cdots - \beta_K X_K)}}$$

En el que Y es una variable dependiente binaria (con dos posibles valores: 0 y 1). Sean un conjunto de k variables independientes, (X_1, X_2, …X_k), observadas con el fin de predecir y/o explicar el valor de Y, en el que las variables independientes explican a la variable dependiente (Angelucci-Bastidas, & Rondón-Bernard, 2021; Castro y Legorreta, 2019; y Hair et al., 2014).

Resultados

Al realizar el análisis logit la variable de control seleccionó de las 273 empresas a 170 que representan las que tienen al menos un miembro de la familia que aporta ingresos.

Tabla 16. 5

Análisis de las variables independientes por R cuadrado de Nagelkerke y Exponente β para la ecuación de predicción.

		Exponente B							
Variables independientes	Indicadores	1	2	Constante e	R cuadrado de Cox y Snell	R cuadrado de Nagelkerke	Logaritmo de verosimilitud	Incluyen casos	No incluye casos
Calidad de Vida	X_1 Carente por acceso a Servicios de salud	1.053	1.245	-0.788	0.4%	0.6%	180.655	170	103
	X_2 Carente por servicios básicos en vivienda	1.245			0.0%	0.0%	180.655	170	103
Características de la empresa	X_3 Dueño del Negocio	1.129	1.245	-0.417	0.9%	1.3%	180.655	170	103
	X_4 Consolidada	1.414	1.245	-0.868	0.2%	0.3%	180.655	170	103
	X_5 Ingresos	1.693	1.245	-0.964	0.3%	0.4%	180.655	170	103
	X_6 Formalidad de la empresa	1.241	1.245	- 0.607	0.0%	0.0%	180.655	170	103

Perfil empresarial	X_7 Rezago Educativo	1.294	1.245	-0.301	0.5%	0.7%	180.655	170	103
	X_8 Capacitación	0.973	1.245	-0.760	0.8%	1.3%	180.655	170	103
	X_9 Hijos	0.722		-0.775	2.6%	3.9%	176.243	170	103
	X_{10} Pareja	1.179	1.245	0.830	0.0%	0.1%	180.655	170	103
Impacto económico en la familia	X_{11} Propietarios sin sueldo	1.084	1.245	-0.644	0.6%	0.9%	180.655	170	103
	X_{12} Familiares sin sueldo	1.199	1.245	-0.363	0.2%	0.3%	180.655	170	103
Variables de control	Y = Otro miembro de la familia aporta ingresos								

Elaboración propia (2023)

En una primera etapa se hace un análisis bivariante (cada variable independiente con la variable dependiente), los resultados se presentan en la Tabla 16.5, donde se puede observar en color verde, los seis indicadores que tienen más significancia para la variable dependiente (pobreza multidimensional), de acuerdo con el R cuadrado de Nagelkerke.

En la segunda etapa se construyó el modelo de regresión logit con las seis variables independientes, dando como resultado la información que presenta la Tabla 16.6, siguiente:

Tabla 16.6

Exponente β para la ecuación de predicción y R Cuadrado de Nagelkerke para el modelo

Variables independientes	**Indicadores**	**Exponente B**
Calidad de Vida	X_1 Carente por acceso a Servicios de salud	0.472
Características de la empresa	X_3 Dueño del Negocio	0.744
Perfil empresarial	X_7 Rezago Educativo	-0.715
	X_8 Capacitación	0.584
	X_9 Hijos	1.018
Impacto económico en la familia	X_{11} Propietarios sin sueldo	0.333
R cuadrado de Nagelkerke (modelo)		0.102
Constante (del modelo)		-0.305

Elaboración propia (2023).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Con la información anterior, se procedió a construir la ecuación de regresión logística con la fórmula siguiente:

$$P\,[Y = 1/X_1, X_2, \ldots, X_K] = \frac{1}{1 + e^{(-\beta_0 - \beta_1 X_1 - \beta_2 X_2 - \cdots - \beta_K X_K)}}$$

$$P\,(Y = MYPES\ Pobres) = \frac{1}{1+e(0.305-0.472(1)-0.744(1)-(-0.715)(1)-0.584(1)-1.018(1)-333(1))}$$

$$= \frac{1}{1 + 2.71828183^{(-2.131)}} = 0.8938$$

El resultado 0.8938 indica la probabilidad de que las variables independientes X1, X3, X7, X8, X9, X11 asignando un valor constante de 1, contribuyan con la pobreza del micro y pequeño empresario de Tepic y Xalisco, Nayarit. La significación estadística de (0.305) muestra que el modelo con las variables introducidas mejora el ajuste de forma significativa. Retomando el planteamiento de la hipótesis de estudio:

H1. La calidad de vida, las características de la empresa, el perfil empresarial y el impacto económico en la familia son variables que influyen en la pobreza de los micro y pequeños empresarios de Tepic y Xalisco, Nayarit, México.

Se acepta la Hipótesis del modelo propuesto con las variables independientes X1, X3, X7, X8, X9, X11 que contribuyen en un 10.2% (Ver tabla 3, R cuadrado de Nagelkerke obtenido en este modelo) Y= Pobreza multidimensional, es decir la carencia en la calidad de vida, las características de la empresa, el perfil empresarial, y el impacto económico en la familia, generan pobreza multidimensional en los empresarios de las Mypes.

Discusión

Con relación a la pobreza multidimensional se identifica en el modelo de regresión logística que los empresarios enfrentan problemas en el acceso a servicios de salud, propiedad del negocio, rezago educativo, falta de capacitación, por el número de hijos como dependientes económicos y por el trabajo sin sueldo; en este sentido Romero y Yangari (2016) señalan que las Mypes que muestran indicadores que influyen en la pobreza, éstos no deben de ser atacados de forma individual sino en conjunto, ya que como menciona Nursini (2020), el valor que han creado este tipo de negocios no ha podido disminuir la diferencia entre el gasto promedio per cápita entre los pobres.

En coincidencia con los factores encontrados en el modelo que influyen en la pobreza de las Mypes de la región centro de Nayarit; con relación a la propiedad comercial,

Adebayo & Nassar (2014) afirman que es un indicador de riqueza y viabilidad financiera del negocio, caso contrario a lo que sucede en la región de estudio. Con respecto al rezago educativo; Romero y Yangari (2016) en su investigación en Ecuador concluyeron que la escolaridad y el empleo son variables que contribuyen a reducir la pobreza, por lo que la inversión en educación es primordial en Tepic y Xalisco.

Por otra parte, existe una concordancia con Adebayo & Nassar (2014) en la variable de los hijos, ya que entre más dependientes económicos tenga el empresario y continúe con las mismas condiciones empresariales, mayor pobreza; adicionalmente Varela y Ocegueda (2020) mencionan que dentro de las variables que explican la pobreza se encuentran los dependientes económicos, la carencia social asociada a la baja tasa de acceso seguridad social y la informalidad empresarial son predictores de la pobreza.

Conclusiones

En un mundo globalizado, donde se ha alcanzado una sorprendente prosperidad en algunos países contrasta la millonaria cifra de personas que viven en condiciones de pobreza o pobreza extrema, carecientes de las condiciones mínimas que les permitan vivir dignamente, situación que requiere la participación activa de todos los sectores y entes económicos en el mundo, así como en nuestro país y la zona de estudio. Derivado de los hallazgos de la presente investigación se considera conveniente hacer las siguientes aportaciones:

Se requieren políticas y mecanismos por parte del Estado, que faciliten el acceso a los servicios de salud al empresario-trabajador y sus familiares; así mismo, se sugiere promover la cultura de auto asignarse un salario que le permita vivir en condiciones dignas.

Se identifica falta de capacitación y rezago educativo, por lo que se recomienda fortalecer la vinculación con los empresarios, el gobierno e instituciones educativas para realizar servicios de apoyo para el desarrollo empresarial, de tal forma que en un futuro próximo estas Mypes obtengan beneficios económicos que se traduzcan en disminución de la pobreza y desarrollo económico.

Se considera necesario realizar futuros estudios que permitan indagar sobre el tema de los dependientes económicos y su influencia en la administración del negocio, para determinar en qué medida la toma de decisiones de este grupo, impacta en la pobreza y sobrevivencia de estas unidades económicas, sobre todo en las empresas de venta de alimentos, abarrotes o similares, en las que suele haber descapitalización, por lo que es primordial que se separe administrativamente el negocio, asignando un sueldo fijo a los trabajadores.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Finalmente cabe resaltar que el combate a la pobreza a nivel mundial, requiere la activa participación de distintos actores, por mínima que esta parezca, donde destaca el papel que juega el gobierno desde la generación de políticas públicas y oportunidades para la creación y desarrollo de las Mypes en nuestras localidades, reconociendo que estas últimas pueden ser el detonante del crecimiento a partir de generar mejores condiciones económicas que impacten en los empresarios y sus familiares.

Referencias

Adebayo, N. A., & Nassar, M. L. (2014). Impact of Micro and Small Business Entrepreneurship and Poverty Reduction in Ibadan Metropolis, South Wester Nigeria. *International Review of Management and Business Research*, *3*(3)

Angelucci-Bastidas, & Rondón-Bernard, J. E. (2021). Adherencia al tratamiento en diabetes tipo 2: Un modelo de regresión logística. Caracas 2017-2018. *Medicas UIS*, *34*(2), 29-39, https://doi.org/10.18273/revmed.v34n2-2021003

Castro, R. M. y Legorreta, P. G. (2019). Análisis Espacial de Vecindad Continua y regresión logística en el modelado espacial de probabilidad de ocurrencia de deslizamientos. *Investigaciones geográficas*, (98), 00006. https://doi.org/10.14350/rig.59760

Consejo Nacional de la Evaluación de la Política de Desarrollo Social. CONEVAL. (2022). *Medición de la pobreza*. Recuperado el 14 de octubre de 2022 de:http://sistemas.coneval.org.mx/InfoPobreza/Pages/wfrLineaBienestar?pAnioInicio=2016&pTipoIndicador=0

Consejo Nacional de la Evaluación de la Política de Desarrollo Social. CONEVAL. (2021). Nota técnica sobre la medición multidimensional de la pobreza, 2018 – 2020. https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Documents/MMP_2018_2020/Notas_pobreza_2020/Nota_tecnica_medicion_multidimensional_de_la_pobreza_2018_2020.pdf

Consejo Nacional de la Evaluación de la Política de Desarrollo Social. CONEVAL (2020). *Resultados de pobreza en México 2020 a nivel nacional y por entidades federativas.* Recuperado el 22 de septiembre de 2022 de: https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/PobrezaInicio.aspx

Consejo Nacional de la Evaluación de la Política de Desarrollo Social. CONEVAL (2020b). Población en situación de pobreza por entidad federativa, 2020. Recuperado el 16 de octubre de: http://sistemas.coneval.org.mx/InfoPobreza/Pages/wfrMapaPobreza?pTipoPobreza=1&pTipoIndicador=1#divRegionGrafica

García, G. C.R., Pereyra, Ch., A.M., y Canto, E. A.M. (2018). La profesionalización en la microempresa familiar: primeros pasos para alcanzarla. *Revista del Centro de Graduados e -Investigación. Instituto Tecnológico de Mérida*, *33*(70), 67-73

Hair Jr, Hult, Ringle, & Sarstedt. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.

Hernández, S. R. y Mendoza, T. (2018). Metodología de la investigación, las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Ciudad de México, México: Editorial McGraw-Hill Education.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI. (2022). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas.* Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI. (2020*). Resultados generales del Censo de Población y Vivienda.* https://cuentame.inegi.org.mx/poblacion/habitantes.aspx

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI (2020a). *Principales resultados de la encuesta nacional de ocupación y empleo (nueva edición) (ENOE) de noviembre de 2020.* Recuperado el 12 de febrero de 2021 de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/enoe/15ymas/doc/enoe_n_nota_tecnica_1120.pdf

Instituto de Planeación del Estado de Nayarit. *Plan Estatal de Desarrollo Nayarit 2021-2027. Con visión estratégica de largo plazo.* Recuperado de: http://www.hacienda-nayarit.gob.mx/Documentos/plan2021.pdf

Nursini, N. (2020). Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) and poverty reduction: empirical evidence from Indonesia, *Development Studies Research*, *7* 153-166, DOI: 10.1080/21665095.2020.1823238

Osorio-Novela, G. Mungaray-Lagarda, A. & Ramírez-Angulo, N. (2021). Social Enterprise in Mexico, a New Business Classification. *Sustainability*, *13*. https://www.mdpi.com/2071-1050/13/16/9264. 10.3390/su13169264

Romero, T. y Yangari, G. (2016). Relación entre el emprendimiento y la pobreza en Ecuador: un enfoque cantonal utilizando técnicas de econometría espacial. *Revista Económica.* 114-126

Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales. (2021). *Día Internacional para la Erradicación de la Pobreza. Por la pandemia de COVID-19, la indigencia en el mundo podría incrementarse en un 8%.* Recuperado el 2 de mayo de 2022 de: https://www.gob.mx/semarnat/es/articulos/dia-internacional-para-la-erradicacion-de-la-pobreza-285661?idiom=es

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 17. Análisis del Entorno de Trabajo Seguro e Igualdad de Oportunidades y Trato en las MYPEs en Zapotlán el Grande, Jalisco.

María Nancy Esmeralda Arredondo Mata
María del Carmen Casillas Velázquez
Alma Gabriela Martínez Moreno
Adriana Lorena Fierros Laran

Universidad de Guadalajara

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.17

Resumen

El objetivo de esta investigación es explorar las variables de entorno de trabajo seguro e igualdad de oportunidades y trato en la MYPEs de Zapotlán el Grande, Jalisco. A través de un estudio exploratorio de tipo cuantitativo y diseño transversal, se obtuvo información de 124 empresarios que contestaron un cuestionario específico para evaluar las variables, en el periodo comprendido de marzo a julio de 2023. Los resultados mostraron una mayor frecuencia de respuestas favorables sobre el entorno seguro que los empresarios de las MYPEs proporcionan a sus colaboradores, para fortalecerse y crecer, buscando el mejoramiento de la entidad económica y de su equipo de trabajo.

Además; se observa que, a pesar de que son pequeñas organizaciones, la mayoría de los empresarios son hombres y han fomentado en sus equipos de trabajo, la equidad y la igualdad de género, sobre todo respetando que la remuneración por los servicios sea equitativa.

Palabras clave

Entorno de trabajo seguro, Igualdad de oportunidades, MYPEs

Introducción

La presente investigación parte de los supuestos establecidos en la agenda 2030 de la Asamblea General de Naciones Unidas (AGNU) con relación al objetivo 8 «Trabajo decente (TD) y crecimiento económico» que responde a la preocupación por promover el crecimiento económico y los empleos decentes que favorezcan la mejora de los estándares de vida (OIT, 2015). Ciertamente, son pocos los estudios que dan muestra de las prácticas de gestión encaminadas al TD en nuestro país, mientras que, estudios en poblaciones semiurbanas, semirurales o rurales no se cuenta con información, (Robles, 2023).

Zapotlán el Grande, es un municipio del estado de Jalisco, México. Se localiza en la Región Sur, su nombre proviene del náhuatl y significa Tzapotlan (Lugar junto a los árboles de zapote o lugar de frutos redondos, donde se veneraba la diosa Tzapotlatena, que curaba con emplastos de resina). Su extensión territorial es de 295,29 km². Según el Censo de Población y Vivienda 2020, el municipio tiene 115 141 habitantes y la cabecera municipal cuenta con 98 750 habitantes y se dedican principalmente al sector terciario, la cabecera municipal es Ciudad Guzmán, (IIEG, 2022). El municipio cuenta con un total de 6,236 empresas, de las cuales el 10.5% se dedican a la industria, 70.2% al comercio y 46% a servicios (INEGI, 2022).

Revisión de la Literatura

Entorno y Trabajo Seguro

Para entrar en contexto es necesario definir a qué le llamamos Entorno y Trabajo Segur (ET) y como tal la OIT (2020) lo define:

> "Un ambiente de trabajo seguro y saludable es aquel en el que se eliminaron los riesgos o donde se tomaron todas las medidas prácticas razonables y factibles para reducir los riesgos a un nivel aceptable y donde se integra la prevención como parte de la cultura organizacional". (párr.1)

Desde el siglo pasado y en 1944, la Conferencia General de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), reconoce en su Constitución y propiamente en el anexo a esta, la obligación de dicho organismo de promover entre los países miembros, programas que permitan entre otros, medidas de seguridad social para garantizar ingresos para cubrir asistencia médica completa, así como proteger la vida y la salud de los trabajadores en todas sus ocupaciones. La Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento (2022), en 1998 consideraba 4 puntos fundamentales: 1) la libertad de asociación y la libertad sindical y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva, 2) la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio,

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

3) la abolición efectiva del trabajo infantil y, 4) la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación. El 11 de junio de 2022, la Conferencia Internacional del Trabajo enmendó esta Declaración para añadir las condiciones de trabajo seguras y saludables como el quinto principio y derecho.

Lo anterior muestra la importancia y la conciencia que se va forjando en el mundo de que los trabajadores gocen de condiciones de higiene en los lugares donde desempeñan sus actividades, que estén protegidos de accidentes de trabajo, que cuenten jornadas de trabajo dignas, entre otras cosas y en caso de que sufran accidentes o enfermedades de trabajo, ellos y sus familias estén protegidos.

En 2020, año en que el mundo sufrió la pandemia de COVID-19 que trajo tanto caos de salud, laboral, familiar, se revolucionó el mundo, ya que se tuvo la necesidad de realizar lo que hoy se conoce como teletrabajo, que antes de esta fecha era muy poco practicado; por lo cual se tuvieron que dictar reglas que tanto a patrones como a trabajadores favorecieran.

Según La Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento (2022), "El aumento del trabajo a distancia y de las diferentes modalidades de los contratos de trabajo plantean nuevos retos para la reglamentación de seguridad y salud y su aplicación" (p.1). Los artículos 22 al 25 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), muestran claramente la protección a los derechos a la seguridad social, a la libre elección del trabajo, al descanso, a la remuneración digna que permita cubrir las necesidades de alimentación, educación, vestido, vivienda, así como seguros en caso de desempleo, viudez y enfermedad.

Según Arredondo, Davia y Varela (2023), "En la región de América Latina y el Caribe la calidad del trabajo sufrió un importante deterioro en las últimas décadas con la disminución en los salarios reales y un aumento en la informalidad", también dicen que "Son numerosos los empleos existentes carentes de seguridad social, derechos laborales y mal remunerados, con elevadas tasas de pobreza laboral".

En México el apoyo a micro, pequeñas y medianas empresas ha sido creciente en los últimos años y de la mano van las políticas implementadas en las mismas para crecer en su recurso financiero y humano, lo que lleva a cuidar a su personal, evitar accidentes de trabajo, capacitarlo y más. Investigando sobre empresas y actividad laboral, se encontró que el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) fue un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, que tenía por objeto instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en el mercado nacional e internacional

para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social, así como coadyuvar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y productividad empresarial (2023).

El Fondo Nacional de Emprendedores (FNE, 2019), según sus reglas de operación tiene como objetivo general aumentar la productividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, principalmente las ubicadas en los SECTORES PRIORITARIOS, mediante acciones que favorezcan el acceso al financiamiento, desarrollo de capital humano, fortalecimiento de capacidades productivas, tecnológicas y de innovación; así como su inserción en cadenas de valor y proveeduría.

Según el párrafo anterior se desprende que, con este fondo se busca fortalecer el desarrollo del capital humano, que se puede traducir en búsqueda de condiciones de entorno y trabajo seguro en los emprendedores, que regularmente inician como micro y pequeñas empresas. Según Baltodano, G. y Leyva, O. 2020, "los inicios de una empresa pueden ser muy duros basados en las altas cifras de muerte durante su primer año" (p.21), también refieren que "los esfuerzos de los últimos diez años no han sido suficientes para mejorar las condiciones de trabajo y las brechas de productividad entre las empresas de diferentes tamaños" (p.21).

En el Plan Estatal de Desarrollo y Gobernanza del Estado de Jalisco 2018-2024 Visión 2030, en su eje 3, Desarrollo y crecimiento económico, y en el sub eje 3.5, Competencias y capacidades del capital humano, refiere a la vinculación con el Plan Nacional de Desarrollo (PND), en el que objetivo 2.11 es: promover y garantizar el acceso a un trabajo digno, con seguridad social y sin ningún tipo de discriminación, a través de la capacitación en el trabajo, el diálogo social, la política de recuperación de salarios y el cumplimiento de la normatividad laboral, con énfasis en la población en situación de vulnerabilidad. El objetivo 3.2 del dicho PND es: propiciar un ambiente que incentive la formalidad y la creación de empleos y, que permita mejorar las condiciones laborales para las personas trabajadoras. Jalisco tiene en sus consideraciones, un mejor plan de vida para los trabajadores, con condiciones salubres, con trabajo digno (también llamado trabajo decente), con cumplimiento de sus derechos sociales, económicos y laborales. Las micro y pequeñas empresas en esta entidad y según el rango de esta investigación, en Zapotlán el Grande, hay una alta falta de seguridad social en las empresas y prestaciones laborales, lo cual significa que falta mucho por hacer para los trabajadores y con ello generar un entorno y trabajo seguro.

La Igualdad de Oportunidades y Trato

La búsqueda constante de una sociedad justa y equitativa ha llevado a la reflexión y acción en diversos ámbitos, y uno de los pilares fundamentales de este ideal es la igualdad de oportunidades y trato entre hombres y mujeres. A lo largo de la historia, las mujeres han enfrentado

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

desafíos y discriminación en diversos aspectos de la vida, desde el ámbito laboral hasta el acceso a la educación y la participación en la toma de decisiones. En la actualidad, la promoción de la igualdad de género no solo representa un imperativo ético, sino también un requisito indispensable para construir sociedades prósperas y sostenibles. Explorar y comprender la importancia de garantizar igualdad de oportunidades y trato para ambos géneros es esencial para fomentar la diversidad, la inclusión y el progreso social.

Este tema no solo aborda cuestiones de justicia social, sino que también incide directamente en el desarrollo integral de las comunidades y en la construcción de un futuro donde cada individuo, independientemente de su género, pueda alcanzar su máximo potencial. Igualdad de género es definida por la OSAGI (Oficina del Asesor Especial en Cuestiones de Género y Adelanto de la Mujer) como: "la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres, y las niñas y los niños". La igualdad no significa que las mujeres y los hombres sean lo mismo, sino que los derechos, las responsabilidades y las oportunidades no dependen del sexo con el que nacieron. La igualdad de género supone que se tengan en cuenta los intereses, las necesidades y las prioridades tanto de las mujeres como de los hombres, reconociéndose la diversidad de los diferentes grupos de mujeres y de hombres (UNESCO, 2023).

Hablar de la igualdad de oportunidades y trato entre hombres y mujeres es un principio fundamental en el ámbito laboral y empresarial, dicho principio no excluye a las Micro, Pequeñas y Mediana Empresas (MYPE), por el contrario, la oportunidad de promover la igualdad de género en la MYPEs es esencial para fomentar un ambiente laboral justo y equitativo, con ello promover un ambiente positivo en el éxito y la sostenibilidad de estas empresas. En la actualidad los empresarios deben promover estas prácticas de igualdad y existen algunas formas de hacerlo, por ejemplo: desarrollar y aplicar políticas de igualdad de género internas que promuevan y lo lleven a la práctica cotidiana, respetar y aplicar la igualdad de salarios por trabajos de igual valor, llevar a cabo promociones basadas en el mérito en lugar del género y generar espacios o entonos de trabajo libres de discriminación y acoso.

A nivel internacional este proceso de igualdad de oportunidades y trato es respaldado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, por sus siglas (PENUD) que comparte metodología para aplicar estudios sobre igualdad de género e incluye aspectos como salud reproductiva, empoderamiento político, social y mercado laboral entre hombres y mujeres, herramientas que han permitido a nuestro país levantar estudios estadísticos económicos que reflejan la tasa de participación en el mercado laboral.

En México la promoción de liderazgo femenino surgió desde hace 10 años atrás con ahínco, impulsando a las mujeres exitosas desde las PYMES hasta las grandes empresas y puestos políticos; y a su vez, dentro de las MYPEs se ha observado el liderazgo femenino a través de programas de mentoría y desarrollo profesional. Otra de las actividades que señala es el fomentar la diversidad: las MYPEs pueden esforzarse por tener una fuerza laboral diversa que refleje la igualdad de género. Esto no solo es ético, sino que también puede aportar diferentes perspectivas y habilidades al negocio, lo que puede mejorar su rendimiento. Por otro lado, es importante considerar la conciliación trabajo-familia, factor significativo que no se debe descuidar, una de las acciones para fomentar esta interacción es ofrecer opciones de trabajo flexibles, como horarios de trabajo ajustables, permisos de maternidad y paternidad que pueden ayudar a garantizar que tanto hombres como mujeres logren equilibrar sus responsabilidades laborales y familiares de manera equitativa. La igualdad de oportunidades y trato para hombres y mujeres en las MYPEs no solo es una cuestión de justicia, también puede contribuir al éxito y la sostenibilidad de estas empresas al aprovechar al máximo el talento y la diversidad de su fuerza laboral. Cada vez más consumidores y socios comerciales valoran y apoyan a empresas comprometidas con la igualdad de género.

En el estado de Jalisco el IIEG (Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco), realizó un estudio al cierre de noviembre 2022, donde calcula el Índice de Desigualdad Económica de Género (IDEG), datos que tienen resultados sobre la disminución de las brechas entre mujeres y hombres en materia económica. La desigualdad económica en Jalisco ha disminuido desde 2013, al pasar de 0.349 en el primer trimestre de ese año, a 0.320 en el tercer trimestre de 2022. En el tercer trimestre de 2021 el IDEG en Jalisco tuvo un repunte a 0.355 y, aunque disminuyó en el cuarto trimestre de ese año, la desigualdad económica de género en la entidad aumentó ligeramente desde ese trimestre. No obstante, con respecto al mismo trimestre del año anterior, en el tercer trimestre de 2022 se tiene una disminución anual de la desigualdad económica entre hombres y mujeres. Comparada con el resto del país, la desigualdad económica entre mujeres y hombres en Jalisco se encuentra por debajo del promedio nacional. El IDEG de Jalisco en el tercer trimestre de 2022 fue de 0.320 y lo ubica en el lugar 25 de mayor desigualdad en el país, mientras que el IDEG nacional es de 0.335. Las entidades que registraron la mayor desigualdad económica de género en ese periodo fueron Zacatecas (0.403), Puebla (0.395) y Guerrero (0.377). La desigualdad económica más baja se observó en Ciudad de México con un valor del IDEG de 0.264, (IIEG, 2022).

Quizá los lectores puedan opinar, sugerir y redactar estas prácticas y promociones, se dice fácil, sin embargo, en las MYPEs implica un esfuerzo adicional pero controlable porque el número de trabajadores que representan en nuestro país, la clasificación de las MYPEs

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

se basa en varios criterios, como el número de empleados y las ventas anuales que generan dicha clasificación se puede resumir de la siguiente manera:

a) Microempresa son negocios de todos los sectores con un máximo de 10 empleados. La venta máxima permitida es de $4 millones de pesos, con un límite máximo de $4.6 millones de pesos. La secretaria de Economía, establece que las microempresas en México producen el 15% del PIB y representan el 40% del empleo en el país, (SE, 2023).

b) Las pequeñas empresas en el sector industrial y de servicios, pueden tener de 11 a 30 empleados y facturar entre $40 y $100 millones de pesos. Su objetivo es dedicarse a la producción o prestación de servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores. Por otro lado, las empresas pequeñas representan más del 3% total de las empresas y casi el 15% de empleos en el país. Asimismo, este tipo de empresas aportan más del 14% del PIB de México.

c) Por otro lado, las medianas empresas en el sector comercial pueden tener de 31 a 100 empleados, mientras que, en el sector de servicios, el rango es de 51 a 100 empleados. Ambos sectores pueden facturar entre $100 y $250 millones de pesos anuales. Estas empresas se enfocan en desarrollar competitividad con base en la mejora de organización y procesos. Representan el 1% de las empresas del país y casi el 17% de los empleos en México. Por último, las empresas medianas en México generan más del 22% del Producto Interno Bruto, (INEGI, 2023).

La igualdad de oportunidades y trato entre hombres y mujeres en México es un objetivo importante tanto en el ámbito laboral como en la sociedad en general. A lo largo de los años, México ha tomado medidas para promover la igualdad de género y combatir la discriminación de género. A continuación, se destacan algunas de las acciones y leyes que han contribuido a fomentar la igualdad de género en México:

1. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 1, menciona que queda prohibida toda 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 sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menos cavar los derechos y libertades de las personas.

2. Ley Federal del Trabajo: prohíbe la discriminación de género en el ámbito laboral y establece disposiciones para garantizar la igualdad de salarios por trabajos de igual valor, así como permisos de maternidad y paternidad.

3. Ley General de Igualdad entre Mujeres y Hombres: México promulgó esta ley, que establece los principios y bases para la igualdad de género en todas las áreas de la vida pública y privada. Esta legislación establece la igualdad de oportunidades y trato como un principio fundamental.

4. Políticas de igualdad de género en el sector público: El gobierno mexicano ha implementado políticas para fomentar la igualdad de género en el sector público, incluyendo la promoción de la participación de las mujeres en cargos de liderazgo y la implementación de programas de capacitación en igualdad de género.

5. Programas de apoyo a mujeres emprendedoras: Se han implementado programas y políticas que brindan apoyo a las mujeres emprendedoras y empresarias para fomentar su participación en el mundo empresarial.

6. Educación y sensibilización: Se han llevado a cabo campañas de sensibilización y programas educativos para promover la igualdad de género y combatir la violencia de género.

A pesar de estos esfuerzos, persisten desafíos en México en lo que respecta a la igualdad de género, incluyendo la brecha salarial de género, la violencia de género y la falta de representación de las mujeres en cargos de liderazgo en el sector público y privado; sin embargo, el país continúa trabajando para abordar estos problemas y promover la igualdad de oportunidades y trato entre hombres y mujeres. La igualdad de género es un proceso continuo que requiere el compromiso de la sociedad en su conjunto, incluyendo gobiernos, empresas y ciudadanos, para lograr un México más igualitario y justo.

Metodología

La presente investigación es parte del resultado del grupo de investigación MX-UGDL08 perteneciente a la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN) (2023). A través de un estudio cuantitativo de diseño transversal, se analizaron variables económicas en MYPEs del municipio de Zapotlán el Grande, Jalisco, México (Peña & Aguilar 2023).

Objetivo

Explorar las variables económicas de entorno de trabajo seguro e igualdad de oportunidades y trato en las MYPEs en Zapotlán el Grande, Jalisco, México a través de datos descriptivos.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Hipótesis

Existen condiciones de trabajo seguro en las MYPEs de Zapotlán el Grande, Jalisco. Debido al mayor número de empresarios hombres, la igualdad de oportunidades y trato es inequitativo en las MYPEs.

Diseño de Estudio

Con relación al diseño del estudio que se aplicó, fue de tipo descriptivo dado que se pretende caracterizar la percecpión del trabajo decente, como variable de análisis, en el caso de las MYPEs del municipio de Zapotlán el Grande, Jalisco, México, tomando en cuenta el enfoque a dos variables de estudio que se consideran importantes: entorno y trabajo seguro e igualdad de oportunidades y trato. Cabe señalar que el proceso de validez a la investigación se hizo con el referente de triangulación de investigadores, ya que dos de los integrantes del grupo de colaboradores llevan líneas de investigación referente a las variables en cuestión.

Participantes

El estudio fue aplicado en el año 2023 con propietarios de MYPEs ubicadas en Zapotlán el Grande, Jalisco, México. El levantamiento de encuestas inicialmente fue por un muestreo de 384; sin embargo, se tuvo que hacer una adecuación para llevar a cabo un muestreo por conveniencia, debido a la situación de violencia que se vive en este municipio, el contexto geográfico de Zapotlán el Grande ubicado en el Sur de Jalisco, colindando con Colima y cerca de Michoacán, impidió aplicar el 100 % de la muestra establecida, solo se aplicaron el 50%; además que se invalidaron 68 encuestas ya que los empresarios se negaban a dar información financiera y personal por la misma situación de inseguridad y temor de ser expuestos a extorción.

Tabla 17.1

Datos socioeconómicos

	Género		Giro de MYPE		
Encuestados	**Mujeres**	**Hombres**	**Comercio**	**Servicios**	**Manufactura**
Número	52	72	87	34	3
%	41.94	58.06	70.16	27.42	2.42

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17.2

Continuación de datos socioeconómicos

	Nivel de estudios			Mujeres en el negocio		
Encuestados	Educación básica	Medio superior	Superior	Sin mujeres	1-10	11-30
Número	16	43	65	24	96	4
%	12.90	34.68	52.42	19.35	77.42	3.23

Fuente: Resultados de las encuestas, base de datos (RELAYN) (2023), adaptación propia.

Siendo mayoría directivos masculinos, que oscilan entre los 19 y 76 años de edad, con un promedio de 46 años y una moda de 48 años. Sin duda el nivel de estudios de los empresarios encuestados es favorable, la mayoría tiene nivel superior, es decir licenciatura. Otro dato relevante por destacar es que en cuanto al estado civil de los empresarios el 64.5% son casados y solo el 14.5% son solteros.

Resultados:

En lo que respecta a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los 124 empresarios MYPEs, cuatro de las preguntas se enfocaban a las variables de estudio de la presente investigación y se muestran a continuación:

Tabla 17.3

Relativo a la variable entorno y trabajo seguro

22n) Mi equipo de trabajo se siente seguro realizando sus actividades	
De acuerdo	43
Muy de acuerdo	73
Desacuerdo	4
No aplica	4
Total	124

Fuente: Resultados de las encuestas, base de datos (RELAYN) (2023), adaptación propia.

Es de llamar la atención que el 59% de los encuestados manifiestan que su equipo de trabajo se siente en un entorno y trabajo seguro, seguido del 35% que manifiesta estar de acuerdo solamente; sin embargo, la gran mayoría manifiesta darle a sus trabajadores protección.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 17.4

Complemento a la variable entorno y trabajo seguro

22o) En los últimos doce meses, mi equipo de trabajo no ha tenido accidentes desempeñando sus actividades laborales.	
De acuerdo	53
Desacuerdo	4
Muy de acuerdo	57
Muy en desacuerdo	1
No Aplica	9
Total	124

Fuente: Resultados de las encuestas, base de datos (RELAYN) (2023), adaptación propia.

El 89% de los encuestados refieren estar muy de acuerdo y de acuerdo respecto a la baja incidencia de accidentes de trabajo; lo anterior muestra que el desarrollo de las actividades de sus colaboradores ha sido en los últimos meses dentro de los parámetros de la seguridad laboral.

Tabla 17.5

Variable de igualdad de oportunidades y trato

22l) Aquí se dan las mismas oportunidades de crecimiento para hombres y mujeres.	
De acuerdo	43
Muy de acuerdo	73
Desacuerdo	5
No aplica	3
Total	124

Fuente: Resultados de las encuestas, base de datos (RELAYN) (2023), adaptación propia.

El 59% de los empleadores respondieron estar muy de acuerdo en que ofrecen a sus colaboradores igualdad de oportunidades, lo que lleva a trato equitativo en cuestión de género, seguido del 35% que manifiesta estar de acuerdo.

Tabla 17.6

Complemento a la variable de igualdad de oportunidades y trato

22m) Aquí se les paga igual a hombres y mujeres.	
De acuerdo	40
Muy de acuerdo	76
Desacuerdo	5
No aplica	3
Total	124

Fuente: Resultados de las encuestas, base de datos (RELAYN) (2023), adaptación propia.

Respecto a la remuneración económica por el desempeño de actividades, el 61% manifiesta estar muy de acuerdo en la igualdad de trato sin diferenciar género, el 32% refiere estar de acuerdo. Lo anterior muestra que los empleadores cumplen con el trato igualitario en su mayoría.

Discusión

Los resultados de esta investigación exploratoria son alentadores; sin embargo, no hay elementos para comparar los datos con otra investigación de PYMEs en Zapotlán el Grande. En el Estado de Jalisco, se identificó un estudio realizado en la Región Costa Sur, donde según Díaz, Cavazos, Ramírez y Michel (2021) refieren: "Los resultados muestran que los empresarios más jóvenes valoran menos la toma de decisiones conjunta, aunque ostentan menos prejuicios ante la equidad de género y salarios equitativos" (p.12). Es importante mencionar que, como trabajo exploratorio, esta investigación tiene algunas limitaciones, ya que la muestra fue pequeña, sería importante crecerla para ver los resultados que arroje, además de dirigirla a un solo giro de negocio, para que impacte en los beneficios que se obtengan.

Conclusiones

Se concluye con esta investigación que sí existen condiciones de trabajo seguro en las MYPEs de Zapotlán el Grande, Jalisco; sin embargo, en la hipótesis de referencia a inequidad de trato respecto a las oportunidades para los colaboradores, se concluye, que pese a lo que se establecía en la hipótesis, el resultado fue favorable; esto es, sí se percibe condiciones de trabajo seguro, igualdad de oportunidades y trato. Se exhorta a seguir trabajando en investigación para MYPEs, ya que es necesario que se genere información al respecto, pues los resultados al hacerse públicos pueden favorecer al crecimiento empresarial en el municipio de Zapotlán el Grande, Jalisco.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Referencias

Arredondo, Rocío. Davia, María. Varela, Rogelio. (2023). Trabajo decente en México: la influencia

del entorno económico y la apertura al exterior. Problemas del Desarrollo. Abril 2023. vol. 53, núm. 211.

Cámara de Diputados, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), Artículo 1, 5 de febrero de 1917, México.

Cámara de Diputados, LXV Legislatura de la Paridad, la inclusión y la Diversidad, 2023. De https://web.diputados.gob.mx/inicio

Diario Oficial de la Federación (2019). Secretaría de Economía. Reglas de operación para el Fondo Nacional Emprendedor para el ejercicio fiscal 2019. https://www.inadem.gob.mx/wp-content/uploads/2019/02/ROFNE2019_28022019.pdf

Díaz, C. Cavazos, J. Ramírez, A. Michel, G. (2021). Análisis de las condiciones administrativas, equidad de género, capacitación y desarrollo de la empresa en las pymes en Autlán de Navarro (Jalisco, México). Revista visión Contable. 23, 12-39. file:///C:/Users/ingreso/Downloads/document%20(2)%20(1).pdf

Desarrollo, P. d. (6 de NOVIEMBRE de 2023). PENUD/UNDP. Obtenido de htt:/undp.org/esGeografía, I. N. (6 de noviembre de 2022). INEGI. Obtenido de http:/www.inegi.org.mx/temas/dn/#informacion_general

Gobierno de Jalisco. Plan Estatal de Desarrollo y Gobernanza del Estado de Jalisco 2018-2024 Visión 2030. https://plan.jalisco.gob.mx/3-5-competencias-y-capacidades-del-capital-humano/.

IIEG, Instituto de Información estadística y geográfica de Jalisco, pag. 30, 2022. https://iieg.gob.mx/ns/wp-content/uploads/2022/11/Zapotl%C3%A1n-El-Grande.pdf

Baltodano, G.Leyva, O. (2020). La productividad Laboral: una mirada a las necesidades de las pymes en México. Revista Ciencia Jurídica y Política. 15-30. https://camjol.info/index.php/rcijupo/article/view/11228/13097

Oficina del Asesor Especial en Cuestiones de Género y Adelanto de la Mujer (OSAGI) http://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsandefinitions.htm (en inglés).

Organización de las Naciones Unidas. La Declaración Universal de los Derechos Humanos. https://www.un.org/es/about-us/universal-declaration-of-human-rights

Organización Internacional del Trabajo. (2020). Entornos seguros y saludables, una guía para apoyar a las organizaciones empresariales a promover la seguridad y la salud en el trabajo. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/declaration/documents/normativeinstrument/wcms_716596.pdf

Organización Internacional del Trabajo. (2022). La Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y su seguimiento. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---declaration/documents/normativeinstrument/wcms_716596.pdf

Peña, N., & Aguilar, O. (2023). *El trabajo decente desde la perspectiva de directores y directoras. Resultados de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas.* En *El trabajo decente desde la perspectiva de directores y directoras. Resultados de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas. Metodología y resultados generales de investigación.* (1st ed., tomo I, pp. 7-15) iQuatro Editores.

Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios. (RELAYN) (2023). *Investigación anual*. N. Peña & O. Aguilar (coords.) https://relayn.redesla.la. (N. Peña & O. Aguilar, Coords). RedesLA https://redesla.la

Robles, C. (2023). El trabajo decente desde la perspectiva de directores y directoras. Resultados de las micro y pequeñas empresas latinoamericanas. *(*N. Peña & O. Aguilar, Coords.; 1st ed., tomo I) iQuatro Editores

Secretaría de Economía (2023). Contacto ciudadano. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/1035/2.6.6_INADEM.pdf

UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura; Boletín de Igualdad de Género página web https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digitallibrary/cdis/Iguldad%20de%20genero.pdf

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 18. Percepción de los Directivos sobre el Trabajo en Equipo y su Relación con el Clima Organizacional en Mypes de Mazatlán y Rosario, Sinaloa: Un Análisis Sistémico

María Amparo Lizárraga Morales
Marco Antonio Prieto García
Daniel Alberto Aguirre Castillo
Juana Eugenia Olaguez Torres

Universidad Autónoma de Occidente y Universidad Politécnica de Sinaloa

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.18

Resumen

Desde un enfoque regional, se realiza una investigación cuantitativa cuyo objetivo es analizar el impacto de la percepción de los directivos sobre el trabajo en equipo y su relación con el clima organizacional en las Mypes de Mazatlán y Rosario, Sinaloa; a una muestra de 480 directivos, mediante encuestas. En el análisis descriptivo se encontró que, desde su perspectiva, existe una tendencia homogénea en impulsar condiciones laborales con igualdad de oportunidades y equidad salarial entre géneros; y, en el estudio correlacional, el trabajo en equipo impacta de manera significativa en su clima organizacional.

Palabras clave

Clima organizacional, Equidad salarial, Igualdad, Mypes, Trabajo en equipo

Introducción

La expectativa de mejorar el entorno laboral, bajo una perspectiva regional, en un escenario globalizado demanda un estudio sistémico multifactorial, en este contexto, en México se han impulsado políticas públicas alineadas al Objetivo 8 de la Agenda 2030 del desarrollo sostenible, que busca promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos (Naciones Unidas, 2023); lo que hace reflexionar sobre el impacto de estas iniciativas en la micro y pequeña empresa (Mypes) en los municipios de Mazatlán y Rosario en el estado de Sinaloa, México, porque no existen datos que indiquen si los directivos realizan estos esfuerzos con la finalidad de respetar unas condiciones de trabajo dignas para sus colaboradores.

De acuerdo con el último Censo Económico publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020), el 98.3% del universo de unidades económicas está constituido por Mypes, generan el 78% del empleo nacional y son un motor importante en la economía del país. Sin embargo, presentan una serie de dificultades que determinan su permanencia, entre ellas, la perspectiva de los directivos sobre el clima organizacional en función de la práctica de las habilidades directivas que desarrollan, en particular el trabajo en equipo, ya que su construcción representa un compromiso activo de cada miembro para lograr el éxito compartido y maximizar la efectividad de la colaboración (Belbin, 2013). Considerando que son indispensables para la actividad diaria el desarrollo planeado e innovación constante en las empresas, en un entorno laboral positivo enmarcado en el ODS 8 de la Agenda 2030. Por ello, surgen las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuál es la percepción de los directores sobre el Trabajo en Equipo y su relación con el Clima Organizacional en las Mypes de Mazatlán y Rosario, Sinaloa? ¿Cuál es la percepción de los directivos sobre la Igualdad de Oportunidades y Trato e Ingresos Adecuados y Equidad en Remuneración entre hombres y mujeres?

Esta investigación tiene por objetivo analizar la percepción de los directivos sobre el Trabajo en equipo y su relación con el Clima Organizacional en Mypes de Mazatlán y Rosario, Sinaloa, considerando las Oportunidades de Crecimiento y Trato e Ingresos Adecuados y la Equidad en Remuneración para establecer estrategias que permitan crear un entorno laboral positivo y efectivo.

Revisión de la Literatura

La cultura organizacional es una temática que ha tenido gran relevancia e importancia aún desde los años 70 u 80; la cual debe estar presente en cada organización, ya que esta, es la

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

encargada de medir el rendimiento tanto individual como colectivo de los trabajadores (Robbins, 2005, citado por Miquilena & Paz, 2008).

En la actualidad las organizaciones se encuentran en un entorno globalizado, tecnológico y competitivo, sin dejar de lado el tema social, sabemos que los entes sociales son indispensables para su actividad diaria, desarrollo planeado e innovación constante, por lo anterior se puede comentar que el clima organizacional incide en las motivaciones y el comportamiento que tienen los miembros de una organización, su origen radica en la sociología, disciplina en la cual el concepto de organización dentro de la teoría de las relaciones humanas, enfatiza la importancia del hombre en su función del trabajo por su participación en un sistema social (Armenteros & Sánchez, 2015).

Al respecto Chiavenato (2009) dice que el clima organizacional es la calidad del ambiente percibida por los integrantes de la organización. Puede ser favorable cuando mejora su ánimo; o bien, desfavorable cuando produce frustración al no satisfacer sus necesidades personales. Además, está relacionado con el nivel de motivación de las personas. En cambio, Arévalo (2007) integra las definiciones anteriores, declarando que el clima organizacional es la percepción que tienen los trabajadores en cuanto a los aspectos de su ambiente laboral y de qué manera afecta en ellos al momento de ejecutar sus labores. Asimismo, Serrano & Portalanza (2014), quienes citan a Brunet (1987), refieren al clima organizacional como una serie de características que son percibidas tanto directa como indirectamente por los trabajadores de una organización. Cabe destacar que cada empleado percibe el entorno en el que se desenvuelve de manera diferente. Por lo tanto, es la expresión individual de la percepción que los directivos y trabajadores se plasman de la organización donde se desempeñan. Por su parte, Schein, E. (2010), hace mención que el clima organizacional es el conjunto de características que describen una organización y que la diferencia de otras organizaciones. Es la forma en que los miembros de la organización perciben estas características. Mientras que Luthans, F. (2008) comenta que es un componente crucial de la cultura organizacional y puede influir en el comportamiento de los empleados. Por lo que, el estudio del clima organizacional es esencial para comprender cómo los factores ambientales afectan el comportamiento y la efectividad de los empleados (Colquitt, J., Lepine, J. &JWesson, M., 2017).

En lo que refiere al trabajo en equipo, se caracteriza por la comunicación fluida entre las personas, basada en relaciones de confianza y de apoyo mutuo. Se centra en las metas trazadas en un clima de confianza y de apoyo recíproco entre sus integrantes, donde prevalezca la sinergia (Matos de Rojas, et al. 2018). Basado en el estudio de Salas-Arbeláez, García & Murillo (2017), quienes analizan las variables en el sentido de la integración de la cultura

en la organización, definen que, la dirección en la empresa se caracteriza por promover el trabajo en equipo, el consenso y la participación, y agregan que el éxito de la empresa se basa en el trabajo en equipo, el compromiso e interés por los trabajadores.

Se ha observado que la productividad y clima laboral en conjunto van relacionados, un escenario utópico donde se cubren objetivos de la empresa y del equipo de trabajo con una vinculación exitosa entre ambos, es decir si el clima laboral se asciende y se mejora la eficiencia de los empleados, generando productividad, que, a su vez, fortalece al propio clima laboral, creándose una sinergia que se autoalimenta y potencia constante y cíclicamente (Pilligua Lucas, & Arteaga Ureta, 2019). En ese sentido, el trabajo en equipo es un proceso colaborativo donde individuos con habilidades complementarias se comprometen a alcanzar metas comunes y compartidas mediante la cooperación mutua, la comunicación efectiva y la sinergia para maximizar el rendimiento colectivo (Belbin, 2013).

Para Blanchard, K. (2015), el trabajo en equipo es el esfuerzo conjunto de las personas que trabajan juntas para lograr un objetivo común y compartido. Es sobre cómo aprovechar la diversidad de habilidades y experiencias para alcanzar un rendimiento superior; mientras que para Lencioni, P. (2003), el trabajo en equipo es la capacidad de un grupo para llevar a cabo sus metas y objetivos de manera efectiva y eficiente a través de la colaboración y la coordinación. Por lo anterior, el trabajo en equipo es un componente crucial de la cultura organizacional y puede influir en el comportamiento de los empleados (Luthans, 2008). Sobre este aspecto, pero enfocado a las Mypes de América Latina, Ibarra, L. & Paredes, D. (2023) establecen que la habilidad directiva de mayor impacto en el clima organizacional es el trabajo en equipo.

Metodología

La presente investigación se llevó a cabo en 2023 con propietarios de micro y pequeñas empresas ubicadas en Mazatlán y Rosario, Sinaloa, México.

Las hipótesis planteadas en esta investigación son:

H1. Para el directivo, desde su perspectiva, considera significativo el impacto del trabajo en equipo en el clima organizacional de las Mypes de Mazatlán y el Rosario, Sinaloa.

H2. Para el directivo, desde su perspectiva, no considera significativo el impacto del trabajo en equipo en el clima organizacional de las Mypes de Mazatlán y el Rosario, Sinaloa.

H3. Para el directivo, desde su perspectiva, genera ampliamente las mismas oportunidades de crecimiento y trato para hombres y mujeres, en las Mypes de Mazatlán y el Rosario, Sinaloa.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

H4. Para el directivo, desde su perspectiva, considera que existen ingresos adecuados y la equidad en remuneración a hombres y mujeres, en las Mypes de Mazatlán y el Rosario, Sinaloa.

La investigación se realiza con un enfoque cuantitativo, a través de un diseño no experimental, de corte transversal con alcance descriptivo y correlacional. Se utilizó el muestreo probabilístico aleatorio simple de las mypes, cuya cantidad de colaboradores oscila entre 2 y 50 trabajadores, buscando un 95% de confianza, con 5% de error. Se aplicaron un total de 480 encuestas del 2 de marzo al 08 de abril de 2023, mediante un instrumento de medición tipo encuesta dirigida a los directores de estas organizaciones, con la ayuda de estudiantes que fueron capacitados para aplicar dicho instrumento. El instrumento de medición se integró por seis apartados. El primero de ellos, con datos que abordan aspectos generales de la empresa: tamaño de la empresa, personal ocupado, ingresos y gastos. Una segunda parte aborda los datos del directivo y el tiempo de dedicación a las labores de la empresa. La tercera parte se enfocó a los insumos del sistema: recursos humanos, análisis del mercado y proveedores. En una cuarta parte del instrumento de medición se exponen los procesos del sistema: dirección, gestión de ventas, finanzas, innovación, mercadotecnia, producción-operación. La quinta parte estuvo integrada por los resultados del sistema: satisfacción del sistema, ventaja competitiva, RSC-Asuntos de ISO 26000, valoración del entorno y, por último, la sexta parte quedó integrada por los dos temas anuales de investigación: a) el trabajo decente desde la perspectiva directiva y b) el impacto de las habilidades directivas (negociación, toma de decisiones, liderazgo, comunicación, trabajo en equipo) sobre el clima organizacional. Para las secciones comprendidas del tercer al sexto bloque se emplea una escala de Likert de cinco puntos, los cuales van de 'muy en desacuerdo' (1) a 'muy de acuerdo' (5)

El alfa de Cronbach para el instrumento fue de 0.905; que de acuerdo con Tuapanta et al. (2017) un resultado en este análisis menor a 0.30 significa que el instrumento de investigación no es confiable; un resultado entre 0.30 y 0.5, el instrumento es de regular confiabilidad; un resultado entre 0.50 y 0.7, es que el instrumento es de confiabilidad moderada, y con un resultado mayor a 0.70, el instrumento de investigación es altamente confiable, por lo que se puede decir que el cuestionario usado en este estudio es altamente confiable.

Las variables principales consideradas para llevar a cabo este análisis son el Trabajo en equipo (TE) y el clima organizacional (CO), mientras que las variables complementarias son la Igualdad de oportunidades y de trato (IOT), así como las variables de Ingresos Adecuados y equidad en remuneración a hombres y mujeres (IAER) dichas variables predominan en la literatura y en los diferentes modelos conceptuales, además de ser las más importantes para Whetten y Cameron, adicionalmente tienen como propósito estar enfocadas hacía el

trabajo decente y el clima organizacional desde la perspectiva de los directivos de las micro y pequeñas empresas ubicadas en los municipios de Mazatlán y Rosario, Sinaloa, México. Las definiciones conceptuales para cada una de las variables se muestran en la Tabla 18.1.

Tabla 18.1

Definiciones conceptuales de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional
Trabajo en equipo (TE)	Fomentar la colaboración conjunta entre los integrantes que conforman un equipo de trabajo, a través del talento individual, la comunicación, las competencias y las fortalezas de cada uno en su relación con los demás, para lograr el cumplimiento de un objetivo común (Viamontes & Oliva, 2015).	10 ítems
Clima organizacional (CO)	Variable que media entre el contexto de una organización y la conducta de sus empleados o miembros, desde la perspectiva del cómo ellos experimentan el trabajo en sus empresas (King, Hebl, George & Matusik, 2010).	10 ítems
Igualdad de oportunidades y de trato (IOT)	Mide la percepción de la equidad de género y la paridad con relación a tipos de puestos, promoción y salarios entre hombres y mujeres que el directivo ofrece al colaborador.	2 ítems
Ingresos Adecuados y equidad en remuneración a hombres y mujeres (IAER)	Mide la percepción de la equidad en la remuneración en cuanto a la suficiencia para cubrir necesidades básicas del trabajador, para hombres y mujeres que el directivo ofrece al colaborador.	2 ítems

Resultados

Con base a los datos recabados por el instrumento, se continúa en realizar un estudio estadístico descriptivo de las cuatro variables de estudio definidas en la Tabla 18.1, utilizando el software Minitab 17 a través del módulo de estadísticas se procesan 480 datos obteniendo los siguientes resultados, que se muestran en la Tabla 18.2.

Tabla 18.2

Estadística Descriptiva de las variables de estudio

	TE	CO	IOT	IAER
N	480	480	480	480
Media	4.48	4.45	4.49	4.35
Desviación estándar	0.48	0.51	0.68	0.63

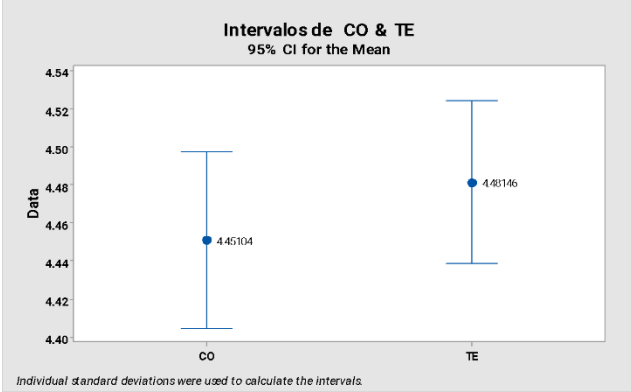
Fuente: Elaboración propia, utilizando Minitab 17

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En la Tabla 18.2, se declara el análisis estadístico descriptivo al procesar los datos obtenidos en cada variable de estudio a través de Minitab 17, del cual se obtienen la medida de tendencia central (Media) y variabilidad (Desviación estándar), proporcionando información sobre la perspectiva del directivo de las Mypes de Mazatlán y el Rosario, Sinaloa en cada variable, se observa que en la variable clima organizacional (CO) el directivo de las Mypes coinciden significativamente en estar de acuerdo (Media 4.45) y con poca variabilidad (Desviación estándar 0.51) que en sus empresas el entorno laboral es justo, organizado, comunicativo, con empatía al reconocer su desempeño y proporcionan espacios de trabajo pertinentes, así también el equipo adecuado a sus colaboradores, se detecta que la perspectiva personal del directivo de las Mypes coinciden significativamente en estar de acuerdo (Media 4.48) y con poca variabilidad (Desviación estándar 0.48) que con sus colaboradores se promueve el trabajo de equipo (TE), se observa que el directivo de las Mypes coinciden significativamente en estar de acuerdo (Media 4.49) y con poca variabilidad (Desviación estándar 0.68) en conducirse y actuar hacía sus colaboradores con igualdad de oportunidades y de trato (IOT), ahora bien; la perspectiva del directivo de las Mypes al estar de acuerdo en contribuir con ingresos adecuados y equidad en remuneración a hombres y mujeres (IAER) es significativa (Media 4.35) con poca variabilidad (Desviación estándar 0.63). Al utilizar Minitab 17 con su módulo de estadística y con opción a un análisis gráfico se procesan los datos de la variable CO & TE seleccionando solo resultado estadístico descriptivo de su media y desviación estándar, se encuentra que ambas variables tienen un comportamiento similar, lo que nos dice que la perspectiva del directivo Mypes coinciden significativamente en estar de acuerdo en promover el trabajo en equipo y un clima organizacional adecuado como se muestra en la Figura 1, lo cual nos impulsa a realizar una análisis de regresión entre ambas variables con el propósito de conocer si existe algun impacto del trabajo en equipo en el clima organizacional de las Mypes de Mazatlán y el Rosario, Sinaloa.

Figura 18.1

Medias y desviación estándar del clima organizacional y trabajo de equipo.



Fuente: Elaboración propia, utilizando Minitab 17

A continuación, utilizando Minitab 17 con el módulo estadística en la opción de regresión se realiza el modelo de regresión entre las variables clima organizacional (CO) y trabajo de equipo (TE), el cual se muestra los siguientes resultados en la Tabla 18.3.

Tabla 18.3

Modelo de Regresión Lineal

Resumen del Modelo				Prueba del Modelo	
S	R-sq	R-sq (adj)	R-sq (pred)	F - Value	P - Value
0.328811	0.595	0.594	0.591	703.87	0.000
Ecuación de regresión			CO = 0.734 + 0.8295 TE		
Coeficientes del Modelo – Clima Organizacional					
Predictor	Estimador	EE	t	p	
Constante	0.734	0.141	5.21	0.000	
Trabajo en equipo	0.829	0.031	26.53	0.000	
Fuente: Elaboración propia, utilizando Minitab 17					

El modelo de regresión lineal es un modelo estadístico que determina la relación entre variables, en este caso, con el propósito de medir el impacto que tienen la habilidad directiva de trabajo en equipo (TE) sobre el clima organizacional (CO), donde el CO es la variable independiente y la variable dependiente es TE, los coeficientes de modelo muestra a detalle la ecuación de regresión CO = 0.734 + 0.8295 TE donde la variable Constante equivale a 0.734, mientras que la variable de Trabajo en equipo tiene un valor de 0.829; se identifica que el P – Value es cero alcanzando un resultado estadísticamente significativo al ser P Value

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

< 0.05, es decir para el directivo, desde su perspectiva, considera significativo el impacto del trabajo en equipo en el clima organizacional de las Mypes de Mazatlán y el Rosario, Sinaloa.

Discusión

Una vez analizados los resultados obtenidos de las micro y pequeñas empresas (Mypes) ubicadas en los municipios de Mazatlán y Rosario, Sinaloa, se revelaron factores que delinean una visión directiva con respecto a la igualdad de oportunidades y de trato (IOT), ingresos adecuados y equidad en remuneración a hombres y mujeres (IAER), trabajo en equipo (TE) y clima organizacional (CO); así también, su grado representativo del trabajo de equipo con relación al clima organizacional. Este enfoque tiene como meta impulsar el crecimiento económico y fomentar empleos de calidad que mejoren los estándares de vida en la región. Todo esto se alinea con el objetivo 8 de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, que comprende 17 objetivos fundamentados en los principios de universalidad, integridad y la transformación positiva de las condiciones de vida en el planeta.

La muestra para este estudio consistió en 480 directivos, donde la naturaleza de las actividades empresariales, el 63,5% corresponde al ámbito comercial, un 32.5% a la prestación de servicios y solamente4% a la producción de manufacturas.

El análisis estadístico descriptivo muestra una tendencia central significativa e incertidumbre moderada en las dos variables de estudio igualdad de oportunidades y de trato (IOT), ingresos adecuados y equidad en remuneración a hombres y mujeres (IAER); lo anterior indica que la percepción del directivo(a) es homogénea en estar de acuerdo en que el ingreso del equipo de trabajo le permite cubrir sus necesidades básicas y los salarios se establecen de acuerdo con el rendimiento y preparación de cada miembro del equipo, se otorgan las mismas oportunidades de crecimiento para hombres y mujeres; como también, la remuneración es igualitaria para ambos.

Con el propósito de medir el impacto que tienen la habilidad directiva de trabajo se llevó a cabo la aplicación de encuestas las cuales de acuerdo con el alfa son ampliamente significativas; lo que permite argumentar que desde la perspectiva del directivo(a) considera representativo del trabajo de equipo con relación al clima organizacional en las Mypes de Mazatlán y el Rosario, Sinaloa; se hace mención que el análisis estadístico descriptivo muestra una tendencia central significativa e incertidumbre moderada en ambas variables, lo que muestra homogeneidad en criterios entre los directivos y directivas en las Mypes de Mazatlán y el Rosario, Sinaloa.

Conclusiones

En el análisis sistémico de micro y pequeñas empresas (Mypes) en Mazatlán y Rosario, Sinaloa, se identificaron factores clave que influyen en la visión directiva en aspectos como igualdad de oportunidades y trato equitativo, ingresos adecuados, equidad de remuneración, trabajo en equipo y clima organizacional. Estos elementos buscan impulsar el crecimiento económico y generar empleos de calidad, alineándose con el objetivo 8 de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible. Con la muestra aplicada a directivos, principalmente en el sector comercial (63.5%), se encontró una percepción uniforme sobre la importancia de ofrecer igualdad de oportunidades y trato, así como en la equidad salarial entre géneros. Un análisis de regresión lineal reveló una correlación significativa entre la habilidad directiva de trabajo en equipo y el clima organizacional, lo que indica que los directivos consideran que el trabajo en equipo tiene un impacto representativo en el clima organizacional de las Mypes en Mazatlán y Rosario, Sinaloa. Derivado de lo anterior, los directivos de las pymes deben canalizar las diferentes capacidades del personal; para ello, se debe diagnosticar y capitalizar las competencias fundamentales del equipo y sus fortalezas. También, establecer criterios precisos para asegurar que los materiales, productos, procesos y servicios sean consistentes e invertir en capacitación para el fortalecimiento del trabajo en equipo en un entorno laboral positivo y productivo.

Referencias

Arévalo, E. (2007). Clima escolar y niveles de interacción social en estudiantes de secundaria del Colegio Claretiano de Trujillo Actualidades Investigativas en Educación, 2 (2007), págs. 1-3

Belbin, M. (2013). Roles de Equipo en el trabajo. Madrid (España): Belbin Spain & Latam.

Chiavenato I. (2009). Comportamiento organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones. McGraw Hill, México.

Colquitt, J., LePine, J. & Wesson, M. (2016). Organizational Behavior: Improving Performance. s.l: McGraw-Hill.

Ibarra, L. & Paredes, D. (2023). *Habilidades directivas y Clima organizacional. Resultados de una investigación en las micro y pequeñas empresas latinoamericanas.* (N. Peña y O. Aguilar, coords., 1a ed., tomo I). Peter Lang.

Iglesias, A. L., & Sánchez, Z. T. (2015). Generalidades del clima organizacional. MediSur, 13(3), 455-457.

King, E.B., Helb, M.R., George, J.M. & Matusik, S.F. (2010). Understanding tokenism: Antecedents and consequences of a psychological climate of gender inequity. Journal of Management, 36(2), 482-510. https://doi.org/10.1177/0149206308328508

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Lencioni, P. (2003). Las cinco disfunciones de un equipo. Barcelona: Ediciones Urano.

Luthans, F. (2002) Organizational Behavior, McGraw-Hill, Irwin, Nueva York, p. 23.

Matos de Rojas, Y., Martina Mejía, M., Barreto, YA y Vethencourt, M. (2018). El trabajo en equipo para promover la participación de los actores sociales. Telos , 20 (2), 226-247.

Miquilena, D; Paz, A. (2008). La cultura como fuente de compromiso del capital humano en las organizaciones modernas. Recuperado de http://www.publicaciones.urbe.edu/index. php/forumhumanes/article/viewArticle/475/1170.

Naciones Unidas. (2023). La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/

Pilligua, C. F., & Arteaga., F. M. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas. estudio caso: Hardepex Cía. Ltda. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, XV (28).

RELAYN. (2024). Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios. https://relayn.redesla.la (N. Peña & O. Aguilar, Coords). RedesLA https://redesla.la.

Salas-Arbeláez, García, & Murillo. (2017). Efecto de la cultura organizacional en el rendimiento de las PYMES de Cali, Suma de Negocios, Volume 8, Issue 18, Pages 88-95, ISSN 2215-910X, https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2017.11.006

Schein, E. (1988). La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica. Plaza & Janes Editores.

Serrano, B. & Portalanz, C. (2014) Influencia del liderazgo sobre el clima organizacional, Suma de Negocios, Volume 5, Issue 11, 2014, Pages 117-125, ISSN 2215-910X, https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70026-6.

Tuapanta, J.V., Duque M.A. & Mena, A.P. (2017). Alfa de Cronbach para validar un Cuestionario de uso de TIC en Docentes Universitarios. https://core.ac.uk/download/pdf/234578641.pdf

Viamontes, M.O., & Oliva, E.J.D. (2015). Las agrupaciones corales como estrategia de formación de competencias para trabajo en equipo en las organizaciones: una perspectiva comparativa. Suma de Negocios, 6(13), 92–97. https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.008

Capítulo 19. Factores que inciden en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en Ciudad Juárez, Chihuahua.

Brenda Marcela Salcido Trillo
Anayancin Coronado Granados
Lorena Mendoza Giner
María de los Ángeles López Martínez

Universidad Tecnológica de Ciudad Juárez

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.19

Resumen

El presente proyecto plantea las correlaciones que existen entre la influencia de los factores externos sobre la estructura organizacional de las micro y pequeñas empresas en Ciudad Juárez, Chihuahua, y que relevantes en la planeación estratégica y desarrollo de estas. Donde se muestra por medio de la aplicación de un instrumento de medición, con el apoyo del programa estadístico SPSS, y cuya validación se dio mediante el alfa de Cronbach, mostrando que existe una correlación entre la influencia percibida de los factores externos y la estructura organizacional de la misma.

Palabras clave

Empresas, Micro y pequeñas empresas, mypes

Introducción

A lo largo de muchos años, diversos investigadores han coincidido que la micro y pequeñas empresas tienen una gran relevancia en el país, debido al número de unidades económicas que representan y al impacto macroeconómico de las mismas (RELAYN, 2017). Donde según Ayay, Vásquez, Ramírez-López, & Alvarado (2021) la integración de las organizaciones con su entorno les brindará la base para enfrentarse a cualquier cambio, generando una ventaja competitiva.

Este tipo de empresas son conformadas entre 0 a 50 empleados, teniendo una administración de corte familiar donde la mayoría de las decisiones se centran en dicho núcleo familiar. Este sector según (COPARMEX, 2022) representó durante el 2019 alrededor del 95% total de empleos a nivel nacional, mientras que en el 2023 se redujo a un 59.9% (INEGI, 2024), es por ello por lo que el presente estudio tiene como objetivo mostrar la correlación e influencia de los aspectos generales de la empresa, recursos humanos, análisis de mercado, producción y operaciones en el desarrollo de la propia organización, lo cual permitirá generar estrategias para elevar su competitividad y enfrentar desafíos para la continuidad en un ambiente turbulento (Rodríguez, Cano, & Ruiz, 2019)

Es importante mencionar que previo a esta investigación, las mipes en Ciudad Juárez frente a la pandemia COVID-19 se apoyaban en el uso de los servicios virtuales, sin embargo, la permanencia de las mismas requiere de la generación de nuevas estrategias. Lo anterior, respalda los resultados obtenidos, donde destaca que la mayor parte de las empresas están constituidas sin contar un registro vigente ante la SHCP, mostrando un incremento en la informalidad, pero a la vez en el emprendedurismo, para retomar estrategias que aseguren la eficiencia de las operaciones a nivel local en un primer inicio y su posterior expansión, logrando una permanencia a corto y a largo plazo. Lo anterior representa una oportunidad para las Instituciones de Educación Superior para apoyar en la asesoría de las mipes y apoyar a los emprendedores en el establecimiento y fortalecimiento de estas, a fin de asegurar su permanencia en el mercado.

Revisión de la Literatura

Una organización es aquella que funciona como un sistema abierto, el cual se adapta, aprende e interactúa con los diferentes elementos a su alrededor, forjando un proceso de interacción y aprendizaje, que va desde tener una conciencia individual hasta llegar al colectivo, lo cual se refleja en la cultura organizacional, logrando cambios radicales, no solo en los productos y procesos, sino en la propia empresa.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Para fines del presente proyecto, se puede definir a las micro y pequeñas empresas como organizaciones conformadas por personas que invierten sus capitales en las mismas, sin recibir subsidios, ni beneficios extras a diferencias de una empresa de gran tamaño, donde la mayoría de éstas no siguen protocolos económicos o financieros y su conocimiento viene completamente de su experiencia en el quehacer diario (Gonzáles, 2015).

En la actualidad México cuenta con un 99.8% de micro y pequeñas empresas, donde según Posada, Aguilar y Peña (2016), éstas generan alrededor de un 72.3% de las fuentes de empleo (Martínez, 2022).

Sin embargo, a partir del 2019 frente a la crisis del COVID-19, éstas han enfrentado diversos cambios, los cuales las han puesto a prueba en cuanto a su subsistencia, debido al incremento en el uso de las tecnologías de la información, las redes sociales y el cambio de la infraestructura para hacer más accesible la empresa a las necesidades de los clientes y su entorno.

Dentro de esta dinámica, las mipes han tenido que buscar nuevas formas para la rápida identificación y provecho de tendencias en el mercado, su operación, sus relaciones con el entorno y la asimilación tecnológica (Carvajal-Mendoza & Alvarez-Tituano, 2021), con el fin de garantizar la continuidad de sus operaciones como empresa. Según datos del Banco de Desarrollo de América Latina, se estima que el confinamiento afectó al 60% de las micro y pequeñas empresas, y de forma similar con un 51% a las empresas de mediano tamaño.

Un ejemplo claro lo muestra Demuner (2021), al realizar un estudio del uso de las redes sociales que emplean los encargados de las mipes, donde se puede observar que un 24% tuvieron que acudir a financiamiento externo, mientras que un 16% se vieron ante la encrucijada de despedir a parte de su personal. Lo anterior, muestra que ante la necesidad, el uso de las redes sociales ha sido una estrategia de gran impacto, ya que plataformas como Facebook y WhatsApp permitieron el intercambio de bienes y servicios, reduciendo el riesgo y permitiendo que se mantuvieran las operaciones.

Sin embargo, lo anterior no solo tuvo un impacto positivo, sino también negativo, al incrementar el índice de informalidad entre las micro y pequeñas empresas, derivado de la necesidad de subsistir de sus dueños, lo cual obstaculiza los esfuerzos de las diferentes dependencias por ejercer un control eficiente para aplicar medidas sanitarias (Chávez Gonzáles, 2020).

Este tipo de actos impacta en las mipes, ya que entran en una desaceleración y estancamiento de la elaboración de bienes, quedando su economía paralizada ante la falta de competencia, provocando una tendencia hacia su inevitable cierre.

Por su parte, muchas mipes optaron por encontrar estrategias que les permitieran fortalecer su relación con su entorno, tales como las alianzas estratégicas, venta de filiales, reducción de su línea de productos, cambios en la cultura y estructura de la empresa, lo cual les brindó cierta estabilidad ante un entorno tan incierto.

Metodología

La naturaleza de la investigación fue cuantitativa, al medirse la correlación de las variables de aspectos generales de la empresa, recursos humanos, análisis de mercado, producción y operaciones, frente a la variable de planeación estratégica y desarrollo de la empresa.

Donde se optó por la selección de un diseño no experimental al no manipularse las variables de estudio, descriptivo-transversal mostrando la relación de las variables, que se aborda desde una perspectiva cuantitativa.

A partir de la recopilación de datos con una muestra de 402 empresas, teniendo una población de 108,021 unidades económicas (Gobierno de Chihuahua, 2022) y 1'512,450 habitantes.

Empleando como herramienta de recolección de datos un cuestionario que abarca las variables de aspectos generales de la empresa, recursos humanos, análisis de mercado, producción y operaciones, tomando como referencia los resultados obtenidos a partir del uso del programa SPSS.

Considerando una confiabilidad de 95% y un margen de error del 5%. Donde se obtuvo una diferencia significativa en las variables relacionadas y un crecimiento de la organización, por medio de una escala Likert con 30 ítems. Aplicando una prueba estadística con la correlación de Pearson.

Resultados

A partir de la información obtenida por medio del programa SPSS, se realizó el cálculo de la prueba del Alfa de Cronbach que representa la confiabilidad y validez de los ítems relacionados a las variables con un valor de 0.955. Considerando las variables de Aspectos Generales, Recursos Humanos, Análisis de mercado, operaciones-procesos y proveedores.

Dentro de este estudio se consideraron las hipótesis de:

Ho: Existe una diferencia considerable entre las variables (Aspectos Generales, Recursos Humanos, Análisis de mercado, operaciones-procesos y proveedores) durante el año 2019 y el 2022.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Ha: No existe una diferencia considerable entre las variables (Aspectos Generales, Recursos Humanos, Análisis de mercado, operaciones-procesos y proveedores) durante el año 2019 y el 2022.

Aplicando la prueba estadística de correlación de Pearson, la cual nos arroja los resultados de la correlación entre de las variables, mostrando el grado de significancia para poder aceptar o rechazar la hipótesis.

De acuerdo a los resultados obtenidos que se muestran en la siguiente tabla, la variable aspectos generales con la variable Operaciones – Procesos es la de mayor significancia con un valor p= 0.709, al igual es significativa con la variable Recursos Humanos con un valor p= 0.663, como también con Análisis del Mercadeo con un valor p= 0.605; la variable Recursos Humanos con la variable Análisis del Mercadeo con un valor p= 0.682, al igual es significativa con Operaciones - Procesos con un valor p= 0.559, como también con Proveedores con un valor p= 0.509; la variable proveedores con Análisis del Mercadeo con un valor p= 0.627; lo anterior muestra que no se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 19.1

Correlación entre variables

Correlación entre variables						
		Aspectos Generales	Recursos Humanos	Análisis del Mercadeo	Operaciones-Procesos	Proveedores
Aspectos Generales	Correlación de Pearson	1	0.661**	0.603**	0.708**	0.491**
	Sig. (Bilateral)	.-.	0	0	0	0
	N	402	402	402	402	402
Recursos Humanos	Correlación de Pearson	0.663**	1	0.682**	0.555**	0.508**
	Sig. (Bilateral)	0	.-.	0	0	0
	N	402	402	402	402	402
Análisis del Mercadeo	Correlación de Pearson	0.605**	0.682**	1	0.465**	0.627**
	Sig. (Bilateral)	0	0	.-.	0	0
	N	402	402	402	402	402

Correlación entre variables						
Operaciones-Procesos	Correlación de Pearson	0.709**	0.559**	0.466**	1	0.461**
	Sig. (Bilateral)	0	0	0	.-.	0
	N	402	402	402	402	402
Proveedores	Correlación de Pearson	0.489**	0.509**	0.627**	0.463**	1
	Sig. (Bilateral)	0	0	0	0	.-.
	N	402	402	402	402	402

Fuente: Obtenida del programa SPSS

Aunado a lo anterior, es importante resaltar la percepción por parte de los dueños de la mypes en relación con el comportamiento de los factores externos, destacando la influencia de la innovación, la tecnología y el mercado sobre la organización. Teniendo por factores claves la obsolescencia en el producto por falta de ingeniería, su falta de proceso y la permanencia de la empresa en un entorno tan competitivo, tal como se indica en la siguiente:

Tabla 19.2

Factores externos y su correlación con la estructura organizacional

Factores externos y su correlación con la estructura organizacional	
Factores	**Correlación**
Incremento de los costos en los proveedores	0.059
El incremento en el tipo de cambio	0.079
Los problemas de inseguridad y/o violencia	-0.03
Las condiciones políticas del país	0.06
Las condiciones económicas del país	0.05
La falta de fuentes de financiamiento	0.072
El alza de precios en los combustibles	0.084
La inflación en general	0.134
El que mi producto, maquinaria o tecnología ya no son aptos para el mercado actual	0.173
El no saber utilizar tecnología que necesito para mantenerme en el negocio	0.171
El que no desarrollo o implemento cambios en mis productos, procesos y maquinarias	0.175
**La correlación es significativa al nivel 0.01 (bilateral)	
*La correlación es significativa al nivel 0.05 (bilateral)	

Fuente: Elaboración propia

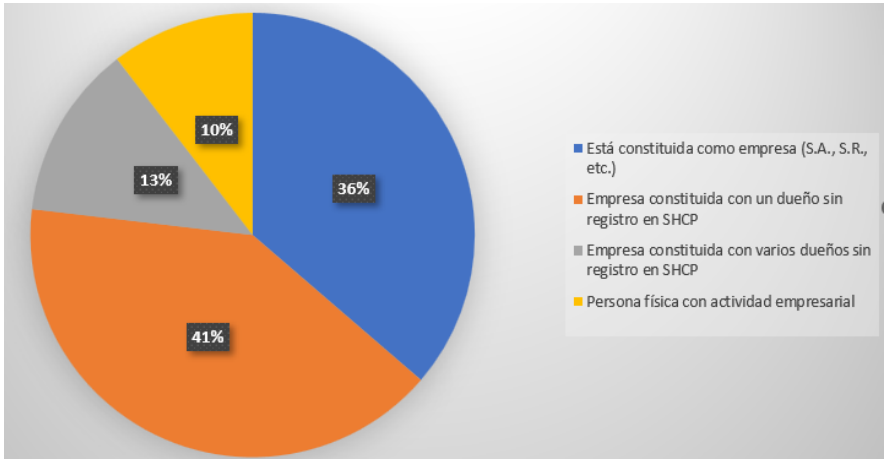
Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Discusión

Con base en la literatura revisada y en la información obtenida en el apartado de resultados, se puede observar en la siguiente Gráfica 19.1 que la mayor parte de las empresas encuestadas están constituidas como empresas con un solo dueño y sin contar con un registro vigente ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, lo cual muestra un crecimiento en la informalidad, ya sea por desconocimiento o falta de interés en constituirse como contribuyente de forma legal.

Gráfica 19.1

Asociación de las Mypes



Fuente: Elaboración propia

Partiendo del análisis de los resultados obtenidos, se puede observar que durante este periodo se tuvo un impacto positivo para las mypes, con un aumento en la generación de este tipo de empresas, donde no se rechaza la hipótesis nula, mostrando un incremento en emprendedurismo, que aunque sea de manera informal, se tiene un área de oportunidad para las instituciones de educación superior, al momento de impartir asesorías que permitan fortalecer estas organizaciones, y que a su vez, les permita constituirse de forma legal ante SHCP, con el fin de acceder a diferentes programas de apoyo, generando a su vez, nuevas líneas de investigación a partir de este tema.

Tomando en consideración la influencia de las operaciones y procesos que lleva cada empresa con la relación de recursos humanos que requieren para el funcionamiento de las mismas, y el análisis del mercadeo realizado, es necesario establecer buenas bases en las empresas, es decir, que cuenten con una planeación estratégica, la cual permita la integración de la empresa con el entorno, al atender las necesidades del mercado, contando a la par con

un crecimiento estructurado y planeado, lo cual les permitirá acorde a lo que dice Ayay et. al (2021) enfrentarse a cualquier cambio proveniente del exterior.

Recordando la gran relevancia de las mypes en el desarrollo económico del país y la influencia de los factores externos, considerando que la empresa es una estructura influenciada de forma constante por los cambios sociales, económicos y políticos del país, para lo cual se requiere que éstas se encuentren preparadas y ser flexibles a los cambios del entorno.

Es aquí donde las distintas dependencias gubernamentales deben impulsar a las mypes, por su ámbito de influencia y por la proliferación de estas, de tal manera que el acercamiento que se tenga con los dueños de las organizaciones, se reduzca el miedo a acceder a programas de apoyo, y a su vez, se genere un mayor compromiso con la generación de empleos y su impacto en la comunidad en general.

Mostrando que el éxito de una empresa se define frente a los factores externos que se presentan, su relación con el control e interacción con los mismos, la importancia con su entorno y finalmente por las decisiones empresa. Lo anterior se respalda en la proliferación de mipes que surgieron de la necesidad de los hogares por llevar un sustento a sus familias, donde la compra se definió conforme a las necesidades del mercado, no solo tratar de entenderlas, sino hacer modificaciones en los procesos y actividades actuales.

Conclusiones

La mypes deben buscar tener un acercamiento con organismos e instituciones para promover el análisis y generación de alianzas entre los docentes, de tal manera que se apoye a éstas, y a su vez se genere futuros profesionistas que aporten sus conocimientos y habilidades en favor de la comunidad y del desarrollo del país.

Dentro de las recomendaciones que se brindan se encuentra el trabajar con el gobierno, en relación con las políticas públicas que permitan hacer frente a las amenazas del entorno, optimizar las oportunidades que se presenten y destacar las fortalezas de cada mype.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Referencias

Ayay, N., Vásquez, J., Ramírez-López, R., & Alvarado, G. (09 de 03 de 2021). *Calidad de servicio en las organizaciones de Lationamérica.* Obtenido de Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar: https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/320

Carvajal-Mendoza, V., & Alvarez-Tituano, V. (10 de 2021). *Análisis de la implementación de estrategias de marketing digital como factor de éxito en el sector manufacturero alimenticio en el Cantón Portoviejo*. Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8143965

Chávez Gonzáles, A. (2020). *La informalidad: propuesta de modificación del impuesto general a las ventas y del impuesto a la renta para las mypes.*

COPARMEX. (05 de 07 de 2022). *Confederación Patronal de la República Mexicana*. Obtenido de Anatomía de las micro, pequeñas y medianas empresasas: https://coparmexnl.org.mx/2022/07/25/mipymes-motor-economico-del-pais-merece-atencion/

Demuner, M. (10 de 04 de 2021). *El uso de las redes sociales en microempresas ante efectos covid-19*. Obtenido de https://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/660

Gobierno de Chihuahua. (2022). *Juárez 4to trimestre.* Chihuahua: Gobierno del Estado y Desarrollo Económico.

Gonzáles, G. (2015). *Concentración de las MyPES y su impacto en el crecimiento económico.*

INEGI. (25 de 01 de 2024). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Obtenido de Demografía y sociedad: https://www.inegi.org.mx/temas/empleo/#informacion_general

Martínez, S. (28 de 06 de 2022). *La importancia de las mipymes en la economía mexicana*. Obtenido de https://mexicocomovamos.mx/expansion/2023/06/la-importancia-de-las-mipymes-en-la-economia-mexicana/

Peña Ahumada, N. et. al. (2017). *Factores que determinan el cierrer de la micro y pequeña empresa, comparativo entre empresas activas e inactivas en México y Colobia.*

Posada Velázquez, A. R. (2016). *Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa en México.* México: Pearson.

Rodríguez, G., Cano, E., & Ruiz, A. (12 de 2019). *La competitividad en las microempresas en Manta 2019*. Obtenido de Revista San Gregorio SciELO: http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2528-79072019000200051&script=sci_arttext

Capítulo 20. Diagnosis of organizational climate in "Grupo Estancia".

Heira Georgina Valdez Bocanegra

Universidad de Guanajuato

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.20

Summary

Organizational climate plays a key role in determining the success of an organization and improves organizational success, efficiency, and effectiveness. This research is quantitative and aims to make a diagnosis of the organizational climate in the company Grupo Estancia, belonging to the restaurant industry, using the scale to assess the Psychological Organizational Climate proposed by Hernández-Sampieri (2019). The findings conclude that although the organizational climate is generally positive, it is important to improve communication and leadership. It is advisable to make an adjustment in the reward of employees considering the economic and emotional salary.

Key words

Organizational climate, psychological organizational climate

Introduction

At the present time, the organizational climate is a critical factor in the success of most companies. Overall, this is because it can help firms achieve their goals and influences many areas of the workplace. In particular, the organizational climate could be considered as an unwritten rule book, defining what is and what is not acceptable behavior on the part of the organization's personnel (Kılıç and Altuntaş, 2019). Furthermore, Schneider, Ehrhart and Macey (2013) suggest that the organizational climate refers to the opinions and common interpretations of employees about the policies, practices, and procedures, methods, and practices. Considering what was mentioned previously, it is evident that the organizational climate can be a useful variable to research, analyze and study, since it can provide workforces with a sense of control over their actions.

In this framework, knowing the internal environment of organizations is essential since this has a significant effect on employee productivity. For this reason, it is of vital importance that a company has a favorable organizational climate, as this has an impact on business performance. Considering this, the objective of this research is to carry out a diagnosis of the organizational climate in the company *Grupo Estancia*, belonging to the restaurant industry, through the scale to evaluate the Psychological Organizational Climate proposed by Hernández-Sampieri (2019).

Literature Review

Organizational Climate

Over the years, organizational climate has been defined as the way in which employees perceive the psychologically relevant aspects of their work environment. Indeed, it can be clearly seen that this climate has the potential to influence work behavior and employee satisfaction (Ashforth, 1985).

In general, according to research by Gerber (2003) and Moran and Volkwein (1992), organizational climate is understood as the perceptions, feelings, and attitudes shared by members of an organization with respect to its fundamental elements. Thus, these perceptions reflect the norms, values and attitudes established in the organizational culture, and can have both a positive and negative impact on the behavior of individuals.

In specific, the organizational environment can shape the context in such a way that it influences employees' perception of knowledge management and innovations, as well as motivating them to participate in the process of converting knowledge into new products

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

(Chen, Huang, & Hsiao, 2010; Chen & Lin, 2004). On the other hand, Rahimić (2013) points out that the work environment has a significant impact on both organizational and psychological processes related to communication, motivation, learning problem solving, efficiency, and productivity of an organization.

It should also be mentioned that Patterson, Warr and West (2004) anticipated that the relationships between a company's climate and its productivity would be influenced by the average level of job satisfaction. Subsequently, other researchers such as Smit, Collins, and Clark (2005) raised the idea that the organizational climate plays an important role in the ability to generate knowledge.

According to a study carried out by Schulte (2006), the relationship between individual perceptions of the organizational climate with respect to job satisfaction was confirmed. In addition, it was analyzed how the general climate in a work unit significantly influences individual attitudes once the unique perceptions of everyone about the organizational climate are considered.

Simply put, organizational climate has significant effects at the individual, group, and organizational levels, and can also have a meaningful impact on job satisfaction, individual performance, and overall organizational performance. In the same way, the organizational climate plays a key role in determining the success of an organization and is fundamental to achieving organizational effectiveness (Purohit and Wadhwa, 2012).

Finally, in this context it should be emphasized that James and Jones (1974) established a differentiation between the organizational climate and the psychological climate. Correspondingly, they proposed that the term "organizational climate" be used when referring to an attribute of the organization, while the term "psychological climate" is used to describe an individual attribute. Thus, the psychological climate is investigated at the individual level, based on personal perceptions and descriptions of organizational practices and procedures. On the other hand, the organizational climate is analyzed mainly through the perceptions of the organization's collaborators, which provides a global description of the environment in which they find themselves (Joyce and Slocum, 1982).

Psychological Organizational Climate

Historically, the concept of psychological climate originated from Lewin's (1936) use of the term "living space" to explain individuals' motivational and affective responses to change. In this context, according to Kahn (1990), the psychological climate refers to the level at which employees perceive that the organization provides a work environment that is safe and significant from a psychological point of view. On the other hand, other researchers such as

James, James, and Ashe (1990), Reichers and Schneider (1990) and Parker et al. (2003), define the Psychological Organizational Climate (COP) as a concept that encompasses the relevant psychological representations that individuals have about organizational design, as well as the processes and events that occur within the company.

It should also be mentioned that various authors define the Psychological Organizational Climate (COP) as a perceptual measure that represents the subjective impressions of the organization's collaborators about their environment (Lawler, Hall, & Oldham, 1974; Dastmalchian, Blyton, & Adamson, 1989; Wan, Huat, and Yuee, 1997; McKnight and Webster 2001; Schneider, Ehrhart, and Macey, 2013; and Haseeb, Ali, Shaharyary, Butt, 2016). Considering this framework, the differences in the perceptions and assessments that make up the Psychological Organizational Climate may be due to various reasons, such as individual differences between employees, the characteristics of organizational environments and the interaction between the person and the situation (Dansereau, Graen and Haga, 1975; L.R. James et al., 1990).

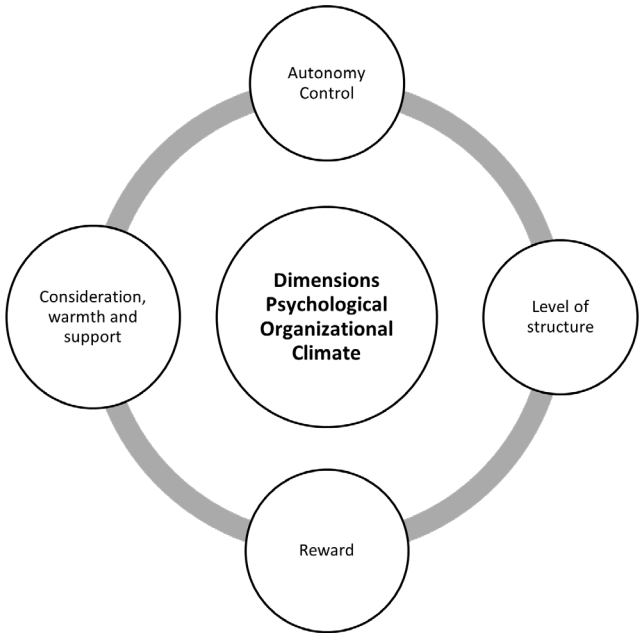
Dimensions of the Psychological Organizational Climate

Regarding the dimensions of the Psychological Organizational Climate, as time has passed, numerous dimensions have been identified. However, initially Campbell et al. (1970) proposed four common dimensions (Figure 20.1). Specifically, these dimensions seem to remain consistent across all organizations, although it is possible that there are other dimensions that are specific to each organization.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figure 20.1

Dimensions of the Psychological Organizational Climate



Source: Own elaboration with data from Campbell et al. (1970)

Within this framework, Kopelman et al. (1990) proposed that there is a relationship between psychological climate and "relevant organizational behaviors", such as performance, citizenship, and commitment. Thus, these relationships are mediated by cognitive and emotional states, such as work motivation, commitment, job satisfaction, and dedication of individuals at work. Specifically, the proposed model assumes that people behave in accordance with their beliefs, expectations, and feelings.

On the other hand, Patterson, Warr and West (2004) describe the Psychological Organizational Climate (COP) as the interpretations that employees form from their experiences in relation to the values and processes of the organization. In addition, the psychological climate emphasizes the importance of personal values when valuing the characteristics of the work environment. In the same way, these personal values reflect what is important for each individual and it is argued that they influence the evaluation of the work environment (Burke, Borucki, & Kaufman, 2002).

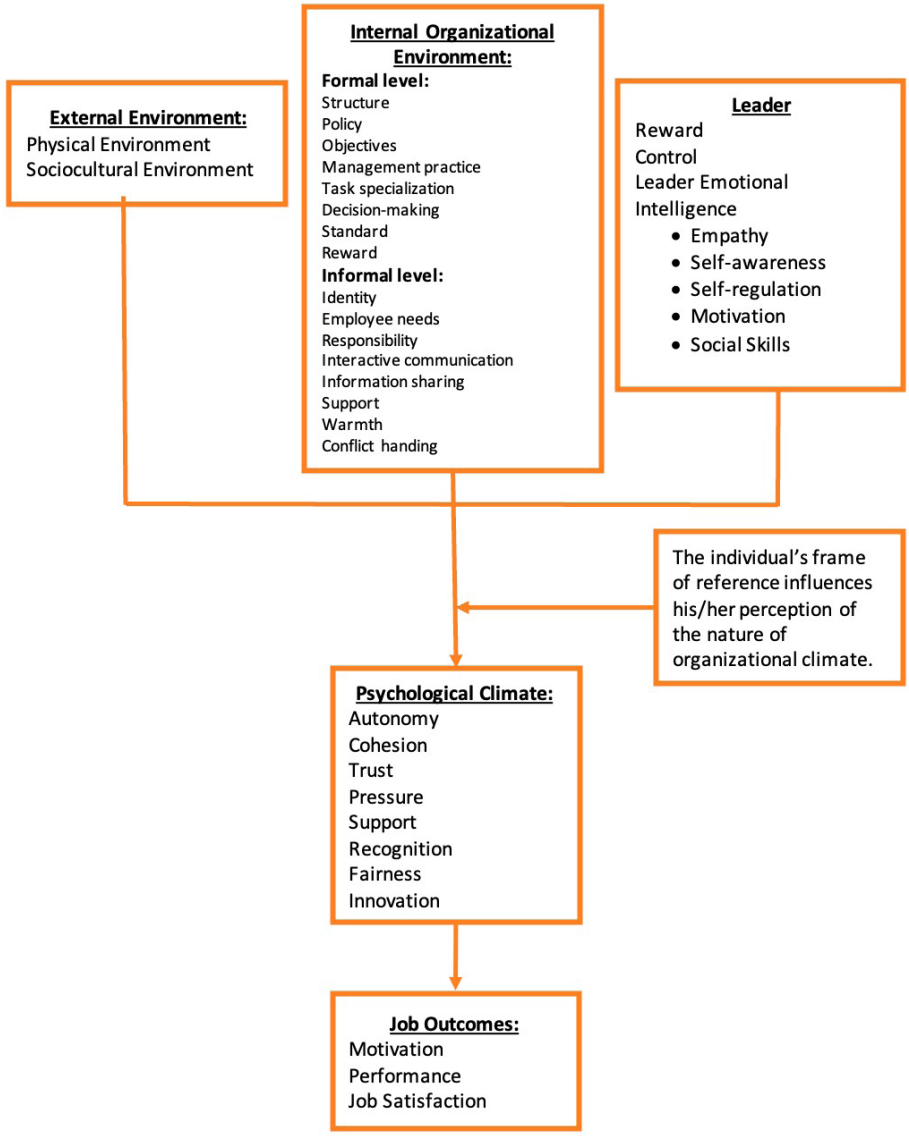
Specifically, Joyce and Slocum (1982) point out that the Psychological Organizational Climate (COP) is useful for examining perceptions in an individual context because it does not require that people within work units agree on their perceptions of climate.

To conclude, a diagram is presented below that exposes an analysis of the individual's perception regarding the factors that influence the Psychological Organizational Climate (Figure 20.2).

Figure 20.2

Perception of the Psychological Organizational Climate

Influence on the Psychological Organizational Climate perceived by the individual.



Source: Klem and Schlechter (2008, p.18)

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Methodology

In this research, the main purpose is to conduct an organizational climate study to measure the perceptions of employees about various aspects of their experience so the company managers can identify areas for improvement. In specific, the study population are the employees of Grupo Estancia, a company in the restaurant industry that is dedicated to offering unique experiences through operational and administrative innovation. This organization has 20 years of experience, offers 100 different dishes and its staff is made up of 250 employees. For the practical purposes of this study, the analysis was carried out in the restaurants *La Estancia Argentina and Harbor's*, establishments located in the city of León, in the State of Guanajuato in Mexico.

It should be noted that the active staff to operate both facilities is 80 employees and we tried to apply the questionnaire to every employee, however, it was not possible to contact all collaborators for operational reasons, so the final sample collected is only 64 respondents.

Next, in Table 20.1, the research data sheet is presented.

Table 20.1

Research data sheet.

Research Data Sheet	
Research type	Quantitative
Research instrument	Scale designed by Hernández-Sampieri (2019).
Fieldwork	June y July 2023.
Data collection	Google Forms.
Research location	León, Guanajuato, Mexico.
Sample	Non-probabilistic convenience.

Source: Own elaboration

In this research the field survey was carried out on employees through a Likert-type scale survey proposed by the researcher Hernández-Sampieri (2019), which consists of 56 items to measure the psychological organizational climate construct through eleven dimensions. In detail, these dimensions encompass aspects such as camaraderie and unity, leadership, innovation, pride, and pleasure in working in the company, communication, perception of effort on performance, intrinsic motivation and commitment, autonomy, job satisfaction, leadership, vision, and rewards.

Results

In the first instance, the reliability of the Organizational Climate scale was corroborated by calculating Cronbach's Alpha, from which a result of 0.99 was obtained according to the statistical calculations carried out considering the information from the database prepared from field work. Thus, it can be concluded that the reliability of the scale used in this research is excellent, which gives us confidence in the results obtained and their interpretation (Table 20.2).

Table 20.2

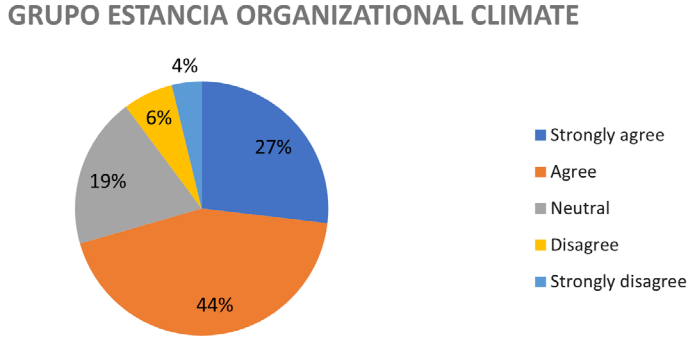
Reliability of the scale used in the research.

Questionnaire reliability coefficient	0.99
Number of items of the questionnaire	56
Sum of the variances of the items	52.38
Total variance of the instrument	1670.28
Excellent reliability	0.99

Source: Own elaboration with the statistical results of the field work

In this framework, below is the general graph of the measurement of organizational climate. In this context, it can be concluded in a general way that the employees of the Grupo Estancia company expressed their general agreement with the work environment of the company, which was represented by 71% of those surveyed. On the other hand, 19% of employees gave a neutral response. Finally, only 10% of employees perceive that the company's organizational climate is not good (Graph 20.1).

Graph 20.1



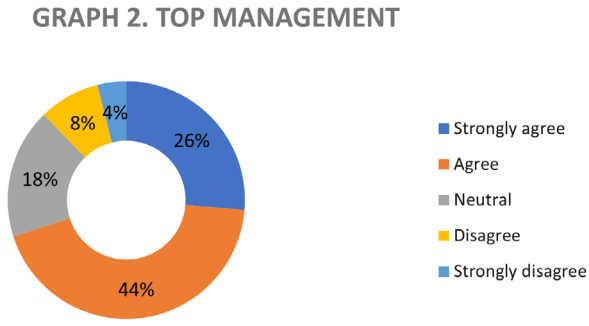
Source: Own elaboration with information from the data collection

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

In the following paragraphs, the results obtained from the analysis of each of the dimensions of the instrument that was applied to collect the data will be presented in detail.

In the graph of the management dimension, 70% of the respondents agree with the consideration and support shown by the top managers attributed by the members of the organization; 18% expressed a neutral position in this regard, while 12% of employees do not perceive having support from their managers (Graph 20.2).

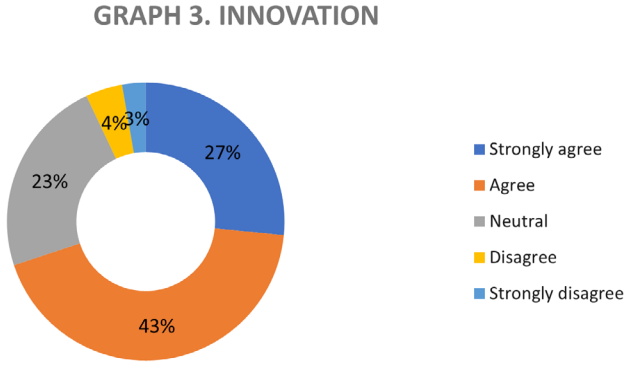
Graph 20.2



Source: Own elaboration with information from the data collection

Next, in the innovation dimension, 70% of the collaborators who participated in this survey state that they agree both with the perception of support for innovation in general, and with the initiatives that seek to introduce improvements in the way in which work is carried out at organizational and departmental levels. Only 7% stated otherwise in this regard (Graph 20.3).

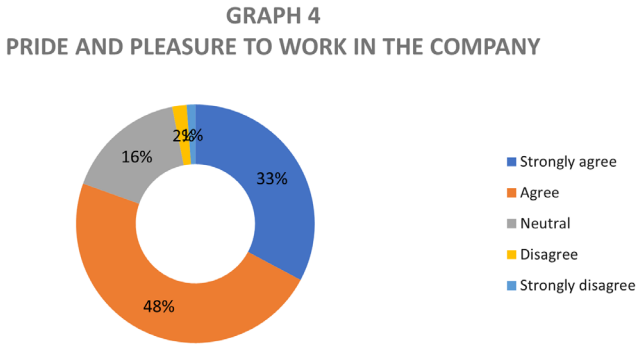
Graph 20.3



Source: Own elaboration with information from the data collection

On the other hand, 81% of those surveyed expressed agreement with the feeling of pride in working in the company and they do it with pleasure, 16% expressed a neutral position in this aspect and only 3% of the collaborators do not feel proud of working in this organization (Graph 20.4).

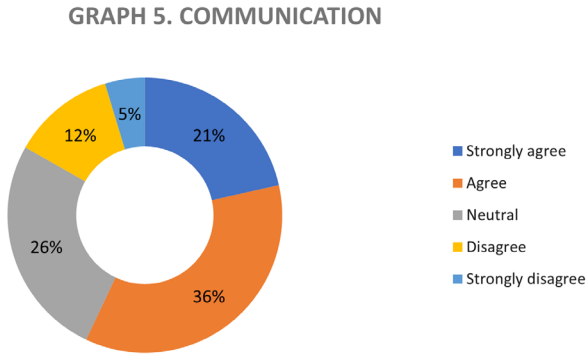
Graph 20.4



Source: Own elaboration with information from the data collection

Regarding the communication dimension 57% of those surveyed expressed agreement with the general perception about the state of communication in the organization and the company's ability to listen; 17% of employees stated that they perceive that organizational communication must improve (Graph 20.5).

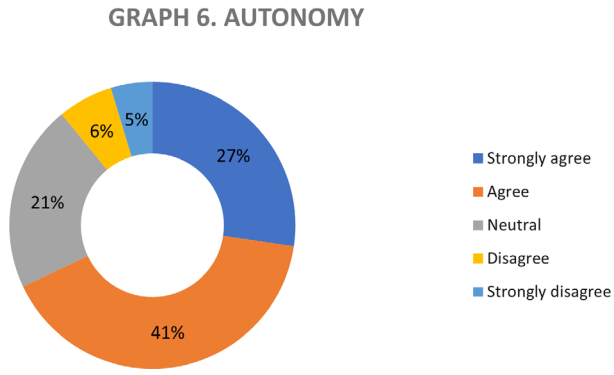
Graph 20.5



Source: Own elaboration with information from the data collection

Considering the dimension of autonomy, 68% of the participants perceive that they have the freedom to make decisions in carrying out their work, while 11% think the opposite. On the other hand, 21% of employees expressed a neutral position in this regard (Graph 20.6).

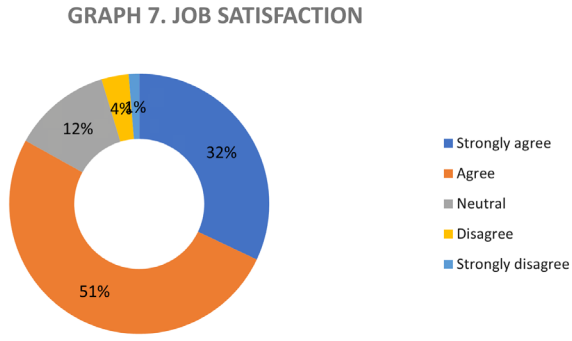
Graph 20.6



Source: Own elaboration with information from the data collection

Additionally, 83% of those surveyed reported experiencing job satisfaction with key aspects related to their work activities, such as the job itself, their supervisor, the organization, their peers, and their training. Only 5% stated otherwise (Graph 20.7).

Graph 20.7

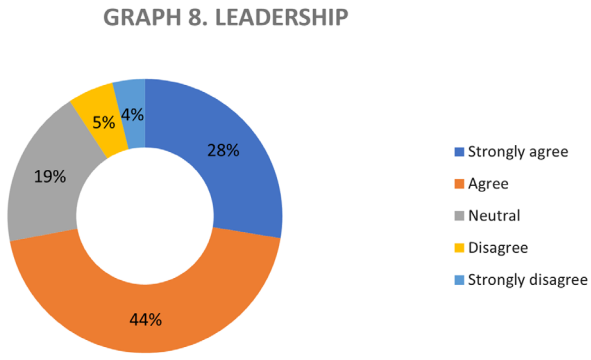


Source: Own elaboration with information from the data collection

On the other hand, considering the leadership dimension, the findings confirm that 72% of the collaborators are satisfied with the support they receive at work, including the emotional support and the motivation provided by their hierarchical superior (Graph 20.8).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

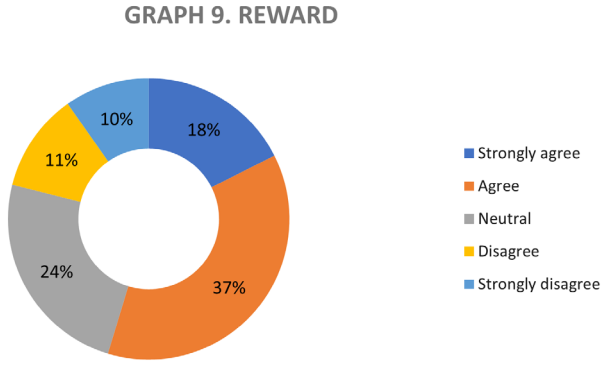
Graph 20.8



Source: Own elaboration with information from the data collection

Finally, 55% of the collaborators indicate that they perceive fairness and equity in their salary and compensation received, and express general satisfaction with the remuneration they receive; 24% of those surveyed maintained a neutral position regarding this questioning; 21% of employees consider that they do not receive fair remuneration for the activities they perform (Graph 20.9).

Graph 20.9



Source: Own elaboration with information from the data collection

To conclude the results section, it is relevant to underline that when making an adjustment in the research instrument, the dimensions of companionship and union, vision, perception of effort on performance, and, finally, intrinsic motivation and commitment, were eliminated. For this reason, these graphs were not presented in this section.

Discussion

Considering what was mentioned in the previous section, it can be concluded that the organizational climate in the company Grupo Estancia is good, given that 71% of the employees expressed their general agreement with the work environment of the company. However, in the results obtained, some areas of opportunity and improvement were detected that must be analyzed by the administration of this organization.

In the first instance, regarding the dimension of communication, it was detected that employees perceive that their opinions are not considered. For this, it is suggested that managers implement strategies to strengthen active listening. Likewise, it was also detected that communication is not good. For this, it is recommended to prepare and disseminate a corporate manual, establish a suggestion box, put up a bulletin board, hold periodic meetings where teams can share information and cultivate interpersonal relationships with their peers. It would also be a good idea to organize occasional activities outside the office so that the work teams can interact in a more relaxed way in a less formal environment and contribute to improving the work environment.

In addition to the above mentioned, considering the leadership dimension, a relevant finding in this study is that employees do not perceive that bosses take care of their staff. In this regard, it is essential that leaders implement strategies to improve labor well-being. For example, an alternative to address this point may be to offer workers a work scheme that allows them to have a balance between work and personal life.

In a timely manner, another significant finding of the present study corresponding to the dimension of rewards, was with reference to the economic compensation of the collaborators, since in general they perceive that they are not paid a fair wage, and therefore, they are not satisfied with their remuneration. This aspect is essential, as it is a factor that directly affects motivation and job satisfaction. In this regard, it is recommended that in addition to the monetary compensation that is part of the worker's salary, the emotional salary be considered. For this, some strategies that can be implemented are those proposed by Ortega (2023) that include offering a positive work environment, allowing personal and professional development, offering a balance between professional life and personal life, allowing them to offer their opinion, create leisure spaces, allow autonomous work, encourage communication, and implement strategies to motivate staff. In conclusion, everything previously described will be a good strategy for employees to feel valued by the company, and in turn this will help them stay motivated and improve their work performance in the short and long term. Finally, if employees experience a positive work climate, they will feel more motivated in the perfor-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

mance of their work activities and there will be less staff turnover, which will have a positive and significant effect on corporate KPI's and will be seen reflected in overall organizational performance.

Conclusions

The study of the organizational climate in companies is essential, since it has the potential to influence labor behavior and employee satisfaction (Ashforth, 1985). In addition, the work environment has a significant impact on both organizational and psychological processes related to communication, problem solving, learning, motivation, efficiency, and productivity of an organization (Rahimić, 2013). In conclusion, the organizational climate plays a key role in determining the success of an organization and is essential to achieve organizational effectiveness, since it has effects at the individual, group, and organizational levels (Purohit and Wadhwa, 2012).

References

Campbell, J., Dunnette, M., Lawler, E., & Weick, K. (1970). *Managerial behavior, performance, and effectiveness.* . New York: McGraw-HilI.

Lawler, E. E., Hall, D. T., & Oldham, G. R. (1974). Organizational climate: Relationship to organizational structure, process and performance. *Organizational Behavior & Human Performance, 11*(1), 139-155.

Chen, C., & Lin, B. (2004). The effects of environment, knowledge attribute,organizational climate, and firm characteristics on knowledge sourcing decisions. *R&D Management, 34*(2), 137-146.

Chen, C.-J., Huang, J.-w., & Hsiao, Y. C. (2010). Knowledge management and innovativeness, the role of organizational climate and Structure. *International Journal of Manpower, 31*(8), 848-870.

Lewin, K. (1936). *Principles of topological psychology.* . New York: McGraw-Hill.

Ashforth, B. (1985). Climate formation: Issues and extensions. *Academy of Management Journal, 10*(4), 837-874.

Burke, M. J., Borucki, C. C., & Kaufman, J. D. (2002). Contemporary perspectives on the study of psychological climate: A commentary. *European Journal of work and organizational psychology, 11*(3), 325-340.

Dansereau, F., Graen, G., & Haga, W. (1975). A vertical dyad linkage approach to leadership within formal organizations: A longitudinal investigation of the role making process. *Organizational Behavior and Human Performance, 13*, 46-78.

Dastmalchian, A., Blyton, P., & Adamson, R. (1989). Industrial relations climate: Testing a construct. *Journal of Occupational Psychology, 62*, 21-32.

Gerber, F. (2003). The influence of organisational climate on work motivation. *Mcom Dissertation, University of South Africa*.

Haseeb, M., Ali, J., Shaharyar, M., & Butt, S. (2016). Relationship, motivation and organizational climate: A case of sustainability. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 6*(7), 102-114.

Hernández-Sampieri, R. (2019). Elaboración de un instrumento para evaluar el clima organizacional en el medio laboral mexicano. *Tesis de maestría inédita*.

James, L., & Jones, A. (1974). Organisational climate: A review of theory and research. *Psychological Bulletin, 81*(12), 1096-1112.

James, L., James, L., & Ashe, D. (1990). The meaning of organizations: The role of cognition and values. . *Organizational climate and culture*, 41-84.

Joyce, W., & Slocum, J. (1982). Climate Discrepancy: Refining the Concepts of Psychological and. *Human Relations,, 35*(11), 951-972.

Klem, C., & Schlechter, A. (2008). The relationship between leader emotional intelligence and psychological climate: An exploratory study. *South African Journal of Business Management, 39*(2), 9-23.

Kılıç, E., & Altuntaş, S. (2019). The effect of collegial solidarity among nurses on the organizational climate. *International Nursing Review, 66*(3), 356-365.

Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal, 33*, 692-724.

Kopelman, R. E., Brief, A. P., & Guzzo, R. A. (1990). The role of climate and culture in productivity. *Organizational climate and cultur*, 282-318.

McKnight, D. H., & Webster, J. (2001). *Collaborative insight or privacy invasion? Trust climate as a lense for understanding acceptance of awareness systems.* England: John Wiley & Sons Ltd.

Moran, E., & Volkwein, J. (1992). The cultural approach to the formation of organizational climate. *Human Relations, 45*(1), 19-47.

Ortega, C. (2023, septiembre). *Salario emocional: Qué es, importancia, tipos y ejemplos* . Retrieved from https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-el-salario-emocional/

Parker, C., Baltes, B., Young, S., Huff, J., Altmann, R. A., Lacost, H., & Roberts, J. (2003). Relationships between psychological climate perceptions and work outcomes: a meta-analytic review. *Journal of Organizational Behavior, 24*, 389-416.

Patterson, M., Warr, P., & West, M. (2004). Organizational climate and company productivity:the role of employee affect and employee level. *Journal of occupational and organizational psychology, 77*(2), 193-216.

Purohit, B., & Wadhwa, A. (2012). Organizational climate from view point of motivation. *India, health, 4*(7), 400-406.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Rahimić, Z. (2013). Influence of Organizational Climate on Job Satisfaction in Bosnia and Herzegovina Companies. *International Business Research, 6*(3), 129-139.

Reichers, A. E., & Schneider, B. (1990). Climate and culture: An evolution of constructs. En B. Schnieder . *Organizational climate and culture*, 5-39.

Schneider, B., Ehrhart, M., & Macey, W. (2013). Organizational climate and culture. *Annual Review of Psychology, 64*, 361-388.

Schulte, M. O. (2006). Organizational climate systems and psychological climate perceptions: A cross-level study of climatesatisfaction relationships. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 645-671.

Smith, K., Collins, C., & Clark, K. (2005). Existing knowledge, knowledge creation capability, and the rate of new product introduction in high-technology firms. *Academy of management Journal, 48*(2), 346-357.

Wan, D., Huat, O. C., & Yuee, L. H. (1997). Industrial relations climate in the manufacturing sector in Singapore. *Asia Pacific Journal of Management, 1*(2), 123-141.

Capítulo 21. La Educación Financiera.

Luis Carlos Gamez Adame
Roberto Joya Arreola
Maria Luz Ortiz Paniagua
Daniela Lizeth Ibarra de la Torre

Universidad de Guadalajara

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.21

Resumen

El objetivo de la investigación realizada fue comparar las escuelas públicas y privadas del Estado de Jalisco, México en cuanto a la introducción de la Educación Financiera. Es una investigación cualitativa, descriptiva y comparativa donde se utilizó la técnica de entrevista semiestructurada. Los principales resultados muestran que son pocas las acciones en el ámbito curricular, desarrollándose fundamentalmente por vía extracurricular estas acciones a través de talleres y pláticas, donde las finanzas personales son poco abordadas. Se concluye que existen diferencias entre las escuelas públicas y privadas del Estado de Jalisco, México, pero que estas no son significativas

Palabras clave

Adolescentes, escuelas públicas, escuelas privadas, Educación Financiera, niños

Introducción

Numerosos autores (Cordero y Pedraja, 2018; Cruz, 2018; Córdova y Martínez, 2021; Hurtado, et al. 2021; Ferrada, et al. 2020; Gamboa, et al. 2019; López-Lapo, 2022; Monasterio, Briceño, et al. 2022; Zamudio, et al. 2022) han abordado en sus investigaciones la Educación Financiera desde diferentes enfoques y perspectivas. Pero, todos reconocen el papel e importancia de esta en la formación de los niños y adolescentes, debido a que la misma ayuda a desarrollar hábitos que permiten administrar el ingreso personal de manera más eficiente, coadyuva a la generación de prácticas saludables en lo que respecta a las finanzas, a la creación de una conciencia de ahorro y consumo que les permite cuando alcancen su edad adulta tomar decisiones adecuadas.

Se coincide con Cruz (2018) que la educación va más allá de la trasmisión de conocimientos y habilidades y abarca también la transmisión de valores de una generación a otra. Por lo tanto, la educación financiera en las instituciones educacionales desde niveles primarios se convierte en una necesidad; ya que la misma ofrece a los niños y adolescentes herramientas que les ayuda a comprender y enfrentar el entorno económico y social donde se desenvuelven, brindándoles instrumentos para enfrentar la desigualdad.

Sin embargo, Cruz (2018) resalta que la educación financiera no se proyecta como un tema prioritario contemplado en el currículo y los planes de estudio escolares, y consecuentemente, se excluye como elemento importante de la formación integral. En este contexto el estudio que se presenta tiene una gran importancia y pertinencia.

La investigación que se presenta corresponde a un estudio que realiza el Cuerpo Académico UDG-CA–733 de la Universidad de Guadalajara relacionado con la Educación Financiera de niños y adolescentes en el Estado de Jalisco, México que se encuentra en su fase de diagnóstico.

En México, autores como Hernández y Rendón (2021) y Zamudio, *et al* (2022) han incursionado en el tema relacionado con el análisis de la brecha tecnológica por género y su relación con el nivel de Educación Financiera de los jóvenes de 12 universidades públicas del país y la valoración de la experiencia realizada con jóvenes que cursan la educación media superior y su impacto en la inclusión financiera. El objetivo del presente estudio es comparar las escuelas públicas y privadas del Estado de Jalisco, México, en cuanto a la introducción de la Educación Financiera.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Revisión de la Literatura

La Educación Financiera se ha convertido en una necesidad por su papel determinante en el logro de la inclusión financiera y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, ya que la misma contribuye a la formación y desarrollo de ciudadanos responsables y comprometidos tanto a nivel personal, familiar, profesional, como social. En este contexto, constituye una prioridad su enseñanza desde edades tempranas.

No existe un consenso autoral sobre la definición de Educación Financiera, la misma se ha delimitado como:

Gamboa, et al. (2019). El fortalecimiento de la capacidad en el sujeto para que construya representaciones mentales lo más cercanas a la realidad en torno a los conceptos y productos financieros que sirven de base en la toma de decisiones informadas y conscientes.

Delgado (2020). Proceso encaminado al logro de una cultura financiera que permita la comprensión de los productos y servicios financieros que añade valores y buenas prácticas en la toma de decisiones y el manejo de la economía personal.

Hurtado, et al. (2021). Es el arte que ayuda a que los individuos tomen decisiones con conocimiento, conscientes y adecuadas basadas en su realidad, lo cual se traduce en una mejora en la calidad de vida que afecta a su familia y entorno en el que se desenvuelve. (p.41)

Se coincide con Domínguez (2015) que las definiciones sobre educación financiera reúnen al menos tres elementos esenciales: conocimientos en finanzas, competencias para la aplicación de esos conocimientos y el ejercicio de la responsabilidad en la toma de decisiones.

Bajo estos supuestos, la educación financiera está encaminada al logro de las competencias financieras, asumidas estas como los conocimientos financieros, destrezas, motivación y confianza para aplicar dichos conocimientos en la toma de decisiones responsables en diferentes contextos financieros que permita mejorar el bienestar económico de los individuos y la sociedad, al igual que posibilite su participación en la vida económica de sus países.

Dentro de las políticas que intencionan la Educación Financiera se destaca la evaluación estandarizada e internacional PISA (Programme for International Student Assessment) impulsada por la OCDE (2013), que tiene como principal propósito identificar las habilidades y destrezas que los niños han desarrollado y que les permiten desarrollar una cultura financiera.

Desde otra perspectiva, la ausencia de una Educación Financiera determina una exclusión financiera al carecerse de conocimientos que son requisitos elementales para fo-

mentar los derechos y deberes que como consumidores y agentes de la sociedad económica se ejercen cada día. Por lo tanto, con la Educación Financiera se promueve la inclusión financiera como un agente transversal a la educación.

Se han desarrollados diferentes investigaciones, donde se realizan análisis bibliométrico sobre Educación Financiera, donde destacan en este siglo los siguientes estudios:

Bernal (2013). Realiza este estudio en la base de datos Scopus en el periodo 2004-2011, cuyo objetivo fue indagar en la productividad científica en bases de datos académicas. En esta investigación, se revisaron 5,786 documentos, de los cuales el 86.5% corresponden a artículos científicos, siendo el 92.4% escritos en idioma inglés. Los principales países productores fueron Estados Unidos (30%) y Reino Unido (14%). Las instituciones de mayor producción fueron el Banco Mundial y la Universidad de Nueva York. El título de la revista más importante por el número de publicaciones fue European Journal of Operational Research y el área del conocimiento más representativa fue Ciencias Sociales, seguido de Economía, Econometría y Finanzas. Como se observa no aparece la Educación Financiera entre las áreas representativas.

Cruz, et al. (2016). Se realizó el análisis de publicaciones sobre Educación Financiera aparecidas en Google Académico durante el periodo 2000 al 2016, que identificó 308 documentos. Revisión en Scopus para el término "finance education", en este caso se dejó libre la fecha de inicio y ello permitió recuperar un total de 280 documentos a partir del 1976. El análisis indicó dos aspectos a los que no se le ha dado prioridad en los países de América Latina y el Caribe: Evaluación y medición de la alfabetización financiera y definición de las formas de participación del sector privado en estos programas. Solo tres países de habla hispana aparecen en la base Scopus: Colombia, México y España, pero sólo con una publicación cada uno. Se destacan dos grupos de investigaciones: Educación Financiera en la Educación Superior y programas y análisis de la Educación Financiera.

Neme-Chaves, et al. (2017). Desarrollan un análisis bibliométrico sobre finanzas en estudiantes universitarios, que representó un antecedente sobre esta temática. Esta investigación también analizó la base de datos Scopus. Se detectaron 106 documentos que abordaban este tema, donde los países de mayor producción fueron Estados Unidos, Reino Unido y Australia; los temas más tratados estaban relacionados con economía, finanzas personales, manejo financiero y educación financiera.

Ferrada, et al. (2020). Realizan este análisis en el tema de la Educación Financiera en Primaria, donde analizaron las publicaciones en la base Scopus. La producción científica en este tema inicia en el año 1971 con una publicación. Es en el año 2015 con 14 publicaciones que se da inicio a una producción permanente, siendo los años más productores 2016 con

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

21 publicaciones, 2017- 2018 con 19 cada una y 2019 con 29. Se identificaron 130 documentos que abordaban la temática, de ellos corresponden a artículos científicos 103, capítulos de libros 10, documentos de sesión (conference paper) 8, revisiones 6 y libros 3. Se destacan 10 universidades por sus publicaciones con 3 documentos cada una; de ellas 7 de Estados Unidos y 3 europeas.

Se refleja negativamente que es muy pobre la producción científica en este tema en América Latina y el Caribe, región que no se destaca por sus investigaciones y aportaciones en el tema.

Estos estudios evidencian una baja productividad de investigaciones relacionadas a la educación financiera, lo que es coincidente con las investigaciones de Ferrada, *et al* (2020) que considera que el tema de Educación Financiera es un campo poco investigado a nivel mundial. Además, estos autores identifican la existencia de limitaciones en los programas que fomenten una Educación Financiera a edades tempranas, a pesar de su importancia y necesidad y el papel que desempeña en el logro de la inclusión.

Metodología

Se plantea como hipótesis de investigación: H1. Existen diferencias significativas respecto a la variable dependiente Educación Financiera entre las escuelas públicas y privadas del Estado de Jalisco, México. Siendo la hipótesis nula H0: No existen diferencias significativas respecto a la variable dependiente Educación Financiera entre las escuelas públicas y privadas del Estado de Jalisco, México

El estudio que se presenta es una investigación de enfoque cualitativo, de tipo exploratorio, descriptivo y comparativo, donde se aplicaron las técnicas de entrevista semiestructurada y matemática descriptiva. Se realiza la prueba de hipótesis de Mann-Whitney.
Se aplicó la técnica de entrevista semiestructurada, donde se definieron cuatro preguntas:

1. ¿Está contemplado en el currículo de su escuela materias o contenidos de Educación Financiera?
2. De estar contemplados, ¿cuáles son las materias? De no estarlo, ¿por qué no lo tienen contemplados?
3. ¿Poseen otras formas no curriculares de desarrollar programas o acciones de Educación Financiera? Puede darnos su punto de vista a tal efecto.
4. Le ve usted importancia a desarrollar un programa de Educación Financiera en su institución educativa. Puede darnos sus apreciaciones.

Las respuestas se procesan por la frecuencia relativa, luego de tabularse las mismas.

La población por estudiar está conformada por las escuelas primarias, secundarias y media superior del Estado de Jalisco. En la Tabla 21.1 se muestra su composición.

Tabla 21.1

Composición de la población estudiada.

Tipo de Enseñanza	Publicas		Privadas		Total	% públicas	% privadas
	Cantidad	%	Cantidad	%			
Primaria	4,985	66.7	633	42.7	5,618	89	11
Secundarias	1,823	24.3	405	27.3	2,228	82	18
Media Superior	666	9.0	444	30.0	1,110	60	40
Total	7474	100	1,482	100	8,956	83	17

Notas: Fuente: INEGI (2021)

A los efectos del estudio se conforman dos grupos pilotos compuestos cada uno de 15 escuelas con la composición que se muestra en la Tabla 21.2, donde se respeta la composición estructural de este tipo de escuelas en el Estado de Jalisco expresado en la Tabla 21.1.

Tabla 21.2

Composición de la muestra.

Tipo de Enseñanza	Grupo Piloto 1 (Publicas)	Grupo Piloto 2 (Privadas)	Total de Escuelas	% públicas	% privadas
Primaria	10	6	16	62.5	37.5
Secundarias	4	4	8	50.0	50
Media Superior	1	5	6	16.7	83.3
Total	15	15	30	50	50

Se aplicó muestreo no probabilístico del tipo muestra invitada, compuesta por aquellos individuos de la población que accedieron a participar en el estudio al cual fueron convocados.

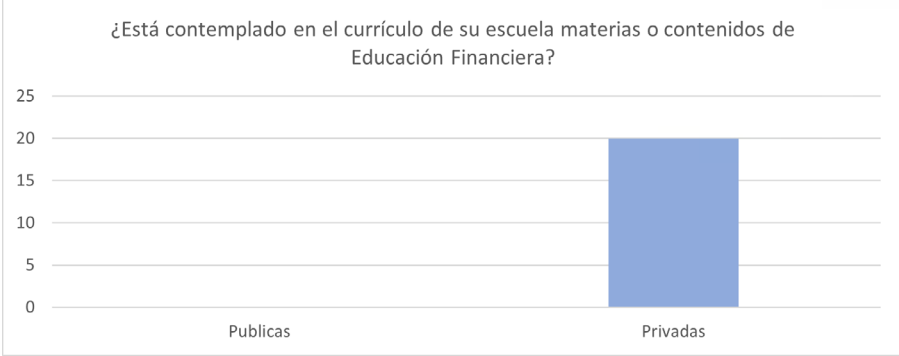
Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Resultados

Se obtuvieron los resultados que se muestran en las Figuras 21.1, 21.2, 21.3, 21.4 y 21.5.

Figura 21.1

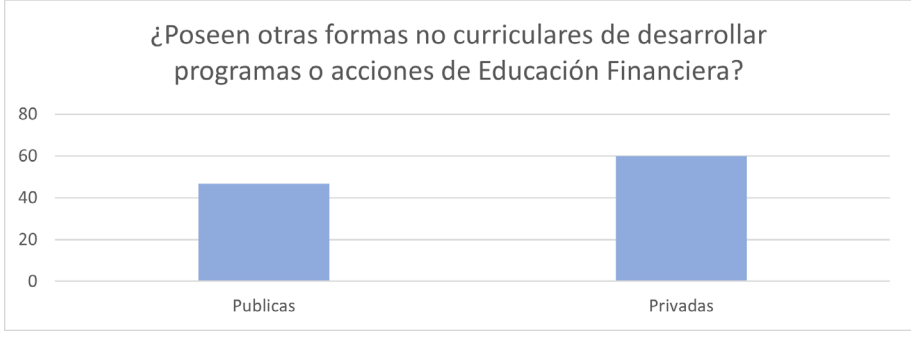
Introducción en los currículos de contenidos de Educación Financiera.



En el 20 % de las escuelas privadas, que representa a tres instituciones educativas, se imparten como parte del currículo contenidos de Educación Financiera. Estas materias se identifican en los planes de estudio como Educación Financiera y Formación de Emprendedores, Finanzas Personales y en dos centros se denominan Educación Financiera. Todas las instituciones corresponden al nivel medio superior. Mientras que ninguna escuela pública refleja como parte de su currículo aspectos relacionados con Educación Financiera.

Figura 21.2

Otras formas no curriculares de impartición de Educación Financiera.

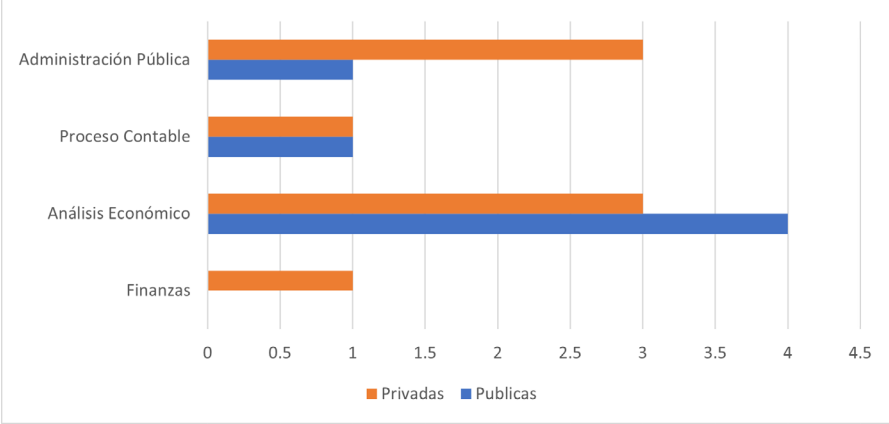


En el 60 % del total de las escuelas privadas estudiadas, que representa a nueve instituciones educativas realizan actividades extracurriculares como parte de su contribución al desarrollo de una cultura económica de sus educandos. Se imparten en 8 de ellas talleres extracurriculares para fomentar la educación financiera de niños y adolescentes y en una de ellas se realizan pláticas "Educación Financiera" por parte de FOJAL. Corresponden a insti-

tuciones de nivel primario y secundario. Mientras que el 46.7 % de las escuelas públicas, que representan a siete instituciones educativas, reflejan en seis de ellas la realización de talleres y una escuela secundaria participa en el Programa de Desarrollo de Aprendizajes Significativos de Educación Básica (DASEB) que también contempla acciones para el logro de la Educación Financiera como parte del proceso formativo de los alumnos.

Figura 21.3

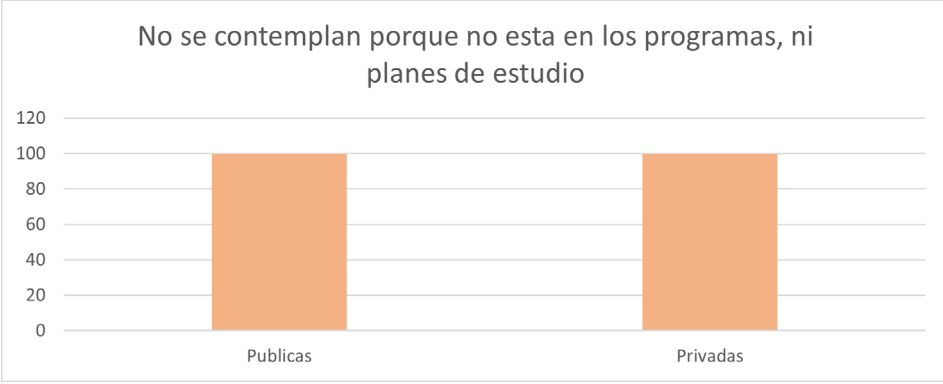
Temas abordados en las acciones extracurriculares.



Entre las principales temáticas abordadas en las acciones realizadas de carácter extracurricular, destaca el análisis Económico-financiero contemplado en 4 instituciones públicas y 3 privadas, Administración Pública en tres privadas y 1 pública, Proceso Contable en una publica y una privada; mientras que Finanzas sólo se imparte en una escuela privada. Es significativo que entre las temáticas abordadas no destaquen las Finanzas Personales.

Figura 21.4

Causas de no impartir contenidos sobre Educación Financiera.

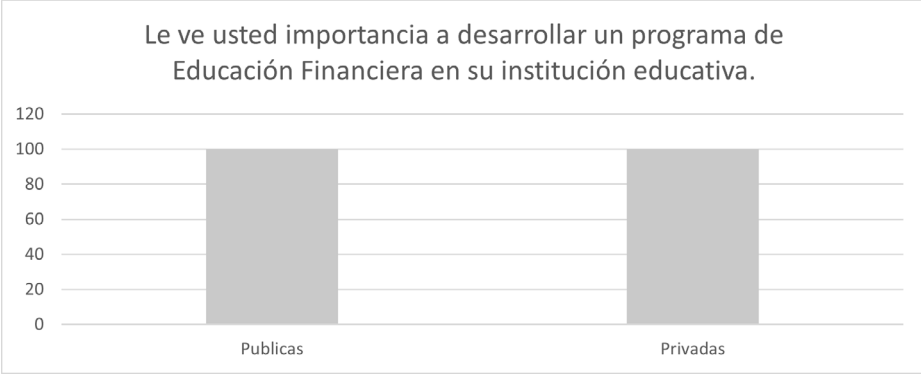


Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

El 100 % de las escuelas tanto públicas como privadas que no desarrollan ninguna acción de formación relacionada con la Educación Financiera y que representan ocho escuelas públicas y 2 privadas explican que no se realizan porque no está contemplado en los programas y planes de estudio.

Figura 21.5

Importancia de enseñar sobre Educación Financiera.



El 100 % de los entrevistados tanto de las escuelas públicas como las privadas resaltaron la importancia de educar a los niños y adolescentes sobre educación financiera, donde destacaron su necesidad e importancia en base a los siguientes argumentos:

a) Se vive en un mundo convulso con muchas crisis financieras y es necesario saber cómo administrar el dinero.

b) Ayuda a fomentar el ahorro desde edades tempranas como práctica financiera.

c) Promueve el ahorro desde edades tempranas como un estilo de vida que garantiza estabilidad personal y familiar.

d) Permite crear una cultura financiera que ayuda a mejorar la capacidad de las personas en la utilización de servicios financieros.

e) Muchos niños y adolescentes reciben dinero por parte de sus padres para solventar sus gastos personales, por lo tanto, es necesario educarlos en el desarrollo de habilidades y la toma de decisiones personales que incidan en su calidad de vida y con proyección de futuro.

f) Existe en México una gran oferta de productos del sistema financiero que pueden reportar beneficios para las familias y sociedad, por eso su conocimiento apropiado desde edades tempranas es una necesidad.

g) Niños que asisten a la escuela de familia de bajos ingresos, educarlos en estos aspectos los ayuda a prepararlos para la vida y ayudar a sus familias.

Finalmente, se realiza la prueba de hipótesis de Mann-Whitney utilizando la calculadora en línea PLANETCAL que dio un resultado de p =2. Por estar el nivel de significancia en el rango mayor a 0.05 se acepta la hipótesis nula y se comprueba que no existen diferencias significativas respecto a la variable dependiente Educación Financiera entre las escuelas públicas y privadas del Estado de Jalisco, México.

Discusión

Los resultados obtenidos coinciden con los estudios realizados por Domínguez (2015) y Hernández, *et al* (2019), quienes destacan la necesidad e importancia de la impartición de contenidos sobre educación financiera desde las primeras etapas escolares que fomente el uso de buenas prácticas financieras.

Los resultados indican que, aunque hay diferencias entre las escuelas públicas y privadas en relación a la impartición de contenidos sobre educación financiera, estas no son significativas y para ambos tipos de instituciones educativas es insuficiente el trabajo que desde la instrucción y la educación se realizan.

Esta situación provoca que la familia se convierta en la principal fuente de preparación e información a la población infantil y adolescente sobre estos temas. Este resultado es coincidente con los estudios de Cruz (2018) cuando expone que "el principal factor que incide en la alfabetización financiera para el desarrollo de destrezas y habilidades en los niños es la influencia del ambiente familiar" (p.12).

Además, se coincide con Cruz (2018) que esta limitante en el aprendizaje escolar incide directamente en los niveles de entendimiento de las situaciones económico – financieras en que se desarrollan los menores y por tanto en su capacidad de actuación actual y futura, así como al entendimiento de una economía globalizada y en crisis.

Es contradictorio el reconocimiento de las autoridades escolares de la necesidad de la educación financiera en niños y adolescente por múltiples causas (la necesidad de una adecuada administración del dinero, la existencia de crisis financieras que exigen estar preparados para enfrentarlas, la necesidad de promover el ahorro desde edades tempranas como un estilo de vida que garantice estabilidad personal y familiar, la necesaria capacidad que deben desarrollar las personas para la utilización de servicios financieros, entre otras) y las pocas acciones que en este sentido se realizan.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

A lo anterior, se añade que estas acciones se caracterizan por ser talleres extracurriculares en la mayoría de los casos. Por lo que se coincide con Gamboa, *et al* (2019) cuando expresa que esta tarea formativa no puede tener una concepción por programas aislados o acciones fragmentadas, sino que debe responder a políticas o lineamientos públicos claramente definidos que guíen la acción educativa con un concepto estatal o federal.

Conclusiones

El estudio demostró que existen diferencias entre las escuelas públicas y privadas del Estado de Jalisco, México, pero que estas no eran significativas.

Ambos tipos de instituciones educativas no priorizan la educación financiera como factor importante que tiene consecuencias en el comportamiento actual y futuro de los menores y que impactará al largo plazo su comportamiento como agentes económicos.

Se reconoce como una limitante del estudio el nivel de sinceridad de las autoridades de las instituciones educativas entrevistadas; por lo que la triangulación de los criterios emitidos con otros estudios realizados trató de disminuir este sesgo de la investigación.

El estudio realizado abre nuevas líneas de investigación relacionadas con los aspectos que deben ser abordados como parte de la educación financiera de los menores en el contexto mexicano.

Referencias

Bernal, D. (2013). Un estudio bibliométrico en Scopus sobre finanzas en el periodo 2004-2011. Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales, 5(11), 127-140. https://revistas.uclave.org/index.php/teacs/article/view/1633

Cordero, J., & Pedraja, F. (2018). La educación financiera en el contexto internacional. Cuadernos económicos de ICE, 95(95), 239-257. https://www.torrossa.com/en/resources/an/4457065#

Córdova, E. E. y Martínez, G. (2021). La educación financiera en México: importancia e inclusión. Revista Ciencias de la Documentación, 8(1), 29-37. https://www.ciencias-deladocumentacion.cl/index.php/csdoc/article/view/177

Cruz, B.G. ; Díaz, J.C. y Célleri, M.N. (2016). Educación financiera. Revista Publicando, 3(9), 740-751. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5888318

Cruz, E. (2018). Educación financiera en los niños: una evidencia empírica. Sinéctica, (51). https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-109X201800020001

Delgado, L.A. (2020). Educación financiera: Propuesta de una estrategia para Cuba. En. F.F. Borras (Coord.). La banca comercial cubana: propuestas de desarrollo (pp. 375-396). La Habana: Editorial Universitaria Félix Varela

Domínguez, J. (2015). La educación financiera: inventario de cuestiones planteadas. eXtoikos, (17), 3-7. http://www.extoikos.es/n17/pdf/extoikos17.pdf

Ferrada, C. F., Levicoy, D. D., Puraivan, E., & Díaz, F. S. (2020). Análisis bibliométrico sobre Educación Financiera en Educación Primaria. Revista de ciencias sociales, 26(2), 225-242. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7599942

Gamboa, M. O; Hernández, C. A. y Avendaño, W. R.(2019). La importancia de la educación financiera para niños en edad escolar. Espacios, 40(2 (2019)), 1-12. https://repositorio.ufps.edu.co/bitstream/handle/ufps/1333/La%20importancia%20de%20la%20educaci%c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hurtado, D., Tacuri, L. , & Merchan, Y. (2021). Evaluación de la educación financiera en los niños de las escuelas municipales del GAD-Loja. Espíritu Emprendedor TES, 5(2), 35-54. https://www.espirituemprendedortes.com/index.php/revista/article/view/267

INEGI (2021). Principales Cifras 167. (n.d.). https://www.planeacion.sep.gob.mx/principalescifras

Neme-Chaves, S. R. & Forero, S. (2017). Análisis bibliométrico acerca de las finanzas personales en estudiantes universita rios. In O. R. Group, Organizaciones Modernas para el Desarrollo Sostenible (pp. 22-38). Medellín: Optimal Research SAS.

Monasterio, J., Briceño, M. y Moreno, G. (2022). Inclusión de contenidos de educación financiera en los programas académicos del sistema educativo venezolano. *Investigación y postgrado*, *37*(1), 37-65. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8485750

OCDE. (2013). Pisa 2012 Results: What Makes Schools Successful? Resources, Policies and Practices (Vol IV). Paris: PISA, OECD Publishing

López-Lapo, J. L., et al (2022). Educación financiera en América Latina. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 6(1), 3810-3826. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1770

Zamudio, L. F., Sacueda, A. L., & Ramos, B. A. (2022). Educación Financiera para nivel de educación media superior: caso Cecyte, Baja California, México. Revista Espacios, 43(11). https://www.revistaespacios.com/a22v43n11/a22v43n11p02.pdf

Hernández, A. y Rendón, L. (2021. Brecha de género tecnológica en la educación financiera universitaria en México. Revista Venezolana de Gerencia, 26(93), 48- 60 https://www.redalyc.org/journal/290/29066223004/29066223004.pdf

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 22. La gestión de la cadena de suministro y la ventaja competitiva por giro del negocio: en las mypes del Municipio de Poanas, Durango, México.

Paloma Ruiz Valles
Idalia Rubí Flores Cisneros
Karla María Ortega Valdez
María del Socorro Piedra Castañeda

Universidad Tecnológica de Durango

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.22

Resumen

El objetivo de la investigación es determinar si existen diferencias significativas en la gestión de la cadena de suministro y la competitividad dependiendo del giro del negocio. La muestra fue de 444 mypes del Municipio de Poanas, Durango, México, de las cuales 72.5% son de giro comercial, 23% de servicios y el 4.5% de manufactura. Mediante un cuestionario, se corroboró la hipótesis, ya que las mypes del sector comercio mostraron diferencias con respecto a los otros dos sectores en las variables evaluadas, detectando áreas de oportunidad para la capacitación y asesoría técnica en temas de gestión de recursos humanos, cadena de suministro y estrategia competitiva.

Palabras clave

Gestión de cadena de suministro, mypes, ventaja competitiva

Introducción

En el actual panorama mundial, las micro y pequeñas empresas (mypes) desempeñan un papel fundamental en el desarrollo económico social a nivel global. No obstante, su capacidad para competir en un entorno cada vez más complejo y dinámico depende en gran medida de una serie de variables, relacionadas con la gestión eficaz de la cadena de suministro. La presente investigación consiste en un estudio descriptivo, cuyo objetivo es determinar si existen diferencias significativas en la gestión de la cadena de suministro y la competitividad, considerándolas desde la perspectiva del giro del negocio. Examinar la competitividad de las mypes implica una evaluación de factores como el perfil de su directivo, el personal ocupado, y la gestión de la cadena de suministro, respecto de la competitividad. Este enfoque permitirá a los investigadores comprender mejor las dinámicas que afectan a este sector y, en última instancia, fomentar su desarrollo sostenible.

La base de la competitividad de las mypes puede relacionarse con la gestión empresarial, al respecto, Abdel y Romo (2004) consideran que:

> La competitividad empresarial se deriva de la ventaja competitiva que tiene una empresa a través de sus métodos de producción y de organización, reflejados en precio y en calidad del producto o servicio, en relación con los de sus rivales en un mercado específico (p.9).

Un nuevo enfoque para entender las mypes y su gestión, es relacionar su grado de competitividad con la administración de la cadena de suministro a la que pertenecen, de acuerdo con el giro del negocio.

Según Chopra y Meindil (2008) "la estrategia competitiva de una compañía define, en relación con sus competidores, el grupo de necesidades del cliente que ésta busca satisfacer con sus productos y servicios" (p. 22).

Estas necesidades cambian dependiendo del giro del negocio: comercio, manufactura o servicios. En el sector comercial, el consumidor da énfasis a la disponibilidad de productos a un precio razonablemente bajo. En el sector de la manufactura, a la calidad y tiempo de entrega y, en el sector de servicios, a la rapidez de respuesta y calidad del servicio, según los mismos autores.

Vista desde esta perspectiva, la mype posee elementos de gestión de la cadena de suministro en la etapa de abastecimiento, representados por el conocimiento del mercado y la gestión de sus proveedores, la etapa de la producción representada por los procesos opera-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

tivos y financieros que le corresponden según su giro y la base de la ventaja competitiva de la empresa que identifican sus directivos.

Según información del Directorio Estadístico de Unidades Económicas DENUE de INEGI (2023) el municipio de Poanas cuenta con un total de 884 unidades económicas, de las cuales el 11.9% se dedican a la manufactura, 47.7% al comercio y 40.4% a servicios. Las mypes constituyen el 99.1 % del total de empresas ubicadas en el municipio y son la base del tejido económico y social del mismo, pues proveen la gran mayoría de los empleos formales e informales para su población.

La contribución de esta investigación al estado del arte radica en examinar las variables de la gestión de la cadena de suministro de las mypes del municipio y cómo ésta impacta en su competitividad dependiendo del giro del negocio. A partir de los resultados, las universidades implicadas en el estudio podrán realizar acciones para detectar áreas de oportunidad en la gestión de las mypes y desarrollar acciones de capacitación y asesoría técnica que contribuyan a elevar los niveles competitividad de estas micro y pequeñas empresas. Dado que uno de los ejes bajo los cuales las Universidades Tecnológicas han orientado sus proyectos de investigación, es apoyar al desarrollo regional.

Las mypes son importantes porque según Del Pilar et al., (2020) generan crecimiento, oportunidades, fuentes de empleo e innovación en los países, además de ser un medio de lucha contra la pobreza (p.p. 148-149).

Así mismo, Gherhes et al., (2016) mencionan que una particularidad de las mypes, es que están centradas en las características y capacidades empresariales del dueño-directivo, no solamente en los procesos que llevan a cabo, por lo que es importante incluir su caracterización (p.943).

Revisión de la Literatura

El desarrollo económico en Latinoamérica y específicamente en México, en años recientes, se debe en gran parte, al surgimiento de las denominadas micro y pequeñas empresas, que generan mayormente el sustento económico de las familias de la región, debido a la generación de empleos formales e informales.

Como lo sustentan Ferraro y Rojo (2018) en su informe técnico para la Organización Internacional del Trabajo, las mypes en América Latina conforman un grupo heterogéneo, el cual está conformado por micro empresas enfocadas a sostenerse económicamente a sí mismos, hasta pequeñas empresas, siendo estas últimas más dinámicas e innovadoras, representando una competencia importante en el mercado y que, además, en algunos casos,

se atrevieron a realizar actividades de exportación. Son agentes económicos que generan una gran cantidad de empleos, sin embargo, presentan bajos índices de productividad y una alta proporción de informalidad (p.7).

Las mypes del Municipio de Poanas, realizan actividades comerciales, de manufactura, servicios, agricultura y ganadería y dependen totalmente de la interacción que tengan entre los mismos habitantes de las comunidades que conforman al municipio, dicha interacción es de suma importancia para generar el desarrollo regional.

Chauca (2014), afirma que "las interacciones permiten el acceso a, y el intercambio de, recursos y servicios diversos, infraestructuras, información, conocimientos y todo tipo de activos tangibles e intangibles" (p.18).

Derivado que Villa Unión, cabecera municipal de Poanas, y sus alrededores son considerados una zona rural, el nivel educativo a partir del nivel media básica y medio superior, destaca por ser un área de oportunidad para la capacitación de los directivos de estas empresas, ya que:

> La educación para los empresarios es escasa, ya que la mayor parte de esta información gira en torno a un nivel personal y/o familiar, dejando a un lado al empresario, que, en teoría, es una persona con las capacidades necesarias para ejercer una adecuada toma de decisiones a nivel directivo. (Peñaloza, 2016, p.9)

En otro orden de ideas, las mypes se han integrado de forma natural en cadenas de suministro junto con sus proveedoras y clientes, por lo que es necesario tomar en cuenta los procesos de la administración de la cadena de suministro para el logro de su competitividad, esta gestión:

> Debe ser consolidada más allá de las fronteras de la empresa, buscando abarcar toda la cadena de proveedores, los procesos productivos y el sistema de distribución en el sentido vertical, incorporándose a ello, la aplicación de los nuevos aportes de la informática, las comunicaciones y el surgimiento de nuevos sistemas de gestión (Manrique Nugent et al., 2019, p.1136)

En cada empresa es diferente la forma en que se va a llevar a cabo las actividades relacionadas con la logística, y por lo tanto la gestión de la cadena de suministro; ya que éstas dependen de la manera de pensar de la administración, y de la forma en que ellos vean conveniente el suministro de los materiales para el abastecimiento, la fabricación de los productos, su distribución o del carácter que posean para tomar las decisiones dentro de la misma, así como el giro al que pertenecen (Simchi-Levi ,2008,como se citó en Mata-Zamores et al., 2021, p. 3).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Metodología

El presente trabajo de investigación conjunto entre la Universidad Tecnológica de Poanas y la Universidad Tecnológica de Durango surge del estudio realizado en 2023 por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN, 2023), en el cual se parte de conceptualizar la mype como una serie de elementos parte de un sistema que es evaluado según la percepción del director, considerado como la persona que toma la mayor parte de las decisiones. Este estudio tiene un enfoque cuantitativo, de diseño transversal, de tipo causal, con un alcance descriptivo, en el que pretende caracterizar los elementos del sistema que se relacionan con la gestión de la cadena de suministro de la empresa y la ventaja competitiva de la misma como variables de análisis, tratando de identificar posibles diferencias dependiendo del giro al que pertenecen: comercio, manufactura y/o servicios.

El objetivo general de la investigación es determinar si existen diferencias significativas en la gestión de la cadena de suministro y la competitividad dependiendo del giro del negocio, a partir del cual se plantean las siguientes hipótesis: H1: Existen diferencias significativas de medias en la percepción de la gestión de la cadena de suministro y la competitividad dependiendo del giro de la mype. H0: No existen diferencias significativas de medias en la percepción de la gestión de la cadena de suministro y la competitividad dependiendo del giro de la mype.

La presente investigación se llevó a cabo en el Municipio de Poanas, Durango, México, recolectando información con directivos de micro y pequeñas empresas, a los cuales se les aplicó de manera directa, un cuestionario de opción múltiple.

De acuerdo con datos del INEGI (2010) Poanas colinda al norte con los municipios de Durango y Guadalupe Victoria; al este con el municipio de Cuencamé y el estado de Zacatecas; al sur con el estado de Zacatecas y los municipios de Vicente Guerrero y Nombre de Dios; al oeste con los municipios de Nombre de Dios y Durango. Ocupa el 0.9% de la superficie del estado. Cuenta con 28 localidades y una población total de 25,623 habitantes, siendo 50.8% mujeres y 49.2% hombres (p.2).

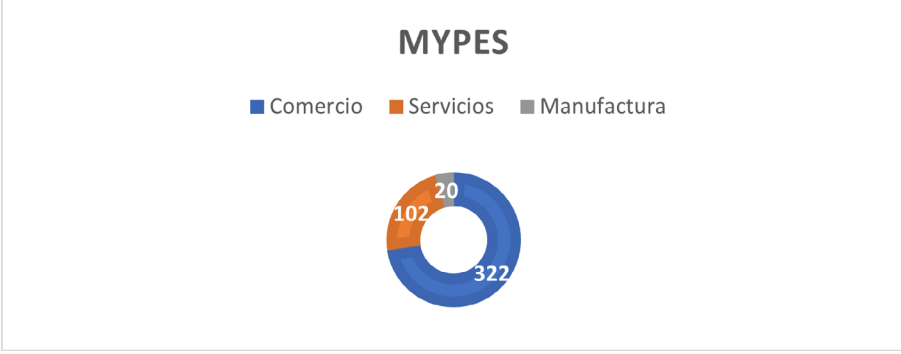
Según el DENUE (2023) en el municipio se encuentran registradas un total de 876 micro y pequeñas empresas, de las cuales se seleccionó una muestra de 444 empresas, por conveniencia, los encuestadores fueron alumnos de la Universidad Tecnológica de Poanas, mediante la aplicación directa del instrumento persona a persona. La captura de los datos estuvo a cargo de los alumnos de la Universidad Tecnológica de Durango, en ambos casos supervisados por los investigadores a cargo del presente estudio, quienes llevaron a cabo el análisis de los resultados.

De los 444 empresarios que respondieron el cuestionario, el 52.9% fueron del sexo femenino y el restante 47.1% masculino. La edad de los directivos tiene un rango de 19 a 92 años, con un promedio de 44.38 años. El 28.2% de los empresarios tienen estudios de nivel superior, seguido de un 30.9% con nivel media superior y un 37.4% con educación básica. El 80.86% de los directivos son la primera generación que fundó la empresa. Por su estado civil, el 57.2% son casados, y de éstos el 94.4% tiene hijos. Además, manifiestan que dedican en promedio hasta 9 horas al día los 7 días de la semana.

La mayoría de los negocios 72.5% pertenecen al giro comercial, un 23% a la prestación de servicios y sólo 4.5% a la producción de manufacturas como se muestra en la Figura 22.1.

Figura 22.1

Mypes del Municipio de Poanas, Durango, México por giro del negocio.



La antigüedad del 21.62 % de los negocios es menor a 3 años, con un total de 96 empresas fundadas en un escenario post pandemia entre 2021 y 2023. Estas empresas están ubicadas preponderantemente en locales fijos (76.8%) más que en puestos semifijos (23.2%).

Con relación a su situación fiscal, el 47.7% de las mypes encuestadas son personas físicas, sin registro ante el Registro Federal de Contribuyentes (RFC), el 34.2% tributa como persona física en actividades empresariales, servicios profesionales o el Régimen de Incorporación Fiscal. Mientras que el 7.2% son personas morales sin RFC y el 10.9% restante son personas morales tributando en régimen general.

El instrumento se aplicó directamente a los directivos para responder de manera anónima y voluntaria, con la finalidad de indagar sobre la caracterización de la empresa en relación a su tamaño y giro, sus ingresos y egresos, así como el perfil del directivo, el personal ocupado y sus condiciones de trabajo, además para la comprobación de la hipótesis de la investigación se tomó en cuenta la percepción del directivo acerca de las variables relacionadas con la gestión de la cadena de suministro bajo un enfoque sistémico: en los insumos se con-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

sideraron el conocimiento del mercado y la gestión de los proveedores, en los procesos del sistema, las finanzas y la operación del negocio y en los resultados del sistema la percepción sobre su principal ventaja competitiva. Los resultados se analizaron mediante estadística descriptiva a través del software de Inteligencia Empresarial Power Bi de Microsoft, realizando un análisis diferenciado por giro del negocio: comercio, manufactura o servicios.

El instrumento es un cuestionario que mide la percepción de las variables antes descritas desde la perspectiva del empresario (Robles, 2023), se integra por 5 variables con 25 ítems en escala tipo Likert de cinco puntos, y datos de caracterización de las mypes, así como datos demográficos de los directivos.

El nivel de confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach para las escalas tipo Likert es de 0.871< 0.7, por lo que se deduce que el instrumento posee una buena consistencia interna.

Resultados

Estas empresas generan un total de 1601 empleos directos, de los cuales el 51.34% son mujeres y el 51.53% son familiares del directivo. La escolaridad predominante de los hombres (35.43%) y mujeres (35.16%) empleados en la empresa es educación básica (preescolar, primaria, secundaria o formación básica para el trabajo). Además, al preguntar a los directivos(as) acerca de la capacitación formal que ofrecen a sus colaboradores, el 53.51% manifiesta que no la contempla dentro de la empresa, lo cual abre un área de oportunidad en materia de capacitación para el empleo.

Un dato que requiere especial atención es que según los propios directivos de las mypes del municipio de Poanas, Durango, el 79.73% de sus colaboradores no cuentan con seguridad social o servicio formal de salud. Además, el 91.44% de los colaboradores tampoco cuenta con un fondo de aportaciones para el retiro por cesantía en edad avanzada, vejez y retiro.

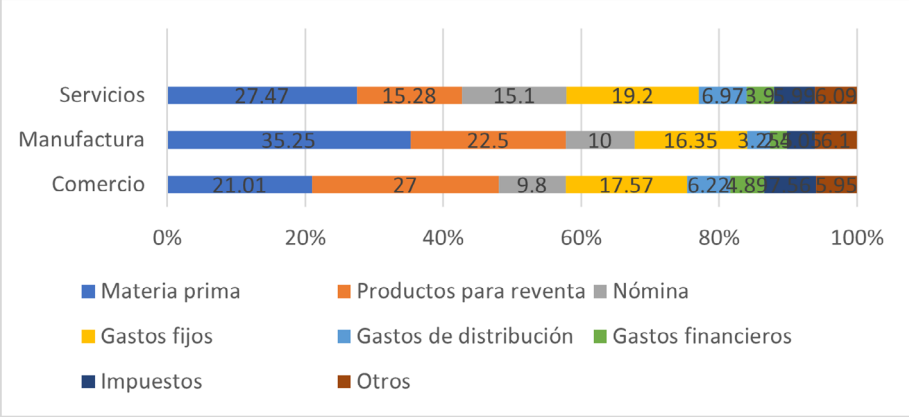
Ambos resultados requieren de un análisis prospectivo a detalle en conjunto con las autoridades laborales, municipales y el Instituto Mexicano del Seguro Social para prever posibles escenarios cuando esta población se acerque a la edad de retiro.

De acuerdo a la variación en el último año (2022) de las ventas y las utilidades, por giro de negocio, aquellas mypes pertenecientes al sector Comercial, según la opinión de sus directivos, no estuvieron de acuerdo en que hayan experimentado aumento, mientras que, en el sector de manufactura y servicios, los directivos estuvieron de acuerdo en que aumentaron.

Respecto a sus principales egresos, son los costos logísticos, específicamente las compras de materia prima, de productos para reventa y los costos de distribución los que según opinión de los empresarios ocuparon el 54.22% en las mypes de giro comercial, el 61% en el de manufactura y el 49.72% en las de servicios, por lo que requieren mayor atención al optimizar los costos de la empresa, según se muestra en la Figura 22.2.

Figura 22.2

Distribución de los egresos por giro del negocio



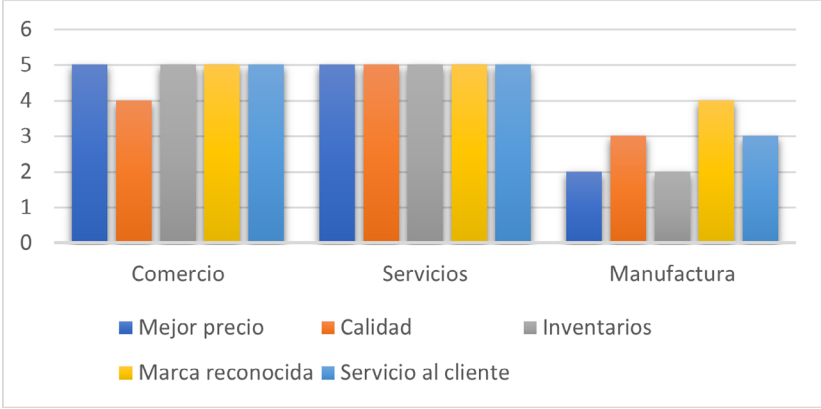
La adecuada gestión de la cadena de suministros, comienza con el conocimiento del mercado, específicamente de los requerimientos del cliente en relación al producto o servicio, al lugar y tiempo de entrega, al precio, a la resolución de sus dudas, en relación a esto el 35.36% de los directivos pertenecientes al giro de comercio manifiesta estar muy de acuerdo en poseer métodos eficaces para conocer a sus clientes, sus necesidades y preferencias, mientras que solo el 12.61% y el 2.6% de las empresas de servicios y de manufactura lo hace.

En relación con la evaluación de los proveedores del negocio, tratándose de mypes en el sector Comercio, de acuerdo a la moda de las respuestas de los directivos, se le da mayor importancia al precio, la existencia en inventario, la marca y el servicio al cliente por igual. En el sector de Manufactura, el énfasis está en la marca del producto que les ofrece el proveedor solamente. Finalmente, en el sector de Servicios, se le da igual importancia a cada uno de estos aspectos al momento de valorar al proveedor, como se muestra en la Figura 22.3.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 22.3

Énfasis en la evaluación de los proveedores por giro del negocio



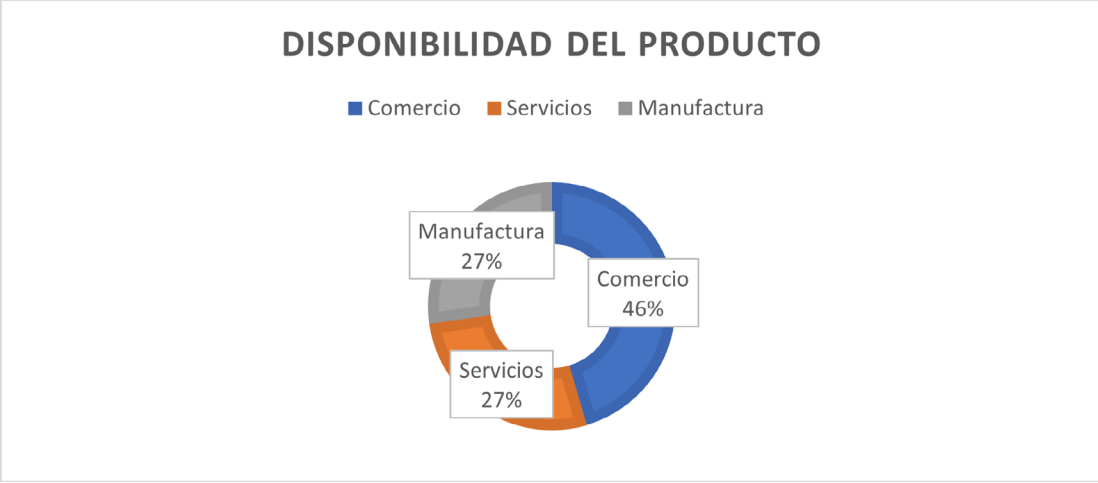
En lo que respecta a la parte financiera de la cadena de suministros, en la claridad de lo que compran a sus proveedores, el 41.67% de las mypes de giro comercial y de servicios manifiestan tenerlo muy claro, mientras que en el sector de manufactura este porcentaje es solo del 16.67%. En cuanto al flujo de efectivo, al preguntarles si tienen claro lo que pagan a proveedores cada mes, en el giro de Comercio y Servicios se manifestó muy de acuerdo por igual en un 38.46% de los directivos y un 23.08% en el sector Manufactura.

Hablando del enfoque principal en la parte operativa del negocio, de acuerdo a valoración de los directivos y su moda, en el sector Comercio el enfoque es más pronunciado en la calidad de los productos (45.45%). En el sector de Servicios, el énfasis está en el nivel de inventario de los materiales (41.67%). Finalmente, en el sector de Manufactura se le da mayor importancia a la reducción de tiempos de entrega del producto al cliente (25%).

Finalmente, en la identificación de la fuente de la ventaja competitiva en el mercado, los directivos perciben en el sector Comercio la disponibilidad de sus productos en inventario como su mayor ventaja (45.45%), como se muestra en la Figura 22.4.

Figura 22.4

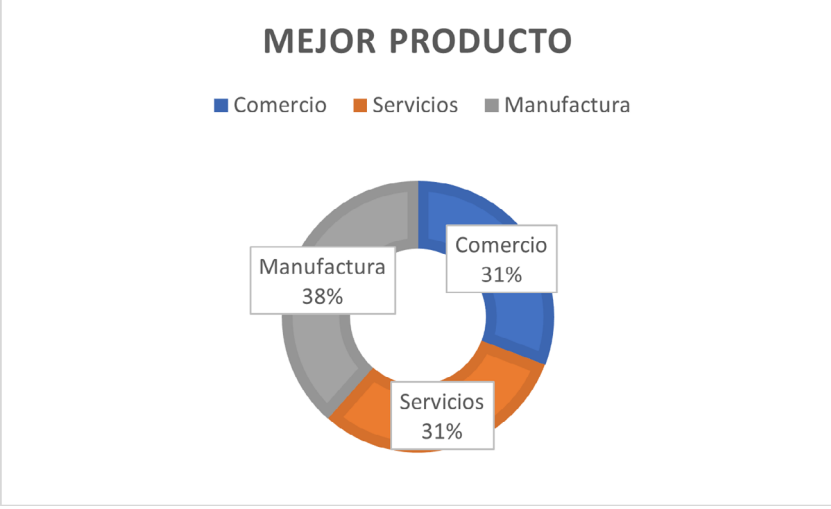
Disponibilidad del producto como fuente de la ventaja competitiva



En el sector Manufactura la fuente de la ventaja competitiva se identifica mayormente con el contar con el mejor producto en su categoría (38.46%), según la Figura 22.5.

Figura 22.5

Mejor producto como fuente de la ventaja competitiva

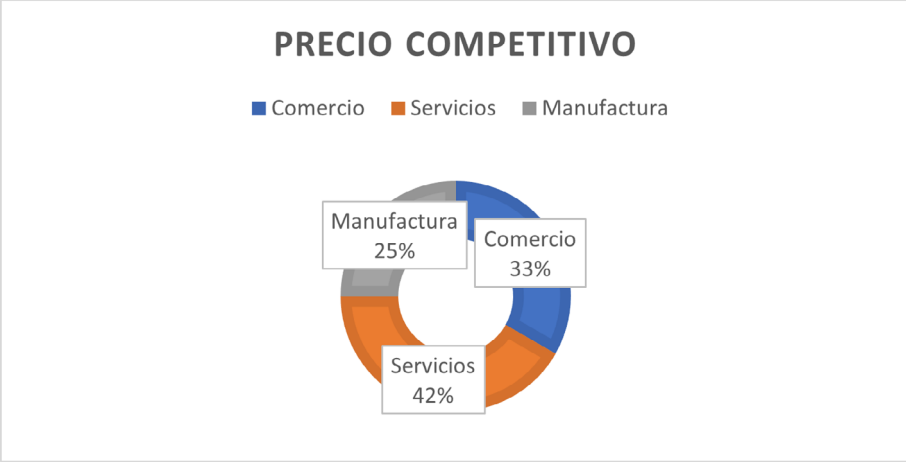


Por último, en el sector de Servicios se identifica como la mayor ventaja competitiva, su precio competitivo frente a la competencia en el mercado (41.67%) según se muestra en la Figura 22.6.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 22.6

Precio competitivo frente a la competencia como fuente de la ventaja competitiva



Discusión

De la muestra analizada, destaca que, acerca de sus aspectos sociodemográficos, el 52.9% de sus directivos son mujeres y el 47.1% son hombres. Sobre su nivel educativo, el 37.4% cuenta con educación básica y en cuanto a estado civil, predominan los casados con un 61.7%. Respecto a la caracterización de las mypes encuestadas, el 72.5% son de giro comercial, 23% de servicios y solo el 4.5% de manufactura. La antigüedad del 21.62 % de los negocios es menor a 3 años y el 47.7% de las mypes encuestadas son personas físicas, sin registro ante el Registro Federal de Contribuyentes, es decir, pertenecen a la economía informal.

Sobre el coeficiente Alfa de Cronbach para las escalas tipo Likert utilizadas es de 0.871. Al ser > 0.7 y < de 0.9 indica que el instrumento de recolección de datos es confiable. El desarrollo de este trabajo de investigación es de suma importancia para el desarrollo y crecimiento de las mypes en el municipio de Poanas, la investigación se centró considerando a las mypes como un sistema que posee una serie de elementos de la gestión de la cadena de suministros que se supone impactan en la ventaja competitiva de la misma, dependiendo del giro del negocio. La H1: Existen diferencias significativas de medias en la percepción de la gestión de la cadena de suministro y la competitividad dependiendo del giro de la mype, la hipótesis se acepta, ya que, comenzando por la etapa del abastecimiento de la cadena de suministro, la variable de conocimiento del mercado, muestra diferencia significativa entre el sector de Comercio y Manufactura-Servicios. Respecto a la variable de gestión de proveedores el sector Comercio reportó que es de mayor importancia que los proveedores les consideren precios más bajos sacrificando calidad, no siendo así para el sector de manufactura, el cual, considera antes calidad que precio, respecto a la variable de ventaja competitiva el sector comercio la

percibe solamente por el hecho de tener disponibilidad de sus productos en inventario, caso contrario el sector de manufactura, considera como ventaja competitiva el tener el mejor producto en su categoría y el sector de servicios considera como ventaja competitiva los precios que ofrece en comparación de los de su competencia.

En la parte operativa de la cadena, en el aspecto financiero, se observa una mayor claridad en lo que se compra a proveedores en el sector Comercio, mientras que en lo que respecta a su flujo de efectivo, se tiene una mayor claridad por igual en el sector Comercio. Servicios. En relación con la Producción- Operación del negocio, en el sector Comercio se le da mayor importancia a la calidad de los productos, en el Sector Servicios en el nivel de inventarios de los materiales y en el sector Manufactura en la reducción de los tiempos de entrega.

Finalmente, en la identificación de la principal ventaja competitiva del sector Comercio es percibida como la disponibilidad de sus productos, en el sector Servicios, su precio competitivo y en Manufactura contar con el mejor producto en su categoría.

Garrido (2012), propone que el comercio y las ciudades no pueden desarrollarse por separado, el comercio detallista es un motor para las ciudades que genera dinamismo y beneficios económicos claros a la vez que ayuda a su crecimiento al ser un polo de atracción y una potente herramienta para afrontar los cambios en la economía productiva de la ciudad (p.10), lo cual nos permite comprender el hecho de que existe un área de oportunidad muy grande para potencializar a las mypes y poder observar el reflejo en la economía del municipio.

De acuerdo con Saavedra et al., (2017) citados en Ramos y Aguilar (2023), entre más pequeña sea la empresa más depende de los factores de gestión financiera para alcanzar competitividad, por lo que es necesario que las mypes centren sus esfuerzos en reforzar el desempeño financiero proveyendo una mejor gestión en la cadena de suministro. (p.14), lo cual, de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación, podría ser la base para la capacitación y asesoría técnica por parte de las universidades involucradas en el estudio para las mypes del Municipio de Poanas.

Conclusiones

El municipio de Poanas, Durango, se había caracterizado en décadas anteriores por tener como actividades económicas principales la agricultura y la ganadería, sin embargo, con el paso del tiempo el desarrollo creciente del comercio dentro de la región ha evolucionado, siendo este sector económico el principal dentro de la investigación.

Según el DENUE (2023) en el municipio se encuentran registradas un total de 884 unidades económicas, de las cuales 876 son micro y pequeñas empresas. Se analizó una

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

muestra de 444 mypes. Destacando los principales aspectos de los resultados de la investigación se concluye que las áreas de oportunidad para el mejoramiento de las micro y pequeñas empresas de la región son:

El desarrollo de un programa de capacitación y asesoría técnica en temas de gestión de cadena de suministros y ventaja competitiva diferenciado por sector para los directivos de las mypes, ya que el 30.9% posee un nivel de escolaridad de media superior y el 37.4% con educación básica, así como un programa de capacitación para los colaboradores, ya que del total de los encuestados el 53.51 % indican que no se considera el tema de la capacitación.

La regularización por parte de las autoridades de las mypes ya que el 47.7% pertenece a la economía informal y en relación de los derechos laborales de los colaboradores, el 79.73% de sus no cuentan con seguridad social o servicio formal de salud, y el 91.44% tampoco cuenta con un fondo de aportaciones para el retiro, esto con el fin de prever en conjunto con las autoridades escenarios futuros en el tema de bienestar social.

Así mismo, se plantea la necesidad de realizar mayor investigación respecto de las mypes por la importancia que revisten dentro del desarrollo regional.

Referencias

Abdel, G. y Romo, D. (2004). *Sobre el concepto de competitividad. Documentos de trabajo en estudios de competitividad*. Centro de Estudios de Competitividad, ITAM. 1-31. http://cec.itam.mx/sites/default/files/concepto_competitividad.pdf

Castillo, C. y Machado, C. (2010). Concepciones teóricas referentes a la definición de la competitividad. *EUMED.* https://www.eumed.net/ce/2010a/cccm3.htm

Chopra, S. y Meindl, P. (2008). *Administración de la cadena de suministro. Estrategia, planeación y operación*. Pearson Educación.

Chauca, P. (2014). Micro y pequeña empresa, actores sociales y contextos desde la perspectiva del desarrollo local. *Acta Universitaria*, 24(1), 13-25. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41648308002

Del Pilar, E., Alegado, I., y Fabroa, M. (2020). Structural relationships among critical failure factors of microbusinesses. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(1), 148-174.https://www.researchgate.net/publication/338513042_Structural_relationships_among_critical_failure_factors_of_microbusinesses

Ferraro, C y Rojo, S. (2018). *Las MIPYMES en América Latina y el Caribe. Una agenda integrada para promover la productividad y la formalización*. Oficina de la OIT para el Cono Sur de América Latina. Informes Técnicos OIT Cono Sur, Nº7. ISSN 2523-5001. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_654249.pdf

Garrido, J. (2012). *Estrategias competitivas de las micro y pequeñas empresas detallistas ante la gran distribución*. [Tesis Doctorat en Ciències Humanes, Socials i Jurídiques. Universitat Internacional de Catalunya, Facultat de Ciències Econòmiques i Socials]. https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/104512/Tesi_Jordi_Garrido.pdf

Gherhes, C.A., Williams, N., Vorley, T. (2016) Distinguishing micro-businesses from SMEs: a systematic review of growth constraints. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23 (4).939-963.https://eprints.whiterose.ac.uk/106975/1/Distinguishing%20micro-businesses%20from%20SMEs_AAM.PDF

INEGI. (2010). *Compendio de información geográfica municipal 2010. Poanas, Durango*. Inegi. https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexicocifras/datos_geograficos/10/10022.pdf

INEGI. (2023). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. DENUE. Inegi. https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx

Manrique Nugent, M. A.L. Teves Quispe, J. Taco Llave, A.M. Flores Morales, J.A. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 24, núm. 88, p. 1136-1146. https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/html/

Mata-Zamores, S. Maldonado-Guzmán, G. y Devesa-Hidalgo, D.A. (2021, 17 de junio). La gestión de la cadena de suministro como factor influyente en la competitividad de las pymes del estado de Aguascalientes. *Estrategias financieras, emprendimiento, cadena de suministro y era digital*

Vol. 14 Núm. 14.1-18. https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1964/1803

Peñaloza, L. (2016). *La cultura financiera y su efecto en la toma de decisiones en los empresarios*. [Tesis Especialidad en Finanzas. Instituto Politécnico Nacional] .https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/19575/30.%20Laura%20Pe%C3%B1aloza%20Bola%C3%B1os.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ramos, S. y Aguilar, O., (2023). Impacto de la innovación y las ventajas competitivas sobre la dirección en las micro y pequeñas empresas locales e internacionalizadas. *RELAYN micro y pequeña empresa en Latinoamérica*, 7(1), 1-15. DOI: https://doi.org/10.46990/relayn.2023.7.1.598

Robles, C. Alviter, L. y Escamilla, Z. (2023). *Propiedades métricas de una escala de medición de la percepción del trabajo decente para empresarios de medianas empresas*. Nova Scientia. ISBN 978-607-542-241-1.https://econpapers.repec.org/RePEc:msn:gcaocc:16-05

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 23. Medición de las prácticas de sustentabilidad en las mypes: caso de estudio.

Jesabel Gómez Sánchez
Ivette Pérez Hernández
Rocío Ramos Hernández
Carlos Alberto Ruiz López

Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.23

Resumen

En el contexto de la creciente conciencia sobre la importancia de la sustentabilidad, la presente investigación busca conocer cómo se está integrando ésta a la gestión de las mypes, considerándolas factores importantes para la mejora de aspectos como la fuerza laboral, y el desarrollo económico del país. En ese sentido, al estudiar a las mypes de la región se detectó un vacío existente entre la relevancia de la sostenibilidad empresarial y la integración de ésta en sus operaciones diarias. Derivado de lo anterior, se profundizó el análisis obtenido a partir de un caso de estudio que permita medir los resultados y contrastar la categorización de las mypes con el modelo Penta dimensional, contra la situación de una mype particular. Se observó que, existe una diferencia entre la percepción de los empresarios que conforman las mypes y las prácticas reales que estos están llevando a cabo situación que se agudiza mientras más pequeña es al carecer de procesos claros.

Palabras clave

Caso, Medición, Mypes, Sustentabilidad ambiental

Introducción

En el contexto de las Mypes, su compromiso con la sostenibilidad no solo responde a una responsabilidad ética, sino que también juega un papel crucial en la consecución de varios ODS de la Agenda 2030. Las pequeñas y medianas empresas representan un porcentaje considerable de la fuerza laboral en México, ya que en ellas trabajan aproximadamente 26.6 millones de personas. Por lo tanto, es fundamental trabajar en la sostenibilidad de estas empresas para garantizar su viabilidad a largo plazo y su contribución al desarrollo económico y social del país. En el contexto de la creciente conciencia sobre la importancia de la sustentabilidad, es fundamental abordar de manera integral la gestión de las mypes, para garantizar que no solo cumplan con sus objetivos económicos, sino que también contribuyan a la conservación del entorno, promuevan la justicia social y el bienestar de sus comunidades. Este enfoque multidimensional es esencial en un mundo donde los recursos naturales son limitados y las preocupaciones ambientales y sociales están en constante aumento. En este marco es importante observar lo que la literatura del tema dice, haciendo que se reflexione sobre la importante huella ambiental que generan las empresas en al menos las cuatro categorías mencionadas, observando así la importancia de los estudios dados en la materia. Las pequeñas y medianas empresas generan una huella ambiental elevada, lo que requiere una transformación verde para lograr un desarrollo sostenible Prado y Cotte (2022) miden el desempeño ambiental a 120 microempresas logrando identificar cuatro categorías: sostenibilidad, agua, energía y gestión de residuos sólidos, para determinar la importancia de promover el proceso de sostenibilidad en este sector como un factor clave para contribuir a la inclusión y al desarrollo sostenible. Esto toma doble relevancia cuando se observa desde el punto de vista económico y la derrama que tales empresas tienen para la economía en general, ya que como se observa en los estudios previos representan al "90% de los negocios globales, generando y manteniendo el 50% del empleo, y en las economías emergentes, las mypes formales aportan el 40% del producto interno bruto nacional" (ibíd.). Siguiendo esta línea, queda en claro qué, las microempresas necesitan recibir un respaldo adecuado y contar con proyectos financieros que se hayan diseñado por responsables de políticas sectoriales para poder llevarse a cabo. De tal forma que estas medidas sean eficaces en la creación de "modelos de negocio sustentables" para ayudar a reducir la pobreza y fomentar el crecimiento económico sostenible, promoviendo a su vez prácticas dónde se dé la importancia al medio ambiente y se fomente el desarrollo de los países.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Revisión de la Literatura

Para comprender mejor este concepto y su importancia, es necesario analizar el marco conceptual y el estado del arte en este campo. Autores como Sarango-Lalangui, Álvarez-García y Del Río-Rama (2018, p.3), explican de esta forma siendo la más aceptada: el desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, sin embargo, no deja de ser un concepto multidimensional y amplio. Siendo utilizados los términos sostenible y sustentable por la literatura académica internacional de manera intercambiable por compartir la raíz etimológica común en el latín "sustinere", que significa "sostener" o "mantener". El término sostenibilidad empresarial, a veces identificado como sustentabilidad empresarial, es un concepto ampliamente discutido en el mundo empresarial y en cuestiones medioambientales. Este se refiere a la habilidad que las empresas tienen para lograr su crecimiento en términos de cumplimiento de necesidades, pero sin comprometer los recursos presentes y de generaciones futuras.

De acuerdo con múltiples estudios e investigaciones como el de Meirelles, Sacomano y Papalardo (2014), el término de sostenibilidad empresarial engloba el hecho de que la empresa debe de adoptar ciertas prácticas que logren compensar los aspectos económicos, sociales y ambientales, esto muchas veces a través de sus políticas para moderar sus actividades hacia dentro y fuera de la empresa. Además, se menciona, se debe considerar el impacto que estas operaciones tienen en la sociedad y en el medio ambiente, sin perder de vista las utilidades a largo plazo. Entre los indicadores más utilizados se encuentran las recomendaciones de la CEPAL, NACIONES UNIDAS "Indicadores de sostenibilidad ambiental y de desarrollo sostenible: estado del arte y perspectivas", y Dow Jones Sustainability Indexes que evalúa tres campos de actuación (económico, medioambiental y social) en base a un número aproximado de 24 parámetros. Y FTSE4Good que califica con una puntuación global de 0 a 5 y con los seis campos más relevantes para ellos (gestión ambiental, cambio climático, derechos humanos y del trabajo, estándares laborales en la cadena de suministro, gobierno corporativo y lucha contra la corrupción). Y el Global Reporting Initiative (GRI), como una de las fuentes más fiables para la extracción de indicadores de sostenibilidad, dada su difusión y el aumento de empresas que lo utilizan, al ser una guía que recoge un conjunto de indicadores de sostenibilidad ambiental. Pardo y Cotte (2022) demuestran en su estudio la importancia de integrar la sostenibilidad en el negocio para mejorar la productividad, la competitividad y el acceso a nuevos mercados, esto al mencionar que en muchos casos el microempresario desconoce todas las posibilidades que ofrece contar con procesos respetuosos con el medio ambiente (p. 19). Ya que, como lo menciona Sarango-Lalangui, Álvarez-García, Del Río-Rama (2018)

la sostenibilidad empresarial, no solo busca lo antes expuesto, sino que no pierde de vista la razón primordial por la que las empresas son creadas, y esto es la generación de ganancias, agregando, una contribución al bienestar de las comunidades y recursos de los que se hace uso. Llegando de esta forma al punto medioambiental, con temas tales como la reducción de emisiones contaminantes, la optimización del uso de recursos y la adopción de energías renovables, e inclusive prácticas laborales dignas, con entendimiento de los derechos humanos, justicia social, la equidad, ética y la participación de la propia comunidad.

Las empresas deben adoptar la filosofía de la sustentabilidad para que el respeto por el medio ambiente impregne todo el comportamiento de la organización, no solamente los aspectos comerciales, en este sentido, el estado del arte en el tema de la sostenibilidad empresarial, muestra de una manera creciente como las empresas reconocen cada vez más el valor de estas prácticas; que representa un apoyo esencial para la toma de decisiones que estimulen la inversión y el crecimiento económico y generen oportunidades. Incluso de acuerdo con Ghag, Acharya y Khanapuri (2022) en su modelo para desarrollar un modelo de competitividad sustentable proponen que en la secuencia de implementación en las prácticas de competitividad sustentable, las organizaciones primero se enfoquen en la dimensión social, seguida de la dimensión económica, y finalmente la dimensión ambiental.

Las principales restricciones a la adaptación de las prácticas de sostenibilidad en las empresas están relacionadas con la falta de concientización de los empleados sobre la importancia de la sostenibilidad y los beneficios de las prácticas de sostenibilidad, la falta de recursos, el elevado coste de capital inicial de la aplicación de medidas de sostenibilidad, las insuficientes capacidades de gestión, las prácticas inadecuadas, la falta de información sobre cómo aplicar la sostenibilidad y la interferencia entre las iniciativas de sostenibilidad previstas y otras iniciativas empresariales (Ghag, Acharya y Khanapuri, 2022; Pardo y Cotte, 2022;). Otro factor importante en la promoción de la sostenibilidad empresarial es el gobierno quien puede influir por medio de regulaciones y normatividad incluso mediante términos legales para fomentar aún más esta sostenibilidad empresarial, estableciendo incluso incentivos financieros para las empresas que adopten prácticas sostenibles, así como sanciones para aquellas que no lo hagan. En muchos países, los gobiernos han promulgado leyes y políticas que obligan a las empresas a ser más responsables en términos de sostenibilidad o incluso estímulos. Por ejemplo, la Unión Europea ha establecido una serie de directivas relacionadas con la sostenibilidad empresarial, incluyendo el Acuerdo Verde Europeo, que tiene como objetivo hacer que Europa sea climáticamente neutral para 2050. En América Latina, varios países han promulgado leyes que exigen que las empresas informen sobre su huella de carbono y otras cuestiones relacionadas con la sostenibilidad, incluso no de forma fortuita sino como medio para aumentar la rentabilidad y garantizar la supervivencia en el mercado, donde es

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

necesario sumar a las mypes por la agregación de valor sostenible a sus productos y servicios, debido a que la globalización de los mercados, la preferencia de los consumidores por productos ambientalmente sostenibles y la preocupación por la calidad de vida y preservación del medio ambiente son demandas crecientes y se han convertido en diferencial competitivo para las empresas que invierten en certificación ambiental (Pardo & Cotte, 2022), que además buscan impulsar a las empresas a actuar de manera más responsable y sostenible.

Sin embargo, aún con toda la evidencia de la relevancia actual de la sostenibilidad empresarial, existe en un vacío teórico en cuanto a la explicación de cómo las empresas pueden integrar la sostenibilidad en sus operaciones diarias, aun mayor en las micro y pequeñas empresas que presentan ciertas desventajas frente a las grandes empresas donde la bibliografía suele estar mayormente centrada. Aunque se han presentado diversas iniciativas y estrategias para lograr la sostenibilidad, el marco teórico completo que permita a las empresas entender los principios fundamentales de la sostenibilidad y cómo éstos se traducen en acciones prácticas para las mypes sigue sin ser claro, pese a que de forma asociativa pueden tener grandes impactos en las regiones donde operan (Sarango-Lalangui, Álvarez-García y Del Río-Rama, 2018, p. 2). Incluso en trabajos como el de Martínez, Escobedo y García (2017) basados en el Modelo Pentadimensional para las mypes de la ciudad de Chihuahua, lo utilizan, pero enfocado únicamente a la responsabilidad social, y afirman que, si bien hay esfuerzos por implementar, aún no es una práctica regular quizá por falta de conocimiento y costos.

A pesar de que estas empresas pueden estar dispuestas a adoptar prácticas sostenibles, a menudo no saben cómo hacerlo o carecen de los recursos necesarios para llevar a cabo iniciativas de sostenibilidad. Por lo tanto, es importante contar con los instrumentos adecuados de medición para determinar los principales factores que les impiden ser parte de estas prácticas de sostenibilidad tan demanda (Hundertmarck, Maciel, De Oliveira, De Barba, Bini, Dos Santos, Morais, Da Silva y De Araújo, 2019; Coffay, M. y Bocken, N., 2023).

Metodología

De acuerdo con la investigación de las micro y pequeñas empresas de la región Altas Montañas se detectan niveles medios de participación referente a la sustentabilidad que practican, sin embargo y de acuerdo con el estado del arte, las mypes enfrentan dificultades en la adopción de prácticas sostenibles debido a la falta de recursos y conocimientos en el tema, lo que limita su capacidad para integrar la sostenibilidad en sus operaciones diarias. Por lo tanto, se pretende contrastar estos datos con uno de los elementos utilizados en dichas mediciones para contar con información profunda que permita al tomador de decisiones y a los hacedores de políticas públicas el mejor diseño de estrategias para mejorar su nivel de sustentabilidad y, por ende, su impacto positivo en el entorno económico, social y ambiental.

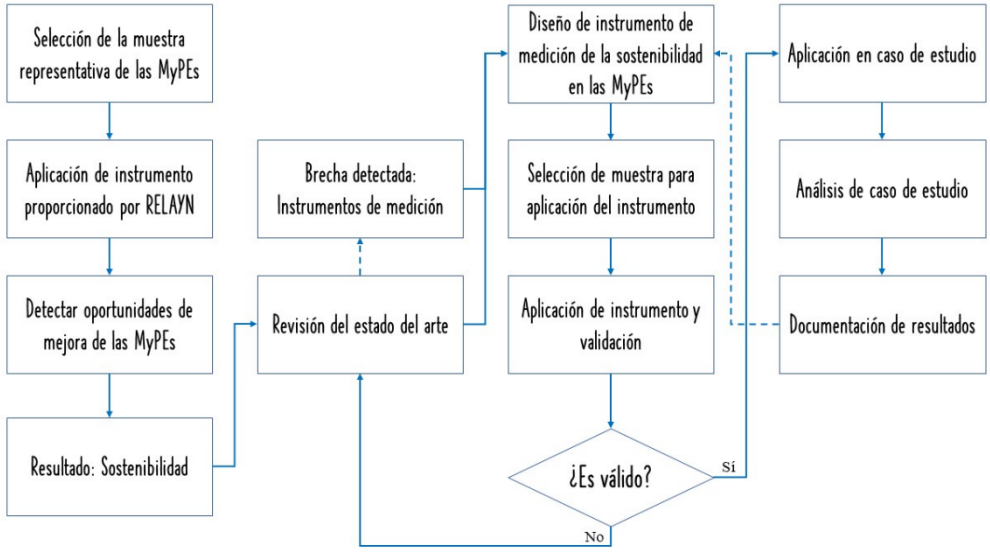
Con este fin, se plantean una serie de pasos dando inicio con el análisis de la conceptualización de las mypes en la zona Altas Montañas. Para determinar el comportamiento de las mypes de la zona, el estudio se basó en el análisis estadístico, como se observa en la Ilustración 1, que consiste en la selección de una muestra representativa válida para las mypes de las zonas Cuitláhuac, Fortín, Yanga y Córdoba, en el estado de Veracruz. Los primeros datos analizados referentes a sostenibilidad se obtuvieron del levantamiento de datos llevado a cabo mediante la aplicación del instrumento utilizado tipo encuesta, desarrollado por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN, 2023) para la investigación anual dirigida a propietarios o gerentes de las mypes. Se realizó mediante muestras por conveniencia, la participación fue voluntaria y anónima, tiene un enfoque cuantitativo de diseño transversal de tipo causal. Aplicado a inicios de 2023 con 395 propietarios de micro y pequeñas empresas ubicadas en la zona mencionada, con un nivel de confianza del 95%, y margen de error de 5%.

Una vez obtenidos los datos de la muestra se detecta la oportunidad de mejora por parte de las mypes referente a uno de los cuestionamientos planteados a los empresarios, que consistió principalmente en las preguntas referentes a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Trabajo decente. Gracias al cual se logra detectar el área de oportunidad de las mypes referentes al tema de la sustentabilidad, apoyados por una extensa búsqueda del estado de arte, y posteriormente de acuerdo con la literatura encontrada, y a la necesidad de contar con un instrumento de medición; se realizó el diseño basado en el modelo Penta - dimensional de Sustentabilidad Empresarial (MOPSE), propuesto por García de la Torre, Portales, Camacho y Arandia (2010). El instrumento se aplicó a aproximadamente 50 empresas de la región de las Altas Montañas en un muestreo por conveniencia con un 90% de nivel de confianza y obteniendo 0.914 en alfa de Cronbach, lo que indica un buen ajuste del instrumento de medición, validando el instrumento utilizado, y generando los resultados plasmados en un semáforo que indica el estado de la empresa; y del cual finalmente se desprende el análisis de la presente investigación como caso de estudio para profundizar en los resultados obtenidos, y poder contrastar la categorización de las mypes con el modelo Penta dimensional y finalmente la situación de una mype en particular. Todo esto se resume en la Figura 23.1. De tal forma que esta metodología pueda ser replicable a cualquier otra mype sin importar su lugar de procedencia o giro utilizando los instrumentos propuestos.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 23.1

Metodología



Resultados

Caracterización de las Mypes en la zona

Los municipios de Cuitláhuac, Fortín, Yanga y Córdoba, en el estado de Veracruz, México, cuentan con un total de 184,864 negocios, dedicándose el 8.1% a la industria, el 49.2% al comercio y el 42.7% a los servicios, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEG, 2022I). La distribución y características de estas empresas son similares a las de las micro y pequeñas empresas de todo México. De acuerdo con la aplicación del instrumento en la zona de estudio para la caracterización de las mypes desarrollado por RELAYN (2023) se determinó que de los 395 empresarios que respondieron el cuestionario, el 50.1% de la muestra fueron del sexo femenino y el restante 49.9% masculino. La edad de los sujetos tiene un rango de 18 a 81 años, con un promedio de 42 años y una moda de 45 años. El 28.9% de los empresarios tienen estudios de nivel superior, seguido de un 40.8% con nivel media superior, 28.1% con educación básica. En cuanto a estado civil predominan los casados con un 51.6% seguidos de los solteros con 25.3%. La mayoría de los negocios 32.4% pertenecen al giro comercial, un 33.4% a la prestación de servicios y sólo 34.2% a la producción de manufacturas, la antigüedad del 17.5% de los negocios es menor a 3 años. Los empleos que ofrecen están en el rango de 1 a 50 trabajadores, de las empresas el 97% emplea de 1 a 10 trabajadores y el 87.8% tienen en su plantilla de 1 a 10 mujeres y en el 71.1% colaboran de 1 a 5 familiares del propietario.

Entre los datos obtenidos se debe destacar que más del 80% de los encuestados afirman estar de acuerdo o muy de acuerdo con la pregunta 20, que hace referencia a la RSC incluidos asuntos de la ISO 26000, en temas de derechos humanos, medio ambiente, bienestar al empleado, malas prácticas, responsabilidad con el cliente y desarrollo comunitario. En la Tabla 23.1 se observan los resultados a la pregunta 20 b), el 47% de las empresas afirman estar muy de acuerdo en contar con prácticas de prevención de contaminación, reciclado y cuidado del medio ambiente, seguido de un 36% que solo está de acuerdo. Frente a un 18% que no está acuerdo o no lo sabe.

Tabla 23.1

Prevención de contaminación, reciclado y cuidado del medio ambiente

Respuestas	Porcentaje
Muy de acuerdo	46.58%
De acuerdo	35.70%
En desacuerdo	8.35%
Muy en desacuerdo	2.03%
No sé/No aplica	7.34%

Los resultados observados en la Tabla 23.1 son aplicables para las preguntas relativas a RSC y trabajo digno, en general estas micro y pequeñas empresas afirman en un 80% estar siendo socialmente responsables y contar con condiciones de trabajo digno. Situación que al contrastar con la literatura no se ve reflejado. Derivado de esto, surge el interés de dar respuesta a la necesidad percibida de los autores por generar un modelo de análisis que permitiera integrar las diferentes posturas teóricas y prácticas desarrolladas entorno a la sustentabilidad empresarial. Para lo cual se diseñó un instrumento que permita evaluar el nivel de sostenibilidad de las micro y pequeñas empresas y generar un diagnóstico sostenible. Derivado de la investigación del estado del arte y de la falta de modelo de medición se utilizó como base la propuesta teórica de García de la Torre, Portales, Camacho y Arandia (2010). Proponiendo entonces un cuestionario de cinco dimensiones que están planteadas de una forma sistémica que busca a su vez ser construido desde el interior de la empresa hacia el exterior de esta. Estas dimensiones, vista desde un enfoque procesual, inicia desde la gestión de la empresa, definida como gestión global, pasando por el desarrollo de su competitividad, el análisis de sus relaciones, la evaluación de los impactos que genera la empresa tanto al interior como al exterior de esta, terminando con la transparencia y comunicación que la empresa hace su accionar a los diferentes grupos de interés, así como, la sociedad en su conjunto.

El instrumento tipo cuestionario consta de 39 afirmaciones para la evaluación de cada dimensión dentro de la empresa, medido en una escala que va desde Totalmente de

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Acuerdo (TA); De Acuerdo (DA); Medianamente de Acuerdo (MA); Poco de acuerdo (PA); hasta Nada de acuerdo (NA)/ No Sé (NS). Una vez desarrollado el instrumento del Modelo Penta – Dimensional se seleccionó una muestra de 50 empresas para su implementación y validación con mypes de la zona de estudio, además de asegurar la generalización de datos, se basó en la capacidad de los investigadores para la aplicación de la metodología etnográfica que se desarrolló durante los meses de mayo – agosto por alumnos del programa educativo de Desarrollo de Negocios mediante la supervisión de un profesor investigador del mismo programa que acompañó a los alumnos en el proceso dentro de cada una de las empresas. Para el planteamiento del presente caso de estudio se utilizó una empresa al azar de la muestra anterior, considerando una empresa que posee las características del objeto de estudio.

Contexto de la empresa

La empresa cuyo nombre se omite por cuestión de confidencialidad fue fundada en el año 2007, comienza actividades como persona física en la compraventa de materiales industriales y renta de maquinaria para la construcción, en el 2016 se constituye como persona moral con objeto de compra y venta de materiales industriales, a la industria de la construcción, renta de maquinaria para la construcción, estructuras metálicas, naves industriales y fletes. Bajo la filosofía de compromiso, responsabilidad y honestidad, así como pasión por el trabajo de calidad y la satisfacción de los clientes. Ubicada en Córdoba, Veracruz, cuenta con 45 empleados directos y llega a contratar hasta 132 indirectos. Lo que la clasifica como pequeña; con ingresos aproximados mensuales de $60,000 pesos.

Mercado y clientes: la empresa se encuentra dirigida hacia el mercado de Comercio al por mayor de materiales metálicos, Compra y venta de materiales industriales, Comercio al por mayor de desechos metálicos, Desmantelamiento de Equipos destinados a reciclar.

Traslado de materiales: Los metales que compran son todos los metales que contienen hierro como el acero inoxidable o el hierro forjado y los metales no ferrosos son los que no contienen hierro como el aluminio, latón o cobre. En años recientes ha participado en licitaciones con PEMEX y CFE para el manejo de residuos, lo que la hace conocedora de normas y reglamentos para el manejo de residuos y residuos peligrosos.

Resultados

Modelo Penta – dimensional para la empresa

Entre de los hallazgos obtenidos revelan que la empresa, objeto de estudio, se considera una mype sostenible como se muestra en la Ecuación 1, de donde se obtuvo un resultado global del 86.53%, encontrándose en verde de acuerdo con el semáforo.

Ecuación 1.

Sostenibilidad global

$$SE = \frac{GB + COM + REL + IMP + TRA}{5} = 86.53\%$$

Con más del 92% que afirman estar muy de acuerdo en la aplicación de prevenir la contaminación y la producción de desechos que impactan el ecosistema (reciclan y cuidan el medio ambiente), esto se observa ya que el color del semáforo de sostenibilidad resulta en verde.

Tabla 23.2

Resultados por dimensión

Dimensión	Gestión global (GB)	Competitividad (COM)	Relaciones (REL)	Impactos (IMP)	Transparencia (TRA)
Índice	84.4%	85.7%	92.0%	97.1%	73.3%

De acuerdo con las siguientes dimensiones se obtuvieron los siguientes resultados como se observa en la Tabla 23.2. En cuanto a la gestión global, la empresa tiene claridad en su misión y visión, así como en sus procesos e indicadores de rendimiento. En cuanto a la competitividad, la empresa afirma disponer de mecanismos para el desarrollo del personal, identificar a sus competidores y disponer de un departamento de investigación y desarrollo. Sin embargo, no dispone de un sistema de mejora continua.

Referente a las relaciones, el empresario afirma mantener buenas relaciones con empleados, proveedores, accionistas y clientes. También se identificó una relación positiva con las partes interesadas de la comunidad. Sin embargo, no existe interacción con las instituciones de enseñanza superior y en la práctica no se observa una clara relación con la comunidad. En cuanto a los impactos, la empresa declara un impacto positivo en el desarrollo de la comunidad, el medio ambiente y la región, aunque no se detectaron políticas claras.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Por último, en cuanto a la transparencia, la empresa expone conocer la normativa medioambiental vigente y realizar las auditorías correspondientes, aunque no con regularidad.

Tabla 23.2

Semáforo aplicado a la empresa

Resultados / Departamento	NA/NS (1)	PA (2)	MA (3)	DA (4)	TA (5)
Dimensión Gestión Global					
Se tiene la redacción de la misión empresarial					1
Considera que la misión empresarial es clara (la entiende)					1
Se tiene la redacción de la visión empresarial					1
Considera que la visión empresarial es clara (la entiende)					1
Se tiene establecido un código de ética			1		
Considera que es positivo el impacto del código de ética en las actividades de su empresa				1	
Se tienen definidos los procesos en las diferentes áreas de su empresa				1	
Se tienen definidos los indicadores de desempeño que permitan observar el avance de las actividades establecidas				1	
Tiene establecido un mecanismo para la presentación de resultados			1		
T O T A L	0	0	6	12	20
Dimensión Competitividad					
Se cuenta con mecanismos para el desarrollo del personal					1
El impacto que han tenido los mecanismos de desarrollo del personal que están aplicando, ha sido positivo					1
Tiene identificados a sus principales competidores					1
Tiene identificados a todas la empresas que pertenecen a la industria (hacen lo mismo que su empresa)					1
Se cuenta con un programa para el aprovechamiento de recursos					1
Tiene en ejecución un sistema de mejora continua				1	
Tiene en operación un área de investigación y desarrollo	1				

T O T A L	1	0	0	4	25
Dimensión Relaciones					
Conocen a los grupos de interés (Gobierno, Sociedad, Accionistas, Sector Educativo, etc.)					1
Se tiene clara la relación con los empleados					1
Existen mecanismos de comunicación con los empleados					1
Se evalúa el desempeño de los empleados					1
Se evalúa el desempeño de los proveedores					1
Se tiene una relación con los accionistas					1
Se tiene una relación con los clientes					1
Existe relaciones que propicien relaciones con los actores de la comunidad (empleados de gobierno, sociedad, clientes, etc.)					1
Conoce el impacto de sus procesos al medio ambiente					1
Tiene alguna interacción con instituciones de Educación Superior en la formación de capital humano	1				
T O T A L	1	0	0	0	45
Dimensión Impactos					
Considera que existe una buena relación con los clientes					1
Considera que existe una buena relación con los accionistas					1
Considera que existe una buena relación con los proveedores					1
Considera que tiene un impacto positivo en el desarrollo de la comunidad				1	
Impacta de manera positiva con el medio ambiente					1
Impacta de manera positiva el desarrollo de la comunidad					1
Impacta de manera positiva el desarrollo de la región					1
T O T A L	0	0	0	4	30
Dimensión Transparencia					
Se conocen alternativas para la mejora de aspectos sociales			1		

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Se conocen alternativas para la mejora de aspectos ambientales					1
Conoce las obligaciones fiscales que le aplican					1
Conoce las obligaciones legales que le aplican					1
Conoce las normas ambiental vigentes					
Se realizan las auditorías correspondientes				1	
T O T A L	0	0	3	4	15
C O N C E N T R A D O F I N A L	2	0	9	24	135

Discusión

La presente investigación permitió observar que a través de los años los modelos de medición referentes a la sustentabilidad en las mypes son escasos y no hay un conceso común hasta el momento, los de mayor referencia son el Índice de Sustentabilidad Ambiental (*Environmental Sustainable Index*) propuesto por el Centro de Leyes y Políticas Medioambientales de la Universidad de Yale, El Centro Internacional de Información Científica de la Tierra de la Universidad de Columbia, y el Foro Económico Mundial; así como, la creación del Barómetro de Sostenibilidad (BS) por la Unión Mundial para la Naturaleza. Por otra parte, es innegable la tendencia creciente en la adopción de prácticas sustentables en todos sus ejes por parte de los empresarios no solo de las grandes compañías sino también de este gran tejido empresarial que constituyen en su conjunto las micro y pequeñas empresas. En particular es muy poco común que las mypes se interesen en realizar un reporte como el GRI, la sustentabilidad ambiental, ya que no tiene implementados procesos para su medición. De acuerdo con Pardo y Cotte (2022) se observa una diferencia entre la percepción de los empresarios que conforman a la mypes y las prácticas reales que estos realmente están llevando a cabo, quizá por desconocimiento de estas, por la falta de normatividad o regulación por parte de autoridades, o porque no termina de ser palpable los beneficios tanto económicos como sociales que esto trae para la mypes.

Conclusiones

Las pequeñas y medianas empresas representan un papel importante en la economía, generando empleos y contribuyendo al desarrollo económico. Por lo tanto, es de suma relevancia trabajar en el diagnóstico sustentable de las micro y pequeñas empresas, tal como se hizo con la Empresa mostrada en la presente investigación, de acuerdo con los datos presentados por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020) donde se observa el impacto significativo que estas empresas tienen en la economía. Según los Resultados

Oportunos de los Censos Económicos 2019, en México, el sector privado y paraestatal está compuesto por aproximadamente 4.7 millones de unidades económicas. El 95% de estas son mypes, con un tamaño micro que emplea de 0 a 10 personas. Estas mypes representan un porcentaje considerable de la fuerza laboral, ya que en ellas trabajan aproximadamente 26.6 millones de personas, destacando que un 37.8% trabaja en micronegocios y un 14.7% en negocios pequeños. Por lo tanto, juegan un papel indiscutible en la implementación y promoción de la sostenibilidad y la recuperación verde, situación que se ha convertido en prioridad en diversas organizaciones alrededor del mundo, por la urgente necesidad de disminuir los altos niveles de contaminación, las emisiones de gases de efecto invernadero y la crisis climática.

En las prácticas de la mype analizada se pudo observar que sí existen esfuerzos por contar con buenas prácticas tanto ambientales como laborales, sin embargo, no existen procesos claramente definidos para llevarlas a cabo, medirlas y darles seguimiento, no todos los empleadores tienen conocimientos claros al respecto, y en este sentido en muchas ocasiones los empleados tampoco tienen la capacitación adecuada. Por lo que enfrentan obstáculos que amenazan su sostenibilidad. Es necesario abordar la sostenibilidad en estas empresas para garantizar su viabilidad a largo plazo y su contribución al desarrollo económico y social de la región. Trabajar en un diagnóstico sustentable de estas empresas no solo es una respuesta a la creciente conciencia ambiental y social, sino también una necesidad económica. En resumen, estos datos respaldan la importancia de abordar la sostenibilidad en las mypes, como la Empresa analizada, a través de un diagnóstico riguroso y específico. Entre los beneficios de la sostenibilidad se encuentra, contar con un diferenciador que mejore su competitividad (López-Torres,2023), mejora la reputación de la empresa con sus consumidores y la sociedad, aumenta la lealtad del cliente, reduce los costos operativos, el ahorro de dinero y la optimización de recursos, fomenta la adaptación de la empresa y la innovación, oportunidades por ser un mercado en crecimiento, fomenta las buenas prácticas y mejora el ambiente laboral. Derivado de lo anterior, el estudio realizado permite identificar la situación actual de las mypes de la región de las Altas Montañas en relación con la sostenibilidad contrastando lo que muchas veces afirman, y la realidad cuando se les observa de cerca y con mayor detenimiento. Los resultados obtenidos muestran contrastes en cuanto a que la empresa estudiada afirma prácticas sostenibles, como los resultados obtenidos por el modelo Penta-dimensional, pero se observa falta de metas, planes y estrategias formales medibles, esta situación ejemplifica la realidad de muchas otras mypes, y dicha situación se agudiza entre más pequeña, o menos ingresos generan las empresas, se observa mayores áreas de oportunidad en la forma en cómo gestionan sus procesos, lo que les impide realmente participar en la sostenibilidad empresa-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

rial. Y finalmente que la presente metodología puede ser utilizada para trabajos posteriores tanto de tipo cuantitativo como cualitativo.

Referencias

García de la Torre, C., Portales, L., Camacho, G. y Arandia, O. (2010). Instrumento de evaluación de Sustentabilidad y Responsabilidad social en Mypes. Administración y Organizaciones, junio 2010 (p.p. 93-103). https://www.academia.edu/attachments/54644842/download_file?st=MTY5OTY0MjMwMCwxODcuMTg5LjIxNi4yNDc%3D&s=swp-splash-paper-cover

Ghag, N., Acharya, P., y Khanapuri, V. (2022). Sustainable competitiveness practices of SMEs: a strategic framework using integrated DEMATEL-NK model. Journal of global operations and strategic sourcing, doi: 10.1108/jgoss-06-2022-0064

Hundertmarck, C. L., Maciel, R. C. G., De Oliveira, G., De Barba, C. H., Bini, F. G. P., Dos Santos, V. F., Morais, B., Da Silva., M & De Araújo, G. (2019). Environmental Education in Micro and Small Enterprises: Innovation for Sustainability. Creative Education, 10, 922-939. https://doi.org/10.4236/ce.2019.105069

INEGI. (2022). Establecimientos económicos. Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx

López-Torres, G.C. (2023). "El impacto de la sostenibilidad de las MYPE en la competitividad", *Medición de la excelencia empresarial*, Vol. 27 No. 1, pp. 107-120. https://doi.org/10.1108/MBE-12-2021-0144

Martínez, P., Escobedo, H.C., y García, M.I. (2017). Medición de la responsabilidad social empresarial en algunas MYPES de la Ciudad de Chihuahua. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Infomática, vol. 6, núm. 16, mayo-agosto, 2017, pp. 1-24. https://www.redalyc.org/pdf/6379/637967154001.pdf

Coffay, M. y Bocken, N. (2023). Sustainable by design: An organizational design tool for sustainable business model innovation, Journal of Cleaner Production, Volume 427, https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.139294.

Meirelles, C. L., Sacomano, J. B., & Papalardo, F. (2014). The concept of sustainability in view of micro, small and medium Brazilian companies. In IFIP Advances in Information and Communication Technology (pp. 90-97). Springer, Cham. https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-662-44736-9_11.pdf

Pardo Martínez, C. I., & Cotte Poveda, A. (2022). Strategies to improve sustainability: an analysis of 120 microenterprises in an emerging economy. Global Sustainability, 5, e3, 1-14. https://doi.org/10.1017/sus.2022.3

Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios. (RELAYN) (2023). *Investigación anual*. N. Peña & O. Aguilar (coords.) https://relayn.redesla.la

Sarango-Lalangui, P., Álvarez-García, J., & Del Río-Rama, M. (2018). Sustainable Practices in Small and Medium-Sized Enterprises in Ecuador. Sustainability, 10(6), 2105. doi:10.3390/su10062105

Capítulo 24. Habilidades directivas y el clima organizacional en las MyPES: Tendencias en el entorno laboral.

Paula Rosalinda Antonio Vidaña
Alejandro De Jesús Hernández Peralta
Luz del Carmen Muñoz Palacios
Juan Carlos Crudet Balderas

Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.24

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo analizar el grado de asociación entre las habilidades directivas y el clima organizacional en las MyPES, mediante un estudio correlacional que permita con ella la detección de variable de mayor impacto en las gestión de los directivos y su desarrollo humano, para ello se consideró un muestreo probabilístico aleatorio simple con las MyPES de Orizaba e Ixtaczoquitlán, Veracruz, con instrumento RELAYN, utilizando la escala de trabajo decente para empresarios se obtuvo como resultado que la mayor variable fue clima organizacional como conclusión se comprueba la hipótesis y si existe correlación entre las habilidades directivas y clima organizacional.

Palabras clave

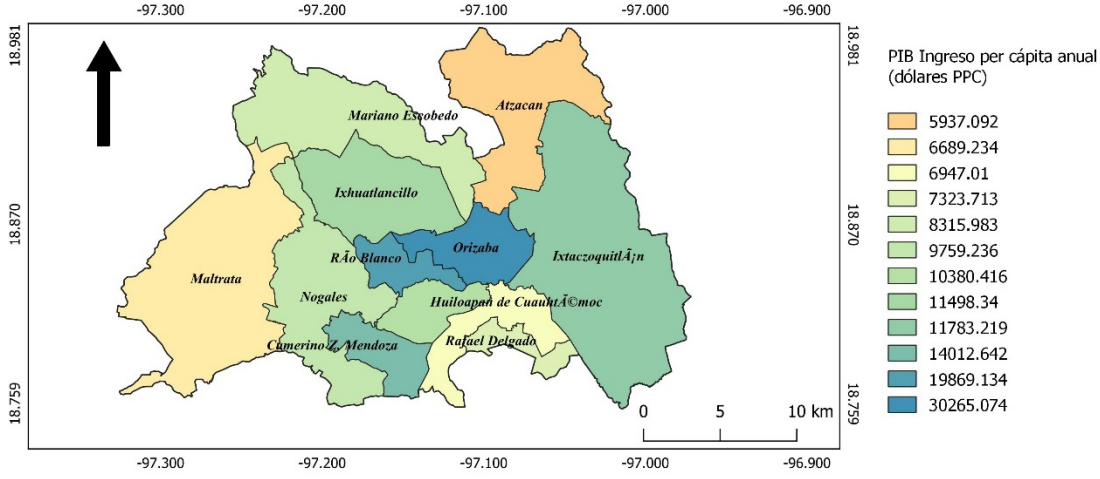
Habilidades directivas, clima organizacional, dirección, MyPES, desarrollo humano

Introducción

La Zona Metropolitana de Orizaba (ZM<O) está conformada por 13 municipios, éstos presentan diferencias intermunicipales en los niveles de producción por habitante de acuerdo con el PIB en dólares del año 2010 (Mapa 1): mientras que Orizaba, Ixtaczoquitlán y Río Blanco concentraron los mayores niveles de ingreso per cápita, municipios como Maltrata y Atzacan generaron los menores niveles hasta 5 veces menos. Estos resultados económicos están asociados a diferencias en los niveles de desarrollo entre los municipios. De acuerdo a la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) y el Programa de las Naciones Unidas Para el Desarrollo México (PNUD) en (2010), el índice de desarrollo humano (IDH) municipal tiene por objetivo, entre otros, medir las capacidades de los individuos para una vida aceptable, de acuerdo a la capacidad de adquirir conocimientos (Tabla 23.1).

Figura 24.1

Zona Metropolitana de Orizaba (ZMO) e ingreso per cápita 2010 por municipio



Fuente: elaboración propia con información vectorial obtenida del Sistema Nacional de Información sobre Biodiversidad (SNIB, 2023)

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 24.1

Índice de Desarrollo Municipal

Municipio	IDH	Municipio	IDH
Orizaba	0.838	Tlilapan	0.662
Río Blanco	0.796	Rafael Delgado	0.653
Camerino Z. de Mendoza	0.744	Ixhuatlancillo	0.636
Ixtaczoquitlán	0.736	Mariano Escobedo	0.625
Huiloapan de Cuauhtémoc	0.727	Maltrata	0.616
Nogales	0.707	Atzacan	0.61

Fuente: elaboración propia a partir de cifras obtenidas del SNIB (2023)

Dadas las diferencias en los niveles de ingreso y en las capacidades de los municipios para generar o adquirir conocimiento surgen preguntas de ¿Cómo están relacionadas con las habilidades directivas de las MyPES?, y ¿Cómo están relacionadas las habilidades directivas de los encargados de las MyPES con el clima organizacional?

Revisión de la Literatura

La revisión de la literatura muestra que existen estudios sobre la Dirección y de lo que de ello se deriva motivo del estudio como lo son las habilidades directivas, el clima organizacional y desarrollo humano, puesto que se trata de entrelazar el conocimiento de ambas para la construcción de la investigación, así entonces examinar la evaluación de desempeño laboral, subrayando la relación entre habilidad y motivación en el rendimiento de los empleados. Se destaca la importancia de mantener un buen clima organizacional para fomentar la motivación y la productividad. En el sector público, se regulan principios de mérito y cumplimiento en la evaluación. La metodología del estudio incluye encuestas y entrevistas. La evaluación de desempeño laboral, su relación con el clima organizacional y su aplicación en el sector público, respaldado por una investigación detallada y el uso de instrumentos de medición. (Cubillos Rivera et al., 2014)

El liderazgo muestra cómo el concepto ha evolucionado a lo largo del tiempo. Se han propuesto diversas teorías, desde los rasgos de los líderes hasta enfoques basados en el comportamiento. Actualmente, se considera el liderazgo como una dinámica compleja que involucra tanto al líder como a los seguidores, la cultura y el contexto organizacional. El estudio del liderazgo se ha vuelto interdisciplinario y se enfoca en el desarrollo de competencias de liderazgo. También se destaca la importancia del clima organizacional, que afecta tanto el

liderazgo como la satisfacción de los empleados. Las dimensiones del clima organizacional, como los valores colectivos y la resolución de conflictos, son cruciales para comprender el impacto del liderazgo en una organización. (Serrano Orellana y Alexandra Portalanza, 2014)

El clima organizacional, la capacidad de liderazgo creativo y las reacciones emocionales al cambio influyen en el comportamiento innovador de los empleados en el contexto del intercambio de conocimientos en el lugar de trabajo. Se emplea un enfoque cognitivo social y se aplica un cuestionario a 311 empleados de la industria manufacturera en China para validar el modelo propuesto. Los resultados revelan que la capacidad de liderazgo creativo, las reacciones emocionales al cambio, el clima de innovación y el intercambio de conocimientos tienen un impacto positivo en el comportamiento innovador de los empleados. Además, se encontró que el clima de apoyo y las reacciones emocionales también influyen positivamente en el clima de innovación. El estudio subraya la relevancia de cultivar un ambiente organizacional propicio y liderazgo creativo para fomentar la innovación en el entorno laboral. Estos hallazgos aportan tanto a la teoría como a la práctica, ofreciendo ideas para mejorar la gestión de la innovación en las empresas. (Ye et al., 2022)

De acuerdo a Mercado H. & Saravia R. (2022) (Mer22) sustentan de la relación de la dirección estratégica y clima organizacional a nivel pequeña empresa, derivado de su investigación cuantitativa, muestra no probabilística y por conveniencia, 55 empresas pequeñas del distrito de los olivos, los procedimientos usados, fueron la clasificación mediante hojas de cálculo, mediante un programa estadístico, sus resultados muestran que existe correspondencia significativa y correlación intensa entre las dimensiones de dirección estratégica y la variable clima organizacional, presentando mejoras en la capacidad directiva (36%) capacidad gerencial (43%) y liderazgo directivo (41%) a fin de pasar estos porcentajes a un nivel alto.

Las organizaciones como parte de sus procesos establecen herramientas que les permita eficientar sus procesos, considerando a la cultura organizacional como una de ellas para la dirección, por lo que la gestión cultural es implementada por los directivos de tal forma que permitan cambios en los hábitos, los cuales se entienden más como disposiciones para comportarse a partir de un contexto (Higuita L., 2014).

De igual forma hay estudios en donde se atribuye el clima laboral como uno de los factores que afectan a la felicidad organizacional, de acuerdo a un estudio realizado por (Díaz P., & Carrasco G., 2018), considerando, además, que el desarrollo sostenible debe considerar aspectos psicosociales, que permitan la construcción de mejores relaciones interpersonales y con ello aumenten la satisfacción laboral y motivación intrínseca al interior de la empresa, entre otros (Fernández I., 2015).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Por lo tanto, se atribuye que para el desarrollo sostenible el empleo pleno y decente es crucial para la estabilidad de una organización, para un crecimiento sostenible y en la educación o formación, tanto en la estructura individual como en la organizativa, ya que con la transición de empleos poco productivos a empleos dignos acelera la recuperación hacia un crecimiento inclusivo, (Lesselroth et al., 2022) (Courtney et al., 2022).

Un estudio tuvo como objetivo investigar el impacto de la gestión de la innovación y la orientación al aprendizaje como parte del proceso que desempeña el papel de una relación intermedia entre el liderazgo empresarial y el desempeño organizacional de las pequeñas y medianas empresas (PyMES) en Kuwait, la recopilación de información fue por encuesta a los propietarios y directores ejecutivos (CEO) de las PyME, se realizó el análisis de modelado de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM), los resultados confirmaron el efecto significativo de la gestión de la innovación y la orientación al aprendizaje como variables intermedias en el fortalecimiento de la relación entre el liderazgo empresarial y el desempeño organizacional en el entorno de las PYMES de Kuwait (Sawaean et al., 2021).

Otros estudios evaluaron la influencia del liderazgo en el comportamiento ecológico de los empleados a partir de la teoría del comportamiento planificado, este se basó en la teoría del aprendizaje social, muestra el mecanismo del comportamiento de ciudadanía organizacional de los empleados hacia el medio ambiente y la atmósfera de la organización verde para estimular la innovación de productos verdes de los empleados, utilizó como herramientas SPSS23.0, AMOS24.0, entre otros programas, analizando 312 cuestionarios válidos de empresas manufactureras, como resultado contribuye a enriquecer la investigación más importante sobre el mecanismo de impacto del liderazgo transformacional verde en la innovación de productos verdes (Liu et al., 2022)

Por otra parte, un estudio exploró como los líderes transforman al clima organizacional de sus empresas para mejorar la innovación, la metodología consideró entrevistas semiestructuradas realizadas con 20 directores ejecutivos de pymes del sector turístico vietnamita, también utilizaron prácticas diarias basadas en la interacción para impulsar comportamientos innovadores de los empleados, los resultados indican que los líderes de las PYME en el sector turístico influyeron en un clima organizacional que agregó autonomía, y al mismo tiempo influyó en la innovación a través de una serie de enfoques de liderazgo, el estudio proporciona implicaciones para que los gerentes mejoren la creatividad y la innovación en las empresas mediante el desarrollo de sistemas de recompensa e incentivos junto con programas de liderazgo y desarrollo de equipos (Hoang et al., 2021)

A pesar del envejecimiento de la fuerza laboral, falta una compresión de cómo las condiciones laborales influyen en los trabajadores a lo largo de su vida, se basó en las teorías

de diseño de puestos de trabajo vinculando la investigación entre la rotación y el envejecimiento, se estudiaron 15 características laborales específicas para determinar si predecían las intenciones de rotación y si el valor predictivo se modificaba con la edad, para esto se recopilaron datos de varias empresas públicas y privadas de Noruega, se realizaron regresiones multinivel moderadas de forma transversal, los resultados mostraron que la mayoría de los factores laborales se asociaron con la intención de rotación tanto a nivel individual como de unidad de trabajo, el clima organizacional, los estilos de liderazgo y el control del trabajo fueron más importantes con la edad, mientras que las demandas laborales, la previsibilidad y los factores estresantes del rol fueron más importantes para los trabajadores más jóvenes (Christensen & Knardahl, 2022)

El comportamiento de la Ciudadanía Organizacional de los Empleados para el Medio Ambiente (OCBE) contribuye a la mejora del entorno de la organización, su estudio es cada vez más numeroso, basándose en la teoría del procesamiento de la información social, el estudio buscó establecer el impacto del liderazgo transformacional verde en el OCBE de los empleados y el papel mediador del clima organizacional verde en este nexo, los resultados muestran que el liderazgo transformacional verde tiene un impacto positivo significativo en el OCBE de los empleados y el clima organizacional verde tiene un efecto mediador en el impacto del liderazgo transformacional verde en el OCBE de los empleados, los resultados no solo revelan el mecanismo psicológico interno para mejorar el OCBE de los empleados y proporciona ideas para promover el desarrollo sostenible de las empresas (Liu & Yu, 2023).

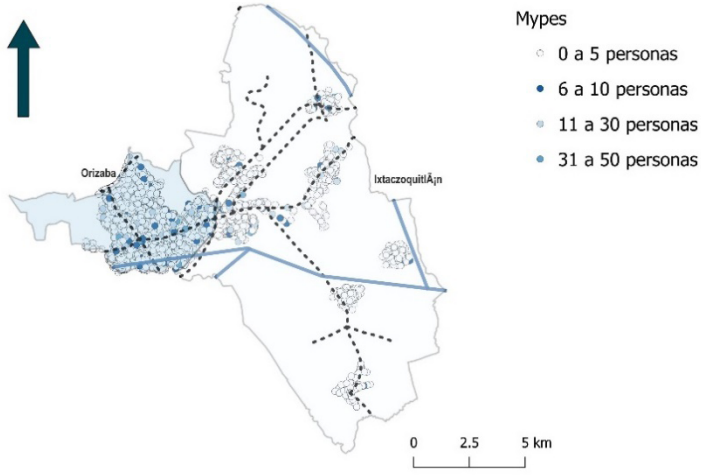
Metodología

Se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple con las mypes de Orizaba e Ixtaczoquitlán, Veracruz, México, cuya cantidad de empleados se encuentra en el rango de 1 a 50, con un nivel de confianza del 95%, un margen de error del ±5% y una probabilidad estimada de p=0.5 (50%). Se obtuvieron de la muestra aplicada un total de 385 encuestas válidas en el periodo del 01 de marzo al 30 de abril de 2023 (RELAYN 2023)., (Ibarra, L.,&Paredes, D. 2023)., Peña, N., &Aguilar, O. (2023). Se utilizó un instrumento de medición tipo encuesta, la cual fue dirigida a los propietarios, directores o gerentes de las MyPES, para lo cual sirvió la asistencia de estudiantes universitarios que previamente fueron capacitados para aplicar la encuesta. Para la realización de la investigación, se consideró a micro y pequeñas empresas, el mapa 2 ayudó para la detección de la población y con ello se diseñó una muestra a conveniencia, con un tamaño de 385 directores de la zona de Orizaba e Ixtaczoquitlán. Aplicando un instrumento, la condicionante para su aplicación fue que los encuestados estuvieran a cargo de MyPES y tomaran decisiones sobre la misma.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 24.2

Zona de Estudio. Municipios de Orizaba e Ixtaczoquitlán y establecimientos económicos de acuerdo con el número de empleados.



Fuente: elaboración propia con información vectorial obtenida del Sistema Nacional de Información sobre Biodiversidad (SNIB, 2023)

Variables de estudio

Tabla 24.2

Variables de Trabajo Decente, Habilidades Directivas y Clima Organizacional

Nombre	Descripción	Moda Orizaba	Mediana Orizaba	Moda Ixtaczoquitlán	Mediana Ixtaczoquitlán	Alpha de Cronbach	U de Mann Whitney P-value
Nece_B	El ingreso de mi equipo de trabajo le permite cubrir sus necesidades básicas.	5	4	4	4	0.7298	(0.5607)
H_Negoc	Me reconocen por mi habilidad para llegar a acuerdos satisfactorios para todos.	5	4	5	5	0.6869	(0.4837)

Nombre	Descripción	Moda Orizaba	Mediana Orizaba	Moda Ixtaczoquitlán	Mediana Ixtaczoquitlán	Alpha de Cronbach	U de Mann Whitney P-value
T_Decis	Llevo una metodología al definir el problema y generar alternativas, antes de proponer la selección de alguna de ellas.	5	4	5	5	0.7351	(0.1916)
Lidera	Conozco en profundidad a mi equipo de trabajo, sus puntos fuertes y sus puntos débiles, sus virtudes y sus defectos.	5	4.5	4	4	0.7236	(0.3873)
Comu	Tengo la capacidad de escuchar, hacer preguntas, expresar conceptos e ideas en forma efectiva.	5	5	5	5	0.6941	(0.4159)
Equipo	Motivo que los miembros del equipo se comprometan al éxito de su equipo y a su éxito personal.	5	5	5	5	0.6889	(0.7233)
Clima_O	En este último año he dado la oportunidad de que mi equipo aprenda y crezca personal y profesionalmente en el trabajo.	5	5	5	4	0.6908	(0.5660)

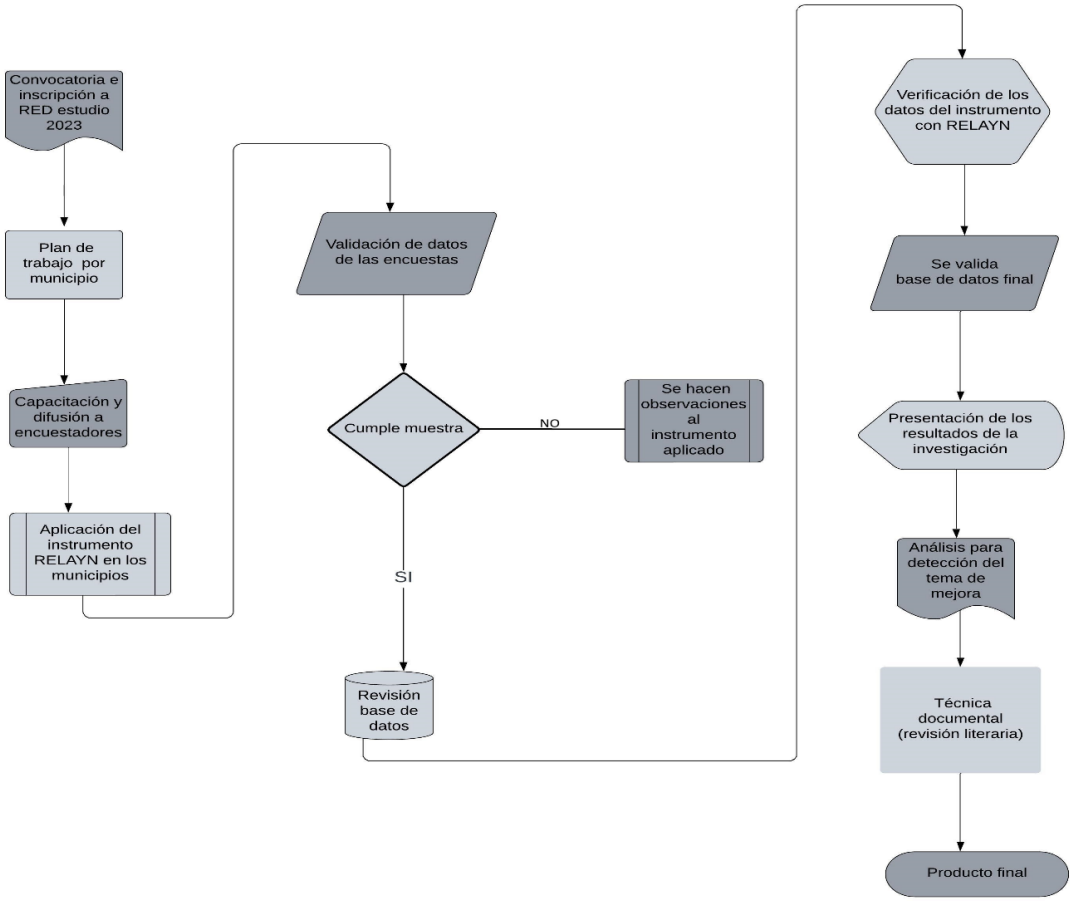
Fuente: Elaboración propia

Nota. En el caso de la prueba no paramétrica de diferencia de medianas U de Mann Whitney, todas resultaron ser no significativas, por lo que en todas las variables no existen diferencias estadísticamente significativas entre las medianas en los municipios de Orizaba e Ixtaczoquitlán.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 24.3

Proceso metodológico de la investigación



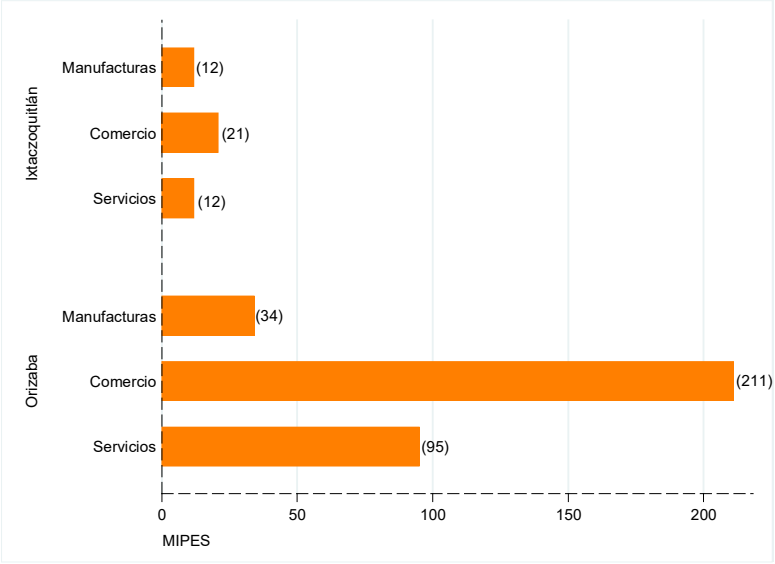
Resultados

Estructura de la muestra, características de las MyPES y perfil del director

La Figura 24.4 señala que las MyPES de mayor proporción en la muestra fueron las comerciales en ambos municipios -54.8% en Orizaba y 5.45% en Ixtaczoquitlán-. En promedio, cada MIPE en la muestra tiene 12.20 años de vida operando en el mercado y su tamaño típico de acuerdo con el número de trabajadores permanentes fue alrededor de 3 empleados. El grado de escolaridad de los directores en la muestra con mayor representatividad fue el de educación superior (licenciatura o posgrado) con 46.23%, en promedio estos tienen una edad de 40 años y el 53.51% de los directores en la muestra fueron hombres.

Figura 24.4

Estructura de la muestra por sector económico y municipio.



Fuente: elaboración propia.

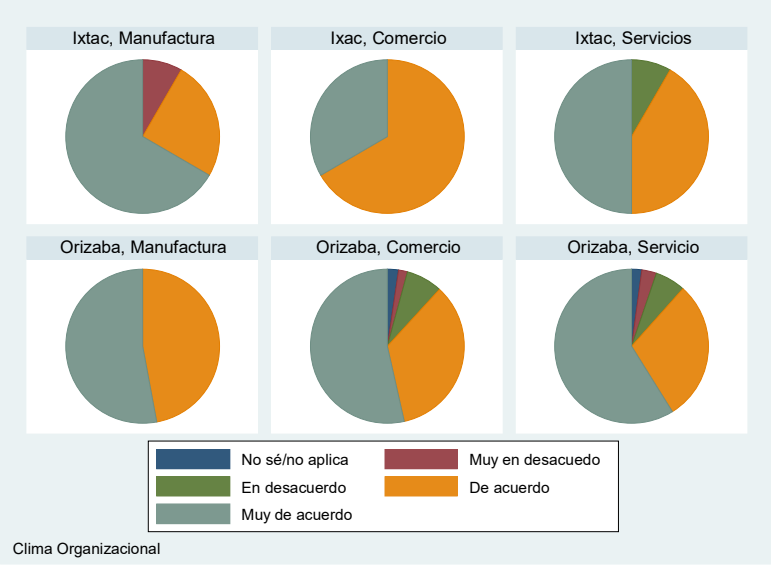
Para dar respuesta a ¿Cuáles son las habilidades directivas que coadyuvan a los micro y pequeños empresarios para generar un clima organizacional? ¿Cuál es el grado de asociación entre habilidades directivas y clima organizacional? ¿Cuáles son las habilidades directivas que diferencian de un director con un empresario? ¿Cuáles son los principales detonantes de la relación entre las habilidades directivas y el clima organizacional? ¿Cómo están relacionadas con las habilidades directivas de las MyPES?, y ¿Cómo están relacionadas las habilidades directivas de los encargados de las MyPES con el clima organizacional?

La Figura 24.5 muestra las proporciones de las respuestas de acuerdo al sector económico y el municipio en el que se hayan las MyPES de una variable que mide el clima organizacional: si el director de la MyPE motiva a sus colaboradores a que se comprometan al éxito de su equipo y de su éxito personal. Se observa qué en ambos municipios, las principales respuestas fueron “muy de acuerdo” o “de acuerdo”. Lo cual muestra el nivel de preocupación de las MyPES en la zona de estudio por mantener un buen clima laboral.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 24.5

Clima organización de las MyPES. Motivo que los miembros del equipo se comprometan al éxito de su equipo y a su éxito personal.



Fuente: elaboración propia

Resultados de Asociación

La Tabla 24.3 muestra una matriz correlaciones entre las variables de estudio para la totalidad de la muestra. Las estimaciones se realizan a partir del coeficiente de correlación por rangos de Spearman. Resalta que todas las variables de estudio: trabajo decente, habilidades directivas y clima organizacional están relacionadas positivamente. La variable clima organizacional está mayormente correlacionada con la habilidad directiva de comunicación, mientras que las habilidades de toma de decisiones y liderazgo están menormente correlacionadas.

Tabla 24.3

Matriz de correlaciones entre las variables de estudio

	Nece_B	H_Negoc	T_Decis	Lidera	Comu	Equipo	Clima_O
Nece_B	1.0000						
H_Negoc	0.3519	1.0000					
T_Decis	0.3506	0.4242	1.0000				
Lidera	0.3312	0.3000	0.3244	1.0000			
Comu	0.3224	0.4913	0.3490	0.3564	1.0000		
Equipo	0.2993	0.4417	0.3076	0.4072	0.5195	1.0000	
Clima_O	0.4151	0.4743	0.3441	0.3898	0.5047	0.4726	1.0000

Discusión

Los resultados obtenidos muestran que el director de la MyPE, motiva a sus colaboradores a que se comprometan al éxito de su equipo y de su éxito personal de acuerdo a Ye et al., (2022) la capacidad de liderazgo creativo, las reacciones emocionales al cambio, el clima de innovación y el intercambio de conocimientos tiene un impacto positivo en el comportamiento innovador de los empleados. Todas las variables de estudio: trabajo decente, habilidades directivas y el clima organizacional está mayormente correlacionada con la habilidad directiva de comunicación, mientras que las habilidades de toma de decisiones y liderazgo están menormente correlacionadas. Por otra parte, la variable clima organizacional mostró que influye con mayor importancia en la habilidad directiva de comunicación, mientras que las habilidades de toma de decisiones y liderazgo muestran menor influencia que de acuerdo a Serrano Orellana y Alexandra Portanza (2014) las dimensiones del clima organizacional, como los valores colectivos la resolución de conflictos, son cruciales para comprender el impacto del liderazgo en una organización.

Para un cambio organizacional es necesario de una reingeniería en los procesos, y con ello en modificaciones de estructuras desde el conocimiento, valores, creencias, hábitos, de tal forma que conlleven a una mejora del clima organizacional, participación efectiva del capital humano, potencializar el comportamiento y el quehacer de las personas (Pardo E., & Díaz V. 2014) ((Hig14)

Conclusiones

El presente estudio ha revelado correlaciones significativas entre las variables de estudio para la totalidad de la muestra, utilizando el coeficiente de correlación por rangos de Spearman como herramienta de análisis. Como parte del análisis permitió dar respuesta a las pregun-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

tas de investigación, así mismo se cumplió con el objetivo y se comprobó a hipótesis, se encontraron limitantes en el desarrollo de la investigación en cuanto a la aplicación de las encuestas, puesto que, al establecer una categoría del trabajo decente, lo que corresponde a seguridad social se detecta la informalidad de los MyPES.

Referencias

Christensen, J.O., & Knardahl, S. (2022). "I'm too old for this!": A prospective, multilevel study of job characteristics, age, and turnover intention. *Frontiers in Psychology, 13*. https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1015313

Courtney, S. L., Mcneal, K. S., & Armsworth, P. (2022). Development of a surve instrument to assess individual and organizational use of climate adaptrion science. *Environ mental Science and Policy*, 271-279. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.envsci.2022.08.023

Cubillos Rivera, B., Velásquez Muriel, F.C., & Reyes Nova, M. (2014). Plan de mejoramiento de variables del clima organizacional que afectan al desempeño laboral en una entidad del Estado. *Suma de Negocios, 5*(10), 69-73. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70012-6

Díaz P., & Carrasco G. (2018). Efectos del clima organizacional y los riesgos psicosociales sobre la felicidad en el trabajo. *Contaduría y Administración, 63*(4), 1-14. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22201/fca.244884110e.2018.1142

Fernández I. (2015). Felicidad Organizacional, como construir felicidad en el trabajo. *Ediciones B.*

Higuita L. (2014). Mecanismos de gestión cultural en la formación de hábitos y en la transformación de la cultura organizacional. *Suma de de Negocios, 5*(11), 29-38.

Hoang, G., Wilson-Evered, E., & Lockstone-Binney, L. (2021). Leaders influencing innovation: A qualitative study exploring the role of leadership and organizational climate in Vietnamese tourism SMEs. *Employee Relations, 43*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ER-07-2019-0279

Ibarra, L., & Paredes, D. (2023). Habilidades directivas y clima organizacional. Resultados de una investigación en las micro y pequeñas empresas latinoamericanas (N. Peña y O. Aguilar, coords., 1ª. ed., tomo I). Peter Lang.

Índice de Desarrollo Humano por Municipio. Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO). (2010). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo México*. Sistema Nacional de Información sobre Biodiversidad (SNIB): http://www.conabio.gob.mx/informacion/gis/?vns=gis_root/pobla/indsol/idhmun10gw

Lesselroth, B., Velásquez Muriel, F.C., Reyes Nova. (2022). Interprofessional survey on medication reconciliarion activities in the US Department of Veternas´Affairs: development and validtion of an Implementation Readiness Questionnaire. *BMJ Open Quality, 11*, 1750. https://doi.org/https://doi.org/10.1136/bmjoq-2021-001750

Liu X., & Yu X. (2023). Green trnsformational leadership and employee organizational citizenship behavior for the environment in the manufacturing industry: A social information processing perspective. *Frontiers in Psychology*, 13. https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1097655

Liu X., Yu X., & Xing W. (2022). Green Product Innovation via Green Transformational Leadership and employees' OCBE: The Moderating Role of Green Organizational Climate– Empirical Evidence from China' Manufacturing Enterprises. *In Polish Journal of Environmental Studies, 3*(5). https://doi.org/https://doi.org/10.15244/pjoes/150015

Mercado H., & Saravia R. (2022). Relación de la Dirección Estratégica y Clima Organizacional a nivel pequeña empresa. *UCV-Scientia*, 1-12.

Pardo Enciso, & Díaz Villamizar. (2014). Desarrollo del talento humano como factor clave para el desarrollo organizacional, una visión desde los líderes de gestión humana en empresas de Bogotá D.C. *Suma de Negocios, 5*(11), 39-48.

Pardo Enciso, & Díaz Villamizar. (2014). Desarrollo del talento humano como factor clave para el desarrollo organizacional, una visión desde los líderes de gestión humana en empresas de Bogotá D.C. *Suma de Negocios, 5*(11), 39-48.

Peña, N., & Aguilar, O. (2023). Habilidades directivas y clima organizacional. Resultados de una investigación en las micro y pequeñas empresas latinoamericanas. En Estudio de las habilidades directivas y el clima organizacional en las micro y pequeñas empresas de Latinoamérica. Metodología y resultados generales de investigación (1ª. ed., tomo I, pp. 7–15). Peter Lang.

Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios. (RELAYN) (2023). *Investigación anual*. N. Peña & O. Aguilar (coords.) https://relayn.redesla.la

Sawaean F., Ali, K., & Alenezi, A. (2021). Entrepreneurial leadership and organizational performance of SMES in Kuwait: the intermediate mechanisms of innovation management and learning orientation. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management, 16*. https://doi.org/https://doi.org/10.28945/4887

Serrano Orellana, B.J., Alexandra Portalanza, C. (2014). Influencia del liderazgo sobre el clima organizacional. *Suma de Negocios, 5*(11), 117-125. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70026-6

Sistema Nacional de Información sobre Biodiversidad (SNIB). (20 de enero de 2023). Sistema Nacional de Información sobre Biodiversidad. http://www.conabio.gob.mx/informacion/gis/

Ye, P., Liu L., & Tan J. (2022). Creative leadership, innovation climate and innovation behaviour: the moderating role of knowledge sharing in management. *European Journal of Innovation Management, 25*(4), 1092-1114. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EJIM-05-2020-0199/FULL/XML

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 25. La responsabilidad social corporativa y su relación con el desarrollo de la ventaja competitiva.

Gabriel Maldonado Gómez
Laura Elena Santos Díaz
Patricia Guadalupe Espino Guevara
Enrique Moreno Vargas

Instituto Tecnológico Superior del Oriente del Estado de Hidalgo

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.25

Resumen

El estudio de investigación aborda el tema sobre la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su relación con el desarrollo de la ventaja competitiva, explorando cómo las empresas pueden ser socialmente responsables y al mismo tiempo obtener una ventaja competitiva en el mercado. El estudio se realizó en 292 MiPymes ubicadas en los municipios de Apan, Almoloya, Emiliano Zapata, Tepeapulco y Tlanalapa en el Estado de Hidalgo, y se utilizó una metodología cuantitativa, transversal y con alcance explicativo. Los resultados del estudio mostraron que las dimensiones de la RSC tienen un efecto positivo y significativo en la formación de la Ventaja Competitiva Empresarial (VCE).

Palabras clave

Responsabilidad Social Corporativa, Ventaja Competitiva, dimensiones

Introducción

La RSC ha emergido como un concepto fundamental en el ámbito empresarial en las últimas décadas, transformando la manera en que las organizaciones interactúan con la sociedad y el entorno en el que operan. Este enfoque implica que las empresas no solo deben buscar la maximización de sus beneficios financieros, sino también asumir un compromiso activo con la comunidad, el medio ambiente y las partes interesadas. La relación entre la RSC y la ventaja competitiva es un tema de creciente interés en la literatura empresarial y académica (del Pino, 2021).

La relación entre la RSC y el desarrollo de la ventaja competitiva se ha convertido en un campo de estudio esencial debido a su relevancia tanto para las empresas como para la sociedad en general. Desde una perspectiva científica, esta interacción se ha convertido en un punto central de investigación, con numerosos estudios que han examinado los efectos de las prácticas de RSC en la posición competitiva de las empresas (Barroso, 2008).

Los antecedentes de la literatura revelan que las empresas que adoptan estrategias de RSC efectivas no solo cumplen con sus obligaciones éticas y legales, sino que también pueden obtener ventajas competitivas sostenibles. Estas ventajas pueden manifestarse a través de la mejora de la reputación de la empresa, el fortalecimiento de la lealtad de los clientes, la atracción de inversionistas éticos y la reducción de riesgos que afectan la imagen empresarial. Además, la RSC también puede impulsar la innovación y la eficiencia operativa, contribuyendo así al éxito a largo plazo de la organización (Manjarez, 2021).

Bajo las premisas anteriores, el proyecto de investigación busca responder los siguientes planteamientos: ¿Los y las directoras de las MiPymes de la Región del Altiplano Hidalguense implementan estrategias que promuevan la RSC en sus organizaciones?, ¿La RSC es una herramienta que incide en la formación de valor empresarial o ventaja competitiva empresarial? y ¿Cuáles dimensiones de la RSC tienen mayor influencia en la conformación de la ventaja competitiva empresarial?

Revisión de la Literatura

Definición y evaluación de la RSC

La RSC, también conocida como Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un concepto fundamental en la gestión de empresas y organizaciones modernas. Se refiere a la práctica voluntaria que adoptan las empresas para integrar consideraciones éticas, sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con las partes interesadas.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

A continuación, se desarrolla la definición y evaluación de la RSC.

La RSC se puede definir como el compromiso activo y voluntario de una empresa para operar de manera ética y sostenible, y para contribuir al bienestar de la sociedad en general. Esto implica que las empresas no se centran únicamente en la maximización de sus ganancias financieras, sino que también consideran su impacto en los stakeholders (grupos de interés), que incluyen empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, inversores y el medio ambiente. En esencia, la RSC es una forma de equilibrar los objetivos económicos con las preocupaciones sociales y medioambientales (Observatorios de Responsabilidad Social Corporativa, 2016).

Por su parte, la evaluación de la RSC implica medir el compromiso y el desempeño de una empresa en relación con sus prácticas y actividades de RSC. Algunos de los aspectos clave que se consideran en la evaluación de la RSC incluyen (Lizcano, 2018):

Medición de impacto: Se refiere a la capacidad de una empresa para cuantificar y comunicar su impacto en la sociedad y el medio ambiente. Esto puede incluir la reducción de emisiones de carbono, la creación de empleo en comunidades locales o la inversión en proyectos sociales (Ballesteros, 2022).

Informe de sostenibilidad: Las empresas suelen publicar informes de sostenibilidad que detallan sus actividades de RSC, sus logros y sus compromisos futuros. Estos informes proporcionan una visión general de las prácticas de RSC de la empresa y su desempeño en esta área.

Indicadores clave de rendimiento (KPIs): Los KPIs son métricas específicas que se utilizan para evaluar el desempeño de RSC de una empresa. Estos pueden incluir métricas financieras, como inversiones en sostenibilidad, así como métricas sociales y ambientales, como la tasa de reciclaje o la diversidad en el lugar de trabajo (Mendoza, 2019).

Certificaciones y estándares: Las empresas pueden buscar certificaciones y adherirse a estándares reconocidos en el ámbito de la RSC. Ejemplos incluyen la certificación ISO 14001 para la gestión ambiental o la certificación B Corp que evalúa el impacto social y ambiental (Dufey, 2023).

Participación de Stakeholders: La interacción y consulta con los stakeholders es fundamental en la evaluación de la RSC. Las empresas deben involucrar a sus grupos de interés en la toma de decisiones relacionadas con la RSC y considerar sus perspectivas y preocupaciones (Mogollón, 2019).

Reputación y percepción pública: La reputación de una empresa en lo que respecta a la RSC es una medida importante de su éxito en este ámbito. La percepción pública y la opinión de los consumidores, inversores y la comunidad pueden ser indicadores cruciales de la eficacia de la RSC de una empresa (Pino, 2021).

La evaluación de la RSC es un proceso continuo que busca garantizar que una empresa cumple con sus compromisos y metas de sostenibilidad. A través de una RSC sólida, las empresas pueden no solo mejorar su imagen pública, sino también contribuir positivamente a la sociedad y el medio ambiente, lo que a menudo se traduce en ventajas competitivas a largo plazo.

Modelos y enfoques de la RSC

Los modelos y enfoques de la RSC son marcos teóricos y estratégicos que las empresas utilizan para implementar y gestionar sus prácticas. Estos modelos y enfoques proporcionan una guía para la integración de consideraciones éticas, sociales y ambientales en la toma de decisiones y operaciones empresariales. Aquí, se desarrollan los principales modelos y enfoques de la RSC.

Enfoque basado en Stakeholders: Este enfoque reconoce que las empresas tienen una variedad de grupos de interés o stakeholders, como empleados, clientes, proveedores, comunidades locales, accionistas y otros. El enfoque basado en stakeholders implica que las empresas deben considerar los intereses y las demandas de estos grupos al tomar decisiones y definir sus estrategias de RSC. La gestión eficaz de las relaciones con los stakeholders es fundamental para el éxito de este enfoque (Correa y Tubay, 2021).

Enfoque basado en valores y ética: Este enfoque se centra en la incorporación de valores éticos en la cultura y las operaciones de la empresa. Las empresas que siguen este enfoque buscan actuar de manera ética y tomar decisiones que estén en línea con sus valores fundamentales, incluso cuando eso implique costos adicionales o sacrificios financieros a corto plazo (Adi et. al., 2023). La integridad, la honestidad y la transparencia son valores clave en este enfoque.

Enfoque de Triple Bottom Line (TBL): Este enfoque se basa en la idea de que una empresa debe evaluar su desempeño en tres dimensiones: económica, social y ambiental. La "triple cuenta de resultados" considera no solo los beneficios económicos (ganancias), sino también el impacto social (personas) y el impacto ambiental (planeta). El objetivo es equilibrar y optimizar estas tres dimensiones, buscando un beneficio equitativo en todas ellas (Ibarra, 2019).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Enfoque de ciudadanía corporativa: En este enfoque, las empresas adoptan un papel de "ciudadanos corporativos" comprometidos con la mejora de la sociedad y la contribución al bienestar general. Esto implica ir más allá del cumplimiento de las leyes y regulaciones y participar activamente en proyectos y programas sociales. La ciudadanía corporativa a menudo se asocia con la inversión en comunidades locales, proyectos de educación y esfuerzos de desarrollo sostenible (Vidal, 2020).

Enfoque de sostenibilidad empresarial: Este enfoque reconoce que la RSC debe ser sostenible a largo plazo y que las empresas deben considerar la gestión de riesgos y la adaptación a un entorno en constante cambio. La sostenibilidad empresarial implica la integración de prácticas y estrategias que protegen los recursos naturales y fomentan la innovación y la eficiencia operativa. La consideración de factores ambientales y sociales es fundamental para la toma de decisiones.

Enfoque de la creación compartida de valor: Popularizado por Michael E. Porter y Mark R. Kramer, este enfoque promueve la idea de que la creación de valor para la empresa y la sociedad no es mutuamente excluyente, sino que pueden ser complementarios. Las empresas pueden abordar desafíos sociales y ambientales a través de sus operaciones, creando valor tanto para la sociedad como para sus accionistas. Se enfatiza la necesidad de abordar problemas globales, como la pobreza o la degradación ambiental, a través de la innovación y la colaboración (Suarez, 2023).

Cada uno de estos modelos y enfoques de la RSC tiene sus propias ventajas y desafíos, y las empresas pueden optar por combinar elementos de varios de ellos en su estrategia de RSC, adaptándola a sus valores, metas y circunstancias específicas. La elección del modelo o enfoque adecuado depende de la cultura organizativa y de la visión a largo plazo de la empresa.

Ventaja competitiva y sostenibilidad

La relación entre ventaja competitiva y sostenibilidad es un tema de creciente interés en el mundo empresarial y académico. La sostenibilidad se refiere a la capacidad de una empresa para mantener sus operaciones a lo largo del tiempo sin comprometer los recursos naturales y sociales que sustentan su negocio. La ventaja competitiva, por otro lado, es lo que distingue a una empresa de sus competidores y le permite lograr un rendimiento superior en el mercado. A continuación, en la Tabla 25.1, se desarrolla la relación de las variables que integran la dimensión de sostenibilidad en la generación de la ventaja competitiva:

Tabla 25.1

Relación sostenibilidad y ventaja competitiva

1. Innovación sostenible:	La innovación sostenible puede permitir a una empresa ofrecer soluciones más eficientes, ecológicas o socialmente responsables que la competencia, lo que se traduce en una ventaja competitiva (García, 2013).
2. Eficiencia operativa:	Las empresas que implementan prácticas de sostenibilidad pueden lograr una ventaja competitiva al tener costos de producción más bajos y, por lo tanto, precios más competitivos en el mercado (Briñez y Penagos, 2021).
3. Acceso a mercados y clientes:	Esto puede llevar a un aumento en las ventas y a la construcción de una ventaja competitiva basada en la lealtad del cliente (Cabana, 2015).
4. Atracción de inversionistas y talento:	Las empresas que demuestran un compromiso con la sostenibilidad son más atractivas para los inversionistas éticos y para profesionales talentosos que buscan trabajar en organizaciones con un propósito más allá de las ganancias. Esto puede ayudar a las empresas a asegurar financiamiento y atraer y retener a los mejores empleados (Rojo, 2022).
5. Reducción de riesgos:	La reducción de riesgos puede ser una fuente de ventaja competitiva al garantizar la continuidad de las operaciones y la confianza de los stakeholders (Ipiales, 2022).
6. Adaptación a un entorno cambiante:	Esta capacidad de adaptación puede ser una fuente de ventaja competitiva al garantizar la supervivencia a largo plazo de la empresa (Chingay, 2022).

Elaboración propia con datos de diversos autores

En resumen, la sostenibilidad y la ventaja competitiva están estrechamente relacionadas. Las empresas que abordan la sostenibilidad pueden mejorar su eficiencia, atraer a clientes y empleados comprometidos, y estar mejor preparadas para los desafíos futuros. Esto puede traducirse en un rendimiento superior en el mercado y, en última instancia, en una ventaja competitiva sostenible.

Metodología

Se realizó un estudio cuantitativo, transversal y con alcance explicativo, el cual consistió en una primera etapa en el desarrollo de un análisis de estadística descriptiva acerca de la implementación de estrategias de RSC por parte de los directores y directoras de MiPymes ubicadas en los municipios de Apan, Almoloya, Emiliano Zapata, Tepeapulco y Tlanalapa en el Estado de Hidalgo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Para ello, se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple con las mypes de Apan, Almoloya, Emiliano Zapata,Tepeapulco y Tlanalapa, Hidalgo, México, cuya cantidad de empleados se encuentra en el rango de 1 a 50, con un nivel de confianza del 95 %, un margen de error del ±5 % y una probabilidad estimada de p=0.5 (50%). Se obtuvieron de la muestra aplicada un total de 292 encuestas. Se utilizó un instrumento de medición tipo encuesta, la cual fue dirigida a los propietarios, directores o gerentes de las MiPymes.

Posteriormente, se realizó un análisis de estadística inferencial, a partir del cual se realizó un análisis de correlación, con el objetivo de cuantificar el tipo de asociación entre los dos conjuntos de variables numéricas, la variable dependiente o explicada: VCE, y la variable independiente o explicativa: *dimensiones de la* RSC: I) Derechos Humanos (DH); II) Prácticas Laborales (PL); III) Medio Ambiente (MA); IV) Prácticas Justas de Operación (PJO); V) Asunto de los Consumidores (AC); VI) Participación Activa y Desarrollo de la Comunidad (PDC).

La hipótesis central de la que se partió plantea que:

H0. Las dimensiones de la RSC no tienen un efecto positivo y significativo en la VCE.

H1. Las dimensiones de la RSC tienen un efecto positivo y significativo en la conformación de la VCE.

De lo anterior, se establecen la segunda, tercera, cuarta, quinta, sexta y séptima hipótesis:

H2. La dimensión de la RSC referente a los DH influye positiva y significativamente en el establecimiento de la VCE.

H3. La dimensión de la RSC referente a PL influye positiva y significativamente en el establecimiento de la VCE.

H4. La dimensión de la RSC referente a MA influye positiva y significativamente en el establecimiento de la VCE.

H5. La dimensión de la RSC referente a PJO influye positiva y significativamente en el establecimiento de la VCE.

H6. La dimensión de la RSC referente a AC influye positiva y significativamente en el establecimiento de la VCE.

H7. La dimensión de la RSC referente a *la* PDC influye positiva y significativamente en el establecimiento de la VCE.

Instrumento de medición

Del instrumento de medición base, fueron seleccionadas 12 preguntas categorizadas en escala tipo Likert de cinco niveles para realizar un análisis mediante las variables descritas en la Tabla 25.1. Este cuestionario fue diseñado para ser contestado por el o la directora de la empresa (persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa), dando la opción de que los encuestadores pudieran leer los cuestionamientos y responder en Excel o en papel. Finalmente, se capturaron los datos en un formulario de Google creado para el estudio (Posada et al., 2020).

Tabla 25.2

Definición conceptual de las variables analizadas en MiPymes de la Región del Altiplano Hidalguense, a fin de determinar el efecto positivo de la implementación de estrategias de RSC

Variable	Dimensión Operacional	Alpha de Cronbach	Dimensión Conceptual
RSC	DH	0.838	Pondera políticas y procedimientos para el respeto a los derechos humanos y para evitar complicidad en actos contra los derechos civiles, económicos, sociales, laborales y para evitar la discriminación.
	MA	0.833	Pondera que en las empresas se procure prevenir la contaminación y la producción de desechos que impactan en el ecosistema; así como reciclar y cuidar el medio ambiente.
	PL	0.836	Pondera que en las empresas se procure el bienestar del personal empleado, escuchando sus necesidades, dándoles un ambiente seguro, acceso a servicios de salud y una vida personal balanceada.
	PJO	0.84	Pondera que en las empresas se eviten malas prácticas como en sobornos, corrupción, piratería o competencia desleal; y tampoco la permitimos en nuestros clientes y proveedores.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

	AC	0.834	Pondera que la empresa se responsabilice con los clientes: cuidando su confidencialidad, atención de sus quejas, comunicación sin engaños en cuanto a la información que les interesa respecto a precios, costos, términos de servicio, contratos y se ofrecen productos que son seguros.
	PDC	0.836	Pondera la promoción de actividades de desarrollo comunitario con gente de la comunidad en donde se encuentra ubicada. Además de preocuparse por no provocar e incluso solucionar problemas sociales locales. Prefiriendo proveedores locales que foráneos.
	VCE	0.855	Pondera el valor principal que genera la MiPyMe según el director.
		0.851	
		0.853	
		0.87	
		0.849	
		0.851	

Resultados

De las 292 MiPymes que fueron analizadas, el 59.6 por ciento se identifica con un tipo de asociación con un dueño, sin embargo, carece del alta ante el SAT; por su parte, el 12 por ciento de estas se constituyen bajo el régimen de personas físicas con actividad empresarial; sólo el 8.9 por ciento está constituida como una empresa bajo una entidad legal como sociedad anónima, S.A., sociedad de responsabilidad limitada, SRL, entre otras figuras jurídicas. De igual manera, el 8.9 por ciento de las MiPymes manifiesta ser una empresa con varios dueños, aunque con la falta de alta ante el SAT; el resto se consideran sin régimen de incorporación fiscal, con registro como servicios profesionales, entre otras formas de asociación. Otro dato que resaltar es que el 69.5 por ciento de las MiPymes estudiadas son dirigidas por hombres mientras que el 30.5 restante son dirigidas por mujeres.

Al analizar si los y las directoras de las MiPymes de la Región del Altiplano Hidalguense implementan estrategias que promuevan la RSC en sus organizaciones, se determina que el 87.7 por ciento estos ponen en práctica acciones que fomenten la RSC en las MiPymes que dirigen. De estas las dimensiones que son mayormente promovidas son las relacionadas

con el AC, y las PJO con un 89 por ciento de los y las directoras que las ponen en práctica en sus organizaciones; seguidas de estrategias que promueven las PL, así como estrategias para relacionadas con el MA con un 88 por ciento de empresas que las llevan a cabo.

Una vez que se ha determinado la puesta en marcha de estrategias que promuevan la RSC en las MiPymes de la Región del Altiplano Hidalguense, se procedió a identificar si estas se consideran elementos determinantes que inciden en la formación de valor empresarial o VCE. La Tabla 25.3 muestra a partir de los indicadores de correlación de Pearson que, de las seis dimensiones de la RSC todas influyen positivamente en la formación de valor empresarial, aunque será la dimensión relacionada con las PL, la que presenta mayor incidencia en el fortalecimiento de la VCE de las MiPymes de la Región del Altiplano Hidalguense, es decir, por cada acción que sea implementada para procurar el bienestar de los trabajadores, esta eleva un 21 por ciento la VCE.

Tabla 25.3

Dimensiones de la RSC como determinantes de la formación de valor empresarial o VCE.

Variables	Media	Desviación Estándar	Correlación con VC	Sig.
DH	2.79	0.53	0.10	0.101
MA	2.84	0.46	0.16**	0.007
PL	2.84	0.45	0.21**	0.000
PJO	2.85	0.45	0.12*	0.033
AC	2.86	0.42	0.16**	0.050
PDC	2.79	0.52	0.18**	0.030

*** La correlación es significativa en el nivel de 0.01 (2 colas)*

** La correlación es significativa en el nivel de 0.05 (2 colas)*

Fuente: elaboración propia

En lo que se refiere a la puesta en marcha de estrategias que promuevan la participación activa y desarrollo de la comunidad, PDC, de acuerdo a la tabla de correlación, esta incide satisfactoriamente en la formación de la VCE de las MiPymes de la Región del Altiplano Hidalguense.

Por su parte dimensiones como estrategias relacionadas con el cuidado del medio ambiente, MA, así como la vinculada con la responsabilidad para con los clientes, AC, inciden en la configuración de la VCE, es decir, por cada acción implementada en estas dimensiones, la correlación con la formación de la VCE se fortalece.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Si bien la dimensión que menos significancia presenta en el establecimiento de la VCE es la relacionada con la implementación de políticas y procedimientos para el respeto de los derechos humanos, DH, es importante resaltar que esta variable presenta una relación positiva con la formación de valor empresarial, es decir, por cada estrategia implementada la VCE incrementa. Por lo anterior, es de vital importancia el que las MiPymes de la zona sigan poniendo en práctica acciones para fortalecer esta dimensión a fin de fortalecer su posicionamiento en el mercado.

Discusión

Mediante las técnicas estadísticas utilizadas se comprobó a través de las percepciones de los y las directoras de las MiPymes de la Región del Altiplano Hidalguense que las dimensiones de la RSC tienen un efecto positivo y significativo en la formación de la VCE, comprobándose de esta manera la hipótesis alternativa H1. Lo anterior, manifiesta que la sociedad evalúa de manera positiva la puesta en práctica de estrategias relacionas con la RSC, privilegiando y legitimando de esta forma a las organizaciones que implementan acciones de mejora, lo que refuerza la formación de creación de valor o ventaja competitiva.

Con respecto a la segunda, tercera, cuarta, quinta, sexta y séptima hipótesis, se mostró que existe un efecto positivo de las dimensiones de la RSC: I)DH; II)PL; III)MA; IV) PJO; V)AC; así como la VI)PDC, en la formación de la VCE siendo las dimensiones más significativas PL,PDC, MA, AC a un nivel de significancia de 0.01; y PJO a un nivel de significancia de 0.05.

La literatura revisada muestra que la RSC se ha convertido en un concepto fundamental en el ámbito empresarial en las últimas décadas, transformando la manera en que las organizaciones interactúan con la sociedad y el entorno en el que operan. Además, se ha demostrado que la implementación de estrategias de RSC pueden ser una herramienta efectiva para que las empresas obtengan una ventaja competitiva en el mercado y mejoren su imagen y reputación. Los resultados del estudio demuestran que las dimensiones de la RSC tienen un efecto positivo y significativo en la formación de la VCE, siendo las prácticas laborales, participación activa y desarrollo de la comunidad, medio ambiente y asuntos de los consumidores las dimensiones más significativas.

Conclusiones

La RSC es un tema cada vez más relevante en el mundo empresarial. Las empresas que adoptan prácticas socialmente responsables no solo contribuyen al bienestar de la sociedad y el medio ambiente, sino que también pueden obtener una ventaja competitiva en el mercado. Este estu-

dio cuantitativo, transversal y con alcance explicativo, analizó la implementación de estrategias de RSC por parte de los directores y directoras de 292 MiPymes ubicadas en los municipios de Apan, Almoloya, Emiliano Zapata, Tepeapulco y Tlanalapa en el Estado de Hidalgo.

Los resultados del estudio indican que las empresas que adoptan prácticas socialmente responsables pueden mejorar su eficiencia, atraer a clientes y empleados comprometidos, y estar mejor preparadas para los desafíos futuros. Esto puede traducirse en un rendimiento superior en el mercado y, en última instancia, en una ventaja competitiva sostenible. Las dimensiones de la RSC que tienen un efecto positivo en la formación de la VCE son la prevención de malas prácticas como sobornos, corrupción, piratería o competencia desleal, la responsabilidad con los clientes, la promoción de actividades de desarrollo comunitario y la generación de valor principal.

Es importante destacar que la implementación de prácticas de RSC no es una tarea fácil para las empresas, especialmente para las MiPymes que pueden tener recursos limitados. Sin embargo, este estudio demuestra que la implementación de prácticas de RSC puede ser beneficiosa para las empresas en términos de ventaja competitiva y sostenibilidad a largo plazo. Por lo tanto, es importante que las empresas consideren la RSC como una parte integral de su estrategia empresarial y trabajen en colaboración con sus partes interesadas para implementar prácticas socialmente responsables.

Además, este estudio también destaca la importancia de la educación y la conciencia sobre la RSC. Muchas empresas pueden no estar familiarizadas con las prácticas de RSC o pueden no tener los recursos para implementarlas. Por lo que, es importante que las empresas reciban capacitación y asesoramiento sobre la RSC y que se genere conciencia sobre la importancia de esta en la sociedad y el medio ambiente. Es necesario que las empresas consideren la RSC como una parte integral de su estrategia empresarial y trabajen en colaboración con sus partes interesadas para implementar prácticas socialmente responsables.

Referencias

Adi, A., Stoeckle, T., & Arzuaga-Williams, M. (2023). El futuro de las relaciones públicas/comunicación y su impacto social: resultados de un estudio internacional con método Delphi.

Cabana Villca, S. R., Galvéz Vargas, P. A., & Muñoz Pizarro, C. I. (2015). Variables críticas en las ventajas competitivas de restaurantes gourmet, La Serena, Chile. *Cuadernos de Administración (Universidad del Valle)*, *31*(54), 57-67.

Ballesteros García, C., Calderón Gómez-Tejedor, B., Hernandez Luengo, R., Elola, J. M., Galdón Gaitán, M., & Marin Alvarez, M. (2022). Gestión y medición del impacto

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

social en los proyectos sociales.

Barroso Tanoira, F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial: un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y administración*, (226), 73-91.

Briñez, M., & Penagos, M. (2021). La Sostenibilidad como Estrategia Competitiva en empresas del sector Construcción del Departamento de Antioquia-Colombia. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, *23*(2), 325-346

Chingay, S. N. S., Alfaro, W. I. M., Guerr, M. D. P. M., & Huamanchumo, R. M. E. (2022). Resiliencia y competitividad empresarial: Una revisión sistemática, período 2011–2021. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, *28*(3).

Correa Onofre, S. M., & Tubay Pincay, J. M. (2021). *Los grupos de interés y su influencia en la responsabilidad social de las camaroneras ubicadas en el Cantón Durán* (Bachelor's thesis, Universidad Guayaquil).

Cuesta, FERNÁNDEZ, & Cabezas, A. M. (2002). Unas definiciones polémicas: medio ambiente y gasto ambiental. *Técnica Contable*, *54*, 565-574.

del Pino, C. A. (2021). La Responsabilidad Social Corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, (54), 173-198.

Dufey, A., & Zamorano, P. (2023). Estándares y certificaciones internacionales voluntarias en materia de minería sostenible en los países andinos.

García, R. F. (2013). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Editorial Club Universitario.

Giménez Mercado, C., & Valente Adarme, X. (2010). El enfoque de los derechos humanos en las políticas públicas: ideas para un debate en ciernes. *Cuadernos del CENDES*, *27*(74), 51-79.

Ibarra-Baidón, C. (2019). Emprendimiento sostenible: aproximaciones desde los enfoques de innovación frugal y economía circular.

Ipiales Segovia, A. A. (2022). *La RSE y los beneficios de los stakeholders en la institución financiera indígena* (Bachelor's thesis).

Lara Manjarrez, I. A., & Sánchez Gutiérrez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y negocios*, *22*(43), 97-118.

Lizcano-Prada, J., & Lombana, J. (2018). Responsabilidad Social Corporativa (RSC): reconsiderando conceptos y enfoques. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, *18*(34), 119-134.

Mendoza Pérez, M. J. (2019). *La responsabilidad social corporativa como estrategia empresarial y su integración en el cuadro de mando integral* (Bachelor's thesis, Fundación

Universidad de América).

Mogollón Caro, M. R. (2019). Stakeholders: dinámica en la consecución de proyectos con responsabilidad social empresarial en las organizaciones colombianas.

Pino Vargas, J. L. (2021). Influencia de la responsabilidad social en la reputación corporativa de las empresas mineras del sur del Perú, 2019-2020.

Posada, R., Peña, N., & Aguilar, O. (2020). Resultados generales del estudio de *Innovación e industria 4.0 en las micro y pequeña empresas en América Latina. In Mc Graw Hill Education (Ed.), Innovación e industria 4.0 en las micro y pequeña empresas en América Latina* (p. 322). https://www.relayn.org/biblioteca/LibrosImpreso.html

Qué es RSC - Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. (2016, 17 agosto). Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. https://observatoriorsc.org/la-rsc-que-es/

ROJO, B. A. A. (2022). Elaboración de un modelo de innovación para impulsar la sustentabilidad en el sector de la industria de la moda, textil y confección en México denominado moda sustentable MX®.

Suarez Porto, V. M. (2023). *Análisis de la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas de alojamiento en el territorio nacional* (Doctoral dissertation, Organización de empresas e márketing).

Vidal Barba, G. V. (2020). *Propuesta de un plan de responsabilidad social empresarial para la Empresa Pública Correos del Ecuador CDE EP* (Master's thesis, Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 26. Retos de las MYPES mexicanas para proveer productos y servicios a la Industria Manufacturera.

Erandi Lizzete Contreras Ocegueda
Corina Guillermina Ocegueda Mercado

Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico de Matamoros

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.26

Resumen

El propósito del trabajo es resaltar los retos que enfrentan las MYPE para proveer productos o servicios a la industria manufacturera de H. Matamoros, Tamaulipas; pretende identificar los requisitos más solicitados por la industria para tener como proveedor a una MYPE. El trabajo es un estudio descriptivo, no experimental y transversal. Se realizó una encuesta a 65 Mypes y una encuesta a 39 empresas manufactureras. Algunos resultados fueron: "La mayoría de las Mypes señalan no presentar algún problema que les impida proveer a la industria"; se encontró que el porcentaje de Mypes que proveen productos a la industria es 33.33% y servicios el 53.84%.

Palabras clave

Mypes, Industria manufacturera, Proveeduría

Introducción

La Secretaría de Economía en México clasifica a las empresas en cuatro tipos: microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas (Secretaría de Economía, 2010). Las micro y pequeñas empresas, de ahora en adelante Mypes, son la fuerza empresarial que sostiene el crecimiento económico de los países en desarrollo (Luciano et al., 2023), así como los de menor nivel de desarrollo. Se considera a las microempresas, como aquellas que cuentan con una cantidad de empleados de 01 a 10, mientras que las pequeñas empresas son aquellas que tienen de 11 a 50 trabajadores. De acuerdo con el (INEGI, 2019) las micro empresas representaron el 94.9% de las unidades económicas, mientras que las pequeñas empresas sólo el 4.0%, entre ambas representan el 98.9% de las unidades económicas. En el mismo Censo se detectó que las Mypes generaron el 52% de los empleos del país.

Autores como Aguilar, et. al. (2018) han estudiado a las Mypes indagando cuáles son los factores que afectan su continuidad, otros, han estudiado la gestión empresarial en el desarrollo de las Mypes (Luciano et al., 2023), el impacto que tiene la dirección en el desempeño de las Mypes (Aguilar, 2023)examinados desde el esquema de análisis sistémico, donde existen los insumos, procesos y salidas del sistema. Para llevar a cabo el estudio, se analizaron 48 068 mypes mediante una entrevista hecha a la persona que toma gran parte de las decisiones en cuatro países de Latinoamérica (México, Colombia, Perú y Ecuador, algunos otros han estudiado la innovación en las Mypes (Jasso et al., 2022; Olea et al., 2017)se desarrolló un estudio sobre las micro y pequeñas empresas en la economía y en particular de la Ciudad de Matamoros, Tamaulipas durante el año 2020, con los objetivos de detectar una correlación entre el grado de innovación y el desempeño, identificar el nivel de tecnología e innovación con la que cuentan las mypes y descubrir áreas de oportunidad de mejora. En este estudio se utilizó como instrumento de recolección un cuestionario, con preguntas estructuradas utilizando la escala de Likert, el cual fue aplicado a los directores de 525 mypes en la ciudad. El tipo de estudio fue cuantitativo con alcance descriptivo, correlacional, documental, transversal y un diseño de investigación no experimental. Los resultados obtenidos nos muestran una correlación débil entre la innovación y el desempeño ya que en opinión de los dueños tienen cierto grado de tecnología, la cual no aplican en sus negocios por lo cual se afecta su competitividad y desempeño. Abstract Due the importance of micro and small enterprises (MSEs, en su mayoría se encuentran estudios de la Micro Pequeña y Mediana Empresa (Mi-Pyme), como por ejemplo los realizados por (Martínez et al., 2022)determinantes del flujo de caja en las Mipymes. Se realizó una investigación mixta, con base en una encuesta aplicada a 278 gerentes de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES quienes evaluaron las decisiones financieras de las Mipymes, encontrando que dentro de estas compañías, las

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

microempresas carecen de organización financiera y no llevan contabilidad o no hacen uso eficiente de esta información.

En la presente investigación se hace énfasis en la relación de las Mypes como proveedores de la industria manufacturera. Dentro de las grandes empresas, uno de estos pilares es el sector industrial el cual tiene un impacto a gran escala, pues promueve el crecimiento económico, la generación de empleos, la inclusión de nuevas tecnologías, relaciones y acuerdos con otros países, entre otros aspectos. (Ovando-Aldana et al., 2021) cita a la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) (2014) mencionando que la actividad industrial es considerada como una forma de reducir la pobreza debido a que ofrece puestos estables a los trabajadores, lo que propicia, a su vez, bienestar para sus familias y para la sociedad.

A pesar de existir muchas empresas del sector industrial en la región, la proveeduría de productos o servicios a las mismas por parte de las MYPES se ve limitada. Solís et al., (2014) encontraron en su investigación que existen diversos factores que afectan el impulso de la proveeduría mexicana, entre ellos la preferencia de la industria por empresas transnacionales, la capacidad tecnológica limitada, la incapacidad para manejar productos en altos volúmenes, incapacidad para entregas a tiempo, entre otros. Lo cual deja ver condiciones de desigualdad entre las empresas no solo locales contra las extranjeras, sino también entre las pequeñas empresas y las grandes, las cuales pueden tener mejor capacidad tecnológica. Por lo que en este trabajo se considera importante el poder desarrollar proveedores locales para abastecer productos y servicios a la industria, principalmente el desarrollo de micro y pequeñas empresas, lo cual sería fundamental para el crecimiento económico.

Para lograr el reto de impulsar a las Mypes a la proveeduría de la industria manufacturera es necesario conocer cuál es el estado actual de las micro y pequeñas empresas, es decir conocer si ya son proveedores de la industria, si hay interés por ser proveedores, qué factores consideran que pudieran estar afectándoles. Así mismo es necesario conocer cuáles son los requerimientos de la industria hacia sus proveedores para poder conocer si existen limitaciones y cuáles serían. Al conocer esto, se podrían desarrollar estrategias para fortalecer a las Mypes y a su vez a la proveeduría local.

Los objetivos planteados fueron:

El objetivo general fue "Detectar las deficiencias de las Mypes para proveer productos y servicios a las Industrias". Algunos objetivos secundarios fueron:

- Determinar cuáles son los principales requisitos de las industrias para comprar a un proveedor (Mype).

- Detectar los productos y servicios que abastecen las Mypes a la industria.
- Conocer el porcentaje de Mypes que proveen productos a la industria.
- Conocer el porcentaje de Mypes que proveen servicios a la industria.

La hipótesis planteada fue: "Las principales deficiencias que limitan a las Mypes de Matamoros Tamaulipas a proveer servicios o productos a la industria manufacturera son: desarrollo tecnológico, maquinaria insuficiente y carencia de conocimientos financieros".

Revisión de la Literatura

Microempresas: Son todos aquellos negocios que tienen menos de 10 trabajadores, generan anualmente ventas hasta por 4 millones de pesos. Es una pequeña unidad socioeconómica que produce, comercializa o presta servicios, y para su creación no necesita de gran inversión de capital, pero cuenta con una gran capacidad de adaptación al cambio y que al mismo tiempo puede orientarse hacia el mercado con mayor agilidad y facilidad que las organizaciones de mayor tamaño (Secretaría de Economía, 2010).

> Industria Manufacturera: "comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la transformación mecánica, física o química de materiales o substancias con el fin de obtener productos nuevos; al ensamble en serie de partes y componentes fabricados; a la reconstrucción en serie de maquinaria y equipo industrial, comercial, de oficina y otros, y al acabado de productos manufacturados mediante el teñido, tratamiento calorífico, enchapado y procesos similares. Asimismo, se incluye aquí la mezcla de productos para obtener otros diferentes, como aceites, lubricantes, resinas plásticas y fertilizantes" (INEGI, 2023).

Proveeduría**:** Es el realizar las funciones de proveedor de una empresa.

De acuerdo con (INEGI, 2019) en promedio las remuneraciones de los establecimientos del sector manufacturero representaron 23% del valor agregado, mientras que los establecimientos pequeños representaron el mayor porcentaje en pago de salarios 30.0%. Por lo que ambos, tanto la Industria manufacturera como las Mypes representan gran parte de las remuneraciones en el país.

Las compañías manufactureras llegan a una localidad, por lo general ya tienen lista la cartera de proveedores con la que van a trabajar y frecuentemente son proveedores de su país de origen, en algunos casos, para algunos de sus procesos buscan proveedores locales que les disminuyan los tiempos de espera y facilite su logística. Sin embargo, es poco probable que las Mypes estén contempladas dentro de la cadena de suministro.

Uno de los problemas que las Mypes pueden tener para proveer productos a las empresas grandes es contar con alternativas de financiamiento a corto plazo que les permita te-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

ner mejor desempeño, al mismo tiempo, el luchar con el hecho de que las organizaciones con mayor poder de negociación (empresas más grandes) están obteniendo créditos de sus proveedores, lo que empeora la situación de toda la cadena de suministro (Mulchandani et al., 2023). Al digitalizar el comercio se facilitaría el financiamiento de la cadena de suministro.

Para (Olea et al., 2017)se demuestra a través del diseño de un modelo de regresión logística que a mayor número de tipos de innovaciones (de producto, proceso, administración y comer-cializaciónel que las empresas pequeñas ingresen en el sistema de proveeduría de las firmas transnacionales tiene muchas ventajas y la probabilidad de que esto se lleve a cabo aumenta si la empresa genera innovaciones de varios tipos (producto, proceso, comercialización y organizacionales). No obstante, para lograrlo la pequeña empresa debe de superar obstáculos como: tecnología obsoleta, sistemas de producción deficientes, pobre capacitación y pobre nivel educativo de trabajadores y dueños. Olea (2017) señala que las oportunidades de una Pyme para ser proveedora de una empresa transnacional son escasas, sin embargo, se presentan oportunidades cuando las empresas quieren minimizar costos o resolver problemas inmediatos.

Por lo tanto, es importante el incentivar la proveeduría local hacia las empresas del sector industrial, así como conocer cuáles serían los requerimientos que se piden a las Micro y Pequeñas Empresas para ser proveedores de la industria.

Cabe señalar que existen pocos estudios relacionados con la proveeduría de la industria y menos aún relacionando la proveeduría con las Micro y Pequeñas Empresas.

Metodología

La hipótesis planteada es "Las principales deficiencias que limitan a las Mypes matamorenses a proveer productos o servicios a la industria manufacturera son: desarrollo tecnológico insuficiente, carencia de conocimientos acerca de cómo proveer a la industria y dificultad para cumplir con los tiempos de entrega".

El estudio es de tipo descriptivo dado que se pretende referir la función de un grupo de variables (Ocegueda, 2015). Es considerada como no experimental debido a que las variables no fueron manipuladas. Y es de tipo transversal ya que se toma la información del objeto de estudio sólo una vez en un momento dado (junio-septiembre 2023). El estudio se considera de tipo documental, ya que, para construir los fundamentos teóricos y seleccionar la literatura y conocer el contexto tanto de la industria como de las Mypes, se revisaron trabajos de buscadores como Google Académico, Dialnet, Mendeley, etc. Los instrumentos de investigación empleados fueron dos encuestas, la primera dirigida a las Mypes, la cual

debía ser respondida por los dueños o administradores del negocio; otra encuesta dirigida a la industria debía ser contestada por los responsables del departamento de compras. Ambas encuestas se aplicaron tanto físicamente como vía electrónica.

El contexto en el que se realizó la investigación fue la ciudad de Matamoros Tamaulipas, municipio que cuenta con un total de 541,979 habitantes (INEGI, 2020) y un total de 20,644 empresas (INEGI, 2022) de las cuales 1,246 son manufactureras y de ellas solo 125 son grandes empresas de acuerdo con DENUE.

La población de Mypes considerada fue de 1246, por lo que se obtuvo la cantidad de la muestra con la fórmula de cantidad finita, con un 90% de confianza, y un margen de error del 10% dando como resultado 65 micro y pequeñas empresas, lográndose encuestar a 65.

El criterio de inclusión de la muestra para las Mypes fue que las empresas tuvieran de 2 hasta 50 trabajadores. Se tomó en cuenta a las empresas que proveen productos o servicios como vidrios y aluminios, cartonería, madererías, servicios de limpieza, restaurantes, papelerías, imprentas, herrerías, tiendas de uniformes, ferreterías, servicios contables, servicios de seguridad, servicios médicos, de laboratorios, entre otros.

El universo poblacional de la industria manufacturera es de 125 empresas. Para el cálculo del tamaño de la muestra aleatoria de la industria manufacturera se utilizó la misma fórmula, de igual manera con los mismos porcentajes; 10% de error y 90% de confianza, donde el resultado de la muestra es de 45. Es conveniente señalar que las empresas industriales dan poco acceso a la aplicación directa, proporcionan un correo, el cual regularmente no contestan, situación por las que se dificultó el tener una muestra mayor.

El instrumento utilizado para las Mypes contó con un total de 13 preguntas, 5 abiertas y 6 de respuesta estructurada de opción múltiple, y 2 de opción múltiple empleando la escala de Likert.

La encuesta para el sector industrial tuvo 4 preguntas abiertas de respuesta breve; 2 con escala de Likert, y 1 dicotómica. La aplicación fue de manera directa y la mayoría a través de Google Forms. Para el análisis estadístico se utilizó una base de datos en Excel, los resultados fueron organizados en tablas y graficas.

Resultados

La hipótesis de trabajo fue "Las principales deficiencias que limitan a las Mypes matamorenses a proveer servicios o productos a la industria manufacturera son: *desarrollo tecnológico insuficiente*, *carencia de conocimientos acerca de cómo proveer a la industria* y *dificultad para cumplir con los tiempos de entrega*".

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Esta hipótesis se acepta parcialmente dado que las tres causas mencionadas se encuentran dentro de las primeras cinco respuestas.

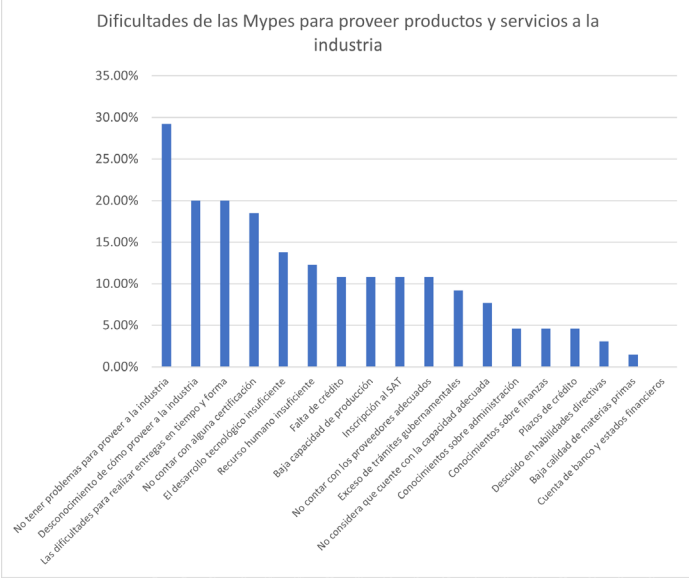
Los resultados encontrados se observan en la gráfica 1, el mayor porcentaje (29.2%) de Mypes respondió "No tener problemas para proveer a la industria". mientras que en segundo lugar con 20% señalaron "Desconocimiento de cómo proveer a la industria" y con el mismo porcentaje (20%) "Las dificultades para realizar entregas en tiempo y forma". En tercer orden se encontró "No contar con alguna certificación" (18.5%). Y en quinto lugar aparece "Recurso humano insuficiente" con un 12.3%. Adicionalmente se aprecian otras causas señaladas por los dueños de las Mypes como: falta de crédito, baja capacidad de producción, inscripción al SAT y no contar con proveedores adecuados. Algunas de estas causas han sido señaladas con anterioridad por autores como (Mulchandani et al., 2023; Olea et al., 2017). Estos resultados son de la muestra obtenida, sin embargo, no se pueden generalizar.

Como hipótesis secundaria 1 se planteó: Uno de los principales requisitos que solicitan la industria para comprar a un proveedor Mype es el *acta constitutiva*, *datos bancarios* y *relación con el SAT (opinión positiva)*". Por lo que se acepta parcialmente, dado que se encontraron en primer lugar "datos bancarios" (74.35%) y en tercer lugar con 66% aparece "opinión positiva del SAT", mientras que el acta constitutiva aparece hasta el cuarto lugar con 56.41%.

En la Gráfica 26.2 se muestran los resultados arrojados por la encuesta aplicada a las empresas industriales.

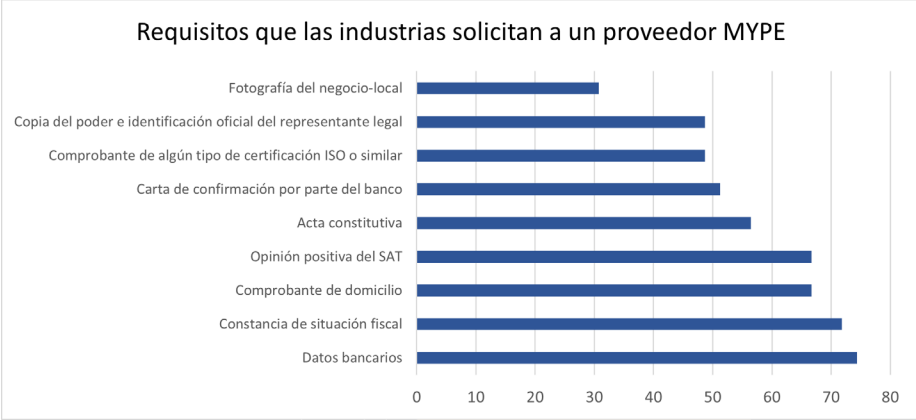
Gráfica 26.1

Deficiencias de las Mypes para proveer productos o servicios a la industria.



Gráfica 26.2

Requisitos que la industria solicita a un proveedor Mype



En la hipótesis secundaria 2 se plantea: "Dentro de los servicios más destacados que las Industrias requieren de las Mypes son servicios de capacitación, de mantenimiento, servicios de reclutamiento y selección de personal". La hipótesis es rechazada dado que los resultados arrojaron que los servicios prestados por las Mypes y más solicitados por la industria son: "Servicios de alimentos (restaurantes y otros) con 100%, en segundo lugar "Servicios de mantenimiento y movimiento de máquinas" con 87.17% y en tercer lugar "Servicios médicos y de laboratorio" con 82.05%.

La hipótesis secundaria 3 planteada fue la siguiente: "Los productos más relevantes que las industrias requieren de las Mypes son: Productos de ferretería, proveedores de tarimas y productos de limpieza".

La encuesta arrojó en primer lugar la "Compra de ferretería, pinturas y otros productos" con un 97.43%, en segundo lugar, se encontró "Proveedora de productos de limpieza" con 92.33% y en tercer lugar se encontró "Productos de papelería en general" con 84.61%, por lo que se acepta parcialmente al no encontrarse dentro de los primeros tres lugares a los "proveedores de tarimas". Sin embargo, se encuentra en el cuarto lugar junto con productos de empaque.

En la hipótesis secundaria 4 se formuló "La cantidad de Mypes que proveen productos a la industria es de 45%". Analizando los datos arrojados por las encuestas se encontró que sólo el 33.33% provee algún tipo de producto a la industria. Por lo que se rechaza la hipótesis.

Se planteó una hipótesis secundaria 5, la cual fue "La cantidad de Mypes que proveen servicios a la industria es de 20%". Las encuestas arrojaron que en 44% de las Mypes encuestadas proveen algún servicio a la industria. Por lo que se rechaza la Hipótesis 5.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En la hipótesis secundaria 6 se planteó "La mayoría de las Mypes en Matamoros no están dadas de altas en Hacienda". La hipótesis es rechazada dado que el 81.3% de las Mypes encuestadas respondieron estar registradas en Hacienda.

Discusión

Es esencial desarrollar a los proveedores locales para proveer productos al sector industrial con la finalidad de beneficiar tanto a la cadena de suministro de las grandes industrias, como a las micro y pequeñas empresas. Además, es importante el apoyo a las micro y pequeñas empresas para que tengan facilidades y asesoría para trámites en el SAT, como la facturación electrónica y que puedan cumplir con las regulaciones de este organismo y esto le abra puertas a la proveeduría en mayor escala, lo que impactaría en generación de empleos. La (CEPAL, 2018) señala que se deben crear políticas habilitantes, es decir, "crear condiciones que permitan a las empresas de menor tamaño participar en dinámicas productivas en igualdad de condiciones con respecto a las empresas más grandes". Se debe mejorar la normativa existente en los diversos países, de tal modo que faciliten las relaciones de proveeduría entre empresas grandes y pequeñas.

Otro punto importante sería que tanto el gobierno como las Instituciones de Educación Superior apoyaran con capacitación acerca de certificaciones que las empresas industriales pueden requerir y que son costosas para una microempresa. Así como apoyar a estos micro y pequeños negocios con herramientas que puedan mejorar sus capacidades de producción y tiempos de entrega.

De acuerdo a los resultados de la investigación se aprecian otras causas señaladas por los dueños de las Mypes como: falta de crédito, baja capacidad de producción, inscripción al SAT y no contar con proveedores adecuados, lo cual coincide con (Mulchandani et al., 2023; Olea et al., 2017; Solís et al., 2014). En particular, se demuestra a través del diseño de un modelo de regresión logística que a mayor número de tipos de innovaciones (de producto, proceso, administración y comer-cialización.

Conclusiones

En este trabajo se pudo encontrar que contrario a lo que los diversos autores como (Ovando-Aldana et al., 2021) señalan acerca de las Mypes en relación a que son empresas informales, se encontró que el 80% de las Mypes matamorenses cumplen con sus obligaciones hacia el SAT.

Al mismo tiempo se detectó que es mayor el porcentaje de Mypes que proveen servicios (44%) con respecto a las que proveen productos (33.3%). Las Mypes que sí son provee-

doras de la industria señalaron que se les solicita cada vez mayores exigencias en cuanto a volúmenes, calidad y precio. Así como lo relativo a cumplimiento de entregas y certificaciones.

Se pudo apreciar en el estudio que la mayoría de las Mypes expresan no tener problemas para proveer a las grandes industrias (29.2%) contrario a lo que se suponía. Y como deficiencias manifestaron: "Desconocimiento de cómo proveer a la industria", "Las dificultades para realizar entregas en tiempo y forma" y "No contar con alguna certificación", así como "desarrollo tecnológico insuficiente". Otras causas mencionadas son: Recurso humano insuficiente, falta de crédito, baja capacidad de producción, inscripción al SAT y no contar con proveedores adecuados.

Otro hallazgo encontrado es que los requisitos que la industria pide a un proveedor Mype son: datos bancarios, constancia de situación fiscal, comprobante de domicilio y opinión positiva del SAT. Por lo que los negocios que trabajan en la formalidad son los que pudieran desempeñar el rol de proveedor de las industrias manufactureras.

Los servicios que más requieren las Industrias de las Mypes son: "Servicios de alimentos (restaurantes y otros), en segundo lugar "Servicios de mantenimiento y movimiento de máquinas" con 87.17% y en tercer lugar "Servicios médicos y de laboratorio". Por lo que sería importante capacitar a los empresarios de este tipo de negocios para que conozcan que tienen un área de oportunidad para vender sus productos a la industria y asesorarlos para que puedan cumplir con exigencias de la industria como tiempos de entrega y volúmenes de compra.

Los productos que más requiere la industria de la Mypes son: "Compra de ferretería, pinturas y otros productos", "Proveedores de productos de limpieza" y en tercer lugar se encontró "Productos de papelería en general". Por lo que desarrollar a este tipo de proveedores sería de gran beneficio para apoyar tanto a las Mypes como a las grandes industrias.

Los resultados de este trabajo no se pueden generalizar ya que son válidos sólo por que corresponden a las muestras obtenidas. Se tuvieron limitaciones respecto al tiempo y disponibilidad de los encuestados, ya que el trabajo se desarrolló durante un periodo de 3 meses. Otro factor fue que las empresas del sector industrial no son muy accesibles para responder a los trabajos de investigación, dado los protocolos de acceso (la mayor parte de las encuestas fueron respondidas vía correo electrónico y por grupos de WhatsApp). Respecto al instrumento empleado se sugiere para futuros trabajos, se hagan algunas modificaciones al cuestionario como incrementar la cantidad de preguntas en escala Likert para poder utilizar el alfa de Cronbach y los resultados tengan mayor confiabilidad. Tratar de incrementar mayor rigor en el nivel de confianza y disminuir el margen de error.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Referencias

Aguilar, O. C. (2023). El impacto de la dirección en el desempeño en las micro y pequeñas empresas: un análisis sistémico. *Contaduría y Administración*, *68*(3), 397. https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.3295

CEPAL. (2018). MIPYMES en América Latina. En *Cepal - Naciones Unidas*.

INEGI. (2019). *Censos económicos 2019 inegi* (pp. 1–90). https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41648308009

Jasso, K. Y., Aguilar, O. C., Ocegueda, C. G., y Contreras, E. L. (2022). Las tecnologías e innovación en mypes 4.0 y desempeño organizacional: Tecnologies and innovation in MSEs 4.0 and organizational performance. *Revista Relayn- Micro y Pequeña empresa en Latinoamérica*, *6*(3), 7–20. https://doi.org/10.46990/relayn.2022.6.3.591

Luciano, R. A., Sotomayor, J. A., García, H. D., y Peláez, H. Y. (2023). Gestión empresarial en el desarrollo de las MYPES en zonas mineras del Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, *28*(103), 1174–1189. https://doi.org/https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/40347/45790

Martínez, A. M., Edilson, M., y Velásquez, O. (2022). Evaluación de las decisiones financieras operacionales que generan flujo de caja en las MIPYMES. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, *34*(34), 60–82. https://doi.org/https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.5524

Mulchandani, K., Jasrotia, S. S., y Mulchandani, K. (2023). Determining supply chain effectiveness for Indian MSMEs: A structural equation modelling approach. *Asia Pacific Management Review*, *28*(2), 90–98. https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2022.04.001

Ocegueda, C. G. (2015). *Metodología de la Investigación Métodos , técnicas y estructuración de trabajos académicos* (cuarta). Albox Editores, S. A de C.V.

Olea, J., Valenzuela, A., y Navarrete, M. Á. (2017). Innovación para la integración a las redes de proveeduría de las empresas multinacionales. *Contaduría y Administración*, *63*(1), 1–17. https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1069

Ovando-Aldana, W., Rivera-Rojo, C. R., y Salgado-Vega, M. C. (2021). Características del empleo informal en México, 2005 y 2020. *Papeles de Población*, *27*(108), 147–184. https://doi.org/10.22185/24487147.2021.108.15

Posada, R. ;, y Aguilar, Ó. C. (2018). Factores que afectan la continuidad de las micro y pequeñas empresas. *Revista Espacios*, *39*(44), 33–39. https://www.revistaespacios.com/a18v39n44/a18v39n44p33.pdf

Solís, M. M., Vega, A., y Flores, M. V. (2014). Análisis de los factores que impiden a la proveeduría local su incursión en la industria maquiladora sector electrónico en Tijuana, Baja California, México. *Acta Universitaria*, *24*(1), 87–94. https://doi.org/10.15174/au.2014.712

Capítulo 27. Estrategias aplicadas y su relación con las ventas de los microempresarios de Felipe Carrillo Puerto, Quintana Roo.

Efrén David Turriza Borges
Pedro José Rivero Turriza
María del Carmen Chulim López

Instituto Tecnológico Superior de Felipe Carrillo Puerto

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.27

Resumen

La presente investigación es de alcance descriptivo con un diseño no experimental y transversal, realizada en Felipe Carillo Puerto, Quintana Roo, México, donde se aplicaron 348 encuestas a igual número de empresas como muestra. El objetivo de la investigación es determinar la relación entre las estrategias competitivas que aplican los microempresarios y el aumento en sus ventas.

Entre los principales hallazgos se pueden mencionar: Cuando se aplican las estrategias para mantenerse en el mercado (competitivas), el 30 % de las empresas refleja que tienen aumentos entre 21% a 30% de ventas, y cuando las empresas tuvieron una baja o nula aplicación el 0% de ellas alcanzaron este incremento; la prueba de relación realizada con Spearman salió de .000 que es menor a .05, lo que significa que hay relación, complementado por la prueba Rho de Spearman .270 nos muestra que esta relación es baja.

Palabras clave

Clientes, Estrategias, Mercado, Ventas

Introducción

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) deben implementar diversos procesos o estrategias de manera constante para aumentar su desarrollo y alcanzar su máximo potencial, asegurando su permanencia a largo plazo (Torres et al, 2023 y Ceupe, 2016). Es crucial comprender y analizar los factores que pueden influir en su crecimiento para beneficiar su desarrollo y éxito entre ellos los de mercadotecnia, finanzas y operaciones entre otros (Flores, 2023).

Gamboa et al (2003) mencionan que al aplicar las estrategias permiten minimizar los riesgos, además de brindar una defensa a la empresa con el fin de ampliar su mercado, gracias a las estrategias permite fortalecer las ventajas comparativas y con esto minimizar los costos y optimizar el trabajo. Debido a que la mayoría de las MIPyMES no realizan programas estratégicos por ejemplo gestión del recurso humano, estrategia de comunicación, estrategia empresarial, al no aplicar ningún tipo de estrategia provoca resultados negativos a la empresa (Zapata Guerrero, 2004). Por tanto, las implementaciones de estas estrategias generan oportunidades e impactos a las empresas, lo que conlleva que cada empresa tiende a desarrollar sus propias estrategias para permanecer en el mercado, se añade que la estrategia permite aumentar el rendimiento y mejora la posibilidad de alcanzar el éxito o un objetivo planteado por la misma empresa (Cleri, 2007).

"Las estrategias empezaron a surgir desde la segunda guerra mundial, la necesidad de emplearlas en cada actividad empresarial fue cada vez más necesaria" (Robbins & Coulter ,2014, como se cita en Alaña et al, 2018,p. 253)

En 1977 surgió una preocupación empresarial por los problemas de la eficacia, eficiencia y efectividad de la administración y una preocupación por la naturaleza de la relación entre la estrategia, la efectividad de los procesos, la estructura y el diseño organizacional. Se podría mencionar que la estructura sigue a la estrategia empresarial, un buen plan estratégico y la estructura apropiada de la organización aparecerán con facilidad. Por lo tanto; una estrategia de amplia diversificación exige una estructura descentralizada (Alaña et al, 2018, p.253)

Otras investigaciones realizadas por parte del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, (IICA ,2018), menciona que la estrategia general hace referencia al posicionamiento estratégico que una agro empresa asumirá en el sector que pertenece. Este posicionamiento se relaciona en la manera en que la empresa entregará valor a sus clientes y en cómo se enfrentará a sus competidores, esto puede ser ofreciendo productos distintos o vender a menores precios que la competencia.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

De acuerdo a las estrategias que se aplican en diversas MIPyMES y los resultados que se obtienen, es importante indagar que tipo de estrategia empresarial son las que se aplican para obtener dichos beneficios. Por tanto, se debe hallar estos objetivos para nuestra investigación.

- Identificar qué tipo de estrategias empresariales que se aplican en los MIPyMES de Felipe Carrillo Puerto.
- Comparar cuáles son las estrategias que se aplican con más frecuencia y cuáles no.
- Indagar los rangos de años de antigüedad de las empresas que aplican las estrategias para mantenerse en el mercado y para reducir costos.
- Analizar que estrategias generan resultados favorables en ventas y clientes.

Hipótesis.

Ho. No hay una relación entre las estrategias y el aumento en sus ventas

Revisión de la Literatura

Para Alfred Chandler como se cita en Tarziján (2013) menciona que "Estrategia es la determinación de las metas y objetivos de largo plazo de la empresa, y la adopción de caminos de acción y de asignación de recursos para alcanzar dichas metas." (p.51). Sin embargo, Richard Rumelt como se cita en Tarziján (2013) menciona que la "Estrategia implica la elección de un conjunto coordinado de acciones destinadas a abordar los problemas identificados en el diagnóstico acerca de los principales desafíos de la empresa. Así, estrategia es una lógica impuesta a una organización para hacer algo que de otra manera no se haría" (p.52).

El mercado es un proceso en donde se opera una transacción de un grupo de personas, que actúan como compradores y otros como vendedores de un bien o servicio, en este se genera un intercambio (Quiroa ,2020) Se caracteriza por su estructura, las expectativas de todos los consumidores, además de las dimensiones del mercado que se elige, es decir que el mercado es todo aquel conjunto o grupo de personas que comprende ciertas características, y a dicho mercado se le dirige un producto o servicio (Zamarreño, 2023) Mientras que los autores Herrera & Benjumea (2017) mencionan que el mercado tiene funciones relevantes, como "promover la inversión, al brindar un nuevo mecanismo para la obtención de beneficios económicos derivados de la colocación de recursos en deficitarios de capital" (P.35).

Cárdenas (2016) el costo se define como "la suma de las inversiones que se han efectuado en los elementos que concurren en la producción y venta de un artículo o desarrollo de una función" P.41. Mientras que Burrano (2006) argumenta que el costo es "aquella parte de las erogaciones directa o físicamente asociadas con el propio producto son inventariables"(P.10).

Tipos de estrategias

Las estrategias competitivas de Michael Porter como se cita en Wheelen & Hunger(2013) las divide en 3 grandes grupos de diferenciación, de liderazgo en costos y de enfoque. Fred david (2013) identifica 13 tipos de estrategias y cada una de ellas con posible variaciones: "integración hacia delante, integración hacia atrás, integración horizontal, penetración en el mercado, desarrollo del mercado, desarrollo de productos, diversificación concéntrica, diversificación de conglomerados, diversificación horizontal, empresa conjunta y asociación, recorte de gastos, enajenación y liquidación" estas mismas las agrupa en estrategias de integración, estrategias intensivas, estrategias de diversificación y estrategias defensivas (p.159). Según Medina et al (2009) divide las estrategias en corporativas en según el mercado, según financiamiento, según la inversión: las de mercado las divide en crecimiento y estrategias de ajuste y adaptación; las estrategias se inversión las divide en conservador y agresivo y por último las estrategias de inversión en externalización e internalización.

La clasificación realizada por Mintzberg como de cita en Rojas, (2011) Las estrategias genéricas se incluye la diferenciación de precios, estrategia de crecimiento y expansión geográfica, además del desarrollo de nuevos productos. Westreicher (2020) enumera a cuatro tipos de estrategias, que se enfocan a tener y permanecer en el mercado, esta se destaca la estrategia de marketing que consiste en planes comerciales utilizando diferentes herramientas y sistemas para aumentar las ventas o del mismo modo ingresar en el mercado. Mientras que la estrategia corporativa es todo aquel plan de acción ya sea de manera larga o corto plazo, también se puede definir como planeación detallada (Quiroa, 2020).

Estrategia empresarial, para Orellana (2019) es una planeación de acciones con el fin de alcanzar un objetivo claro, sin embargo, se contempla un periodo de delimitación de tiempo para la ejecución, también se puede considerar como un indicador de seguimiento de metas.

Estrategia de diferenciación se orienta a que un producto o servicio que ofrece una empresa sea único, innovador, que este tenga diferencias en el atributo tangible y/o intangibles del producto ofrecido, mientras que la estrategia de diferenciación de precios tiene el mismo fin de destacar de otros productos sin embargo enfocado a los precios (Gitnux. 2023).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

La estrategia de crecimiento hace referencia a la toma de decisiones sobre acciones que tienen como objetivo impulsar el desarrollo y la expansión de una empresa (Ruiz, 2023).

De acuerdo a Vega et al (2021) la estrategia de mercadotecnia está compuesta por estrategias específicas para los mercados meta, el posicionamiento, la mezcla de mercadotecnia y la inversión en mercadotecnia.

Para Franco (2022) la Estrategia de comunicación es un elemento fundamental en aspectos de la sociedad, y gracias a esta estrategia permite conseguir nuevos clientes, proveedores, además de conectarse con el público y aumentar la visibilidad de la marca.

Metodología

La metodología utilizada en este artículo de investigación es un enfoque mixto, por tanto, el instrumento utilizado será una encuesta que consta de preguntas cerradas con opciones y en la escala Likert validado con un índice Alfa de Cronbach la investigación es descriptiva y termina en correlacional debido a que pretende describir las relaciones y generar conocimientos acerca del tema, el diseño de la investigación es no experimental y transversal.

La población estudiada es acerca de 3566 mipymes de todos los sectores y actividades con 2 a 50 trabajadores formales o informales, utilizando el método de población finita se obtuvo un total de 348 MIPyMES, con un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5% estos fueron el total de encuestas aplicadas, en el municipio de Felipe Carrillo Puerto. La selección de esta muestra fue con el procedimiento no pro balístico, el procedimiento utilizado es barrido de la ciudad empezando en el centro y terminando a los alrededores.

El cuestionario consta de preguntas cerradas en la escala Likert de tres preguntas por cada estrategia considerada para efectos de esta investigación (ver tabla 1) y adicionalmente se consideraron una sección de datos generales donde se analizó la caracterización de las empresas y sus niveles de impacto en sus ventas y cliente en el año 2023.

Cada estrategia formada por tres preguntas da como máximo 15 puntos en total y mínimo 3 puntos y partir de ahí se formaron rangos de calificación en su aplicación de excelente, bueno, regular y baja; en la tabla 1, estrategias competitivas formadas por 7 tipos de estrategias y se cuantificaron en total de puntos máximo y mínimo, a partir de estos extremos se establecieron rangos para calificar su aplicación en excelente, bueno, regular y bajo.

La conceptualización de las variables de estrategias de mercado y costos, se utilizan la de la Tabla 27.1.

Tabla 27.1

Estrategias para mantenerse en el mercado (competitivo)	Estrategia empresarial	Esta estrategia es la aplicación de la mezcla de mercadotecnia y los factores externos con los que interactúa.
	Estrategia corporativa	Esta estrategia son representadas principalmente por la planeación a largo y mediano plazo, y la centralización en el cliente como base de su planeación
	Estrategia de marketing	Esta estrategia está basada en el uso medios digitales para promocionar, vender y posicionarse en el mercado
	Estrategia de comunicación	Estas estrategias son la base para que la empresa se comunique con sus clientes, competidores, para establecer alianzas y/o solucionar problemas y quejas.
	Estrategia de crecimiento	Esta estrategia se refiere a la introducción de nuevas rutas, productos, y/o tecnologías con el objeto de lograr un crecimiento.
	Estrategia de diferenciación	Esta estrategia de innovación, busca la diferenciación en su producto o servicio con el reconocimiento del cliente
	Estrategia de precio diferenciado	Son estrategias de ventas a través de la diferenciación de precios para determinados segmentos y/o periodos

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 27.2

Validez

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.931	20

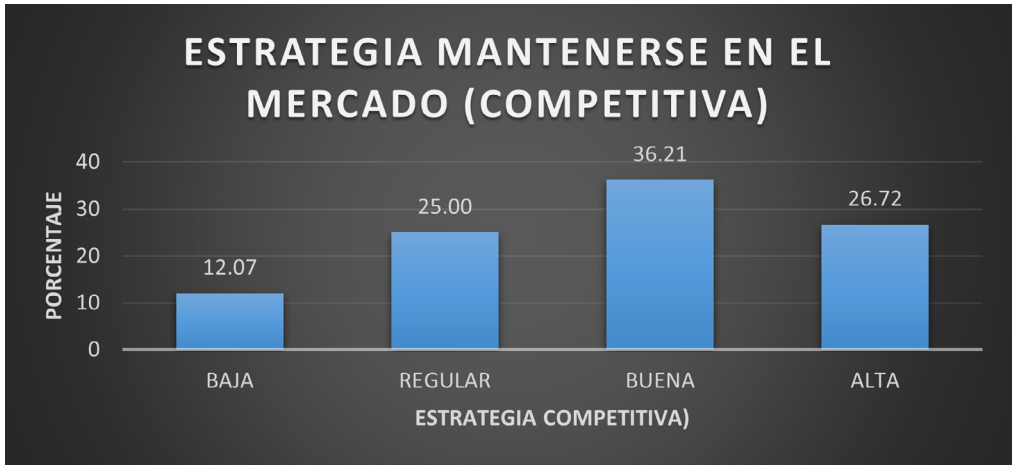
Se validaron las preguntas de las 7 tipo de estrategias, con 20 ítems, dando como resultado .931 que significa que nuestro instrumento es confiable y consistente.

El análisis de resultados de la aplicación del instrumento se realizará por medio de una prueba de hipótesis y porcentual promedio.

Resultados

Figura 27.1

Estrategias competitivas y su nivel de aplicación de la MIPYMES



De las 348 MIPYMES de Felipe Carrillo Puerto encuestadas, el 26.72 tienen una aplicación alta de estrategias competitivas, el 36.21 una buena aplicación y 37.07 tiene una aplicación baja a regular.

Figura 27.2

Aplicación de estrategias de mercado y costos



La Tabla 27.2 presenta las 7 estrategias que aplican las MIPYMES de Felipe Carrillo Puerto, la estrategia de comunicación presenta el menor grado de aplicación, debido a que de las 348 encuestadas el 92 y 110 tienen una aplicación entre baja a regular sucesivamente, que juntos representan el 58% y el 42% (146) aplican de bien a excelente. La segunda estrategia que le sigue como una debilidad en su aplicación es la de crecimiento con el 46.83% (163) con baja a regular aplicación y el 53.17% (185) con buena a alta aplicación

Tabla 27.2

Relación entre aplicación de estrategias de mercado por niveles y la antigüedad.

ESTRATEGIA MANTENERSE EN EL MERCADO Y AÑOS EN EL MERCADO					
		EDAD			
		0-10	11-20	Más de 21	Total
Estrategia mantenerse mercado	BAJA	26	8	9	42
	REGULAR	59	17	11	87
	BUENA	88	26	11	125
	ALTA	67	18	8	93
	Total	240	69	39	348

La Tabla 27.3 muestra que las MIPyMES con menos de 10 años, representan el 69% (240) de la empresas encuestadas, y dentro este grupo el 65% (88 y 67) de ellas realizan de buena a excelente aplicación de estrategias y solo el 35% (26 y 59) de ellas tienen una regular a baja aplicación, comparado con las que tienen más de 20 años en el mercado que representan 11.20% de las empresas y su aplicación de bueno a alta es del 49% y 51% de regular a baja,

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

esta diferencia es poco significativa, pero denota dos situaciones por un lado las pocas empresas que permanecen en el mercado con más de 20 años y otra situación es la superioridad en aplicación de estrategias competitivas por empresas de menor edad en el mercado.

Tabla 27.4

Relación entre aplicación de estrategias por niveles y aumento en porcentaje de ventas

		¿Durante el último año en que porcentaje aumentaron sus ventas? “					Total
		5% o menos	6% al 12%	13% al 20%	21 % al 30%	No sé	
Estrategia mantenerse mercado							
	BAJA	0%	0%	25%	0%	75%	1%
	REGULAR	5%	3%	10%	7%	74%	17%
	BUENO	12%	16%	18%	14%	41%	45%
	EXCELENTE	14%	15%	23%	30%	18%	37%

La Tabla 27.4 presenta del 30% de las MIPyMES que tienen una excelente aplicación de las estrategias para mantenerse en el mercado alcanzaron el máximo porcentaje de aumento en ventas del 21 al 30%, contrario a las empresas que tuvieron una baja o nula aplicación, el 0% alcanzó este porcentaje. También es importante el alto índice 75% que no conoce el comportamiento de sus ventas.

Tabla 27.5

Relación de la aplicación de estrategia de mercado por niveles y movimiento en clientes

		8.Del último año. Marque los factores que aumentaron, disminuyeron o se mantuvieron. [Clientes]			Total
		Disminuyó	Se mantuvo	Aumentó	
Estrategia mantenerse mercado	BAJA	0%	80%	20%	1%
	REGULAR	14%	59%	27%	17%
	BUENO	4%	40%	56%	44%
	EXCELENTE	1%	29%	70%	37%

La Tabla 27.5 presenta que, de las 348 MIPyMES entrevistados, el 37% de ellas tienen una excelente aplicación de estrategias para mantener en el mercado, donde 70% de estas

tuvieron aumentos notorios de clientes, y sólo 1% de ellas tuvo una disminución de clientes. Comparado con las que tuvieron baja aplicación sólo el 20% aumentó y el 80% de ellas mantuvo a sus clientes.

Tabla 27.6

Prueba de hipótesis

Correlaciones				
			Impacto en el crecimiento de la empresa. Marque los factores que aumentaron, disminuyeron o se mantuvieron. [Ventas]	Estrategia Para mantenerse mercado (agrupada)
Rho de Spearman	9.Impacto en el crecimiento de la empresa. Marque los factores que aumentaron, disminuyeron o se mantuvieron. [Ventas]	Coeficiente de correlación	1.000	.270**
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	348	348
	Estrategia mantenerse mercado (Agrupada)	Coeficiente de correlación	.270**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	348	348
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).				

La Tabla 27.6 muestra la prueba de correlación para datos no paramétricos con la prueba Spearman, Se rechaza la hipótesis nula, aunque la intensidad de la relación es débil positiva de .270 señalada en rho Spearman y el grado de significancia bilateral es menor a .01

Discusión

Las empresas que aplican de manera excelente presentan altos porcentajes de incremento de ventas del 21% al 30%, comparado con los aumentos que las empresas que tienen baja aplicación alcanzaron porcentajes máximos del 13 al 20%, tal como argumenta Fred (2013) que señala que la dirección estratégica ofrece diversos beneficios tangibles, como un mayor discernimiento de las amenazas externas, una mayor comprensión de las estrategias de los competidores, un incremento de la productividad de los empleados y por ende en las ventas.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

La hipótesis de correlación entre la aplicación de estrategias competitivas para mantenerse en el mercado y las ventas es validada mediante la prueba Spearman, aunque cabe recalcar que la intensidad de esta relación probaba mediante la prueba rho de Spearman solamente es de .270, lo que significa que esta relación no es totalmente lineal lo cual es comprensible por que las ventas tienen diversos factores que influyen, como señala Ramos (2022) la Estrategia de mercado trata de la creación de tácticas, donde se tenga como un objetivo de incrementar las ventas y tener una ventaja competitiva sostenible. Para obtener beneficios altos en ventas es inevitable la incorporación de estrategias, la implementación de estrategias ayuda a tener beneficios importantes para una empresa (Antúnez, 2014); Sin embargo, para obtener ventas importantes es vital proporcionar un plan de trabajo, en esta no solo se incluye estrategias, sino también otros factores como el espacio donde se encuentra la empresa o incluso la actitud de los vendedores, una faceta importante la actitud y el comportamiento (Thomas, 2020).

Conclusiones

La mayoría de las MIPyMES de Felipe Carrillo Puerto está representada por empresas de comercio 94%. El 65.21 % de las empresas de 0 a 10 años Y aplican estrategias de mercado entre bien a excelente y las empresas de más de 20 años, el 49 % aplican de bien a excelente. De las empresas en su totalidad que aplicaron las estrategias de mercado entre bueno y excelente el 44% de ellas alcanzaron incrementos en sus ventas del 21 al 30% y sólo el 7% alcanzo estos porcentajes con baja o nula aplicación de estrategias.

El 37% de las empresas aplican estrategias de mercado de manera excelente, aunque de este grupo de estrategias, las estrategias de comunicación y crecimiento son estrategias que las empresas aplican con debilidad

Lo anterior demuestra que las empresas que aplican estrategias competitivas para mantenerse en el mercado tienen un impacto positivo en sus ventas, aunque es importante señalar que las empresas aplican otras herramientas y son influenciados por diversos factores que complementan este logro.

El contexto donde se realizó la investigación es la ciudad de Felipe Carrillo Puerto con apenas 75,000 habitantes y con 3566 empresas, donde casi la totalidad de las empresas locales no rebasa los 20 empleados, La mayoría nacen micros y mueren micros, esta caracterización parcial son compartidas por muchas MIPYMES en distintas ciudades a lo largo del país. La identificación de como las estrategias que aplican unos y otros tiene efecto en sus ventas o como se relacionan, es importante para que el mundo académico y empresarial consideren su gestión, a partir de esta información evaluar e identificar de manera real y estadística los otros factores que influyen en las ventas y éxito de una empresa.

Referencias

Alaña, T., Crespo, M. y Gonzaga, M. (2018) Cómo las estrategias empresariales permiten una ventaja competitiva en las micro, pequeñas y medianas empresas de la provincia de El Oro?. http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n2/2218- 3620-rus-10-02-257.pdf

Antúnez L. (2014) La Gestión Profesional de ventas, IT Campus Academy.

Ceupe. (2016). Las estrategias de Crecimiento empresarial. CEUPE magazine. DOI: https://www.ceupe.com/ blog/las-estrategias-de-crecimiento-empresarial.html

Cleri, C. (2009) El libro de las PyMEs. Ediciones Granica S.A., https://books.google.co.ve/books?id=JZVfAAAAQBAJ&lpg=PA2&hl=es&pg=PA33#v=onepage&q&f=false

Franco M.(2022) Estrategias de comunicación : Que son Ejemplos y como crearlas. recuperado en: https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/estrategias-de-comunicacion

Fred, D. (2013). Conceptos de Administración Estratégica (Décimo cuarta edición).Pearson, https://laurabatres.files.wordpress.com/2018/06/conceptos-de-administracion-estrategica-14edi-david.pdf

Gamboa, T., Arellano,M. y Nava Y. (2003) Actores y Fines de las Estrategias Empresariales Una reflexión desde las pequeñas y medianas empresas. Visión Gerencial. Visión Gerencial, Vol. 1. 28-39. https://biblat.unam.mx/hevila/Visiongerencial/2003/vol1/no1/4.pdf

Gitnux (18 de agosto del 2023) Estrategias de diferenciacion, definicion, caracteristicas y más. Blog Gitnux, recuperado en: https://blog.gitnux.com/es/estrategia-de-diferenciacion/

Herrera F. y Benjumea J. (2017) Estudios sobre el mercado de valores. Editorial Universidad El Bosque

Medina, A., Evelin, S., Caridi S (2009) Estrategias Corporativas de crecimiento de los grupos económicos de Chile. Universo icesi: Estudios gerenciales vol.25 No. 113, 37-53

Orellana P. (2019) Estrategia empresarial. Economipedia.com recuperado en: https://economipedia.com/definiciones/estrategia-empresarial.html

Quiroa, M.(28 de agosto, 2020) Estrategia corporativa. Economipedia.com recuperado en: https://economipedia.com/definiciones/estrategia-corporativa.html

Ramos, M.,(2022) Qué es una estrategia de mercadeo: las claves para lograr el éxito en tus esfuerzos de marketing Marketing4ecommerce.mx. recuperado en: https://marketing4ecommerce.mx/que-es-una-estrategia-de-mercadeo/

Rojas M & Medina L. (2011) Planeación estratégica Primera edición, Bogotá Colombia. La Imprenta Editores S.A.

Ruiz R. (2023) Estrategias de crecimiento_ Qué es, Definición y concepto recuperado en: https://www.segurosyfinanzashoy.com/estrategia-de-crecimiento-que-es-definicion-y-concepto/?expand_article=1

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tarziján, J. (2013) Fundamentos de Estrategia Empresarial. Cuarta Edición, Chile. EDICIONES UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE

Thomas, V., (2020) ¡Vendido! Las 10 claves para ser un vendedor extraordinario. Primera edición. Editado por UVR Correctores de Textos para Bien-etre Media Group.

Torres Garza, A. R., Carrera Sánchez, M. M., & Partida Puente, A. (2023). Factores Clave que Inciden en el Crecimiento de las Pymes del Sector Industrial en el Área Metropolitana de Nuevo León. Innovaciones de Negocios, 20(39). https://doi.org/10.29105/revin20.39-410

Vega, F., Mejía, M., y Durán Ortiz, M. J. (2021). Estrategias de mercadotecnia de MIPyMEs durante la pandemia COVID-19 en Ciudad Juárez, Chihuahua, México. European Scientific Journal, ESJ, 17(4), 229. https://doi.org/10.19044/esj.2021.v17n4p229

Wheelen, T. y Hunger D. (2013) Administración estratégica y Política de negocios (Decimotercera edición). Pearson

Zamarreño G. (2023) Análisis de mercado Primera edición, España. Editorial Elearning S.L.

Zapata E. (2004). Las PyMES y su problemática empresarial. Análisis de casos. Revista Escuela de Administración de Negocios, (52), 119-135.

Capítulo 28. Rumbo al Futuro: Planificación estratégica de las empresas familiares ante el Megapuerto de Chancay en Perú.

Bertha Silva Narvaste
Jean Pierre Wong Silva
Adolfo Silva Narvaste
Paula Milagros Chiok Pérez

Universidad Cesar Vallejo

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.28

Resumen

Ante la construcción de un nuevo terminal portuario en el distrito Chancay nuestro país se convertirá en una potencia a nivel comercial, debido a que será el primer centro logístico del Pacífico sudamericano, el estudio tiene como objetivo identificar el efecto de la planificación estratégica PE en las empresas familiares EF de distrito de Chancay, cuyo propósito del megapuerto es descongestionar las labores portuarias, que tiene asegurado que recibirán cargas del oriente, la sierra central e incluso de Bolivia. El megaproyecto, preveé la movilización de más de 5 millones de contenedores anuales y la recepción de los buques de carga más grandes del mundo. Se enfatiza la importancia de los desafíos en la ejecución de proyectos a gran escala de las EF. El estudio estuvo basado en una encuesta realizada a 120 empresas familiares, con la aplicación un instrumento de 30 preguntas. El enfoque fue cuantitativo, tipo de estudio fue básico, diseño no experimental, nivel correlacional causal y corte transversal. Se concluyó que existe una correlación significativa positiva rs = 0,764* entre planificación estratégica y las empresas familiares, se deduce que a mejor planificación estratégica mejora la empresa familiar del distrito de Chancay.

Palabras clave

Compromiso, estrategia, meta, planificación, toma de decisiones

Introducción

Desde la perspectiva práctica la investigación encamina a ejecutar actividades comerciales a partir del análisis económico, financiero, radiografía actual, estrategias y metas que desea tener claro las empresas familiares EF, para enfrentar los retos del comercio internacional que se viene al mega puerto del distrito de Chancay. Metodológicamente esta investigación se sustenta por seguir una secuencia hipotética deductiva en el desarrollo de cada proceso de estudio , cuyo resultado aporta a la comunidad científica, económica y social, además se cuenta con instrumentos de recolección elaborados siguiendo la ruta de rigor que requiere los estudios de investigación que servirán para futuras estudios, los resultados estadísticos aportaran para la toma de decisiones de las EF , así los microempresarios familiares puedan responder a los retos del emprendimiento frente al comercio internacional. En lo social aporta para dar vida al panorama de la convivencia comercial a partir de inicio de actividades del nuevo puerto. García et al. (2023) indicaron que es esencial considerar adaptaciones generadas por la globalización en aspectos económicos, políticos, sociales y culturales, para mantener posición estratégica y lograr aumentos significativos en productividad y competitividad, en sus resultados dedujeron que las empresas que formulan, evalúan estrategias, son las que aprovechan las oportunidades y se preparan ante las amenazas, se observó que se enfocan en la formulación y evaluación de estrategias, clave para la competitividad. Chavez y Flores (2023) propusieron comprender el papel de la planificación estratégica en las empresas familiares en el crecimiento de las ventas y desempeño organizacional. Encontraron que la familia influye en aspectos de propiedad y gestión empresarial. Los directivos de empresas familiares consideran que la planificación estratégica contribuye significativamente al crecimiento de las ventas y la participación en el mercado, como parte esencial del desempeño organizacional de sus empresas. Nos planteamos la pregunta: ¿De qué manera se viene dando el impacto de la PE del megapuerto en la EP de distrito de Chancay?

Tabla 28.1

Objetivos general y especificos: Planificación estratégica y empresas familiares de la municipalidad de Chancay

N°	… la relación que existe entre	Variable/ dimensión	Variable /dimensión
1	Analizar	El efecto de la planificación estrategica	de la empresa familiar
2	Analizar	radiografía del estado actual	Toma de decisiones
3	Comparar	Compromiso con el futuro	Desarrollo de una carrera

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

4	Explicar	análisis financiero y de mercado	Decisiones de inversión de capital
5	Comparar	Metas y estrategias	Resolución de conflicto laboral o social

Revisión de la Literatura

Duran (2021) analizo el impacto del PE en el desarrollo organizacional de un municipio distrital en Perú. Indico que PE incide de manera significativa en el desarrollo de la organización, dijo que el 78% del nivel de bueno de PE se puede atribuir al desarrollo organizacional de los administrativos, mientras que el 88% se debe a otros factores. También indico que PE no solo está significativamente vinculado al desarrollo organizacional, sino que su efectividad también depende de otros factores. Enfatizó que es necesario realizar un enfoque integral y responsable en la implementación de medidas de PE para garantizar un crecimiento organizacional sostenible. Lopez et al. (2023) revelaron un creciente interés en conceptos de EF, destaca la necesidad de un mayor desarrollo teórico y estudios empíricos. Identificaron contribuciones, limitaciones vinculados a empresas familiares y riqueza socioemocional. Gutierrez et al. (2023) identificaron componentes de la responsabilidad social a través de la PE, empleadas para diseñar estrategias que coloquen a las Pymes en una posición de entidad socialmente responsable. Concluyo que los gerentes de las EF al familiarizarse con factores de responsabilidad social, tienen oportunidad de capitalizarlos para desarrollar estrategias distintas que les permitan ser reconocidas como entidades socialmente responsables. Gamboa y Perrazo (2023) destacaron que la reflotación de la EF medida a través de los factores de supervivencia, afecta la crisis económica en las EF, concluyó que una gestión más efectiva de los factores de supervivencia contribuye a manejar de manera más efectiva la recesión económica en las EF. Avila et al. (2022) revelaron que más de la mitad de las empresas lograron aumentar su capital de trabajo para cumplir con sus ciclos operativos. Además, identificaron entre las empresas estudiadas que incrementaron su índice de liquidez en un 60%. Las empresas analizadas mostraron un interés en mantener la propiedad de las acciones dentro de la familia. Concluyeron que las empresas familiares mexicanas, en momentos de crisis, adoptaron estrategias para enfrentar los desafíos del entorno externo, destacando el aumento de la liquidez financiera como una medida para cumplir con las obligaciones a corto plazo.Garcia et al. (2023) indicaron en la gestión en desempeño de la EF, ser una actividad crítica en los sistemas de administración de recursos humanos, presentaron la creación de un modelo basado en las perspectivas proporcionadas por las teorías de recursos internos, relaciones y EF. Romero et al. (2022) indicaron que las fuentes de financiamiento a corto plazo empleadas por las micro y pequeñas de las EF se dan de manera precaria, recurriendo

a fondos propios, así como a recursos provenientes de familiares y amigos para mantener sus operaciones diarias. En situaciones donde estas opciones no son viables, muestran preferencia por fondos proporcionados por prestamistas informales, los cuales, a pesar de ser onerosos, representan una carga financiera que limita su capacidad de crecimiento. En menor medida, recurren al crédito comercial y al crédito bancario. Concluyeron que la EF está en condiciones de subsistencia y carece de oportunidades para expandir su capacidad productiva mediante inversiones en bienes de capital, por falta de fondos necesarios y garantías requeridas para financiar su crecimiento.

Duran (2021) indicaron que el planeamiento estratégico tiene una influencia significativa en el desarrollo organizacional, obtuvo que el 78% del nivel bueno del PE se puede explicar mediante el desarrollo organizacional de los administrativos, mientras que el 88% se atribuye a otros factores. Destacaron la importancia de asumir con responsabilidad la implementación de medidas de PE para generar un desarrollo organizacional eficiente, eficaz y de calidad.

Gonzáles (2023) Exploro la conexión entre la planificación estratégica de la ciudad, el urbanismo tradicional. Indico es necesario la promoción a través de guías metodológicas para el desarrollo de proyectos y su establecimiento como criterio para acceder a la financiación pública, es determinante en la difusión de la PE en un cada vez más estratégico, tanto a nivel nacional como internacional.

Ahmed (2023) identificó el impacto de la PE así también la orientación, análisis y elección estratégica, en el contexto del e-learning. Concluyó sosteniendo que juega un papel decisivo la PE para el éxito del aprendizaje electrónico, subraya la importancia de prestar atención al e-learning y utilizar la PE de manera eficaz para satisfacer las necesidades. Póveda (2023) desarrollo un modelo de madurez para la preservación digital a largo plazo, abarca características necesarias para un repositorio digital, preservar archivos digitales en su fase avanzada, tomando en cuenta la norma de auditoría ISO 16363 y los principios clave de la planificación estratégica, indico que es esencial que las entidades realicen un análisis detallado de aspectos internos como externos. Este análisis facilitará la creación de un repositorio digital con una estructura sólida y características relevantes.

Buendia (2022) indico que la PE representa una herramienta fundamental en la gestión pública, permite la construcción proactiva del futuro al aprovechar los recursos y oportunidades disponibles en las organizaciones, minimiza amenazas y desventajas. Dado el marcado fenómeno de desigualdad social en las sociedades latinoamericanas, la promoción del desarrollo social se presenta como una necesidad imperante para las entidades pú-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

blicas. Revelo que la organización del sector público implementa de manera moderada los elementos propuestos por la PE, lo que obstaculiza los aspectos metodológicos esenciales para abordar de manera eficaz el desarrollo social. Del Río-Zaragoza (2022) indico que los actuales desafíos que enfrentan las cadenas agroalimentarias requieren no solo eficiencia en términos de costos, sino también la capacidad de adaptarse a un entorno dinámico y la formulación de una visión a largo plazo, destacando el empleo de la prospectiva estratégica en la planificación de cadenas productivas. Este estudio tuvo como objetivos: 1) comparar el uso de métodos prospectivos en investigaciones sobre cadenas productivas agroalimentarias en América Latina y el Caribe, 2) analizar los logros y alcances de estudios recientes, y 3) identificar áreas de oportunidad para investigaciones futuras. Se destaca la necesidad de fortalecer la institucionalización de la prospectiva y la creación de observatorios o consejos científicos para evaluar estudios estratégicos de futuro. Enmarco la importancia de intensificar esfuerzos para continuar desarrollando estudios prospectivos.

Planeamiento Estratégico

Escuela de Educación Superior Certus (2021) una PE es un plan de acción que establece el objetivo general a futuro de una empresa, tomando en cuenta sus recursos contables, restricciones del mercado, obligaciones con los accionistas y otros. Un PE determina las perspectivas que la empresa tiene hacia el futuro y punto al que desea llegar. Indicaron las partes del PE , pues no hay un modelo estandarizado de PE a lo que se sugiere:1) Analizar los factores externos de la empresa FODA: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.2) Analizar los factores externos clave de la empresa como estructura del mercado, niveles de demanda y presiones de costo.3) Declaración de visión. Declaración simple que define hacia dónde deseas que la empresa llegue en el futuro. 4)Objetivos específicos los cuales deben conseguir a fin de alcanzar la visión como nuevos clientes, productos, servicios, etc .5) Un plan de implementación que detalle las acciones necesarias para conseguir los objetivos prioritarios. 6) Un resumen del proceso que incluya los requisitos financieros, el personal, el lugar, equipamiento y otros factores necesarios para completar el plan estratégico con éxito.

Ward (2006) EF es el desarrollo de una estrategia de negocios que considera aspectos tanto de la empresa, de la familia, como del entorno, con una clara orientación hacia el crecimiento. En esta estrategia se incorpora la misión de la empresa, la visión empresarial y los planes de acción que permitan alcanzar objetivos estratégicos.

Carlock y Ward (2003) la PE es un instrumento que favorece el desarrollo de las capacidades que se presentan dentro de la empresa, pues los modelos existentes se enfocan en el desarrollo de variables relativas a un nivel empresarial. En las EF el marco de análisis

es distinto ya que existen necesidades, expectativas y relaciones, producto de la presencia de la familia. El diseño de la planeación estratégica en la empresa familiar necesita la atención y análisis de lo que se quiere planificar, la forma de trabajo para lograrlo, así como un análisis de la zona donde se implementa la planeación y de la estructura familiar (Araya, 2011).

Obstáculos de la planeación estratégica en las empresas familiares: Un papel relevante al seleccionar la estrategia son los obstáculos que se pueden encontrar en dicho proceso (Carlock y Ward, 2003) los líderes de las EF que fundaron conciben planeación a PE como una camisa de fuerza, creen que la planeación ocupa a desconocidos y ellos no fueron parte del crecimiento de la empresa. Otros se oponen a la PE porque consideran que el futuro es demasiado impredecible. Algunos familiares futuros herederos no se ven dentro del plan de sucesión, las expectativas de las EF se agobian. Compartir con primos, hermanos también es otro motivo; además, el cónyuge puede generar conflictos y muchas veces hasta los empleados pueden ejercer presión manteniendo el status quo. Estos obstáculos están presentes siempre, aunque quizás el mayor sea el que los principales no lideren un proceso de planeación paralelo o cualquier otro modelo de planeación estratégica.

Empresas familiares.

Según Vásquez (2020) está bien posicionada para crecer y ganar cuota en el mercado exterior, las condiciones actuales son muy favorables para aprovecha la competitividad. Barroso y Barriuso (2014, citados en Cevallos, 2021) la sucesión de las EF es un proceso complejo, que consiste en el traspaso del poder de decisión de la dirección y de la propiedad de la empresa de una generación a otra; además, en ocasiones puede conllevar la transferencia del liderazgo en la familia. Para Quintana (2005, citado en Sánchez et al., 2020) la innovación de las EF depende según se gestione, la enriquecen o merman, la evolución guarda relación con el estilo de liderazgo que adopte cada familia en el tiempo. Ogbonna y Harris (2000) coincidieron con la idea de liderazgo, el cual fortalece la cultura innovadora y el emprendimiento social de las EF. Lucero (2017)un escrito que firman los integrantes de una familia empresaria, establecen los principios que favorecen la continuidad de la EF y se determinan los mecanismos de relación entre la familia, la propiedad y la empresa, es decir, es un medio que coadyuva a favorecer las relaciones empresa-familia; aportar a su profesionalización en la gestión, y determinar herramientas que ayuden a prevenir conflictos, no obstante, esto no garantiza la solución indefinida a dichos conflictos, puesto que conforme la familia crece el protocolo puede quedar fuera de lugar. Cevallos (2021) regula las relaciones económicas y profesionales entre la familia, la propiedad y la empresa, con la finalidad de garantizar la continuidad y viabilidad de la empresa en manos de la familia a lo largo de sucesivas generaciones. Zenck y Montenegro (2018) EF es un acuerdo acorde al marco legal, no es

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

obligada, su elaboración, es cumplimiento obligado para sus firmantes, es objeto de inscripción total o parcial en el Registro Público para darle publicidad ante terceros. Por ello, a pesar de ser un acuerdo marco que nace de la voluntad de llevarlo a cabo por los miembros de la familia, se trata de un documento de estructura y lenguaje jurídico cuyas expectativas de eficacia están puestas, precisamente, en su jurídica; es decir, en la presunción de que si alguien no cumple podrá recurrirse a los tribunales para exigir su cumplimiento.

Fortalezas y Debilidades de la empresa familiar.

La fortaleza de clima en la EF, genera un sentido de pertenencia y un propósito común a toda la fuerza laboral, cualidades concretas y positivas para la ventaja competitiva: compromiso, conocimiento y comunicación, flexibilidad en el trabajo en el tiempo y dinero; visión a largo plazo, cultura estable, rapidez en la toma de decisiones, solapamiento entre propietario y gerente, confiabilidad y orgullo (Barroso y Barriuso , 2021) las debilidades son desventajas graves y endémicas, entendidos también como debilidades de las EF como la rigidez, sucesión, conflictos emocionales, confusión del patrimonio de la empresa y de la familia, problemas de financiación, liderazgo y legitimidad. Las EF tienen una relevancia en el aspecto social y económico en todas partes del mundo, tienen grandes fortalezas que las hace más exitosas que las no familiares cuando se encuentran bien organizadas. De lo contrario muestra debilidades en informalidad, escasez de profesionalización, carente de PE en la sucesión, falta de canales idóneos de comunicación y, confusión, fondos y roles entre la familia y la empresa (Suárez et al., 2019).

Metodología

La investigación se enmarca determinar el futuro del mega puerto mediante una PE en la EF comprender cómo estas se están preparando para enfrentar los cambios y desafíos que surgirán con la implementación del megapuerto en Chancay, examinando sus estrategias, enfoques y decisiones planificadas en respuesta a este evento significativo. El estudio fue de enfoque cuantitativo, de tipo básico, diseño no experimental, de nivel correlacional causal y corte transversal. La muestra de estudio estuvo constituida por 120 empresas familiares del distrito de Chancay en su mayoría migrantes de la sierra peruana que oscilan entre 28 a 60 años. Para la recolección de datos se elaboró dos cuestionarios bajo el sustento teórico de ward (2006) para la PE , Carlock y Ward (2003) para EF, tuvo como objetivo de estudio determinar el efecto de la planificación estratégica en la empresa familiar de la municipalidad de Chancay.

Al hallar la prueba de normalidad se encontró que los datos no provienen de una distribución normal, es decir se trata de una estadística no paramétrica, por ello se procesó con la estadística de Rho Spearman, en respuesta a los objetivos e hipótesis que se realizó.

Tabla 28.2

Operacionalización de la variable Planeación estratégica

Código	Dimensión	Definicion conceptual	N° ITEM
RXA	Radiografía del estado actual RA	Tener un estudio total del estado actual de la empresa (FODA) (Araya, 2017).	5
CF	Compromiso con el futuro CF	Establecer el compromiso familiar con el futuro de la empresa que asegure la planificación (Araya, 2017).	5
AFM	Análisis financiero y de mercado AFM	Elaborar un análisis financiero para conocer la salud del negocio. Realizar un análisis del mercado para identificar diversas alternativas respecto a lo administrativo, calidad , geográfico y productividad (Araya, 2017).	5
ME	Metas y estrategias ME	Conocer las metas que desea cumplir la familia. Seleccionar la estrategia: exploración de pequeños mercados, enfatizarse en el cliente entre otras. Evaluar los intereses de la familia (Araya, 2017).	5

Tabla 28.3

Operacionalización de la variable Empresa familiar

Código	Dimensión	Definicion conceptual.	N° ITEM
RXA	Toma de decisiones TD	El ejercicio de control de la familia en las decisiones de la empresa (Carlock y Ward, 2003).	5
CF	Desarrollo de una carrera DC	La posibilidad de que miembros de la familia participen en el desarrollo de una carrera en la empresa (Carlock y Ward, 2003).	5
AFM	Decisiones de inversión de capital DIC	El manejo y decisiones relativas al capital requerido en la empresa para su funcionamiento (Carlock y Ward, 2003).	5
ME	Valores familiares VF	Tratamiento de conflictos laborales y familiares producto de la estrecha relación entre ambos sistemas. Los planes y acciones motivados por los valores familiares. Carlock y Ward (2003)	5

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 28.4

Inferencias de Planificación estratégica y Empresa familiar

N°	Hipótesis		Variable /dimensión
1	La planificación estratégica PE	se relaciona significativamente	con la empresa familiar de la municipalidad de Chancay
2	La radiografía del estado actual RA	se relaciona significativamente	con la toma de decisiones de la empresa familiar de la municipalidad de Chancay
3	Compromiso con el futuro CF	se relaciona significativamente	Desarrollo de una carrera de la empresa familiar de la municipalidad de Chancay
4	Análisis financiero y de mercado AFM	se relaciona significativamente	Decisiones de inversión de capital de la empresa familiar de la municipalidad de Chancay
5	Metas y estrategias ME	se relaciona significativamente	Resolución de conflicto laboral de la empresa familiar de la municipalidad de Chancay

Resultados

Tabla 28.5

Resultados de procesamiento de datos de planificación estratégico y empresas familiares

N°	Variable / Dimensiones	Correlación con empresa familiar	Alpha Crombach	Media	Desviación estándar
1	La planificación estratégica PE	0,764	0,867	4,562	0,537
2	La radiografía del estado actual RA	0,459	0,778	4,554	0,535
3	Compromiso con el futuro CF	0,786	0,784	4,652	0,545
4	análisis financiero y de mercado AFM	0,745	0,778	4,000	0,356
5	Metas y estrategias ME	0,565	0,679	4,667	0,423

¿Cuál es el impacto de la PE 1) radiografía del estado actual, 2) ccompromiso con el futuro, 3) el análisis financiero y de mercado ,4) análisis de metas y estrategias del megapuerto en de la EF de distrito de Chancay?, se llegó a:

HG: una correlación significativa positiva y una Rho de Spearman rs = 0,764* entre PE y las EF, por tanto, se puede indicar que a mejor PE mejora EF de distrito de Chancay.

HE1: correlación significativa positiva y una Rho de Spearman rs = 0,459* entre PE y las EF, por tanto se deduce que a mayor estudio de la radiografía del estado actual mejora EF de distrito de Chancay.

HE2: correlación significativa positiva y una Rho de Spearman rs = 0,786 entre compromiso con el futuro y las EF, por tanto se puede indicar que a mayor compromiso con el futuro mejora EF del distrito de Chancay

HE3: correlación significativa positiva y una Rho de Spearman rs = 0,745 entre análisis financiero y de mercado con las EF, por tanto se india que a mayor análisis financiero y de mercado mejora EF del distrito de Chancay .

HE4: correlación significativa positiva y una Rho de Spearman rs = 0,565 entre análisis financiero y de mercado de las EF, por tanto se puede indicar que a mayor análisis financiero y de mercado mejora EF del distrito de Chancay

Discusión

Se ha llegado a interpretar de acuerdo a los resultados obtenidos que la mayor puntuación ha sido la dimensión compromiso con el futuro CF, con una media 4,652 y desviación estándar 0,545. Mientras la dimensiones radiografía del estado actual, análisis financiero y de mercado como metas y estrategias demuestran medias cercanas a 4,6, se aprecia que a media que se avanza en las dimensiones con niveles altos, la desviación estándar también aumenta. Mientras la planificación estratégica ofrece una satisfacción constante. En cuanto a la correlación se ha obtenido en la variable planificación estratégica de correlación 0,764 frente a la dimensión de compromiso 0,786 que han logrado una relación buena y las otras dimensiones lograron moderada, comparando con lo que indicaron García et al. (2023) que es esencial considerar las adaptaciones generadas por la globalización en aspectos económicos, políticos, sociales y culturales, ya que demanda que las empresas mantengan una posición estratégica para lograr aumentos significativos en productividad y competitividad, de igual modo con respecto a la empresa familiar Vásquez (2020)comento que la empresa familiar , está bien posicionada para crecer y ganar cuota en el mercado exterior, las condiciones actuales son muy favorables para aprovecha la competitividad.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Conclusiones

Se encontró que existe una relación significativa positiva directa de buena con una Rho Spearman O,764 entre PE con la EF, aseverando que a mayor planificación estratégica mejora la empresa familiar.

Se demostró que existe una relación significativa positiva directa moderada con una Rho Spearman 0,459* entre RA y la EF, por tanto se puede indicar que a mayor estudio de la RA mejora EF de distrito de Chancay.

Se demostró que existe una relación significativa positiva directa buena con una Rho Spearman 0,786* entre CF y la EF, por tanto, se puede indicar que a mayor estudio de la CF mejora EF de distrito de Chancay.

Se demostró que existe una relación significativa positiva directa buena con una Rho Spearman 0,745* entre AFM y la EF, por tanto, se puede indicar que a mayor estudio de AFM mejora EF de distrito de Chancay.

Se encontró que existe una relación significativa positiva directa buena con una Rho Spearman 0,565* entre ME y la EF, por tanto, se puede indicar que a mayor estudio de AFM mejora EF de distrito de Chancay

Referencias

Acosta-De Mavárez, A., Molina-Quiroz, C. A., Andino-Chancay, T. S., & Rodríguez-López, V. E. (2019). Sistema familiar y continuidad de las empresas familiares. Revista de Ciencias Sociales (Ve), 25(4). https://www.redalyc.org/journal/280/28062322021/html/

Arnoldo Araya Leandro Modelos de Planeación Estratégica en las Empresas Familiares

Araya (2017) Modelos de planeación estratégica en las empresas familiares

Avila, Cortez y Salinas (2022) Solvencia y liquidez financiera de empresas familiares mexicanas antes y durante el Covid-19. https://opuntiabrava.ult.edu.cu/index.php/opuntiabrava/article/view/1494

Ahmed (2023) El efecto de la planificación estratégica en el éxito del e-learning: la escuela universitaria al-nisour como caso de estudio. file:///C:/Users/USER/Downloads/9+-JPB+13-03+DOI+1521.pdf

Almahry, F. F., Sarea, A. M., & Hamdan, A. M. (2018). A Review Paper on Entrepreneurship Education and Entrepreneurs' Skills. Journal of Entrepreneurship Education, 21, 1-7. https://bit.ly/3WY2cto

Betanzos, I. E. (2018). Study of the Migratory Return: Analysis to the Condition of the Returned Migrant in the Educational and Labor Reintegration and the Entrepreneurship as an Area of Opportunity. European Scientific Journal, ESJ, 14(10), 83-98. https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n10p83

Buendia Giribaldi, A. R., Cano Lopez, M. G., Chirinos Maldonado, D. M., y Flores Ccanto, F. (2022). Planificación estratégica para el desarrollo social en Lima, Perú. Revista Venezolana De Gerencia, 27(Especial 8), 854-865. https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/39181/43978

Caizaluisa-Velasquez, T. E. (2018). Sistema de Control Interno para el Área Administrativa y Financiera de Garcés Motors CIA LTDA (Tesis, Universidad de Especialidades Espíritu Santo). Repositorio digital de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo. http://repositorio.uees.edu.ec/123456789/2486

Carlock, R. y Ward, J. (2003). La planificación estratégica de la familia empresaria. Bilbao: Ediciones Deusto.

Cevallos-Castro, C. A., & Zaldumbide-Peralvo, D. A. (2021). Empresas familiares, evolución o involución en mercados locales. Polo del Conocimiento, 6(3), 1376-1394. https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2446

Décaro-Santiago, L. A., Soriano-Hernández, M. G., Benítez-Guadarrama, J. P., Soriano-Hernández, J. G. (2020). La conducta financiera entre estudiantes universitarios emprendedores. Revista Escuela de Administración de Negocios, (89), 51-68. https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2816

El comercio (2022) Chancay, el megapuerto estratégico para el comercio con Asia que China construye en Perú (y el impacto que ya genera) https://actualidadgubernamental.pe/noticia/chancay-el-megapuerto-estrategico-para-el-comercio-con-asia-que-china-construye-en-peru-y-el-impacto-que-ya-genera/eefad672-7271-4e03-b532-0a14315dba41/1

Forbes (2015). 5 Reasons Why Social Entrepreneurship Is The New Business Model. Disponible en https://www. forbes.com/sites/meimeifox/2016/08/08/5-reasonswhy-social-entrepreneurship-is-the-new-businessmodel/#54af2fd144ca

Galiano-González, M. J. (2020). Crecimiento Internacional Del Grupo Corporativo Fuertes, S.L. (Tesis, Universidad de Jaén). Repositorio de Trabajos Académicos de la Universidad de Jaén. https://tauja.ujaen.es/bitstream/10953.1/12923/1/TFG_Final__GRUPO_FUERTES.pdf

Gamboa y Perrazo (2023) Reflotamiento de empresas familiares en tiempos de crisis económica, en la provincia de Tungurahua. https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/37379

González Medina, M. (2023). Planificación estratégica de ciudades. EUNOMÍA. Revista En Cultura De La Legalidad, (25), 310-326. https://doi.org/10.20318/eunomia.2023.8002

García, J., Pizarro, A., Barragán, C., y Villarreal, F. (2023). Planeación estratégica para la competitividad de pequeñas y medianas empresas del sector construcción e inmobiliario. Revista De Ciencias Sociales, XXIX(2), 315- 326. file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-PlaneacionEstrategicaParaLaCompetitividadDe-Pequena-8920553.pdf

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Gutiérrez Lugo, L. M., Dorantes Benavidez, H., Dorantes Benavidez, F. de J., & Acosta Mendizábal, M. A. (2023). Factores de Responsabilidad Social Empresarial en la Planificación Estratégica de las Pymes Mexicanas . Revista Venezolana De Gerencia, 28(102), 734-750. https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.18

Hernández P., O., (2016). La auditoría interna y su alcance ético empresarial. Actualidad Contable Faces, 19(33), 15-41. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25746579003

Hiebl, M.R.W., & Mayrleitner, B. (2019). Professionalization of management accounting in family firms: the impact of family members. Review of Managerial Science, 13, 1037–1068. https://doi.org/10.1007/s11846-017-0274-8

López, Ramírez, Hernández, A., Duque, P. (2023). Mapeo científico de la investigación a nivel mundial sobre riqueza socioemocional y empresas familiares. Estudios Gerenciales, 39(167), 233-247. https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.167.5656 DOI: https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.167.5656

Lozano-Carrillo, G. Ramírez-Martínez, (2020) Gestión de Mipymes mexicanas en tiempos de COVID-19. Universidad Autónoma de Chiapas/Universidad Autónoma Metropolitana /Unidad Azcapotzalco/Red Mexicana de Investigadores en Estudios Organizacionales A. C. (REMINEO). https://bit.ly/3UIOx80

Lucero-Bringas(2017).El protocolo familiar: Una definición desde El Management. Pontificia Universidad Católica Argentina "Santa María de los Buenos Aires". https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/2202/1/protocolo-familiar-definicion-management.pdf

Mancheno- Ricaurte (2019). Innovación en la empresa familiar: influencia de los obstáculos, las perspectivas económicas y la orientación familiar (Tesis, Universidad de Murcia). Repositorio Institucional de la Universidad de Murcia. http://hdl.handle.net/10201/77267

Del Rio-Zaragoza (2022) Estudios de Prospectiva para la planificación estratégica de cadenas de producción agroalimentaria: Una Revisión Sistemática de los métodos utilizados file:///C:/Users/USER/Downloads/4207-18673-3-PB.pdf

Pan, N. D, Gruber, M., y Binder, J. (2019). Painting with all the colors: The value of social identity theory for understanding social entrepreneurship. Academy of Management Review, 44(1), 213-215.

Romero , Gutierreaz , Barrios y Núñez (2023) Financiamiento a corto plazo de las micro y pequeñas empresas familiares del sector confección. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890828

Saebi, T., Foss, N. J. y Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. Journal on Management, 15(1), 70-95. https://www.redalyc.org/journal/280/28060161001/html/

Santos, D. (2023) Planeación estratégica: qué es, elementos, etapas y ejemplos https://blog.hubspot.es/marketing/guia-planificacion-estrategica

Sánchez-Rosado, O. B, Muñoz-Aparicio, C. G., & Navarrete Torres, M. C. (2020). Estrategias emergentes en las MiPyMEs familiares para resistir la crisis sanitaria en 2020.

Suárez, R., Lomello, V., Giovannini, F, Apto, Y., & Miranda, D. (2019). Particularidades de la gestión de empresas familiares agropecuarias de Argentina. Revista Científica FAV-UNRC Ab Intus, 4(2), 21-35. https://bit.ly/3Geqn0S

Vukmirović (2019) Entrepreneurship Education among University Students as a Predictor of Female Entrepreneurial Undertakings. Journal of Women's Entrepreneurship and Education (3-4), 86-102. https://doi.org/10.28934/jwee19.34.pp86-102

Ward J. (2006). El éxito en los negocios familiares. Bogotá: Editorial Norma.

Zenck-Huerta, M. C., & Montenegro-Alvarez, G. (2018). Capital social e innovación organizacional: desafíos y oportunidades en la empresa familiar. Caso empresa exportadora de café (Tesis, Universidad Casa Grande). Repositorio Digital Universidad Casa Grande. http://200.31.31.137:8080/handle/ucasagrande/163

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 29. Beneficios tributarios aplicados a las pymes del sector hotelero de la ciudad de Cartagena entre los años 2019 y 2022.

Shirli Lucía Hernández Martínez
Andrea Marcela Torres Payares
César Gerardo Márquez Morales
Elkin Elias Negrete Naizir

Universidad del Sinú - Seccional Cartagena

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.29

Resumen

La ciudad de Cartagena es uno de los principales destinos turísticos de Colombia y el Caribe, presenta una robusta industria hotelera que satisface las necesidades del sector y mueve activamente la economía local. Con el objetivo de describir como los beneficios tributarios han aportado al crecimiento y sostenibilidad del sector hotelero, a través del análisis documental, la observación de campo y la descripción de los elementos en el recorrido por las normas que han sido expedidas por el gobierno nacional se logra concluir que estos beneficios han permitido mantener esta industria a pesar de circunstancias adversas como la pandemia por COVID 19. Los beneficios tributarios en el sector hotelero han sido efectivos para impulsar la economía de Cartagena y el país, pero se mantiene un debate sobre su impacto a largo plazo en las finanzas públicas.

Palabras clave

Beneficios tributarios, Pymes, sector hotelero, tributos

Introducción

Las Pymes del sector hotelero en Colombia tienen una representación del 99.5% del total en el País, concentrando su ubicación en ciudades con gran afluencia del turismo como es el caso de la ciudad de Cartagena de Indias, declarada patrimonio histórico de la humanidad. Por lo que, los beneficios tributarios e incentivos fiscales expedidos para el sector hotelero, tienen como objetivo fomentar su crecimiento y, a su vez, impulsar la economía local y nacional a través de la inversión extranjera y el aumento del consumo turístico; por esta razón, es importante en este punto justificar la necesidad de conocer las normas y su incidencia no solo en el sector sino en las finanzas públicas del estado debido al impacto en el recaudo de renta y la generación de costo fiscal.

La presente investigación recopila y analiza información relacionada con incentivos tributarios, fuente de referencia de diversos análisis que buscan justificar la aplicación de estímulos sin violar principios tributarios como la equidad y la progresividad, donde la afectación en el recaudo de renta sea mitigado con el impacto positivo en el sector, por lo que los años objeto de estudio se convierten en un escenario propicio para dar respuesta a cómo han evolucionado estas medidas ante la intensión del gobierno, asumiendo retos económicos para mantener la estabilidad ante las diversas condiciones adversas que a travesado el sector.
Revisión de la Literatura

Las pymes como elemento fundamental de desarrollo económico, la productividad y la competitividad en los países latinoamericanos, siempre serán objeto fundamental de investigación por lo que la revisión literaria asociada es amplia, aunque para el caso se centra en un sector específico como los son las pymes dedicadas a las actividades de hotelería en el sector turístico de la ciudad de Cartagena – Colombia objeto de estudio, quienes ocupan una importante lugar como fuente de ingreso nacional, siendo ésta una de las ciudades más representativas para el sector en el país, merecedora de reconocimientos tal como lo citó la Alcaldia Distrital de Cartagena de Indias (2023) "KAYAK TRAVEL AWARDS en el que Cartagena, como capital histórica del Caribe, recibió el primer lugar como ciudad costera preferida de los colombianos", y galardonada el 12 de octubre de 2023 como la mejor ciudad cultural del mundo en los premios Travelbook Award 2023 (Gómez, 2023). Reviste de gran importancia el interés que sobre el sector coloca el gobierno nacional y los incentivos que para este genera y que sin dunda impactan la actividad, la generación de empleo, mueven la economía y por ende inciden en el recaudo de impuestos, siendo el de renta uno de los principales impuestos directos para el recaudo de ingresos nacionales. Por tal razón, es de interés

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

general el análisis de este comportamiento motivado por los beneficios tributarios para el sector hotelero, del cual varios autores se han ocupado.

En primera instancia, Vergara (2019) presenta un análisis del comportamiento del recaudo del impuesto de renta en el sector hotelero en Cartagena de indias en los años 2013-2017 a luz del decreto 2755 de 2003, cuyo objetivo de investigación consistió en describir el comportamiento del impuesto con el primer beneficio que para el sector determino el gobierno producto de la crisis de este, debido a situaciones internas del país que no solo causaban una reducción de la actividad turística sino que con ello además la disminución de la inversión extranjera.

En Segunda instancia, Leguizamón (2019) presenta un análisis sobre los estímulos tributarios y la hotelería en Colombia, donde las reformas tributarias son instrumento para el gobierno que permiten realizar cambios en el régimen de impuestos y para el caso del sector hotelero han sido el vehículo para la expedición de beneficios con el objetivo de estimular la inversión, generar empleo, ayudar a la formalización empresarial, mejorar la gestión, e incentivar la inversión extranjera (Leguizamón,2019).

Otros autores comparten su inquietud sobre el impacto de los beneficios que se suman al sector producto de situaciones especiales como el caso de la pandemia Covid-19 en el año 2020, Hernández (2021) describe el efecto de los beneficios tributarios expedidos en estado de emergencia económica social y ecológica en los hoteles boutique del centro histórico de Cartagena y Negrete (2022), presenta las medidas tributarias adoptadas por el gobierno nacional con el fin de promover la reactivación de la economía Colombiana para el caso Postpandemia; quienes en sus escritos resaltan la importancia de los beneficios tributarios en el comportamiento del recaudo del impuesto y en el estímulo a la actividad hotelera en especial de las Pymes que conforman un segmento significativo en la ciudad Cartagena de Indias.

Los beneficios tributarios son estímulos otorgados por el gobierno con el objetivo de incentivar un sector o mejorar los recaudos, entre estos se pueden encontrar las exenciones y los descuentos tributarios que son como "herramientas de la política fiscal que conllevan un procedimiento preferencial a ciertas actividades, zonas o activos, con el fin de aumentar la acumulación de capital, la producción o el empleo" (Celis et al. 2018). La generación de estos incentivos puede incidir de manera directa en los ingresos públicos, entendiendo que hacen parte de ellos los tributos y para el caso objeto de estudio el impuesto de renta que, según García et al. (2020) en Colombia es un tributo directo y de carácter nacional, el cual grava las personas jurídicas y naturales contribuyentes quienes hayan percibido ingresos, que es lo que se espera aumentar en el sector con los incentivos y que para esta investigación fueron objeto

de análisis los años 2019 al 2022.

El sector hotelero constituye parte fundamental del turismo entendiéndose este según la Sancho (1994) "como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos", necesitando para tal caso un medio de alojamiento, servicio prestado por una unidad del sector hotelero el cual comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesional y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario (Mestres, 2000).

Metodología

La metodología para esta investigación ha sido de orden cualitativo, donde se pretende a través de un enfoque de tipo descriptivo abordar los beneficios tributarios que han aportado al crecimiento y sostenibilidad del sector hotelero de la ciudad de Cartagena, donde la recolección de información a partir de fuentes primarias como la información financiera de 287 pymes del sector hotelero de 541 nuevos inscritos que obtuvieron beneficios tributarios reflejados en sus estados financieros donde se pudieron identificar los descuentos y exenciones aplicadas, así como las declaraciones tributarias que permitieron comparar según los beneficios aplicados, fuentes secundarias basada en análisis documental como los informes económicos de la Cámara de Comercio de Cartagena de los años objeto de estudio, la observación de campo y la interpretación de los elementos en el recorrido por las normas que han sido expedidas a favor del sector hotelero, permite la interpretación del fenómeno en el tiempo objeto de estudio que para el caso son los años 2019 al 2022. Dentro de la exploración sistemática documental se consideró de gran importancia la revisión de bases de datos estadísticos para identificar y analizar la información considerando la reflexividad desde diferentes perspectivas para fortalecer los resultados obtenidos.

Resultados

Caracterización de los hoteles de Cartagena con funcionamiento desde el año 2019 al 2022

En la ciudad de Cartagena se encuentran matriculados en la Cámara de Comercio 1.106 Hoteles entre los años 2019 – 2022, con diferentes tipos de alojamiento que hacen parte del 99.6% de MiPymes y Pymes matriculadas, la participación de hoteles inscritos con respecto al total fue del 49% que representa un total de 541 Hoteles inscritos durante los periodos en

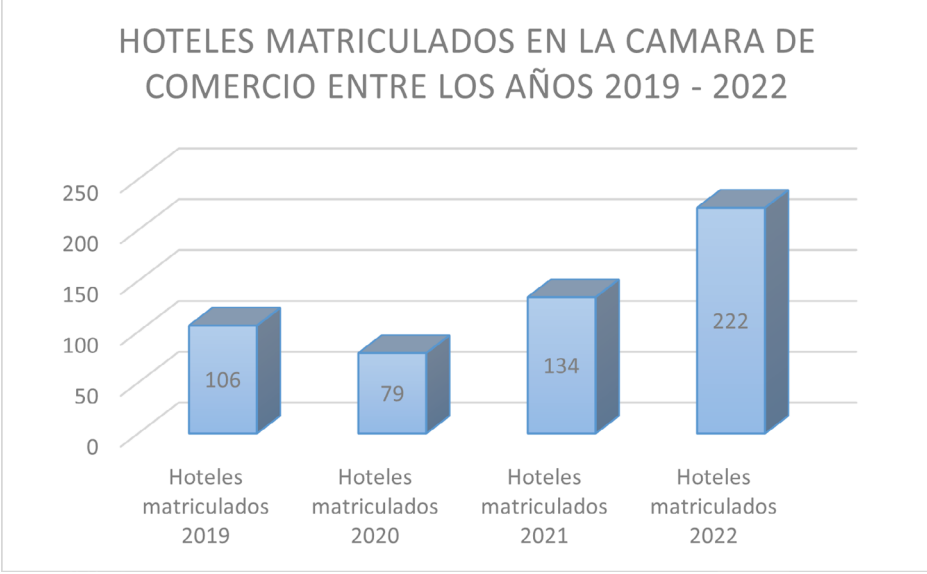
Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

mención, mostrando un crecimiento en el desarrollo en la actividad. Sin embargo, al realizar el análisis por año, se nota un crecimiento en el año 2019 respecto a los años anteriores y que disminuye por efecto de la pandemia pero que retoma el crecimiento tras el periodo de reactivación económica tanto en el sector hotelero como en otras actividades en la ciudad, tal como lo expone la Cámara de Comercio de Cartagena (2023):

"Entre 2015 y 2019, el stock de empresas de la jurisdicción crecía a una tasa anual promedio de 4,7%, sin embargo, como resultado de la pandemia por covid-19, entre 2019 y 2020 se redujo en 18,7%, al pasar de 36.683 empresas activas a 29.834. Posteriormente, en el marco de la reactivación económica, el tejido empresarial continuó su senda de crecimiento y el año 2022 cerró con 36.632 empresas activas".

Figura 29.1

Nuevos hoteles matriculados en la Cámara de Comercio de la ciudad de Cartagena entre los años 2019 – 2022



La caracterización del comportamiento bien sea en aumento o disminución de hoteles inscritos ejecutando la actividad, incide en el recaudo del impuesto de renta para los que se benefician o no de los incentivos como también en el aumento o disminución del universo de contribuyentes de los que se esperaba el recaudo en los periodos objeto de estudio; es evidente la crisis en el año 2020 por efecto de la pandemia, donde muchos hoteles cancelaron su matrícula y afectaron el recaudo en renta que de este periodo se esperaba. En el año 2021, según las estadísticas de alojamiento que brinda el DANE es posible identificar que este comportamiento aumentó respecto al año anterior puesto que este es el año de la re-

activación aunado a las ayudadas que para el sector expidió el gobierno nacional. Finalmente, para el 2022 las cifras fueron positivas y con mayor recaudo, debido al aprovechamiento de las empresas nuevas de los incentivos tributarios que fomentan el sostenimiento y crecimiento del sector turístico y hotelero y que se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 29.1

Comportamiento de los Hoteles por tipo de alojamiento matriculados en la Cámara de Comercio de la ciudad de Cartagena entre los años 2019 – 2022

TIPO DE ALOJAMIENTO / AÑOS	2019	2020	2021	2022
Alojamiento en hoteles	38%	35%	40%	62%
Alojamiento en aparta – Hoteles	6%	4%	10%	14%
Alojamiento rural	3%	8%	1%	1%
Servicios por hora	1%	1%	1%	3%
Zona de campin y parques	1%	3%	2%	1%
Otros tipos de alojamiento	49%	48%	45%	18%
Alojamientos en centros vacacionales	2%	1%	1%	1%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Beneficios tributarios aplicado por las Pymes del sector hotelero que influyen en el recaudo del impuesto de renta entre los años 2019 y 2022.

A lo largo de los últimos 20 años el sector hotelero se ha visto beneficiado con estímulos tributarios de largo plazo expedidos por el gobierno, tal como lo indica Leguizamón (2019) "Los pilares de La Ley 788 de 2002 estaban fundamentados en la exención del impuesto de renta por treinta años a los hoteles que se construyeran o remodelaran entre 2002 y 2017". Además de este, otro estímulo como la exención del IVA con la Ley 1111 de 2006 para no residentes en el país, y la modificación realizada a la exención quedando con la Reforma estructural Ley 1819 de 2016 una tarifa especial del 9% , garantizó un comportamiento estable del recaudo de impuesto de renta en Cartagena respecto al recaudo nacional, con tendencia al aumento, tal como lo expone Vergara (2019) donde el incremento bruto del recaudo del impuesto durante los año 2013 a 2017 fue de $67.424 mil millones de pesos.

Bajo este panorama de crecimiento y cumplimiento de objetivos del gobierno y la industria hotelera donde, los alivios, los incentivos o los beneficios tributarios dieron frutos al lograr incremento de esta industria así con la generación de empleo, la inversión tanto nacional como extranjera y el consumo, tal como lo indica Leguizamón (2019).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

"Esta reforma tributaria produjo resultados altamente significativos en materia de inversión para el desarrollo de la actividad turística. La inversión en infraestructura turística resultante de estos estímulos tributarios correspondió a $6 billones entre los sectores público y privado, en los últimos 8 años. En infraestructura hotelera la inversión total fue de $17.541 millones".

Al finalizar el año 2019, la Ley 2010 de 2019, Reforma tributaria para la promoción del crecimiento económico, el empleo, la inversión, el fortalecimiento de las finanzas públicas, la progresividad, la equidad y la eficiencia del sistema tributario ratificó los beneficios en tarifa de renta del 9% que había determinado en la Ley 1943 de 2018 declarada inexequible, que junto a otros beneficios garantizaban la estabilidad del recaudo. Para el año 2020, surgió la crisis sanitaria generada por el Covid 19, lo cual afecto a la economía, pero aún más a sectores como el hotelero, disminuyo la demanda interna y externa por servicios de turismo. El gobierno se vio obligado a generar alivios temporales en materia tributaria para este sector como:

1. Aplazamientos en el cumplimiento y pago de obligaciones fiscales para entidades del sector del turismo.
2. Exclusión temporal de IVA en los servicios de turismo.
3. Reducción en el anticipo del impuesto sobre la renta.
4. Reducción temporal en el impuesto al consumo.

En Colombia tras la declaratoria de emergencia sanitaria a causa de la pandemia COVID19, al presentarse uno de los primeros casos en la ciudad de Cartagena y con ello el inicio de la cuarentena que restringía la actividad turística, los hoteles de la ciudad se vieron obligados a cerrar sus puertas y a ver disminuidos sus ingresos pronosticando perdidas que se reflejarían en sus finanzas y para otros el peligro de un cese definitivo de su actividad, siendo de los sectores más perjudicados, tal como lo reportó la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO, 2021) donde anuncio que la actividad turística y hotelera prácticamente paralizó su operación durante los meses de marzo a agosto de 2020 e inició una senda de recuperación hasta diciembre del mismo año.

Por consiguiente, a dicha situación a nivel mundial, el gobierno a través de la expedición de normas generó alivios tributarios durante la emergencia sanitaria para apoyar el sector del turismo, y que permitió a los hoteles de la ciudad de Cartagena acogerse a estos para superar la crisis causada por el Coronavirus, sumado a los beneficios ya anteriormente otorgados entendiendo que los beneficios tributarios son estímulos otorgados por el gobierno con el objetivo de incentivar un sector o mejorar los recaudos, entre estos se pueden encontrar las exenciones y los descuentos tributarios que son como "herramientas de la política fiscal que conllevan un procedimiento preferencial a ciertas actividades, zonas o activos, con

el fin de aumentar la acumulación de capital, la producción o el empleo" (Celis et al, 2018).

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante aclarar que en Colombia durante la emergencia sanitaria producida por el Covid 19, se expidieron varias normas, es de nuestro análisis las expedidas con beneficios tributarios en el impuesto de renta y complementarios dirigido al sector turístico y hotelero bajo el estado de emergencia económica, social y ecológica, donde sin duda a pesar de la situación significarían una opción para el sostenimiento de estos establecimientos durante la suspensión de actividades minimizando perjuicios e incluso el cierre definitivo de estas pymes, a través de los siguientes decretos los hoteles encontraron un alivio en la época de crisis.

Decreto 397 de marzo 13 del 2020, por el cual el gobierno nacional extendió el plazo de presentación y pago de la contribución parafiscal.

Decreto 799 de junio 04 del 2020 Art. 01, adiciona el parágrafo transitorio al Art. 211 del estatuto tributario, en el cual se establece la suspensión de la sobretasa en el sector eléctrico hasta el 31 de diciembre del 2020.

Decreto 766 del 29 de mayo del 2020, por medio del cual el gobierno nacional reduce el anticipo de renta y complementarios para el año gravable 2020

Decreto 789 de junio 04 del 2020, establece la exclusión transitoria del IVA hasta el 31 de diciembre del 2020.

Decreto 401 del 13 de marzo del 2020, por el cual se toman medidas para el pago del impuesto sobre la renta y complementarios del año gravable 2019, las fechas de pago del impuesto sobre la ventas -IVA del bimestre marzo - abril y del cuatrimestre enero - abril del 2020.

Decreto 678 de mayo 20 del 2020, Por medio del cual se establecen medidas para la gestión tributaria, financiera y presupuestal de las entidades territoriales.

Decreto Legislativo 797 del 4 de Junio de 2020, que "regula extraordinaria y temporalmente, la terminación unilateral de los contratos de arrendamiento de local comercial por parte de los arrendatarios, en el marco de la emergencia sanitaria.

Los hoteles en Colombia han gozado de beneficios tributarios, siendo notables sus resultados en los distintos informes que sobre el tema se han presentado. Tal como lo expresa Monsalve (2020):

"Todas las medidas adoptadas por el Gobierno Nacional y relacionadas, en cuanto a declaraciones, obligaciones tributarias y pagos, buscan aliviar la presión de pago y contribuir a la liquidez de las empresas del sector turismo y transporte aéreo y terrestre la cual se ve afectada

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

en una gran proporción por todo lo que sucede en el mundo entero a causa del COVID-19" .

En lo que respecta al año 2022, la ley 2155 en su artículo 65 de derogatorias, en su numeral 4 extiende hasta diciembre del año 2022 el beneficio que gozan los hoteles al tener exoneración de IVA. Por otro lado, también mantiene la exoneración transitoria del pago de la sobretasa de contribución especial del sector eléctrico.

En numeral cuatro de la ley anteriormente mencionada, indica que los beneficios en los artículos 40 y 45 de la Ley 2068 de 2020, estarían vigentes hasta diciembre de 2022. Por lo que los servicios de hotelería y turismo mantendrían los mismos beneficios dada la afectación que tuvo el sector turístico en sus ingresos por cuenta de la pandemia.

Adicional a las medidas dictadas por el gobierno para el año 2022, el congreso por medio de su comisión económica prorrogo los incentivos tributarios necesarios para la reactivación económica del sector turismo en Colombia, otorgados por la Ley 2068 de 2020" iniciativa legislativa que cumple con los requisitos legales de acuerdo con el orden de redacción previstos en el artículo 145 de la precitada ley.

Discusión

El objetivo por parte del gobierno al generar alivios a un sector especifico en este caso a los hoteles que representan un amplio porcentaje de las Pymes del país, siendo Cartagena uno de los principales destinos turísticos y que cuenta con un alto nivel de hotelería disponible para el desarrollo de la actividad es el crecimiento del sector hotelero y con ello variables que mueven la economía como es el caso del empleo y el aumento de los ingresos en el sector; al considerar un alivio tributario como un sacrificio del ingreso nacional por las rentas exentas dejadas de percibir lo que constituye gasto tributaria, también se consideraría una garantía de ingreso del impuesto que para sus efectos se incrementará a largo plazo por lo que con ella el gobierno le apuesta a dos aspectos importantes como la inversión extranjera y el consumo de la actividad turística.

Existen variables que impacta el crecimiento del sector hotelero y por ende el recaudo del impuesto de renta, el primer aspecto es la inversión extranjera, hace referencia a los recursos captados a extranjeros por su participación en proyectos de infraestructura hotelera, lo que genera oportunidades de competitividad y reconocimiento, así como también la oferta y demanda de empleo, viajes y demás variables. Cartagena, con una inversión de US$512 millones de dólares 2022, es la segunda ciudad destino de los inversionistas después de Bogotá según estudio de Fdi markets de financial times, que en periodo de prepandemia ostentaba de alta inversión, luego disminuye afectada por la pandemia y que ha venido me-

jorando en periodo post pandémico en concordancia con lo expuesto por el Banco de la República, donde en los informes económicos presenta la Inversión Extranjera Directa (IED) con relación al PIB anual y el porcentaje correspondiente al sector de los siguientes años:

Tabla 29.2

Inversión extranjera directa en actividades de comercio y hoteles

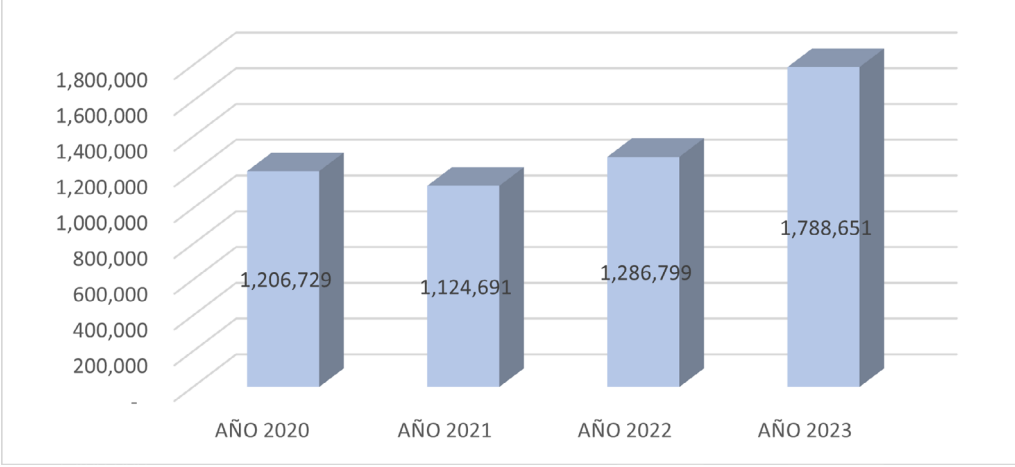
AÑO	IED	PIB ANUAL	% EN COMERCIO Y HOTELES
2019	US $ 14,493 m	4,48%	14,70%
2020	US $ 7,690 m	2,80%	11,00%
2021	US $ 9,402 m	3,00%	8,00%
2022	US $ 17,048 m	4,90%	9,00%

El segundo aspecto es la representación de consumo que significa para el país la oferta hotelera, la cual constituye el 3,86% del PIB nacional para el 2019, aunque para el año 2020 disminuyó al 1,21% Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT, 2021). En términos de ocupación hotelera, en promedio durante el 2022 fue del 81%, lo que representa un aumento del 17% en comparación con el promedio de los 2019 y 20 puntos porcentuales más que en el 2021. (Santos, 2023)

En efecto, todos los beneficios para el sector hotelero de la ciudad de Cartagena han generado un crecimiento para el gremio, incluso en periodo de pandemia, el estado ha garantizado el recaudo optimo del impuesto renta que para los años objeto de estudio fue el siguiente:

Figura 29.2

Recaudo de renta del sector hotelero de Cartagena



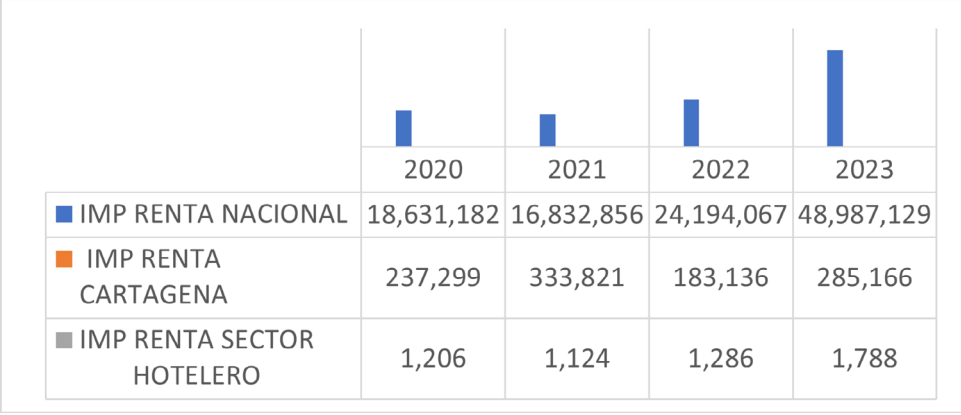
Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En la figura anterior, se puede evidenciar el recaudo de renta en el sector hotelero de la ciudad de Cartagena donde el recaudo del año 2020 correspondiente al año gravable 2019 cuando la economía del distrito aún estaba activa con un valor de $ 1.206.729.000, para el año 2021 la disminución del recaudo fue del 6.8% causado por la disminución de los ingresos del sector en el año 2020 ; para el año 2022 dado el inicio del periodo de la reactivación de la economía en general en el 2021 los efectos se evidencian con aumento del recaudo del 14.4%, alcanzando en el 2023 un 39% de incremento del recaudo respecto al año anterior para el periodo correspondiente al año 2022; es importante resaltar que para el año 2020, muchos hoteles tuvieron problemas para cancelar sus obligaciones fiscales por la falta de liquidez, por tal motivo, el gobierno creo políticas fiscales con el fin de ayudar al sostenimiento financiero, unas de estas estrategias fue aplicar reducciones y plazos en la cancelación del impuesto de renta.

En el año 2022 con la apertura de un 85% de los sectores económicos de la ciudad, específicamente el sector del turismo y hotelero el recaudo aumento debido a los múltiples ingresos que recibió el sector, para este año 2022 se podía evidenciar como llegaban cruceros, y aviones con visitantes extranjeros decididos a consumir la cultura colombiana y cartagenera, lo que genera ingresos para el gremio que la final se ven representados en la liquidación del impuesto de renta y su respectivo recaudo, tal como se puede apreciar en la siguiente grafica donde el recaudo del año 2023, que corresponde al año gravable 2022, presenta un aumento considerable respecto a los años anteriores.

Figura 29.3

Variación de impuesto a la renta a nivel nacional 2019-2022



	2020	2021	2022	2023
IMP RENTA NACIONAL	18,631,182	16,832,856	24,194,067	48,987,129
IMP RENTA CARTAGENA	237,299	333,821	183,136	285,166
IMP RENTA SECTOR HOTELERO	1,206	1,124	1,286	1,788

La figura muestra como en un periodo de tiempo comprendido por un año de excelentes resultados como lo fue el año 2019, donde muchos hoteles gozaban del beneficio de la renta exenta, se suma el impacto provocado por la pandemia con beneficios para todo el

sector en el año 2020 y en consecuencia el apoyo del gobierno en los años 2021 y 2022 en la etapa de reactivación y consolidación respectivamente, los hoteles de la ciudad de Cartagena con Pymes en su mayoría han aprovechado los beneficios viéndose reflejado en el aumento de las inversiones y de los ingresos en el sector, mejorando la participación en el recaudo del impuesto de renta.

Sin embargo, es importante resaltar que los beneficios generados al sector hotelero a través de incentivos tributarios como los que se han mencionado en este documento constituyen un gasto tributario o costo fiscal para el estado, puede suceder que, tal como lo expone la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)/Oxfam Internacional, 2019:

> ".. los costos que producen tanto en términos de los ingresos que el fisco deja de percibir como de otros costos económicos y sociales, son superiores a los beneficios que producen, ya sea respecto del aumento de la inversión, el crecimiento económico, la generación de empleos u otros objetivos sociales que persigan".

Por lo que, estos incentivos fiscales han tenido incidencias en la pérdida de recaudación para el estado, ejemplo de ello es el costo fiscal de renta de personas jurídicas por tarifa reducida al 9% para hoteles, evidenciado en los informes del Marco Fiscal de Mediano Plazo presentado por el Ministerio de Hacienda con los siguientes resultados:

Tabla 29.3

Costo fiscal en el impuesto de renta de personas jurídicas por las tarifas reducidas. Año gravable 2019 – 2022 ($MM)*

Año gravable	Tarifa reducida Hoteles	Costo fiscal	Número de empresas
2019	9%	18	317
2020	9%	5	293
2021	9%	22	324
2022	9%	67	401

Nota: Tomado de Informes Marco Fiscal de Mediano Plazo 2019-2020-2021-2022

Aunque los informes destacan el aumento del costos fiscal, cuyo valor es superior para personas jurídicas que para personas naturales, se siguen considerando gastos necesarios para ciertos sectores, siendo uno de estos el del turismo y en especial el aplicado a los hoteles, puesto que a pesar que el nuevo gobierno periodo 2022-2026, expidió una nueva

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

reforma tributaria Ley 2277 de 2022 con la cual busca ser más equitativa la distribución de las cargas tributarias, esta no modificó los beneficios que para el sector hotelero existen.

Conclusiones

El turismo a nivel mundial se ha convertido en una importante fuente de sostenibilidad, ya que representa un alto porcentaje de ingresos para los países y fuente de generación de empleo, tal como lo citó la Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y Desarrollo del Turismo (CORPHOTELS, 2019) en el evento de Fitur 2019 "El sector turismo representa el 10.4% del PIB mundial y es responsable de crear de 1 de cada 10 empleos del planeta...". Así mismo, para Colombia el turismo representa "la segunda fuente de captación de divisas más importante para el país después del negocio de los hidrocarburos y el petróleo" (Miranda, 2018), siendo Cartagena una de las ciudades catalogadas como mejor destino turístico y de hotelería con una representación de las Mipyme y Pymes del 99%, motor natural de empleo directo e indirecto donde la inversión extranjera ha dado un impulso al crecimiento del sector, convirtiéndose en un actor principal e importante para la economía local.

Así las cosas, es de gran interés para el gobierno estimular el sector hotelero a través de estrategias que le permitan garantizar los objetivos de captación de inversión extranjera vs recaudo de ingresos, por lo que los incentivos tributarios han sido una herramienta desde el año 2003 que a través de rentas exentas, disminución de tarifas, beneficios Covid-19 que han motivado la consolidación, generación de nuevas unidades de negocio, la ampliación o remodelación de las mismas para mejorar la oferta y por lo tanto, ha sido motivo de análisis sobre las consecuencias en el costo fiscal.

En esta investigación se logró determinar el aumento gradual de hoteles en sus diversos tipos a través del número de nuevas inscripciones en el registro único empresarial para las los años 2019 al 2020 que gozarían del beneficio, siendo estos unos periodos que representan para la industria hotelera época de esplendor, crisis por pandemia, reactivación y consolidación del sector; razón de importancia para los autores a fin de poder describir la incidencia de los beneficios tributarios tradicionales, sumado a los expedidos en los periodos objeto de estudio demostrando la efectividad de estas políticas que permiten sostener su aplicación en el tiempo destacando su impacto en la economía, al tiempo desde otra perspectiva representa un desafío para las finanzas publicas en un largo plazo.

Referencias

Alcaldia Distrital de Cartagena de Indias. (10 de Julio de 2023). https://www.cartagena.gov.co/. Obtenido de https://www.cartagena.gov.co/noticias/cartagena-capital-historica-caribe-primera-el-ranking-ciudades-costeras-mas-populares-kayak-travel-awards#:~:text=Cartagena%20de%20Indias%20D.T%20y,costera%20preferida%20de%20los%20colombianos.

Cartagena, C. d. (2023). INFORME ECONÓMICO DE LOS MUNICIPIOS DE LA JURISDICCIÓN DE LA JURISDICCIÓN DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE CARTAGENA, 2022. Obtenido de https://www.cccartagena.org.co/: https://www.cccartagena.org.co/sites/default/files/media/informe-gestion/INFORME-JURISDICCIO%CC%81N-CCCARTAGENA-2022.pdf

Celis Guerrero, A. G., Gonzalez Mora, C., & Hernández Yepes, Y. E. (2018). Comparacion benefivcio financieo hotel afiliado al Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MINCIT). Obtenido de https://repository.ucatolica.edu.co/: https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/4d0acd52-3963-40d7-b2fb-3965133007e6/content

COTELCO. (27 de Mayo de 2021). COTELCO. Recuperado el 15 de Marzo de 2022, de https://cotelco.org/noticias/paro

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). (2020). Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. Recuperado el 26 de Enero de 2022, de www.cepal.org

CORPHOTELS. (30 de Enero de 2019). Corporación de Fomento de la Industria Hotelera y Desarrollo de Tiurismo | CORPHOTELS. (CORPHOTELS) Recuperado el 20 de Febero de 2022, de https://corphotels.gob.do/index.php/noticias/item/276-el-turismo-genera-uno-de- cada-diez-empleos-internacionales

Gómez, L. (13 de 10 de 2023). Infobae.com. Obtenido de https://www.infobae.com/: https://www.infobae.com/colombia/2023/10/13/cartagena-fue-elegida-como-la-mejor-ciudad-cultural-del-mundo-en-los-travelbook-award-2023/

Leguizamón Tiusabá, J. M. (2019). Estímulos tributarios y hotelería en Colombia. Economía & Región, 177–198.

Maya, L. A., García Guerrero, M. G., Cantillo Beltrán, A., & Negrete Naizir, E. E. (2020). Análisis comparativo de los sistemas fiscales de México-Colombia: Impuesto Sobre la Renta: Dimensions of the CSR and its impact on an indigenous tourism company. Revista RELAYN- Micro Y Pequeña Empresa En Latinoamérica, 4(2), 84–95. https://doi.org/10.46990/relayn.2020.4.2.80

Mestres Soler, J. R. (1999): Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera. Ediciones Gestión 2000, 2ª ed., Barcelona, p. 1.

Miranda, B. (2018). Las razones del boom del turismo que vive Colombia. El Tiempo(9 de Febrero).

Monsalve Caycedo, P. A. (20 de Noviembre de 2020). Boletin #20. Recuperado el 12 de Ju-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

nio de 2022, de https://www.grantthornton.com.co

Sancho Amparo. Introducción al turismo. s.l.Organización Mundial del Turismo (OMT). 1994

Vergara, R. (10 de 2019). Análisis del comportamiento del recaudo del impuesto de renta en el sector hotelero en Cartagena de Indias en los años 2013-2017 a la luz del Decreto 2755 de 2003. Obtenido de https://investigacion.fca.unam.mx: https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2019/5.01.pdf

Capítulo 30. Impacto del capital intelectual en los indicadores de desempeño en las Pymes en ciudad Nezahualcóyotl.

Paz Verónica Hernández Calva

Universidad Tecnológica de Nezahualcóyotl

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.30

Resumen

El objetivo de esta investigación fue valorar el capital intelectual (C.I.) en el desempeño de las pequeñas empresas (Pymes) industriales de ciudad Nezahualcóyotl, mediante un modelo de medición del C.I. y el desempeño de estas; partiendo de dos propuestas teóricas: Modelo intellectus (Bueno, 2011) y Balanced Scorecard (Kaplan y Norton, 2004). La investigación fue mixta; cuantitativa de tipo no experimental, mediante la aplicación 32 cuestionarios a dueños o responsables de tomar decisiones y por necesidad de la investigación se migro a una investigación cualitativa mediante una entrevista a 7 empresarios, que permito definir el modelo.

Palabras clave

Capital Intelectual (CI), Desempeño Organizacional, Mapa Estratégico (Balanced Scorecard), Pymes industriales

Introducción

Es necesario realizar esta investigación para reducir los grandes problemas que genera una desvalorización del capital Intelectual en pequeña empresas, que se visualiza en la nula o poca inversión para el capital humano, ya que se considera un gasto y no una inversión; sin visualizar que este tiene un gran impacto en el desempeño de la organización. Por ello es conveniente realizar una valoración del capital intelectual, desde la perspectiva de sus tres componentes: capital humano, capital estructural y capital relacional, es decir todos aquellos activos intangibles de la organización, para que las empresas puedan ver como estos generan valor y representa una ventaja competitiva, al ser utilizados de manera efectiva en las empresas, además de lograr el desarrollo del personal.

Otras investigaciones realizadas sobre el tema se enfocan a establecer procedimientos, métodos o modelos enfocado a medir el capital intelectual de empresa en diferentes sectores, en países como Cuba, España, Perú, Ecuador; en México podemos encontrar investigaciones parecidas en el sector financiero, sector industrial, pero aplicado a grandes empresas en donde existe una fuerte inversión en los recursos intangibles y en donde se puede apreciar con facilidad la aportación de innovación e ideas del recursos humano.

Por lo que el objetivo general de este trabajo es construir un modelo de desarrollo del capital intelectual que permitan mejorar el desempeño de las pequeñas empresas industriales de ciudad Nezahualcóyotl, para lograrlo se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Identificar las variables del capital intelectual y de desempeño que existen en las Pymes.
- Valorar la relación entre la perspectiva de aprendizaje y crecimiento y la de procesos internos.
- Valorar la relación entre perspectiva de procesos internos y el capital intelectual.
- Evaluar el capital Intelectual desde sus elementos en las pequeñas empresas de ciudad Nezahualcóyotl.
- Proponer acciones que impulsen el desarrollo del capital intangible y mejoren el desempeño de las Pymes.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Revisión de la Literatura

Definición de capital Intelectual

Los primeros investigadores definieron al capital intelectual como los conocimientos, experiencia e información que poseen las personas dentro de una organización y que representan una ventaja competitiva de las organizaciones cuando dan valor a la misma. Algunos autores que manejaron estos elementos en su definición fueron:

Bontis (2000): La captura, codificación y diseminación de la información, para adquirir nuevas competencias para la reingeniería de procesos.

Stewart (2000): La suma de todo lo que cada uno sabe en la compañía y proporciona a ésta una ventaja competitiva en el mercado.

Sullivan (1998): El conocimiento que puede ser convertido en beneficios en el futuro.

Al tratar de incorporar otros elementos al concepto de capital intelectual y no solo hablar de conocimientos, información y experiencia, se empieza a manejar que el capital intelectual abarca todos los activos intangibles, denominándose de esta manera, ya que producen valor a la empresa, pero no se pueden observar y representar de manera cuantificable en los balances generales. Entre los autores que retoma esta idea tenemos:

Roos (1997): Lo definieron como la suma de activos ocultos de una compañía que no están totalmente capturados o representados en el balance de situación.

Sveiby (1997): Los activos intangibles como activos invisibles que incluyen la competencia de los empleados, la estructura interna y externa.

Kaplan (2004): "Los activos intangibles engloban elementos tan diversos como patentes, copyrights, conocimientos de los trabajadores, liderazgo, sistemas de información y procesos de trabajo" (p.243).

Se genera la idea, que además del capital humano existen otros elementos que intervienen en el capital intelectual, esto se puede apreciar en las definiciones de algunos autores, como son:

Rivero (2009): Es el efecto de la combinación, es decir, la sinergia de todos los conocimientos que reúne una organización, toda la experiencia acumulada en sus integrantes, sus capacidades, destrezas, su motivación y compromiso, valores, etc., aplicados al trabajo. Todo

lo que ha conseguido en términos de relaciones, procesos, descubrimientos, innovaciones, presencia en el mercado e influencia y reconocimiento en la sociedad. Citado por Monagas (2012)

Bueno (2008): Acumulación de conocimiento que crea valor o riqueza cognitiva poseída por una organización, compuesta por un conjunto de activos de naturaleza intangible o recursos y capacidades basados en conocimiento, que cuando se ponen en acción, según determinada estrategia, en combinación con el capital físico o tangible, es capaz de producir bienes y servicios y de generar ventajas competitivas o competencias esenciales para la organización en el mercado (p.53).

Bontis (1998): La relación de causalidad entre el capital humano, relacional y organizativo.

Por lo que se entiende que el Capital intelectual no solo son conocimientos, información y experiencias de las personas de una organización, sino también tiene que ver con la manera de cómo la empresa fomenta el desarrollo de nuevas competencias, valores y prácticas en los empleados, así como calidad de las relaciones que de forma continuada mantienen los empleados con los diferentes agentes del mercado y con la sociedad en general, produciendo una ventaja competitiva a la organización.

De aquí se desprenden los componentes que forman parte del capital intelectual, y que tienen una relación de casualidad como lo menciona Bontis (1998).

Componentes y elementos del capital intelectual

Existe una polémica entre los elementos o como lo mencionan algunos autores dimensiones del Capital intelectual y la definición de los mismos, uno de los autores que más ha trabajado sobre la definición y la manera de medir estos elementos es Bueno (2011), propone cuatro componentes para el C.I. siendo estos: capital humano, capital estructural, capital relacional y capital de emprendimiento e innovación, es importante mencionar que esa propuesta se sustenta sobre este autor por considerar que tienen elementos que pueden existir en nuestro objeto de estudio, Pymes industriales del municipio de Nezahualcóyotl; sin embargo es importante señalar que existen otras propuestas de clasificación; como Muhammad (2015) que realiza una propuesta a partir de diferentes autores y menciona que los subcomponentes del capital intelectual son: capital humano, capital del cliente, capital estructural, capital social y capital tecnológico; Edvinsson y Malone (1997) definieron los elementos del capital intelectual: en capital humano y el capital estructural, el capital estructural se divide en: capital organizacional y capital del cliente o las relaciones empresa-cliente. En este trabajo se define de la siguiente manera cada componente:

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capital humano. Los elementos de este componente citado por Bueno (2011) son los siguientes:

Aptitudes, que son los conocimientos que poseen las personas de una organización (saber); las capacidades que son las habilidades, destrezas y talento que la persona desarrolla básicamente como fruto de la experiencia y de la práctica, también conocidas como habilidades blandas del personal (Saber hacer); por último los valores y actitudes que llevan a las personas a realizar las actividades dentro de la organización (ser +estar) son considerados modelos mentales sostenidos por esquemas, paradigmas y creencias que condiciona la forma en que los individuos ven el mundo.

Capital estructural u Organizacional. Bueno (2011) establece que el capital estructural se divide en capital organizativo y capital tecnológico, los elementos de cada uno se definen a continuación: el capital Organizativo se compone de cuatro elementos 1) la cultura de las personas dentro de la organización y determinan su comportamiento y los resultados de la empresa u organización, 2) la estructura organizacional que representa los modos y procesos de organización formal de la empresa, 3) el aprendizaje organizativo, que es la capacidad para adquirir nuevas competencias y conocimientos con la finalidad de responder a las dinámicas del cambio y desarrollo del organizativo, 4) los procesos, que es el conjunto de actividades que realiza la empresa y que están dirigidos al cliente internos (personal), clientes externos(consumidores y compradores) y proveedores, a partir de la cadena de valor de la organización se determinarán los procesos más relevantes (logísticos, técnicos, administrativos, comerciales, etc); el capital tecnológico se compone de cuatro elementos básicos: 1) esfuerzo en I+D (investigación y desarrollo) se entiende por investigación las actividades que se emprenden para aumentar los conocimientos sobre la realidad y el desarrollo es la aplicación de estos conocimientos para elaborar nuevos procesos, productos o servicios, 2) la dotación tecnológica, que son los conocimientos, métodos y técnicas que la organización, incorpora para hacer los procesos más eficientes y eficaces, entra la incorporación de tecnología que no ha sido desarrollada internamente en los procesos de I+D, 3) propiedad intelectual e industrial, que representa los niveles de conocimientos protegidos legalmente y que otorga a la empresa el derecho de su explotación, 4) la vigilancia tecnológica o inteligencia competitiva, que es la capacidad de las personas para hacer frente al cambio, turbulencia e incertidumbre del entorno, también es conocida como Inteligencia competitiva o procesos de inteligencia organizativa para hacer frente al cambio, turbulencia e incertidumbre del entorno.

Capital relacional. De acuerdo a Bueno (2011), el capital relacional está conformado por el capital negocio y por el capital social; el capital negocio es el valor de las relaciones que mantiene la empresa con los agentes que están vinculados al mismo, se compone de seis elementos básicos: 1) relaciones con clientes que demandan o pueden demandar los bienes

y servicios de la empresa, 2) relaciones con proveedores que son los suministradores de los recursos que se necesitan para el proceso de producción o servicio que brinda, 3) relaciones con accionistas, instituciones e inversionista que están en el mercado de la empresa u organización, 4) las relaciones con aliados que son acuerdos de colaboración que realiza la empresa con otras instituciones u organizaciones, 5) las relaciones con competidores que son negocios del mismo sector o sectores afines, 6) las relaciones con empleados en su consideración de clientes internos y a través de las cuales se busca desarrollar actitudes y capacidades contempladas en el capital humano. El capital social, se integra de los siguientes elementos: 1) relaciones con las administraciones públicas, 2) las relaciones con medios de comunicación e imagen corporativa, 3) relaciones con las instituciones de defensa del medio, 4) relaciones sociales, 5) reputación corporativa.

Medición del Capital Intelectual en el desempeño de las organizaciones

Al realizar la revisión de los modelos de medición del Capital intelectual en el desempeño de las organizaciones, se encontraron cuatro principales, siendo estos: Coeficiente Intelectual de Valor Agregado (VAICTM) (Pulic, 1998) que es una herramienta que permite calcular la eficiencia del CI, mediante sus tres componentes, así como el capital físico y financiero empleado ; Modelo Navegator de Skandia (Leif Edvinsson, 1997) en donde se propone la elaboración de un informe del capital intelectual como complemento al informe financiero, para lo que se utiliza un sistema métrico aplicado a la capitalización financiera, hacia el cliente, hacia los procesos, renovación y desarrollo y valoración de los empleados; el cálculo del Valor Intangible (VCI) Thomas Parkinson, citado por Demuner F. R. (2017) es un método para medir el valor de la marca, el valor de los bienes intangibles se obtienen de la capacidad de una empresa de superar a sus competidores que cuentan con bienes tangibles similares. Para la utilización de estos modelo de medición se requiere indicadores numéricos para su utilización, que como ya se mencionó las Pymes carecen de ellos, por eso se considera que el cuarto modelo es el más apropiado para esta propuesta, siendo este el Balanced Scorecard (Kaplan, 1996) que permite la medición del impacto de los activos intangibles mediante el equilibrio de indicadores financieros y no financieros.

Balanced Scorecard.

Para demostrar como los activos intangibles influyen en el desempeño de una empresa, se desarrolló el Cuadro de Mando Integral (Mapa estratégico), este permite cuantificar el capital intelectual desde cuatro perspectivas garantizando una ventaja competitiva para las empresas (Kaplan , 2004).

La perspectiva financiera, define la cadena lógica por la que los activos intangibles se transformarán en valor tangible (Kaplan, 2004). Se busca que la estrategia establecida

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

incluya en su implementación y ejecución la mejora de los resultados financieros, pueden contemplar los resultados tangibles de la estrategia que establece la empresa, los indicadores financieros tradicionales que permite medir esta perspectiva son: Retorno de la Inversión (ROI), Valor para accionistas, ingresos de la empresa y costo de producción (Kaplan, 1996).

La perspectiva del cliente, define la propuesta de valor para el cliente objetivo, es decir, conocer si el cliente valora la calidad, la entrega puntual, la innovación o el sistema o procesos de producción. Se aclaran las condiciones que crearán valor para el cliente (Kaplan, 2004). La propuesta de valor de esta perspectiva define lo que mejorara o lo que hará diferente la empresa de sus competidores en relación a su producto, precio, servicio e imagen.

La perspectiva de procesos internos, define los procesos que transformarán los activos intangibles en resultados financieros y para clientes (Kaplan, 2004), es necesario tener identificados aquellos procesos críticos que tienen mayor impacto en los resultados de la empresa. Cumplen con dos funciones básicas dentro de la implementación de la estrategia: 1) producen y entregan la propuesta de valor a sus clientes; y 2) mejoran los procesos y reducen los costos para el componente de productividad de la perspectiva financiera.

La perspectiva de aprendizaje y crecimiento, define los activos intangibles y alineados e integrados para crear valor (Kaplan, 2004), es donde se identifican los activos intangibles necesarios para llevar acabo la estrategia de la empresa; es necesario identificar las tareas (el capital humano), que sistemas se necesitan (Sistemas de información) y que ambiente laboral (capital organizacional) se requiere para apoyar a los procesos internos de creación de valor (Kaplan, 1996).

Metodología

En este trabajo de investigación se pretendió demostrar que existe una relación entre el capital Intelectual y el desempeño de las empresas, por lo que se planteó la siguiente hipótesis: H1: El desempeño de la organización está relacionado con el Capital Intelectual en las Pymes de Ciudad Nezahualcóyotl.

Esta investigación tuvo un enfoque mixto, que se define de acuerdo a Creswell, J (2007) como:

> Aquella en el cual el investigador tiende a basarse en concepciones del conocimiento fundamentadas en el pragmatismo (por ejemplo, orientadas a las consecuencias, centradas en el problema y plurales). Emplea estrategias de indagación que involucran la obtención de datos, ya sea secuencial o simultáneamente, para una mejor comprensión de los problemas de investigación.

Se realizó un estudio exploratorio que permitió definir los indicadores del capital intelectual y de desempeño que se encuentran en las pequeñas empresas de Ciudad Nezahualcóyotl, se diseñó un modelo teórico de investigación.

La investigación cuantitativa fue de tipo no experimental, mediante la aplicación de un cuestionario, para la obtención de información sobre los indicadores de desempeño y elementos del capital intelectual en pymes del sector industrial. Estos fueron aplicados a los dueños o quienes toman las decisiones en las pymes del municipio, que de acuerdo a los datos de INEGI, existen 1,293 pequeñas empresas, de estas 8 pertenecen al sector primario, 93 a la industria manufacturera, 212 dedicadas al comercio, 925 que otorgan servicio y 55 dependencias gubernamentales datos obtenidos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (INEGI, DENUE, 2020,2021); se conformado de 42 ítems agrupados en 4 partes: la primera se refiere a los indicadores de desempeño de las pequeñas empresas industriales del municipio, las preguntas realizadas permiten medir los resultados de los procesos internos y de aprendizaje y crecimiento, sobre los cuales el capital intelectual tiene impacto, para la escala de medición de este apartado, se debió considerar los resultados de la empresa en los últimos tres años y la opciones utilizadas fue: aumentaron mucho, aumentaron algo, siguieron igual, disminuyeron algo, disminuyeron mucho; las otras tres partes restantes nos permite medir el capital intelectual, por lo que fue desglosado en cada elemento que lo conforma: capital humano, capital estructural u organizacional, capital relacional; además se agregaron preguntas demográficas como son: sector manufacturero, número de empleados y tiempo de operaciones de la empresa. Para las respuestas se utilizó la escala de Likert de 1 a 5, con opciones de respuesta: total acuerdo, casi total acuerdo, de acuerdo, casi total desacuerdo y total descuerdo.

Para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para población finita, ya que se sabe que existen 93 pymes de la industria manufacturera en la zona de estudio, con un nivel de confianza del 98% y un nivel de error del 2%, se desconocen los valores de p y q, quedando como sigue:

$$n = \frac{N * z_{\propto}^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + z_{\propto}^2 * p * q} \; n = \frac{93 * 2.33_{\propto}^2 * .50 * .50}{.20^2 * (93-1) + 2.33_{\propto}^2 * .50 * .50} = 26 \text{ encuestas}$$

Se realizó un análisis estadístico de la información que determinó el modelo de la investigación a través de coeficientes de determinación R^2, coeficiente de relación r, p valor y t de student; que permitió dar respuesta a las preguntas planteadas y comprobar la hipótesis establecida en la investigación.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En la última etapa y por los resultados obtenidos en la investigación cuantitativa, se tuvo la necesidad de migrar a un estudio cualitativo que de acuerdo a Rodríguez, G. (1996):

> Estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales—entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos – que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas. (Pág. 32).

Este estudio fue de carácter explicativo y se utilizó la entrevista a través de un focus group con empresarios del municipio, se trabajaron tres sesiones: en la primera se explicó el modelo de la investigación, para entender como estaba estructurado cada elemento y sus variables, se analizó las definiciones conceptuales para poder clasificarlas (verde, amarillo y rojo) esto permitió integrar al modelo variables que había sido rechazada por el estudio cuantitativo; en la segunda sesión se elaboraron definiciones operativa para cada variable, de acuerdo a como se aplica o se trabaja dentro de las empresas; en la última sesión se realizó una propuesta de acciones para el desarrollo del C.I. con las ideas y aportaciones de cada empresario.

Resultados

Estudio cuantitativo

Al realizar el análisis de la estadística descriptiva, respecto al año en que inicia operaciones la Pyme y con la ayuda de una tabla de frecuencias, arrojo la siguiente información:

Tabla 30.1

Año de creación de la Pyme

Año de creación por rango		Frecuencia	Porcentajes	% acumulado
1970	1980	1	3	3
1981	1991	4	13	16
1992	2002	15	47	63
2003	2013	2	6	69
2014	2024	10	31	100

Se observa que el 63 % de las empresas iniciaron sus operaciones hace más de 20 años. El otro 37% son pymes jóvenes que tienen de 2 a 10 años.

Se aplicó Alfa Cronbach para el análisis de fiabilidad o confiabilidad de los datos obtenidos, el resultado que se obtuvo utilizando el SPSS, se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 30.2

Análisis de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.960	40

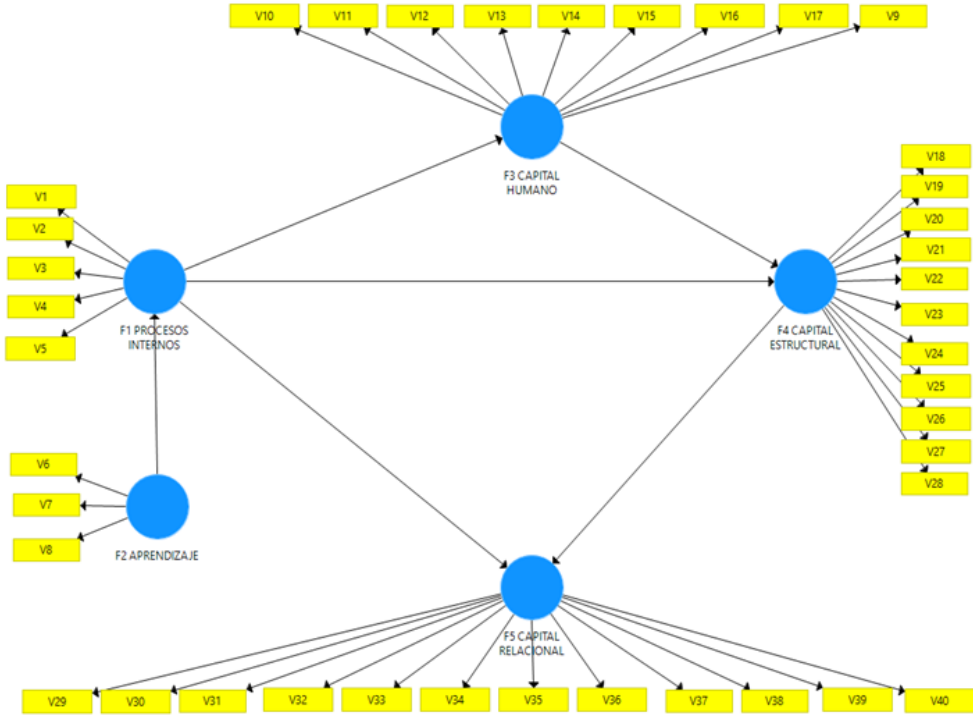
Nota: Obtenida de SPSS

El valor obtenido es >0.9 lo que demostró que la consistencia interna es excelente.

Se diseñó el modelo conceptual de esta investigación, aplicando Regresión Múltiple por Mínimos Cuadrados Parciales (MCP o PLS por sus siglas en ingles) y que orienta al análisis causal-predictivo, este modelo tiene 5 variables dependientes y 40 variables independientes que surgieron de los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento de la investigación cuantitativa, Figura 30.1.

Figura 30.1

Modelo con variables independientes y dependientes



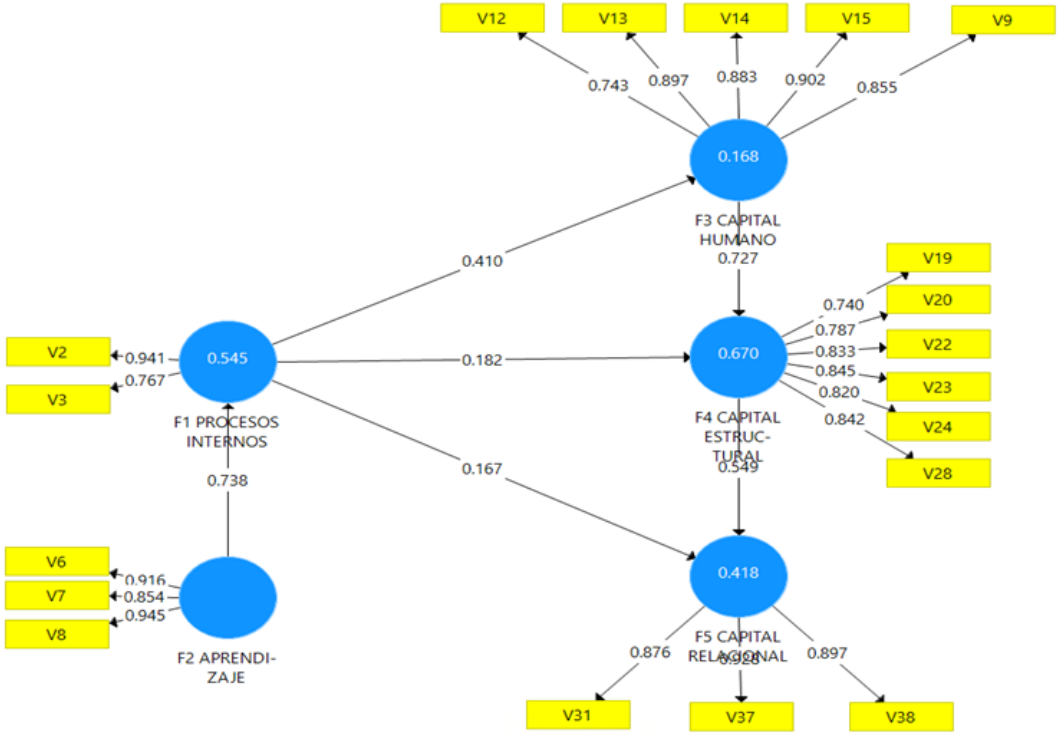
Nota: Modelo obtenido de MCP o PLS

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En la Figura 30.2, podemos observar que: el R^2 Coeficiente de determinación, que permite medir los porcentajes de variabilidad de respuesta entre los elementos del C.I. en el desempeño de las organizaciones, es decir, la desviación estándar con respeto a la media; en F1 Procesos internos es de 0.545, F3 Capital humano 0.168, F4 Capital Estructural 0.670, F5 Capital Relacional 0.418 de variabilidad en el modelo propuesto. El coeficiente de relación r entre las variables independientes del estudio, muestra que el aprendizaje y crecimiento con procesos internos fue 0.738, procesos internos con capital humano 0.410, procesos internos con capital estructural 0.182, procesos internos con capital relacional 0.167. Se puede observar que el modelo quedo con 19 variables dependientes, ya que por la caga factorial <0.7, fueron rechazadas 21 variables.

Figura30.2

Modelo con variables aceptadas



Nota: Modelo y valores obtenido de MCP o PLS

Tabla 30.3

Valores del Modelo conceptual de investigación

Coeficientes path

Media, desviación estándar, valores t, p valores | Intervalos de confianza | Intervalos de confianza con sesgo corregido

	Muestra ori...	Media de la...	Desviación ...	Estadísticos...	P Valores
F1 PROCESOS INTERNOS -> F3 CAPITAL HUMANO	0.410	0.409	0.185	2.213	0.027
F1 PROCESOS INTERNOS -> F4 CAPITAL ESTRUC-TURAL	0.182	0.208	0.120	1.516	0.130
F1 PROCESOS INTERNOS -> F5 CAPITAL RELACIONAL	0.167	0.168	0.152	1.105	0.270
F2 APRENDI-ZAJE -> F1 PROCESOS INTERNOS	0.738	0.737	0.086	8.610	0.000
F3 CAPITAL HUMANO -> F4 CAPITAL ESTRUC-TURAL	0.727	0.708	0.108	6.724	0.000
F4 CAPITAL ESTRUC-TURAL -> F5 CAPITAL RELACIONAL	0.549	0.568	0.174	3.165	0.002

Nota: Tabla obtenida de MCP o PLS

Al analizar los valores del modelo Tabla 30.3, encontramos: que el p valor es menor a 0.05 en: F1 Procesos Internos y F3 Capital humano (0.027); F2 Aprendizaje y crecimiento y F1 Procesos Internos(0); F3 Capital Humano y F4 Capital Estructural (0); F4 Capital Estructural y F5 Capital Relacional (0.002); también se observan valores de t student superior a 1.956 (2.213, 8.610, 6.724 y 3.165) que de acuerdo a la distribución de probabilidad son muy cercanos a "0", por lo que es evidencia en contra de la hipótesis nula, esto comprueba parcialmente la H1: El desempeño de la organización está relacionado con el Capital Intelectual en las Pymes de Ciudad Nezahualcóyotl.

Estudio cualitativo

Una vez obtenidos los resultados del análisis cuantitativo en el cual se rechazaron variables de este estudio, surgió la necesidad de realizar un estudio de caso cualitativo sobre estas variables, se utilizó la herramienta de focus group con 7 empresarios de ciudad Nezahualcóyotl, en donde se recolecto información sobre las variables de la investigación y acciones para mejorar los elementos del C.I. y desempeño en estas organizaciones (anexo 5); además de las siguientes indicaciones dadas:

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

INDICACIONES:

1.- Primero señale la variable con los siguientes colores de acuerdo a su aplicación y pertinencia:

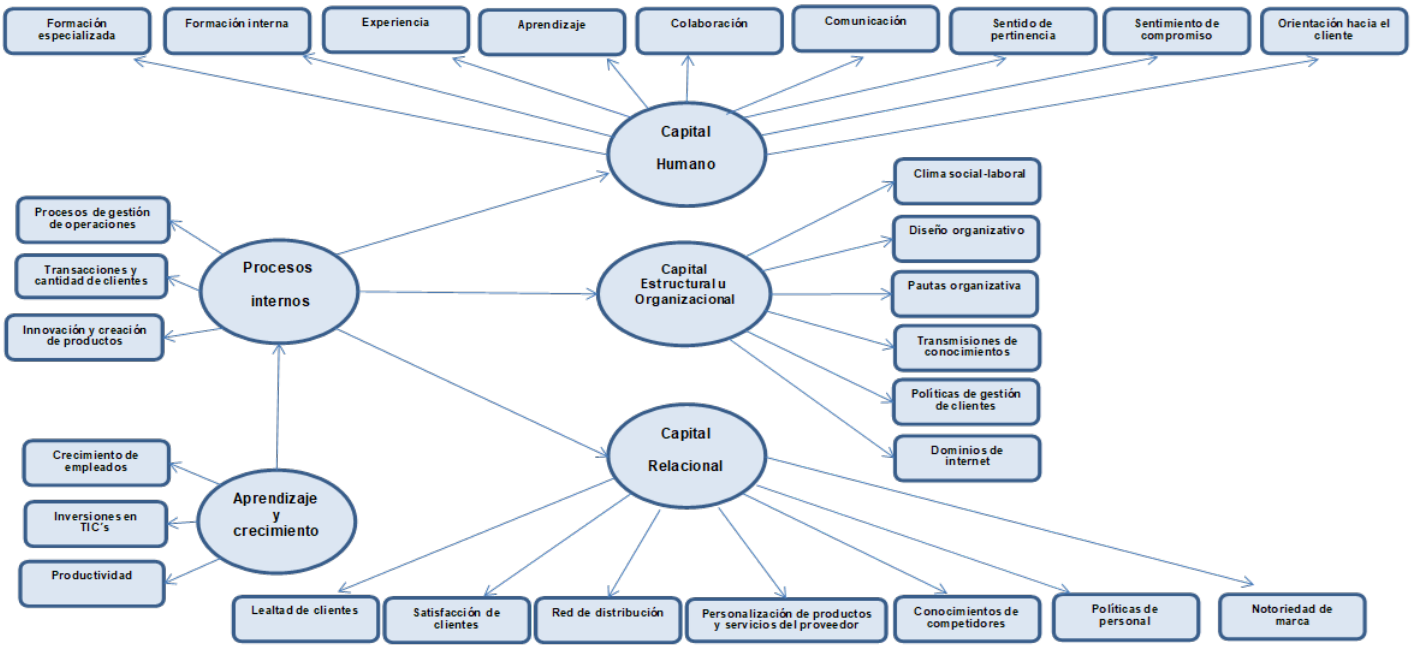
	Variables aceptadas, ya que se utilizan en su empresa
	Variables no aceptadas, por qué no las utiliza pero si se deberían utilizar
	Variables que no aplican y no existen en su empresa

2.- Dé la definición operativa de acuerdo a como usted la entiende o utiliza dentro de su empresa.

3.- Coloqué una al menos tres acciones para las variables en verde y amarillo, omita las que no aplica (rojo)

Figura 30.3

Modelo de impacto de C.I. en el desempeño de Pymes.



Una vez concluida esta investigación, el modelo establecido para medir el impacto del capital intelectual en indicadores del desempeño de las Pymes se muestra en la Figura 30.3, el cual se interpreta de la siguiente manera: cada elemento del capital intelectual: capital humano (que es el saber, saber hacer y actitud del personal), capital estructural (que es el aporte que realizan las personas para la creación, implementación y mejoramiento en la cultura, la estructura, los procedimientos, métodos y sistemas) y el capital relacional (que son los conocimientos del personal para generar relaciones con otros empleados, con clientes, proveedores,

competidores) tiene impacto en el desempeño de las empresas si logran transformar y mejorar sus procesos internos (procesos de gestión de operaciones, proceso de gestión de clientes y procesos de innovación), además se deben identificar los activos intangible que se encuentran en la perspectiva de aprendizaje y crecimiento: capital humano disponible, sistemas de información y productividad del empleado, ya que el éxito de las empresas dependen del mejoramiento de sus procesos a través de la alineación de sus activos intangibles (Capital intelectual).

Discusión

La propuesta inicial de esta investigación es un modelo conformado por 5 variables independientes y 40 variables dependientes, analizadas con PLS permitió observar las relaciones entre los constructos y tener las medidas indicativas de la manera en cómo se relacionan las variables en el modelo, el PLS es beneficioso para este tipo de estudio como lo señala Bontis (1998).

El coeficiente de relación r entre las variables independientes, muestran que: la perspectiva de aprendizaje y crecimiento con los procesos internos es positivo y significativo (0.738) ya que como menciona Kaplan (2004) el tener identificadas las tareas necesarias, los sistemas de información y el capital organizacional, permite mejorar los procesos internos, es decir como los activos intangibles transformarán estos procesos, ya que la mayoría de los sistemas de medición del desempeño existentes de las organizaciones se enfoca en mejorar los procesos operativos. En relación a los elementos del C.I. que logran transformar los procesos internos, el elemento más conocidas y utilizado por las Pymes es el Capital Humano (0.410) que como menciona Wrigth (1994) es el corazón del capital intelectual; también es el componente más importante en la generación de valor y eficiencia del C.I. (Demuner, 2017). En cuanto al capital estructural y capital relacional la relación con los procesos internos es positiva pero no significativa (0.162) (0.167); en otros estudios se han demostrado que el capital estructural tiene relación con indicadores de desempeño financiero como (ROA, ROI, ROE) (Villegas, 2015), indicadores que no fue utilizado en esta investigación, por no corresponder al objetivo de este trabajo

El coeficiente de determinación R^2 muestra que la perspectiva de aprendizaje con procesos internos es mediana (.545) sin embargo el p valor de esta relación es (0.00) y la t de student (8.610) valor que es significativo, lo que demuestra que los procesos claves de una empresa se desarrollan a través del aprendizaje y crecimiento de los empleados, tal como lo señala Stewart (2000). Procesos internos con capital humano es bajo (0.168), sin embargo, el p valor (0.027) y t de student (2.213) es decir, los conocimientos, las habilidades y los valores del personal influyen en cómo se lleva a cabo los procesos de gestión de clientes y de innovación, que fueron las dos variables que quedaron en el modelo, señalado por Kaplan (2004).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Procesos internos con capital estructural; así como procesos internos y capital relacional el valor R^2 es alto (0.670)(0.418) , sin embargo el p valor obtenido es mayor a 0.05 (0.130) (0.270) y t de student menor 1.96 (1.516, 1.105) que respaldan la aceptación de la hipótesis nula, por lo cual fue necesario inmigrar a un estudio cualitativo.

Después del estudio cualitativo, el modelo obtenido y que permite medir el impacto de C.I. en el desempeño de Pymes, está conformado por 5 variables independientes y 28 variables dependientes, que muestran que se debe desarrollar el capital intelectual a través de sus tres elementos tradicionales: Capital humano (9 variables), capital estructural u organizacional (6 variables) y capital relacional (7 variables), este tienen impacto en el desempeño de las empresas si logran mejorar sus procesos internos (proceso de gestión de operaciones, proceso de gestión de clientes e innovación y creación de productos) para poder entender la participación de los activos intangibles en el éxito de las organizaciones, se debe tener bien definidos y alineados a la estrategia de la empresa los indicadores de aprendizaje y crecimiento (crecimiento de empleados, inversiones en TIC´s, productividad del empleado) (Kaplan, 2004).

Conclusiones

Se realiza la propuesta de un modelo en donde el desempeño de las organizaciones es medido por variables que integran las perspectiva de aprendizaje y crecimiento y la perspectiva de procesos internos, que como menciona Kaplan Y Norton (2004) tienen impacto directo el Capital Intelectual, sin embargo es necesario que las Pymes empiecen a utilizar indicadores financieros como son (ROA, ROI, ROE) para medir su desempeño, como otros estudios aplicados al sector bancario (Demuner, 2017) y en grandes empresas (Villegas, 2015).

En el estudio cuantitativo se demostró que existe una relación fuerte entre el Capital Intelectual y algunos indicadores no financieros de las Pymes, sin embargo es necesario realizar futuras investigaciones que permitan entender, el porqué del poco desarrollo de las variables del capital estructural y capital relacional en las Pymes, para que efectivamente estas empresas puedan utilizar todas las variables que podrían darles una ventaja competitiva.

Se requiere implementar el modelo final y poner en marcha alguna de las acciones propuestas, para evaluar los resultados.

Referencias

Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models .Management Decision, 36, 63-76. doi:https://doi.org/10.1108/00251749810204142

Bontis, N. (2000). Intellectual Capital and businees performance in Malaysian industries. Journal of intellectual capital, 1, 85-100. doi:https://doi.org/10.1108/14691930010324188

Bueno, E. (2008). Génesis, concepto y desarrollo del capital intelectual en la economía del conocimiento: Una reflexión sobre el Modelo Intellectus y sus aplicaciones. Estudios de Economia Aplicada, 26-2, 43-64.

Bueno, E. (2011). Modelo Intellectus de medición, gestión e información del capital intelectual (U. A. d. Madrid Ed. 2 DA. ed.). Madrid, España: IADE-UAM.

Creswell, J. W. (2007). Diseño de Investigación (I. Sage Publication Ed.). Thousand Oaks, California.

Demuner F. R., S. G., Camarena A.E. (2017). Medición del Capital Intelectual en el Sector Bancario: Aplicación de los Modleos Skandia y VAIC. Revista Innovar Journal, 27, 75-89. doi:10.15446/innovar.v27n66.66712

Edvisson, L. M., S. (1997). Intellectual capital: Realizing your company´s true value by finding its hidden brainpower (Harperbusiness Ed.). New York, Estados Unidos: Harper Collins Publisher, Inc.

INEGI. (2020,2022). Directorio Estadístico de unidades económicas . Obtenido de https://www.inegi.org.mx/app/buscador/default.html?q=DENUE+2019

Kaplan, S. R. N., P. D. (2004). Mapas Estratégicos: Convirtiendo los Activos intangibles en resultados tangibles (T. G. V. S.A. Ed.). Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000

Leif Edvinsson (1997). Intellectual Capital Navigating in the New Businnes Landscape (Aardvak Ed.). London, Reyno Unido: McMillan Business Publisher.

Monagas, M. (2012). El capital intelectual y la gestión del conocimiento. Ingeniería Industrial, XXXIII(2), 142-150.

Muhammad, K. (2015). Intellectual capital in Pakistani small and medium enterprises Journal of intellectual capital, 16(1).

Pulic, A. (1998) Measuring the Performance of IP in Knowledge Economy, Hamilton

Rodríguez, G. (1996). Metodología de la Investigación Cualitativa. Granada, España: Ediciones Aljibe.

Roos, J. (1997). Capital intelectual: El valor intangible de la empresa (Ediciones Paiódos Ibérica, S.A. ed.). Barcelona, España: Europe S.L.

Stewart, T. (2000). Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations (D. Currency Ed.). Michigan, Estados Unidos: Universidad de Michigan.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Sullivan, P. (1998). Profiting from intellectual capital: extracting value from innovation (I. John Wiley & Sons Ed.). New York.

Sveiby, K. (1997). The new organizational wealth. Managing & Measuring Knowledge-Based Assts. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers, Inc.

Villegas, E. (2015). La medición del capital intelectual y su impacto en el rendimiento financiero en empresas del sector industrial en México. Contaduría y Adminsitración, 62, 184-206.

Wrigth, M. M., C. . (1994). Human resources and sustained competitive advantage: a resource-based perspective. The International Journal of Human Resource Management, 5(2), 301-326. doi:DOI: 10.1080/09585199400000020

Capítulo 31. Diferencia generacional en la gestión de la mype desde un enfoque de análisis sistémico.

José Jesús Ferrales Montes
Raúl Guadalupe Paredes Barceló
Zonia Aydeé Gastélum
Diego Alberto Avilés Quintanar

Universidad Tecnológica de Hermosillo

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.31

Resumen

Con el objetivo de encontrar diferencias significativas en las gestiones entre las distintas generaciones de directores/as se hace un análisis de diferencias de medias mediante ANOVA, siguiendo la metodología planteada por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios – RELAYN.

Se obtuvo como hallazgo principal la diferencia significativa en las variables de Recursos Humanos, Análisis de Mercado, Proveedores y Mercadotecnia, concluyendo que hay diferencias de gestión en el corte generacional entre los mayores de 43 años y los menores de 42.

Palabras clave

Generaciones, diferencias, gestión, mype

Introducción

La micro y pequeña empresa ha sido estudiada por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios desde un enfoque de Análisis sistémico a lo largo de los últimos ocho años, lo que ha permitido tener diferentes parámetros del estatus y desarrollo de esta unidad económica. Realizar un análisis para buscar enfoques distintos de gestión entre generaciones, puede ayudar a comprender cómo toman las decisiones sus directores/as, influenciados/as por su contexto de vida.

Es importante considerar que la categorización de generaciones no es un elemento científico sino un enfoque de estudio sociocultural, demográfico, sociológico o incluso antropológico, por lo que la literatura se desarrolla más en un análisis temático y de comportamiento que en patrones científicos, por ese motivo es fácil y peligroso caer en sesgos y estereotipos, al no considerar que las generaciones tienen puntos de convergencia, momentos, situaciones en común (Pew Research Center, 2023a). Se cuenta con estudios serios de Pew Research Center, quienes considerando que las generaciones han compartido experiencias, momentos históricos, avances tecnológicos, entre otros factores, pueden moldear opiniones, culturas y comportamientos en grupos de personas, marcando tendencias, por lo que vale la pena su estudio y análisis. Hay áreas como el marketing que utilizan esta categorización para su segmentación de clientes, pero incluso en esta área hay quienes se cuestionan si es un enfoque válido para entender al mercado (Chacón, 2017).

Por otra parte, se puede considerar que los cambios históricos, producen cambios generacionales, al igual que los individuos se ven influenciados por la cultura constituyéndose y reforzándose mutuamente, por lo que cualquier cambio cultural impacta en los individuos (Campbell, et al., 2017).

El objetivo es comprobar que existe una diferenciación entre las gestiones acorde a las generaciones de las y los directoras/es de las mypes, así como determinar en qué elementos del sistema se encuentran esas diferencias.

Revisión de la Literatura

Las generaciones han sido objeto de estudio en la búsqueda de patrones conductuales sobre diferentes temáticas que van desde el comportamiento del consumidor (Contreras, et al., 2021), sus valores en relación con lo laboral (Chirinos, 2009), incluso hasta plataformas digitales como Linkedin (Murdoch, 2018) realizan sus propios análisis; hay estudios interesantes sobre la relación de las generaciones y el abandono de lo rural en relación a la sucesión de tierras (Pinto Lorenzi et al., 2023). El tema ha sido analizado desde diversas perspectivas y

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

dimensiones por autores e instituciones, con el fin de entender el comportamiento humano desde dicho enfoque, sin embargo, no hay consenso sobre el concepto y comportamientos asociados (Díaz, et al., 2017) e incluso, hay diferencias entre el inicio y termino de una generación a otra (Pew Research Center, 2023b), dependiendo la fuente, pueden existir diferencias en los rangos de años que las conforman. En lo que se coincide es que las generaciones permiten un análisis que genera contexto a las personas que son parte de un estudio, quienes compartieron experiencias, momentos, sucesos que marcaron sus opiniones e influyen en sus tomas de decisiones.

Por lo anterior, y para fines de este artículo, se ha establecido la siguiente clasificación de generaciones según el año de nacimiento y algunas de sus características:

Tabla 31.1

Generaciones y sus características.

Generación	Baby Boomers: 1949-1968
Características	Generación de la postguerra que experimentó desarrollo económico y social y gran crecimiento de la natalidad; gestores de grandes movimientos por los derechos y la igualdad; Temerosos de los cambios acelerados y de los códigos de conducta y valores
Generación	Gen X: 1969-1980
Características	Generación que nació sin tecnología, pero se familiarizó con ella; generación que creció con estabilidad económica, con una vida tranquila; que estableció las conexiones sociales como parte fundamental; con altas aspiraciones y tendencias al consumo; adictos al trabajo.
Generación	Gen Y – Millennials: 1981-1993
Características	Generación que no apoya la represión ni el libertinaje; que valoran la familia y el trabajo, pero tienen otros intereses; marcados por padres ausentes por el trabajo y la educación formal; se conformaron en grupos de jóvenes para generar cambios o ser disruptivos; vivieron la aceleración tecnológica y de entretenimiento; buscan la inmediatez para el éxito laboral y pueden ser vulnerables a la ansiedad y depresión, por lo que buscan equilibrio entre la vida laboral y personal.

Generación	Gen Z: 1994-2010
Características	Nacieron con la tecnología al alcance; con gran acceso a información y de mayores libertades que otras generaciones; son críticos y cuestionan a la autoridad y lo "establecido", incluyendo la educación tradicional; preocupados por su entorno ambiental y social; les ha tocado una aceleración de la conexión social en lo virtual y la inteligencia artificial;

Nota. Se enlistan las diferentes generaciones y las características que distinguen a cada una de ellas. Fuente: Elaboración propia con información de Perilla (2018); Ramírez (2022); García (2017); Asociación 50plus (2022); Concejo Barcelona (2018).

Se puede entender el aprendizaje organizacional como aquel proceso dinámico y de mejora continua (Zazueta M., et al., 2021) que se encuentra relacionado con la experiencia de la empresa, sus empleados y directivos, lo cual influye en la gestión, procesos y resultados de una organización. Desde este enfoque, el que un/a director/a pertenezca a una generación, puede influir en su estilo de liderazgo y toma de decisiones, de acuerdo con sus experiencias de vida, tendencias sociales, su educación, la tecnología de su época y todo elemento o tendencia que lo marque.

La gestión de la empresa se enfoca al cumplimiento de los objetivos organizacionales, y los indicadores de su desempeño no siempre se encuentran en el apartado financiero, el cual es un criterio importante para entender el rendimiento empresarial (Castañón Rodríguez, J., et al., 2023), sin embargo, también existen otros elementos relacionados con el desempeño como pueden ser la fidelización de los clientes, los empleados, el producto, etc.

Entender a la micro y pequeña empresa desde una perspectiva sistémica, permite visualizar la organización como un ente abierto, que interactúa con su entorno, que influencia y se influencia por el mismo, es entonces la mype un sistema social (Valentinov, V., 2022).

La mype es observada desde el análisis sistémico generado por la RELAyN, teniendo como dimensiones los insumos (Recursos Humanos, Análisis de Mercado, Proveedores), procesos (Dirección, Gestión de ventas, Finanzas, Producción, Innovación, Mercadotecnia) y resultados (Satisfacción con la empresa, Valoración del entorno, Responsabilidad Social Corporativa, Ventaja Competitiva) (Aguilar Rascón, O., 2023).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Metodología

Características del estudio

El objetivo del estudio es encontrar diferencias en la gestión de la micro y pequeña empresa entre las diferentes generaciones para lo cual se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿Existe una diferencia significativa en las gestiones de dirección de las mypes entre las generaciones a las que pertenece su director(a)?, de existir, ¿En qué elementos de la estructura de la mype se ubican esas diferencias? Para responder a las preguntas de investigación se buscan las diferencias significativas en la gestión de una mype por parte de las y los directores analizando los elementos del sistema desde un enfoque del análisis sistémico y con la siguiente categorización de generaciones: Baby Boomers (55 a 74 años), Gen X (43 a 54 años), Millenials (30 a 42 años) y Gen Z (18 a 29 años).

Se aplicaron 515 entrevistas estructuradas en encuestas, por parte de estudiantes de la carrera Desarrollo de Negocios, los instrumentos se aplicaron a Directoras y Directores de micro y pequeñas empresas en la ciudad de Hermosillo, Sonora, México, entendiéndose como director/a la persona que toma la mayoría de las decisiones dentro de la empresa. Posterior a un proceso de revisión se consideran parte de la muestra válida 457 encuestas. Sin embargo, para la categorización de las generaciones se excluye a los mayores de 75 años, por no ser parte de las categorías de estudio, así como por el bajo muestro al sólo recabar 8 encuestas de dicho sector, quedando una muestra para el análisis de 449 con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Se realiza un estudio cuantitativo, no experimental (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018), utilizando el instrumento desarrollado por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (Peña, N., y Aguilar, O., 2023) del cual se retoman 66 ítems con una escala tipo Likert de cinco puntos correspondientes a 3 dimensiones y 13 variables:

Tabla 31.2

Definición operacional de las variables.

DIMENSIÓN	VARIABLE	DEF. OPERACIONAL
INSUMOS DEL SISTEMA	RECURSOS HUMANOS	RH = 5 ÍTEMS
	ANÁLISIS DE MERCADO	AM = 5 ÍTEMS
	PROVEEDORES	PROV = 5 ÍTEMS
PROCESOS DEL SISTEMA	DIRECCIÓN	DIR = 5 ÍTEMS
	GESTIÓN DE VENTAS	GVTAS = 5 ÍTEMS
	FINANZAS	FIN = 5 ÍTEMS
	INNOVACIÓN	INN = 5 ÍTEMS
	MERCADOTECNIA	MER = 5 ÍTEMS
	PRODUCCIÓN-OPERACIÓN	PRO = 5 ÍTEMS
RESULTADOS DEL SISTEMA	SATISFACCIÓN CON LA EMPRESA	SEMP = 5 ÍTEMS
	VENTAJA COMPETITIVA	VC = 5 ÍTEMS
	RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	RSC = 6 ÍTEMS
	VALORACIÓN DEL ENTORNO	VE = 5 ÍTEMS

Nota: Se realiza la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach obteniendo 0.956 considerado un nivel alto.

Tabla 31.3

Estadísticos de fiabilidad.

Alfa de Cronbach	N de elementos
.956	66

Nota. Datos procesados en SPSS v. 15.

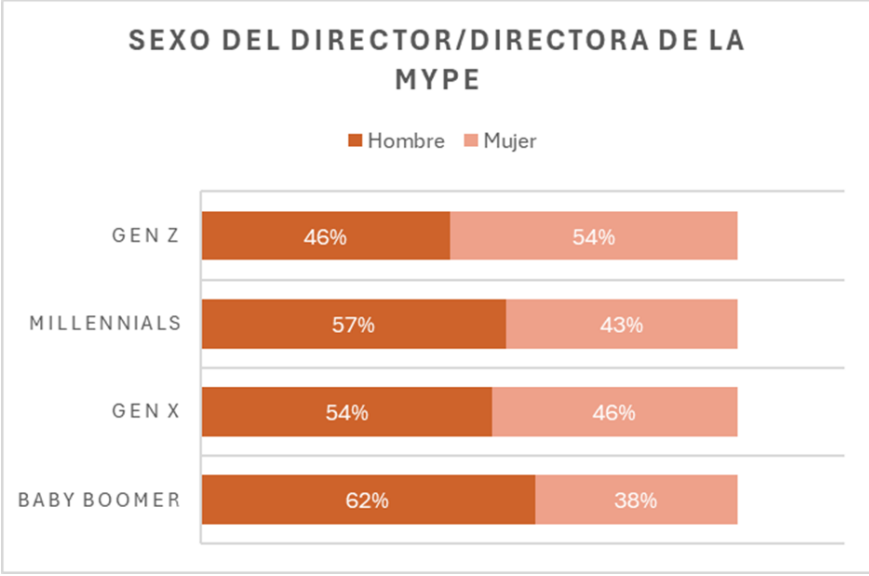
Características de la muestra.

Es importante señalar que las empresas participantes podían o no estar constituidas legalmente, ya que se busca explorar la realidad del sector abarcando la formalidad y la informalidad.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 31.1

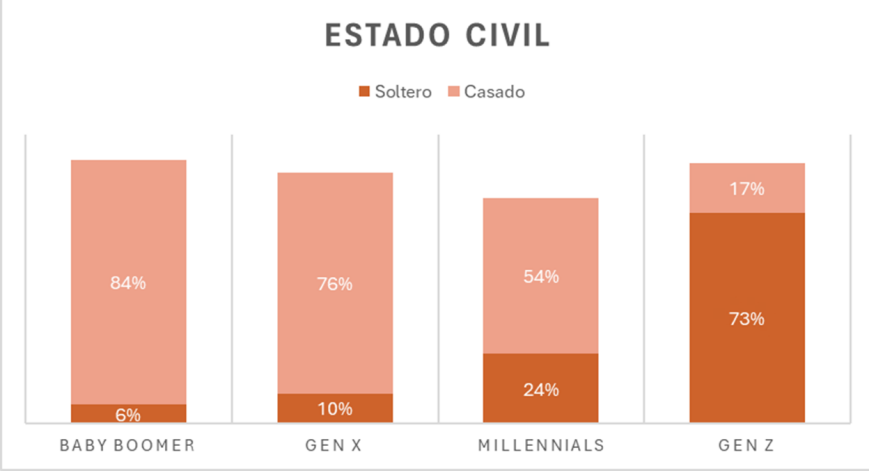
Diferencias en el sexo de la dirección en la mype por generaciones.



Nota. El sexo del director/a del sistema mypes por generaciones.

Figura 31.2

Diferencias en el estado civil de la dirección en la mype por generaciones.



Nota. El estado civil del director/a del sistema mypes por generaciones.

En la Figura 31.1 y la Figura 31.2 se observa que de la Gen Z el 54% de quien dirige la empresa son mujeres y el 17% están casados/as, de la generación Millenial el 43% de quien dirige la empresa son mujeres y el 54% están casasdos/as, de la Gen X el 46% de quien dirige

la empresa son mujeres y el 76% están casados/as y por último de la generación Baby Boomer el 38% de quien dirige la empresa son mujeres y el 84% están casados/as.

Tabla 31.4

Días dedicados por el/la director/a a la mype.

GENERACIONES											
GEN Z			MILLENNIALS			GEN X			BABY BOOMER		
5	6	7	5	6	7	5	6	7	5	6	7
17%	39%	25%	10%	49%	32%	13%	42%	35%	6%	42%	39%

Nota. Se detallan las generaciones y los días dedicados por el/la director/a a la mype.

Tabla 31.5

Horas dedicadas por el/la director/a a la mype.

GENERACIONES											
GEN Z			MILLENNIALS			GEN X			BABY BOOMER		
<12 hrs	<9 hrs	<6 hrs	<12 hrs	<9 hrs	<6 hrs	<12 hrs	<9 hrs	<6 hrs	<12 hrs	<9 hrs	<6 hrs
11%	38%	34%	14%	38%	35%	15%	35%	33%	19%	35%	30%

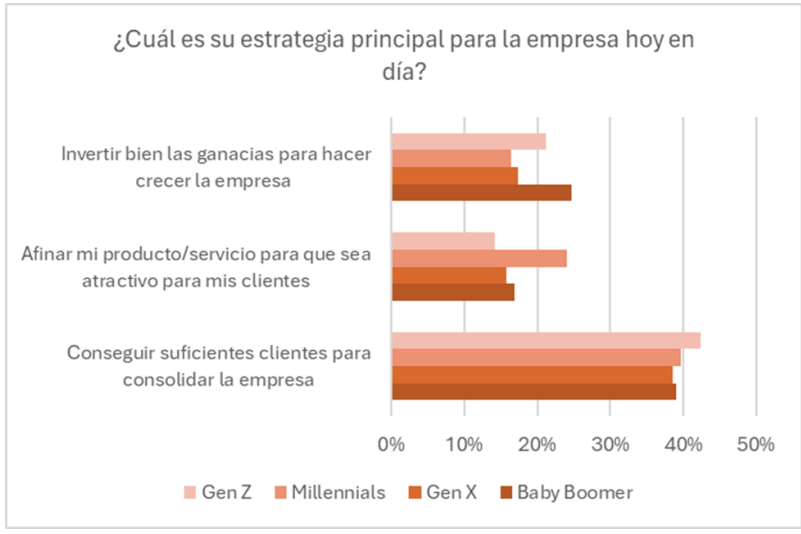
Nota. Descripción de las horas dedicadas por el director/a a la mype según la generación.

Como se observa en la Tabla 31.4, las cuatro generaciones le dedican en su mayoría 6 días a la empresa, siendo los Millennials con el porcentaje más alto y la generación Z con el porcentaje más bajo. Por otra parte, en la Tabla 31.5 las cuatro generaciones le dedican hasta 6 o hasta 9 horas diarias a la empresa.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 31.3

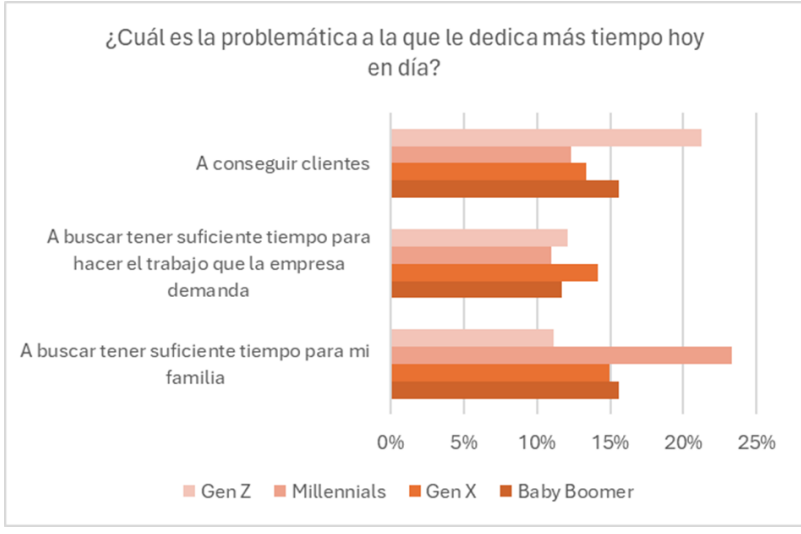
Estrategia principal.



Nota. Se preguntó a los Directores/as de las mipes ¿Cuál es su estrategia principal para la empresa hoy en día?. En la figura se indican las respuestas obtenidas. Fuente: Elaboración propia.

Figura 31.4

Problemática a la que se le dedica más tiempo.



Nota. Se encuestó a los Directores/as de las mipes ¿Cuál es la problemática a la que le dedica más tiempo hoy en día?. En la figura se indican las respuestas obtenidas. Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 31.3 se observa que la principal estrategia a utilizar por las cuatro generaciones consiste en conseguir suficientes clientes para consolidar la empresa, pero cabe destacar porcentajes por arriba del 20% para la Gen Z y Baby Boomer con la estrategia invertir bien las ganancias para hacer crecer la empresa y un porcentaje superior al 20% de la generación Millennials con la estrategia afinar bien mi producto/servicio para que sea atractivo para mis clientes.

Por otra parte, la principal problemática (figura 4) a la que se enfrenta la generación Z es conseguir clientes; los Millennials y la Gen X consideran su principal problemática buscar tener suficiente tiempo para su familiar; por último, la generación Baby Boomer considera sus principales problemáticas conseguir clientes y buscar tener suficiente tiempo para su familia.

Resultados

Se procede a realizar una comparación de medias en SPSS con ANOVA de un factor para cada una de las dimensiones del sistema de la micro y pequeña empresa obteniendo los siguientes resultados.

Diferencias en insumos del sistema mype.

Tabla 31.6

Descriptivos de los elementos INSUMOS de las mypes.

Descriptivos de los elementos insumos de las MYPES		N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
						Límite inferior	Límite superior		
RH	Baby Boomer	77	4.39	0.486	0.055	4.28	4.50	3	5
	Gen X	127	4.47	0.628	0.056	4.36	4.58	1	5
	Millennials	146	4.59	0.441	0.037	4.52	4.66	4	5
	Gen Z	99	4.40	0.686	0.069	4.27	4.54	1	5
	Total	449	4.48	0.569	0.027	4.43	4.53	1	5
AM	Baby Boomer	77	4.36	0.458	0.052	4.25	4.46	3	5
	Gen X	127	4.40	0.558	0.050	4.31	4.50	2	5
	Millennials	146	4.48	0.491	0.041	4.40	4.56	3	5
	Gen Z	99	4.28	0.553	0.056	4.17	4.40	2	5

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Descriptivos de los elementos insumos de las MYPES		N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
						Límite inferior	Límite superior		
	Total	449	4.39	0.523	0.025	4.35	4.44	2	5
PROV	Baby Boomer	77	4.46	0.487	0.055	4.35	4.57	3	5
	Gen X	127	4.46	0.557	0.049	4.36	4.55	1	5
	Millennials	146	4.48	0.508	0.042	4.40	4.57	3	5
	Gen Z	99	4.27	0.675	0.068	4.13	4.40	1	5
	Total	449	4.42	0.564	0.027	4.37	4.48	1	5

Nota. Descripción de los elementos INSUMOS de las mypes.

Tabla 31.7

Prueba de homogeneidad de varianzas en INSUMOS de las mypes.

Prueba de homogeneidad de varianzas				
INSUMOS	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
RH	1.642	3	445	0.179
AM	0.712	3	445	0.545
PROV	1.552	3	445	0.200

Nota. Se detalla la prueba de homogeneidad de varianzas en INSUMOS de las mypes encuestadas.

Tabla 31.8

ANOVA de INSUMOS de las mypes.

ANOVA						
INSUMOS		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
RH	Inter-grupos	2.861	3	0.954	2.988	0.031
	Intra-grupos	142.036	445	0.319		
	Total	144.897	448			

ANOVA						
INSUMOS		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
AM	Inter-grupos	2.354	3	0.785	2.906	0.034
	Intra-grupos	120.151	445	0.270		
	Total	122.505	448			
PROV	Inter-grupos	3.205	3	1.068	3.416	0.017
	Intra-grupos	139.176	445	0.313		
	Total	142.380	448			

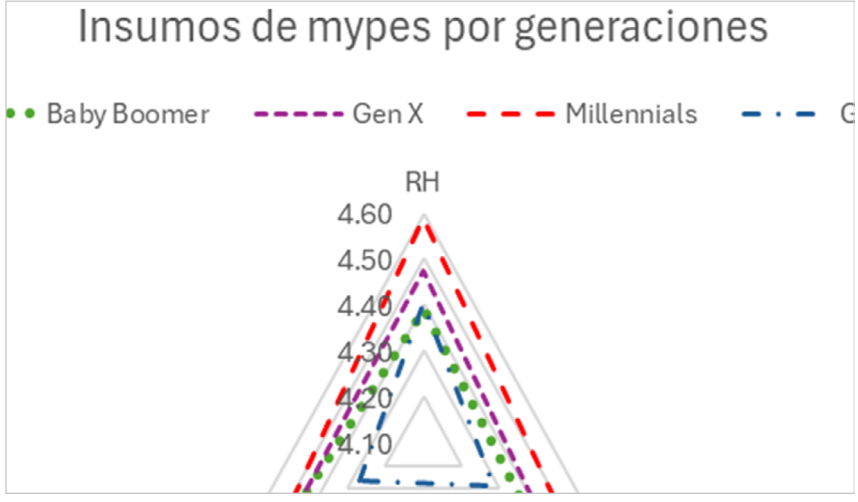
Nota. Se describe el ANOVA de los INSUMOS de las mypes encuestadas.

De acuerdo con la prueba de homogeneidad y al ANOVA podemos observar en las Tablas 31.7 y 31.8 la diferencia significativa de las medias de los elementos de INSUMOS de las mypes. Se procede a graficar las medias para observar la tendencia de las diferencias.

En la Figura 31.5 observamos los INSUMOS por generación de estudio, mientras que la Figura 31.6 se observa desde una perspectiva de corte generacional, de tal manera que se identifica una marcada diferencia entre los mayores de 43 (Baby Boomers y Gen X) y los menos de 42 (Millennials y Gen Z)

Figura 31.5

Diferencias en insumos del sistema mype por generaciones.

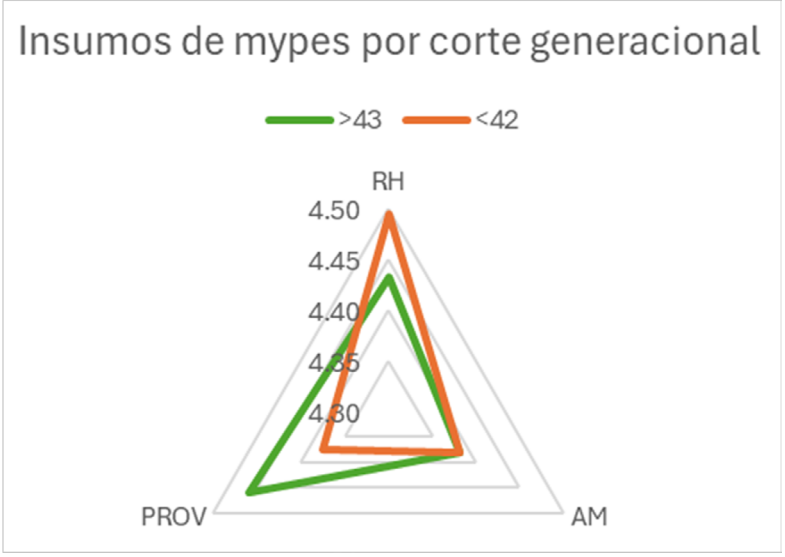


Nota. Los insumos del sistema mypes por generaciones. Fuente: Elaboración propia.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Figura 31.6

Diferencias en insumos del sistema mype por corte generacional.



Nota. Los insumos del sistema mypes por corte generacional. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 31.9

Descriptivos de los elementos PROCESOS de las mypes.

Descriptivos de los elementos procesos de las MYPES		N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
						Límite inferior	Límite superior		
DIR	Baby Boomer	77	4.31	0.498	0.057	4.20	4.42	3	5
	Gen X	127	4.30	0.616	0.055	4.19	4.41	2	5
	Millennials	146	4.40	0.520	0.043	4.31	4.48	2	5
	Gen Z	99	4.32	0.507	0.051	4.22	4.42	3	5
	Total	449	4.34	0.542	0.026	4.29	4.39	2	5
GVTAS	Baby Boomer	77	4.08	0.825	0.094	3.90	4.27	1	5
	Gen X	127	4.16	0.653	0.058	4.05	4.28	3	5
	Millennials	146	4.13	0.762	0.063	4.00	4.25	1	5
	Gen Z	99	4.12	0.641	0.064	3.99	4.25	2	5
	Total	449	4.13	0.717	0.034	4.06	4.19	1	5
FIN	Baby Boomer	77	4.52	0.467	0.053	4.41	4.62	4	5
	Gen X	127	4.44	0.616	0.055	4.33	4.55	2	5

Descriptivos de los elementos procesos de las MYPES		N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
						Límite inferior	Límite superior		
	Millennials	146	4.51	0.495	0.041	4.43	4.59	3	5
	Gen Z	99	4.36	0.653	0.066	4.23	4.49	2	5
	Total	449	4.46	0.566	0.027	4.41	4.51	2	5
INN	Baby Boomer	77	4.00	0.892	0.102	3.80	4.21	1	5
	Gen X	127	4.05	0.839	0.074	3.91	4.20	1	5
	Millennials	146	4.18	0.804	0.067	4.05	4.31	1	5
	Gen Z	99	4.16	0.718	0.072	4.02	4.30	1	5
	Total	449	4.11	0.812	0.038	4.03	4.18	1	5
MER	Baby Boomer	77	4.32	0.645	0.073	4.18	4.47	2	5
	Gen X	127	4.32	0.559	0.050	4.22	4.42	2	5
	Millennials	146	4.50	0.528	0.044	4.42	4.59	2	5
	Gen Z	99	4.44	0.596	0.060	4.32	4.56	2	5
	Total	449	4.41	0.577	0.027	4.35	4.46	2	5
PRO	Baby Boomer	77	4.57	0.440	0.050	4.47	4.67	4	5
	Gen X	127	4.56	0.472	0.042	4.48	4.64	3	5
	Millennials	146	4.56	0.437	0.036	4.49	4.63	3	5
	Gen Z	99	4.53	0.463	0.047	4.44	4.63	3	5
	Total	449	4.56	0.452	0.021	4.51	4.60	3	5

Nota. Descripción de los elementos PROCESOS de las mypes encuestadas.

Tabla 31.10

Prueba de homogeneidad de varianzas en PROCESOS de las mypes.

Prueba de homogeneidad de varianzas				
PROCESOS	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
DIR	1.111	3	445	0.344
GVTAS	2.479	3	445	0.061
FIN	3.905	3	445	0.009
INN	0.999	3	445	0.393
MER	1.196	3	445	0.311
PRO	0.328	3	445	0.805

Nota. Se detalla la prueba de homogeneidad de varianzas en PROCESOS de las mypes.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 31.11

ANOVA de la dimensión PROCESOS.

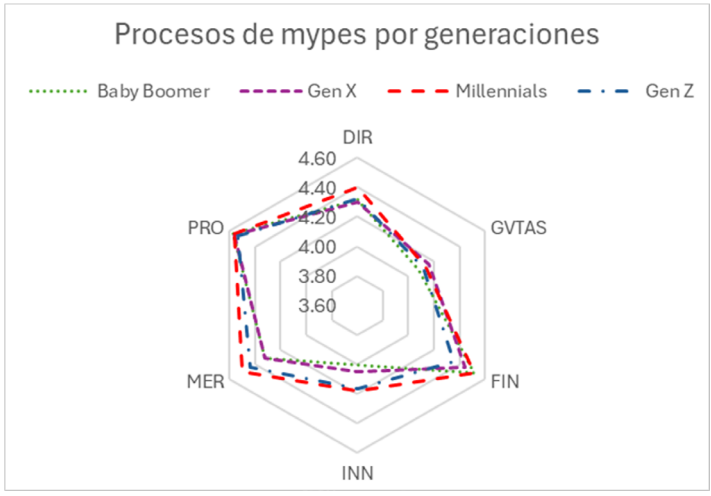
ANOVA						
PROCESOS		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
DIR	Inter-grupos	0.779	3	0.260	0.881	0.451
	Intra-grupos	131.045	445	0.294		
	Total	131.823	448			
GVTAS	Inter-grupos	0.302	3	0.101	0.195	0.900
	Intra-grupos	230.011	445	0.517		
	Total	230.313	448			
FIN	Inter-grupos	1.755	3	0.585	1.837	0.140
	Intra-grupos	141.670	445	0.318		
	Total	143.424	448			
INN	Inter-grupos	2.206	3	0.735	1.115	0.343
	Intra-grupos	293.370	445	0.659		
	Total	295.576	448			
MER	Inter-grupos	2.873	3	0.958	2.915	0.034
	Intra-grupos	146.234	445	0.329		
	Total	149.107	448			
PRO	Inter-grupos	0.069	3	0.023	0.112	0.953
	Intra-grupos	91.497	445	0.206		
	Total	91.567	448			

Nota. Descripción de la prueba de homogeneidad de varianzas en PROCESOS de las mypes.

De acuerdo con la prueba de homogeneidad y ANOVA podemos observar en las Tablas 31.10 y 31.11 la diferencia significativa de las medias en el elemento Mercadotecnia de la dimensión de PROCESOS de las mypes. Se procede a graficar las medias para observar la tendencia de las diferencias.

Figura 31.7

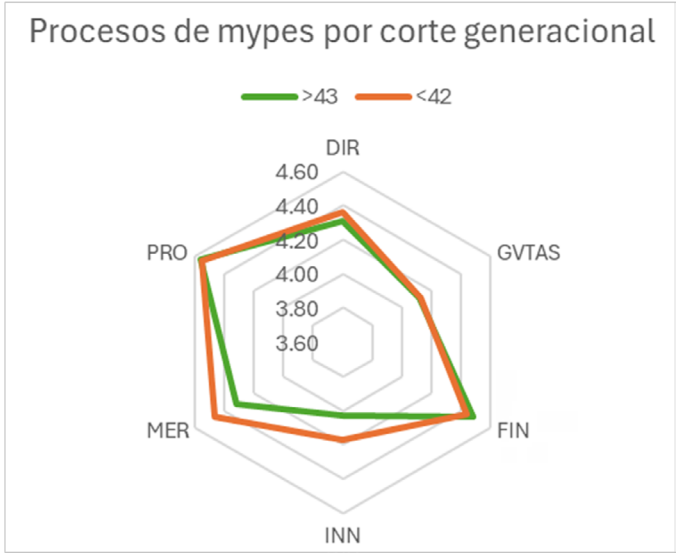
Diferencias en procesos del sistema mype por generaciones.



Nota. Los procesos del sistema mypes por generaciones.

Figura 31.8

Diferencias en procesos del sistema mype por corte generacional.



Nota. Los procesos del sistema mypes por corte generacional. Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 31.7 observamos los PROCESOS por generación de estudio, mientras que la figura 8 se observa desde una perspectiva de corte generacional, de tal manera que se identifica una marcada diferencia entre los mayores de 43 (Baby Boomers y Gen X) y los menores de 42 (Millennials y Gen Z) específicamente en el área de mercadotecnia y con dicha tendencia en opiniones de innovación.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Diferencias en los resultados del sistema mype.

Tabla 31.12

Prueba de homogeneidad de varianzas en RESULTADOS de las mypes.

Descriptivos de los elementos resultados de las MYPES		N	Media	Desviación típica	Error típico	Intervalo de confianza para la media al 95%		Mínimo	Máximo
						Límite inferior	Límite superior		
SEMP	Baby Boomer	77	4.30	0.661	0.075	4.15	4.45	2	5
	Gen X	127	4.29	0.590	0.052	4.18	4.39	2	5
	Millennials	146	4.43	0.493	0.041	4.35	4.51	3	5
	Gen Z	99	4.30	0.591	0.059	4.19	4.42	3	5
	Total	449	4.34	0.576	0.027	4.29	4.39	2	5
VC	Baby Boomer	77	4.50	0.563	0.064	4.38	4.63	2	5
	Gen X	127	4.44	0.540	0.048	4.35	4.54	2	5
	Millennials	146	4.53	0.488	0.040	4.45	4.61	3	5
	Gen Z	99	4.38	0.565	0.057	4.27	4.49	2	5
	Total	449	4.47	0.535	0.025	4.42	4.52	2	5
RSC	Baby Boomer	77	4.40	0.660	0.075	4.25	4.55	1	5
	Gen X	127	4.30	0.789	0.070	4.16	4.44	1	5
	Millennials	146	4.42	0.579	0.048	4.33	4.52	3	5
	Gen Z	99	4.38	0.614	0.062	4.25	4.50	1	5
	Total	449	4.37	0.665	0.031	4.31	4.43	1	5
VE	Baby Boomer	77	4.46	0.721	0.082	4.30	4.63	2	5
	Gen X	127	4.46	0.593	0.053	4.35	4.56	2	5
	Millennials	146	4.43	0.625	0.052	4.33	4.53	2	5
	Gen Z	99	4.29	0.684	0.069	4.16	4.43	1	5
	Total	449	4.41	0.648	0.031	4.35	4.47	1	5

Nota. Descripción de la prueba de homogeneidad de varianzas en RESULTADOS de las mypes.

Tabla 31.13

Prueba de homogeneidad de varianzas en RESULTADOS de las mypes.

Prueba de homogeneidad de varianzas				
RESULTADOS	Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
SEMP	3.390	3	445	0.018
VC	0.793	3	445	0.498
RSC	1.974	3	445	0.117
VE	1.051	3	445	0.370

Nota. Se detalla la prueba de homogeneidad de varianzas en RESULTADOS de las mypes.

Tabla 31.14

ANOVA de la dimensión RESULTADOS.

ANOVA						
RESULTADOS		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
SEMP	Inter-grupos	1.872	3	0.624	1.895	0.130
	Intra-grupos	146.576	445	0.329		
	Total	148.448	448			
VC	Inter-grupos	1.566	3	0.522	1.835	0.140
	Intra-grupos	126.628	445	0.285		
	Total	128.195	448			
RSC	Inter-grupos	1.131	3	0.377	0.851	0.467
	Intra-grupos	197.133	445	0.443		
	Total	198.264	448			
VE	Inter-grupos	1.914	3	0.638	1.524	0.207
	Intra-grupos	186.211	445	0.418		
	Total	188.125	448			

Nota. Se detalla la prueba de homogeneidad de varianzas en RESULTADOS de las mypes.

De acuerdo con la prueba de homogeneidad y ANOVA podemos observar en las Tablas 31.13 y 31.14 que no existe diferencias significativas de las medias en los elementos de

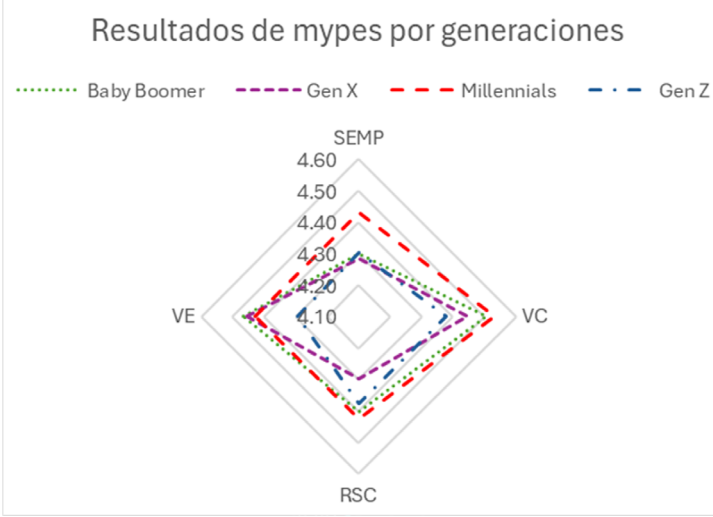
Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

la dimensión de RESULTADOS de las mypes. Se procede a graficar las medias para observar la tendencia en las opiniones.

En la Figura 31.9 observamos los RESULTADOS por generación de estudio, mientras que la Figura 31.10 se observa desde una perspectiva de corte generacional, de tal manera que se identifica una marcada diferencia entre los mayores de 43 (Baby Boomers y Gen X) y los menos de 42 (Millennials y Gen Z).

Figura 31.9

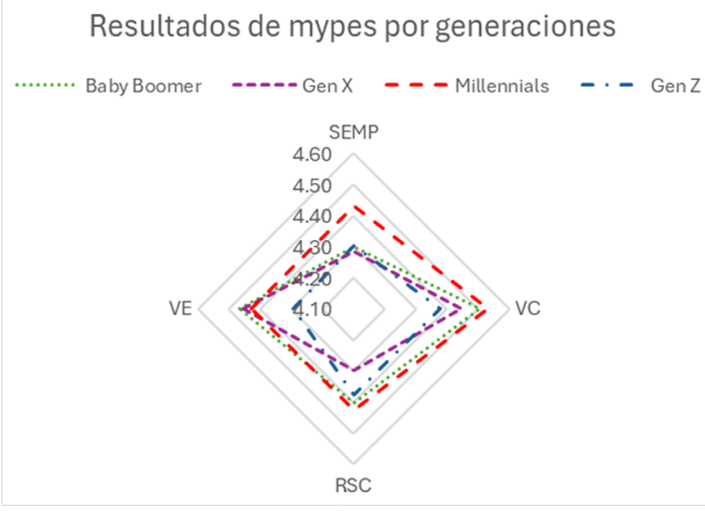
Diferencias en resultados del sistema mype por generaciones.



Nota. Los resultados del sistema mypes por generaciones.

Figura 31.10

Diferencias en resultados del sistema mype por corte generacional.



Nota. Los resultados del sistema mypes por corte generacional.

Discusión

Desde las características de la muestra se pueden observar datos interesantes que indican cambios generacionales, entendiéndose en su adecuada dimensión, ya que son datos descriptivos no representativos. En la Figura 31.1 se observa que fue más elevada la muestra de mujeres en la generación Z en comparativa con la generación Baby Boomer.

En los días dedicados a la empresa (Tabla 31.3) se observa que la generación Z, la más joven, se diferencia del resto de generaciones quienes tienen mayores porcentajes en dedicarse entre 6 y 7 días. Todas las generaciones están enfocadas a conseguir suficientes clientes como estrategia principal, alrededor del 40% (Figura 31.3), sin embargo, es importante resaltar que las generaciones Z y Baby Boomer, también consideran una de sus estrategias el reinvertir las ganancias, mientras que la generación Millennials también considera afinar el producto/servicio para hacerlo atractivo a los clientes.

Respecto a las problemáticas (Figura 31.4) es interesante observar que los Millennials buscan tener suficiente tiempo para su familia y los de la generación Z buscan conseguir más clientes, con más del 20% cada uno.

En relación con las hipótesis planteadas se puede considerar que para la dimensión de Insumos del sistema en sus tres variables que la componen hay una diferencia significativa, por lo que se rechaza la H0 y se acepta la H1, es decir, hay diferencias de gestión en recursos humanos, proveedores y análisis de mercado, considerando el corte generacional (Figura 31.6), los menores de 42 tienden al recurso humano, mientras que los mayores de 43 tienden a los proveedores.

En la dimensión de Procesos del sistema, según los resultados, sólo se cuenta con diferencia significativa en la variable Mercadotecnia, por lo que en este elemento se rechaza la H0 y se acepta la H1, y como se observa en el corte generacional (Figura 31.8), los menores de 42 son quienes han desarrollado más este apartado.

Por último, en la dimensión de resultados, no se cuenta con una diferencia estadísticamente significativa según el análisis ANOVA (Tabla 31.14) sin embargo, al analizar las opiniones de las/los directivas/os se puede observar una tendencia proporcional (Figura 31.10) en los cortes generacionales: por una parte, para los mayores de 43 hay mayor Valoración del Entorno (aspectos de preocupación) por lo que hay menor Satisfacción con la empresa y menor preocupación por la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), mientras que para los menores de 42 hay menor Valoración del Entorno, Mayor Satisfacción y mayor enfoque de RSC.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Conclusiones

En base al análisis realizado se puede concluir que hay diferencias significativas en las gestiones de Insumos (Recursos Humanos, Análisis de Mercado, Proveedores) así como en el Proceso de Mercadotecnia, dicha diferenciación se observa en el corte generacional entre los directores mayores de 43 y menores de 42.

Se puede considerar como principal limitante del estudio la falta de consenso respecto a la clasificación de las generaciones, sin embargo, el corte generacional que se implementó en el análisis de resultados, el cual se basa en las diferentes fuentes consultadas, sirven de un referente preciso para el estudio, ya que es donde coinciden todos los estudios al respecto de las generaciones. Como limitante se considera que faltaría investigar con una muestra más elevada en cada generación, así como estudiar qué características considera cada director particular en su gestión de acuerdo a su generación.

Referencias

Aguilar Rascón, O. (2023). El impacto de la dirección en el desempeño en las micro y pequeñas empresas: un análisis sistémico. ContaduríA Y AdministracióN, 68(3), e397. doi:http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.3295

Asociación 50plus. (2022, 20 agosto). Generaciones - generacciona - Queremos accionar y unir el talento de todas las generaciones. Generacciona ObserbatorioGT. Recuperado 12 de noviembre de 2023, de https://generacciona.org/generaciones/

Campbell, Stacy M., Twenge Jean M., Campbell, W. Keith, Fuzzy But Useful Constructs: Making Sense of the Differences Between Generations, Work, Aging and Retirement, Volume 3, Issue 2, 1 April 2017, Pages 130–139, https://doi.org/10.1093/workar/wax001

Castañón Rodríguez, J. C., Baca Pumarejo, J. R., y Villanueva Hernández, V. (2023). Innovación y Desempeño Empresarial: Estudio bibliométrico. Revista Venezolana De Gerencia, 28(102), 812-831. https://doi. org/10.52080/rvgluz.28.102.23

Chacón, L. C. (2017, 23 diciembre). X, Millennials y Z, la batalla generacional acaba de empezar. Forbes México. https://www.forbes.com.mx/x-millennials-y-z-la-batalla-generacional-acaba-de-empezar/

Chirinos, N., (2009). Características generacionales y los valores. Su impacto en lo laboral. Observatorio Laboral Revista Venezolana, 2(4), 133-153. https://biblat.unam.mx/hevila/Observatoriolaboralrevistavenezolana/2009/vol2/no4/6.pdf

Concejo Barcelona, E. (2018, 14 julio). Descubre a qué generación perteneces según tu fecha de nacimiento. La Vanguardia. https://www.lavanguardia.com/vivo/20180408/442342457884/descubre-que-generacion-perteneces.html

Contreras Lévano, M. A. C., y Vargas Merino, J. A. (2021). Conceptualización y caracterización del comportamiento del consumidor. Una perspectiva analítica generacional. ACADEMO (Asunción), 8(1):15-28. http://dx.doi.org/10.30545/academo.2021.ene-jun.2

Díaz, S. C., López, L. M. y Roncallo, L. L. (2017). Entendiendo las generaciones: una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los Baby Boomers, X y Millennials. Clío América, 11(22), 188-204. Doi: 10.21676/23897848.2440Revista Clío AméricaISSN: 1909-941XVol. 11No. 22julio - diciembre de 2017188 - 204DOI: http://10.21676/23897848.2440

García Ayala, E. de J. (2017). Millennials la nueva generación de profesionistas del siglo XXI. Ciencia Administrativa, 1(2017), https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/10/20CA201701.pdf.

Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw Hill Education

Murdoch, J. (2018, 15 mayo). Diferencias entre Baby Boomers y las generaciones XYZ. Linkedin. https://es.linkedin.com/pulse/diferencias-entre-baby-boomers-y-las-generaciones-xyz-juan-murdoch

Peña, N., y Aguilar, O. (2023). Habilidades directivas y clima organizacional. Resultados de una investigación en las micro y pequeñas empresas latinoamericanas. En Estudio de las habilidades directivas y el clima organizacional en las micro y pequeñas empresas de Latinoamérica. Metodología y resultados generales de investigación (1ª. ed., vol. 2, pp. 7–15). Peter Lang.

Perilla G., J. S. A. (2018). Las nuevas generaciones como un reto para la educación actual (Primera edición). Universidad Sergio Arboleda.

Pew Research Center. (2023a, mayo). 5 tips to remember when you hear about Gen Z, millennials, boomers and other generations | Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/05/22/5-things-to-keep-in-mind-when-you-hear-about-gen-z-millennials-boomers-and-other-generations/

Pew Research Center. (2023b, 22 mayo). Where Millennials end and Generation Z begins | Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/

Pinto Lorenzi, G., Almeida Gabriel Filho, L. R., y Baptista Dias, R. (2023). La Generación Millennials: perspectivas profesionales de los sucesores de pequeñas propiedades rurales en Brasil. Revista de Investigación Académica sin Frontera, Año 16(39), https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi39.563. https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/article/view/563/718

Ramírez A., L. M. (2022). Caracterización de la generación del milenio en el contexto laboral: una revisión de la literatura. Revista Universidad y Empresa, 24(42), 1-37. https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8230

Valentinov, V. System or Process? A Meta-theoretical Reflection on the Nature of the Firm. Syst Pract Action Res 35, 1–14 (2022). https://doi.org/10.1007/s11213-021-09555-y

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 32. Estudio mixto sobre el trabajo decente en las Mypes regionales, el caso de Tehuacán.

Angélica Belén Ruiz Contrera
Cristina Rodríguez Suárez
Miguel Antonio Mascarúa Alcázar
Simón Orea Barragán

Universidad Tecnológica de Tehacán

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.32

Resumen

El presente trabajo es un esfuerzo para conocer la perspectiva de los directivos de las micro y pequeñas empresas (Mypes) en la ciudad de Tehuacán, que se ubica al sureste de la capital de estado de Puebla, acerca del otorgamiento de trabajo decente a sus colaboradores, este estudio contó con las opiniones de 36 empresarios elegidos y a quienes se les hicieron entrevistas. Los datos se analizaron desde un análisis mixto que permitió conocer sus puntos de vista y un análisis numérico para saber reforzar las opiniones. Las mediciones muestran que hay importantes esfuerzos, pero todavía se encuentran lejos de lograr importantes contribuciones al tema.

Palabras clave

Crecimiento económico, Desarrollo sostenible, Trabajo decente, Valor agregado

Introducción

En México, las micro, pequeñas y medianas empresas (Mypes) forman un segmento importante de la economía generando un gran aporte en cuanto a productos y servicios, además de tener una capacidad única de adaptarse a las nuevas tecnologías, la sociedad y los cambios de tendencia. Por lo cual promueven el desarrollo económico, la expansión del mercado, la generación de empleos y soportan responsabilidades de las empresas de gran tamaño (Aguilar, et. al., 2021).

A pesar de que las Mypes tienen una importancia destacada en las sociedades, surge la duda acerca de su capacidad de ofrecer un trabajo digno a sus colaboradores. Dentro del porcentaje de las micro y pequeñas empresas en México, el 95.4% representan microempresas, un 3.6% son pequeñas empresas y el 0.8% son comercios medianos, sus sectores más relevantes son el comercio, seguido de industria y servicio. Por lo que son las micro y pequeñas empresas las que generan más del 90% del trabajo en el país (Peña, Posada, Aguilar, & Narvaste, 2019), sin embargo, estas pueden llegar a estar dentro de la informalidad, por lo que el conocimiento y aplicación de los derechos laborales y condiciones aceptables en el trabajo puede pasarse por alto o el desconocimiento que los trabajadores tienen al respecto de los mismos. Estudios elaborados entre los años 1995 y 2012 demostraron que aun cuando la economía mexicana resistió la crisis del año 2008, los mercados laborales han tenido un impacto importante que hace sugerir políticas económicas para elevar sus precariedades (Cervantes & Kumar Acharya, 2013).

Existen numerosos estudios que abordan la dinámica laboral en el País, pero no lo hacen en entornos regionales, lo que el presente estudio pretende señalar. Dentro de los desafíos a los que se enfrentan las micro y pequeñas empresas se encuentra en los recursos humanos, siendo una de las tareas pendientes, ya que, de acuerdo al INEGI, 7 de cada 10 empresas no imparten capacitación a sus empleados, al no considerarlas necesaria o por que el costo es elevado (Lizarazo, 2023). Derivado de ello, la carga laboral y la mala gestión del personal tendrá un impacto directo en los resultados de la organización.

Es por esta razón que el derecho laboral en México adquiere suma importancia con miras a generar un desarrollo sostenible que beneficiará al país promoviendo un crecimiento económico, sostenible e inclusivo y el trabajo decente o de calidad es la clave para construir y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, como menciona Ryder (ILO, 2019).

El presente estudio es la continuación de la investigación que se realizó en enero de 2023 donde se cuestionó a los pequeños empresarios de la Ciudad de Tehuacán al respecto

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

del Trabajo Decente desde la perspectiva directiva. El objetivo es cuestionar al directivo sobre el sentir y pensar sobre el trabajo decente que ofrece a sus colaboradores y cómo impacta en su estructura organizacional.

Revisión de la Literatura

Debido al tamaño de negocio, las Mypes enfrentan diferentes cambios sociales que tienen que atender para lograr su supervivencia en el largo plazo. Los mercados laborales se encuentran viviendo cambios, como lo menciona la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (Tomada, 2023), además de que los salarios reales están cayendo, la creciente distancia entre las ganancias empresariales y los costos laborales, está creando presiones inflacionarias, particularmente a la población con menor ingreso, quienes enfrentan una alta tasa efectiva de incremento en los precios, debido a que su consumo básico se encuentra en los gastos en energía y alimentos. Otros cambios se observan con las políticas públicas que, por su condición han logrado estimular los salarios mínimos; pero en contraste, los salarios pactados por negociación, se están reduciendo en términos reales y el otro cambio se observa con la amenaza de la aplicación de la inteligencia artificial que, aunque no se tienen pruebas definitivas, se percibe como una amenaza para los empleos, pero se visualiza como un elemento que elevará la calidad de vida laboral en el futuro.

Navarro et al., (2021) mencionan que, a pesar de existir un objetivo de desarrollo sostenible, para la protección del trabajo decente en Ecuador, las políticas públicas no han logrado cumplir con la ODS número 8 que habla sobre el tema. De manera puntual, Alvarado (2010) cuestiona que las empresas promuevan un trabajo decente por ser una actitud moral, más que una política de empresa y que es difícil que los negocios desarrollen una responsabilidad política empresarial. Para Gálvez et al., (2016), el problema del trabajo decente tiene una dimensión más grande porque la precarización laboral es un producto del fenómeno de la globalización, misma que ha llevado a México a enfrentar problemas de desigualdad económica y desigualdad entre las regiones del País. Por su parte Montoya, et al., (2017) mencionan que, en caso de México y Colombia, los objetivos propuestos por la Organización Internacional del Trabajo (ILO) acerca del trabajo digno y decente, particularmente en Pymes, hacia los esfuerzos para alcanzar cadenas de valor, tienen mucho camino por recorrer.

De los trabajos y convenios que se han celebrado y en coincidencia con la mayoría de los autores que tratan de este tema, se trazan cuatro objetivos para hacer realidad el trabajo decente, los cuales son: 1) Promoción de las oportunidades de empleo, 2) Adoptar y ampliar medidas de protección social, 3) Promoción del diálogo social, como un método indispensable para entablar un puente de comunicación que logre la armonía y la paz en las relaciones

obrero-patrón-estado y 4) Promover y respetar, promover y aplicar los principios y derechos fundamentales en el trabajo (Arteaga Dirzo, 2018).

Un cambio que está ocurriendo en México tiene que ver con el incremento de la participación de las mujeres en la fuerza laboral, que pasó de 45.9% a 46.1%, registrando un récord y por otro, se estima que, de cada 10 mujeres, 7 se incorporaron en negocios informales (Hernández, 2023).

El trabajo decente relaciona tres conceptos, empleo, derechos del trabajo, protección social y diálogo social (Sánchez-Ferrer, 2014). Desde una dimensión económica, el empatar el trabajo decente y el trabajo sostenible, permiten desarrollar formas de producir, distribuir y consumir de acuerdo con patrones de sostenibilidad.

Desde un punto de vista crítico, se tiene que las sociedades de México y Chile, permiten una precarización del trabajo, reduciendo el derecho de los trabajadores por participar en acciones colectivas, reduciendo las ventajas de los trabajos formales y permitiendo que se parezcan a aquellos que son informales, así como una serie de acciones públicas donde se privilegia el apoyo a los empresarios (Millones, 2012).

En el caso de México, Moreno-Brid et al. (2023) hicieron un análisis de las condiciones del trabajo y el comercio internacional, a través del análisis de las cadenas globales de valor (CGV) y encontraron que a pesar de que el sector automotriz y el textil de exportación han elevado el número de empleos, por encima de los sectores domésticos y tradicionales, el trabajo decente es un tema pendiente de cumplir en todos los sectores de la economía, el sector exportador es el que más participaciones tiene.

Metodología

El objetivo de la presente investigación es conocer la percepción de los directivos respecto al trabajo decente al dirigir una micro o pequeña empresa, mediante el análisis de entrevistas y una serie de cuestionarios, que forman parte de un trabajo más ambicioso, para contrastar la evidente crítica que son objeto los directivos de las Mypes por no ofrecer conscientemente mejores espacios laborales a sus colaboradores. En el entendido de que el negocio que no logre alcanzar el valor de empresa no tiene un periodo de supervivencia en el mediano plazo. Para esto se enunció la siguiente hipótesis:

H0: Las pequeñas empresas de Tehuacán generan valor agregado al ofrecer un trabajo decente para sus colaboradores.

Hα: Las pequeñas empresas de Tehuacán no generan valor agregado al no ofrecer un trabajo decente para sus colaboradores.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Este estudio mixto es una importante oportunidad para conocer la perspectiva del trabajo decente que de su empresa tienen los directivos de las micro y pequeñas empresas en la Ciudad de Tehuacán, Puebla, que, de acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, se cuenta con 22,105 empresas (INEGI, 2020), que cuentan entre 1 a 5 trabajadores y que se miden todas las ramas de actividad económica, con la salvedad de que Tehuacán cuenta con un número importante de negocios dedicados al comercio al por mayor y por menor y los servicios.

Para la primera parte de la investigación donde el estudio es cualitativo, se realizó una entrevista semiestructurada donde se eligió a juicio de los investigadores a 36 directivos de micro y pequeñas empresas en la Ciudad de Tehuacán, Ajalpan y Santiago Miahuatlán, el instrumento utilizado consta de tres partes donde se establecen las preguntas de control en la primera y segunda parte y diecisiete preguntas que responden a la perspectiva que tienen los directivos sobre el trabajo decente, de estas, cuatro preguntas son las que responden sobre el trabajo decente y cómo aportan valor agregado a la empresa. Para la segunda parte, se analizan las preguntas que resultaron del análisis cualitativo de manera numérica y se le hicieron pruebas de estadísticos descriptivos con pruebas de normalidad.

El proceso cualitativo de análisis de datos siguió un esquema de triangulación de investigadores, mediante la selección de las categorías acerca del trabajo decente: Ingreso y supervivencia; labor y familia; tiempo y recreación y finalmente labor y superación personal, para poder hacer un conteo de cada concepto y buscar respuestas similares, hasta lograr una saturación de cada categoría. Las respuestas de las 36 entrevistas se separaron por el punto de vista de cada investigador que fueron tres: la calidad de vida del trabajador, la opinión del empresario y las condiciones económicas y de mercado, de acuerdo al objetivo del trabajo que se relaciona con crecimiento económico, desarrollo sostenible, trabajo decente y valor agregado.

Este trabajo forma parte de una investigación más grande acerca del trabajo y sus implicaciones con las micro y pequeñas empresas tomando como punto de partida los trabajos realizados por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (N. Peña & O. Aguilar, 2023).

Resultados

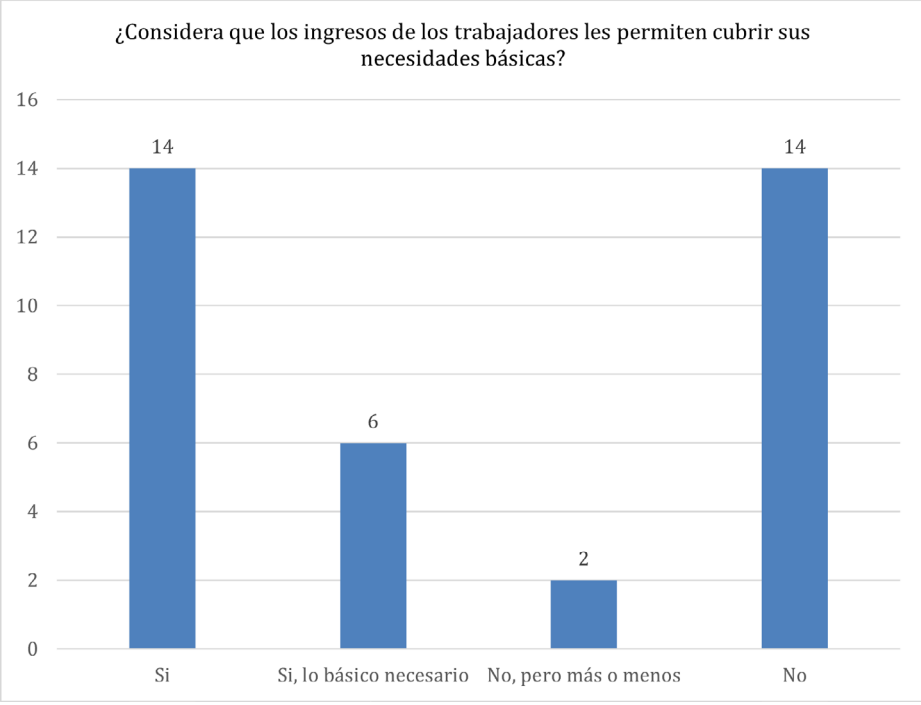
Debido a que la metodología empleada para este estudio fue un estudio mixto, que contó con una primera parte donde se hicieron las entrevistas y como segunda parte se practicaron análisis numéricos a las respuestas sobre trabajo decente, para conocer con más profundidad las respuestas vertidas en los comentarios.

Resultados del estudio Cualitativo

De acuerdo a las respuestas de los dueños o directores de las microempresas entrevistadas, 14 de 36, que representa el 38.8 % considera que los ingresos de sus trabajadores les permiten cubrir sus necesidades básicas, sin embargo, el otro 38.8 % considera que no, ya que el salario es mínimo, el resto menciona que efectivamente, el salario solo cubre las necesidades básicas o más o menos.

Gráfica 32.1

Percepción de los micro y pequeños empresarios acerca del pago a los trabajadores como suficiente para cubrir sus necesidades básicas.



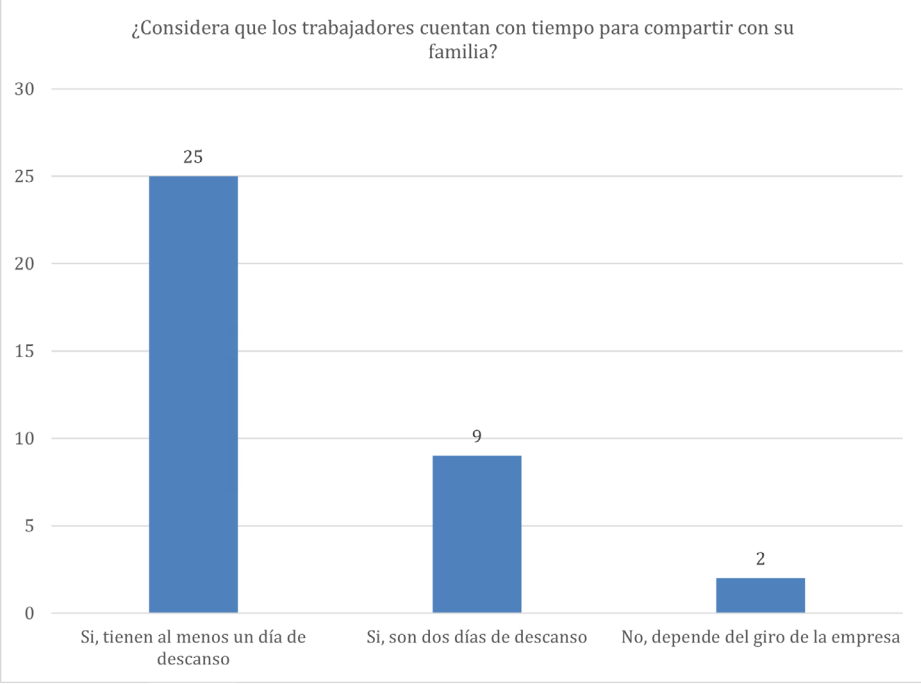
Fuente de información: Cuestionario Relayn (2023). Elaboración propia.

Para la pregunta sobre, si lo trabajadores cuentan con un tiempo para compartir con su familia, el 69.44 % mencionó que sí, pues les ofrecen al menos un día de descanso, mientras que el 25% les ofrecen dos días de descanso por lo que consideran que pueden compartir tiempo en familia y solo un 5.5 % mencionó que no debido a que dependiendo del giro del negocio no hay descansos o jornadas de menos de 8 horas o descanso de días entre semana.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Gráfica 32.3

Percepción de los micro y pequeños empresarios acerca de la jornada de trabajo de sus trabajadores

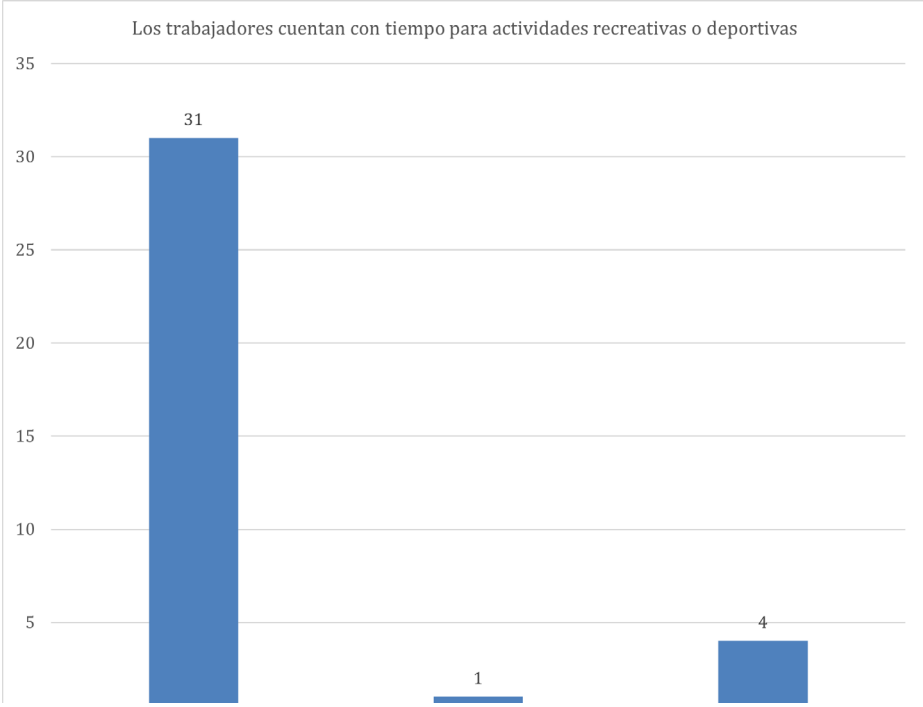


Fuente de información: Cuestionario Relayn (2023). Elaboración propia.

Al respecto de la pregunta sobre si los trabajadores, además cuentan con tiempo para actividades recreativas o deportivas el 83.3 % mencionan que sí, después de la jornada o en días de descanso, sin embargo, el 11.11 % no, por las condiciones del trabajo y solo el 2.7 % además les apoya económicamente al patrocinarles algunas prendas de vestir para los diferentes equipos deportivos.

Gráfica 32.3

Percepción de los micro y pequeños empresarios acerca del fomento a actividades recreativas y deportivas



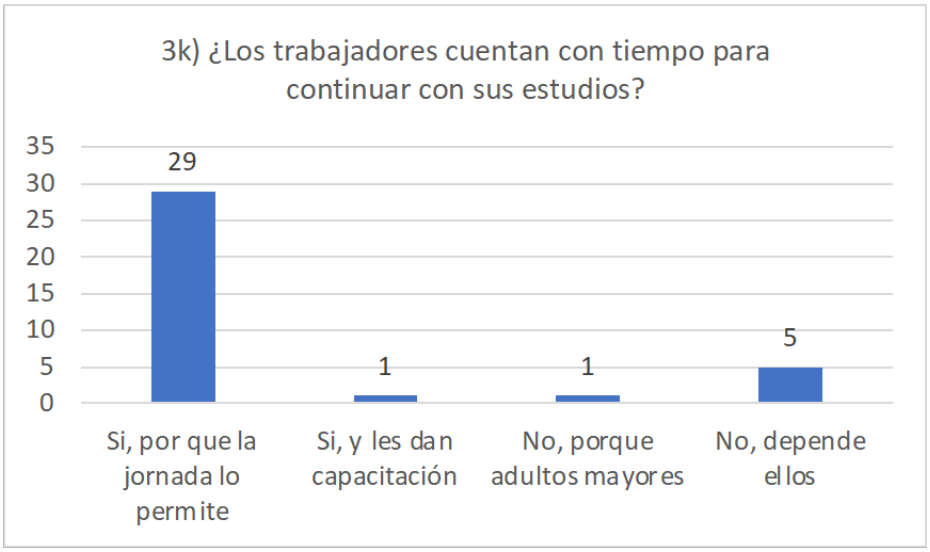
Fuente de información: Cuestionario Relayn (2023). Elaboración propia

La última pregunta, recogió la opinión de los dueños al preguntarles si los trabajadores cuentan con tiempo para continuar con sus estudios, siendo el 80 % de los microempresarios que respondió que sí, debido a que después de la jornada los trabajadores podían estudiar o complementar sus estudios, sin embargo concuerdan con el 13 % que menciona que esto depende de ellos y solo el 2.7 % les capacita constantemente, mientras que el resto menciona que no, debido a que la mayoría de sus trabajadores son adultos mayores y esto no les interesa.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Gráfica 32.4

Percepción de los micro y pequeños empresarios acerca del apoyo que se brinda a los trabajadores para continuar sus estudios



Fuente de información: Cuestionario Relayn (2023). Elaboración propia

Resultados del estudio cuantitativo

Una vez que se revisaron las respuestas y se hizo el conteo en la parte cualitativa, se analizaron los conceptos con el software de análisis de datos, mediante el uso de las estadísticas descriptivas y un análisis de regresión para hacer inferencia con la muestra, que en este caso fueron 601 directivos de Mypes. En donde se aprecia que la media a los cuatro ítems de análisis tiene promedios que rondan el valor cuatro, que es la opción de respuesta de que se refiere a la opción De acuerdo. Lo que enfatiza una respuesta favorable a las acciones de sostenibilidad y valor de empresa. Las mayores diferencias se encuentran en la afirmación acerca del tiempo que los colaboradores tienen para compartir con la familia que alcanzó una media de 4.1631, mientras que la afirmación acerca de las actividades recreativas y deportivas fomentadas por los empresarios (3.8669) obtuvo el promedio relativamente más bajo.

Tabla 32.2

Análisis de descriptivo de los datos acerca del trabajo decente, desde el punto de vista de los micro y pequeños empresarios en Tehuacán.

	El ingreso de mi equipo de trabajo le permite cubrir sus necesidades básicas	Mi equipo de trabajo cuenta con tiempo para compartir con su familia	Mi equipo de trabajo cuenta con actividades recreativas o deportivas	Mi equipo de trabajo cuenta con tiempo para continuar con sus estudios
N Válido	601	601	601	601
N Perdidos	0	0	0	0
Media	4.1098	4.1631	3.8669	3.9983
Mediana	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
Moda	4.00	4.00	4.00	4.00
Desv.	0.8876	0.9074	1.1160	1.0448
Varianza	0.788	0.823	1.246	1.092
Mínimo	1.00	1.00	1.00	1.00
Máximo	5.00	5.00	5.00	5.00

Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta (2023).

Los estadísticos descriptivos, se calcularon con pruebas de normalidad y se hicieron pruebas de Kolmogórov-Smirnov (Tabla 32.2), esta sirvió para darle confiabilidad a la información y demostrar la hipótesis, que, en este caso, al ser valores de significancia estadística igual a cero y ser menor al -p valor de 0.05, exhibe que las probabilidades de una diferencia estadística son pequeñas, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa

Tabla 32.2

Pruebas estadísticas Kolmogórov-Smirnov acerca de las percepciones de los empresarios

	Estadístico	gl	sig
El ingreso de mi equipo de trabajo le permite cubrir sus necesidades básicas	0.319	601	0.0
Mi equipo de trabajo cuenta con tiempo para compartir con su familia	0.311	601	0.0
Mi equipo de trabajo cuenta con actividades recreativas o deportivas	0.305	601	0.0
Mi equipo de trabajo cuenta con tiempo para continuar con sus estudios	0.294	601	0.0

Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta (2023).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Para corroborar la información anterior, se calcularon tres tablas cruzadas que relacionan al ingreso y supervivencia de los trabajadores con los niveles de bienestar de convivencia familiar, recreación y superación personal. Las tres tablas se resumen en la tabla 3, en donde se aprecia que la afirmación acerca de los ingresos y la supervivencia del colaborador con las afirmaciones acerca del tiempo de convivencia con la familia, las actividades recreativas la superación personal, medidas con el número más grande de respuestas, mismas que en todos los casos fue la opción: De acuerdo. Aquí se aprecia que la relación del ingreso con el tiempo para la familia obtuvo 218 respuestas de 299; la relación entre el ingreso y las actividades recreativas sumaron 189 de 262 y la relación del ingreso con la superación personal son 192 de 260 respuestas, lo que se puede decir es que la percepción del ingreso pagado a los colaboradores se relaciona más con el tiempo de convivencia con la familia que con las oportunidades de otorgar tiempo para hacer actividades deportivas y recreativa.

Tabla 32.3

Percepción de los empresarios entre el ingreso que perciben sus colaboradores y las acciones para el bienestar.

	Mi equipo de trabajo cuenta con tiempo para compartir con su familia	Mi equipo de trabajo cuenta con actividades recreativas o deportivas	Mi equipo de trabajo cuenta con tiempo para continuar con sus estudios
	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
El ingreso de mi equipo de trabajo le permite cubrir sus necesidades básicas (De acuerdo)	218	189	192
Total de respuestas	299	262	260

Nota: Elaboración propia con datos de la encuesta (2023).

Finalmente se hizo una regresión lineal, en donde la variable independiente es el ingreso (i) y las dependientes son tiempo para compartir con la familia (f); tiempo para actividades recreativas o deportivas (r) y tiempo para continuar con los estudios (e).

$$i=2.291+0.283(f)+0.101(r)+0.062(e)$$

Lo que hacer notar que todas las variables se relacionan de manera directa con el ingreso pagado a los colaboradores con las demás variables, en esta se observa que la relación más fuerte se muestra con el tiempo para pasar con la familia (0.283) y la relación más débil se observa con el tiempo para la superación personal de los colaboradores.

Discusión

De acuerdo con los resultados encontrados, se observa que lo mencionado por Tomada (2023) la brecha existente entre las ganancias empresariales y los costos laborales si se amplía, debido a que por las respuestas de los micro empresarios, los salarios son bajos y el 38% de la muestra elegida confirma que el trabajo se les otorga si están de acuerdo los trabajadores, aunque no les alcance para atender sus necesidades.

Por otro lado, y debido a que, en muchos casos, no hay un contrato laboral formal, los apoyos para que los trabajadores puedan atender a sus familias y realicen actividades recreativas ocurren porque es una manera de que los empresarios se comprometan con sus colaboradores, sin tener que atender otras necesidades tales como pagos para el seguro social y otro tipo de prestaciones, tal como lo menciona Moreno-Brid (2023) cuando se habla del trabajo decente.

La precarización del trabajo en las Mypes ocurre, tal como lo menciona Millones (2012) y es poco sustentable como lo menciona Sánchez-Ferrer (2014). En parte porque un número importante de los negocios no se encuentran establecidos de manera formal y otro tanto ocurre debido a las débiles estructuras financieras de los negocios.

Conclusiones

Las Mypes tienen su importancia y su existencia es la manera en que los mercados mantienen a la competencia vigente, porque tienen una especial aportación al empleo y al abasto en diferentes puntos geográficos del país. Sin embargo, su tamaño pequeño, las vuelve vulnerables a las condiciones de los mercados y las exigencias como empresas ante las autoridades.

Es también, debido a su pequeño tamaño, que le es difícil crear condiciones de trabajo decente, especialmente cuando no cuentan con un registro, ni permisos de operación. Esto las lleva a precarizar a la fuerza de trabajo y entrar a acuerdos cuasi formales de relaciones laborales, con lo que estas son débiles y esto explica porque en las respuestas, tanto del estudio cualitativo, como del estudio cuantitativo, parece que existe tolerancia hacia las necesidades de los colaboradores, al tiempo que estos requieren a sus familias, a celebrar actividades recreativas y a desarrollo personal. Empero esta tolerancia ocurre cuando la jornada de trabajo ha concluido, lo que refuerza las opiniones vertidas en este trabajo acerca de la precarización y escasez de esquemas de generación de valor para la Mypes.

En algunas entrevistas se aprecia, particularmente con aquellas que operan con registro y permisos de operación, que la relación laboral es mejor entendida, que es lo que

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

reflejan las opiniones de los directivos de las Mypes acerca de los salarios que pagan y los apoyos para otorgar al menos un día de descanso, el apoyo a las actividades recreativas y en menor medida la superación personal de los colaboradores. Cabe mencionar que 29 empresarios ofrecen jornadas de trabajo que son incidentes en media jornada, por lo que el permitir que los colaboradores se superen, se vuelve fácil, aunque el pago es alícuota con las horas de trabajo, mismo que se refleja con el análisis de regresión lineal.

Las mediciones numéricas permiten exhibir que las relaciones laborales son débiles y que la generación de valor es una tarea que se encuentra lejos de alcanzar. A pesar de que las percepciones de los empresarios son optimistas porque muchas de sus respuestas dicen estar de acuerdo con fomentar el trabajo decente, las afirmaciones en la parte del análisis cualitativo, aparecen más elementos que evidencian que los directivos se dividen en dos segmentos: aquellos que tienen presente las necesidades de los colaboradores y aquellos que saben que no están proporcionando retribuciones suficientes a sus colaboradores. También es importante mencionar que, según lo mencionado por diferentes estudiosos del tema, tampoco existen políticas públicas que fuercen a las Mypes a evitar la precarización del trabajo.

Referencias

Aguilar, Ó. C., Chuc, F. de A., Peña, N. B., & Posada, R. (2021). Las Mypes de Latinoamérica ante la Pandemia del Covid (1st ed.). Querétaro: iQuatro Editores.

Alvarado, D. (2010). Lo Decente en el Trabajo: ¿Responsabilidad Social, Moral o Política de la Empresa? Observatorio Laboral Revista Venezolana, 3, 111–141.

Arteaga Dirzo, M. (2018). Retos para alcanzar un trabajo digno y decente en México. Revista Latinoamericana de Derecho Social, (27), 3–22. Retrieved from http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-46702018000200003&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Cervantes, J. J., & Kumar Acharya, A. (2013). La economía formal e informal en México 1995-2012: Implicaciones para los mercados laborales. Revista Gaceta Laboral, 19(2), 175–199.

Gálvez Santillán, E., Gutiérrez Garza, E., Picazzo Palencia, E., & Osorio Calderón, J. (2016). El trabajo decente, una alternativa para reducir la desigualdad en la globalización: el caso de México. Región Y Sociedad, 28(66). https://doi.org/10.22198/rys.2016.66.a397

Hernández, G. (2023, August 28). Empleo femenino impulsa avance en el mercado laboral en el segundo trimestre. El Econonomista. Retrieved from https://www.eleconomista.com.mx/capitalhumano/Empleo-femenino-impulsa-avance-del-mercado-laboral-en-el-segundo-trimestre-20230828-0069.html?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=boletin_Agosto

ILO. (2019). ILO Director-General Guy Ryder participated in the 12th Session of the Labour Assembly at Ankara. Retrieved from https://www.ilo.org/ankara/news/WCMS_706563/lang--en/index.htm

INEGI. (2020). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Retrieved September 17, 2020, from https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx

Lizarazo, C. (2023). Las pymes en México: retos e importancia. Retrieved from Conekta.com website: https://www.conekta.com/blog/las-pymes-en-mexico-retos-e-importancia

Millones, M. A. (2012). Límites del trabajo decente: la precarización laboral como problema estructural en América Latina. Gaceta Laboral, 18(1), 87–106. Retrieved from https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33622312004

Montoya, C. A., Méndez, J. R., & Boyero, M. (2017). Trabajo Digno Y Decente: Una Mirada Desde La Oit Para La Generación De Indicadores Para Las Pyme Mexicanas Y Colombianas. Visión de Futuro, 21(2), 84–106.

Moreno-Brid, J. C., Tovar, R. G., Gómez, J. S., & Rodríguez, L. G. (2023). Trade and decent work in Mexico: the case of the automotive and textile industries. Trimestre Economico, 90(357), 7–45. https://doi.org/10.20430/ete.v90i357.1689

Navarro Cejas, M. C. del V., Delgado Demera, H., & Nieves Loja, G. M. (2021). Trabajo Decente y Crecimiento Económico en Ecuador: Un Estudio Jurídico y Social. Revista Venezolana de Gerencia, 26(95), 578–594. https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.95.9

RELAYN (2019). El efecto de la corrupción en las estrategias de gestión de la micro y pequeñas empresas latinoaméricanas (1st ed.). Retrieved from www.fontamara.com.mx

RELAYN. (2023). Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios. https://relayn.redesla.la (N. Peña & O. Aguilar, Coords). RedesLA https://redesla.la.

Sánchez-Ferrer, Y. (2014). Trabajo decente y desarrollo sostenible. Para bailar, sólo se necesitan dos. Revista Venezolana de Economía Social, 14(28), 65–81. Retrieved from https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62242950005

Tomada, C. A. (2023). Mesa redonda de alto nivel sobre el empleo y las relaciones laborales: Fomentar un comportamiento empresarial responsable en el marco de una economía globalizada. Retrieved from https://www.oecd.org/corporate/mne/41123374.pdf

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 33. Perspectiva teórica de la relación internacionalización y estrategias de la mezcla de mercadotecnia aplicado por la Mypes de Nuevo Laredo, Tamaulipas.

Juan Enrique González Rocha
Paula Villalpando Cadena
Martha Alicia Ramírez Rosales
José María Canes Lázaro

Universidad Tecnológica de Nuevo Laredo Tamaulipas

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.33

Resumen

El objetivo de esta investigación es presentar los factores de la mezcla de la mercadotecnia que determinan la internacionalización de las micro y pequeñas empresas de la ciudad fronteriza de Nuevo Laredo, Tamaulipas que comercializan productos artesanales. El método utilizado en el artículo es de tipo descriptivo y documental mediante fuentes bibliográficas. Entre algunos de los hallazgos encontrados, es que las Mypes ubicadas en esta región geográfica suelen instalarse primordialmente con el objetivo de exportar y en pocos casos de instalarse en la ciudad de Laredo, Texas, esto con el fin de buscar tener mayor acercamiento con sus clientes estadunidenses. Asimismo, se destaca la diversificación de actividades de comercio internacional de estos empresarios con el fin de aprovechar sus conocimientos y la infraestructura logística que constituye una ventaja con la oportunidad para la distribución y comercialización de productos artesanales mexicanos a otros estados de ese país. Además, se identificó la oportunidad de negocios en relación al marketing nostálgico de la frontera de México y los Estados Unidos de América.

Palabras clave

Mypes, artesanales, internacionalización y mezcla de mercadotecnia

Introducción

La ciudad de Nuevo Laredo desde sus inicios como muchas poblaciones crecieron a raíz de oportunidades de negocio por su ubicación estratégica, en este caso se trata de la exportación de productos y servicios aprovechando la frontera con los Estados Unidos de América. Esta ciudad fue fundada en 1848 por 17 familias que estaban integradas de migrantes de la ciudad vecina de Laredo en el Estado de Texas, derivado del Tratado de Guadalupe Hidalgo cuando México cedió la parte norte del estado de Tamaulipas utilizando la división natural del Río Nueces con la batalla de Lipantiplán en 1835 por la independencia de Texas, posteriormente acordado fuera establecido el límite a partir del Río Bravo.

Los lazos familiares entre los pobladores de ambas ciudades fronterizas fue un motivante importante para crear una relación de negocios internacionales sólidos basados en la confianza de los empresarios de aquella época. El autoempleo estimula el emprendimiento de empresas, principalmente entre varios integrantes de una misma familia, dándole así forma a la microempresa que a su vez al crecer pueden incrementar su tamaño a medianas y grandes empresas. La exportación es una alternativa de negocios a tomar en consideración en la búsqueda de nuevos mercados para comercializar los productos y servicios, las principales teorías económicas hacen énfasis en esta práctica. Este escenario facilita un entorno donde existen oportunidades de negocios para la exportación de productos aprovechando los lazos culturales y el atractivo de los productos mexicanos en esa región por la población latina y americana, con preferencias arraigadas por estas artesanías temáticas. Desde una óptica de la mercadotecnia, requerimos analizar el mercado considerando el lugar, los precios, los productos y que estrategias promocionales pueden funcionar acordes a los factores anteriormente comentados.

Revisión de la Literatura

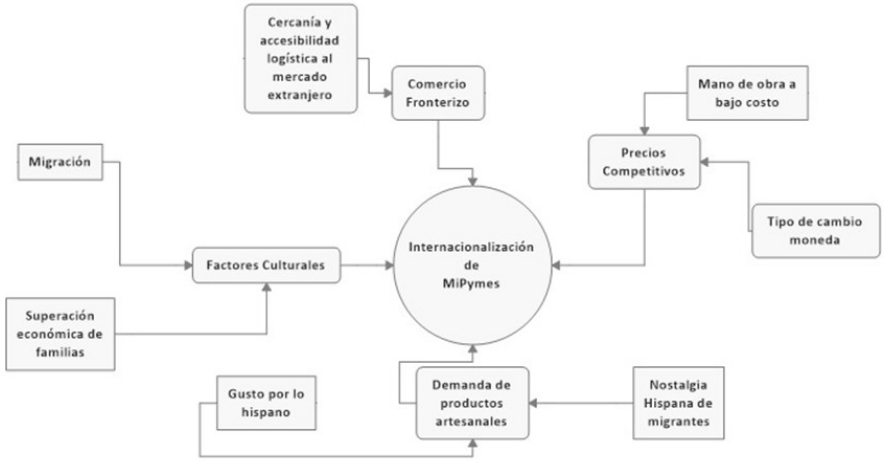
Las Mypes de Nuevo Laredo, Tamaulipas

Una razón por la que actualmente hay interés en el estudio de estas empresas es que en la mayoría de los países existe una cantidad considerable de Mypes, las cuales contribuyen a la economía de la nación en que radican. Por ejemplo, en las economías con un elevado índice de desarrollo como Estados Unidos, Canadá, Holanda y Australia, el porcentaje de Mypes es superior al 98% del total de empresas del país (INEGI, 2014) mientras que en países tales como la India, China, Taiwán, Malasia y los países de América Latina este porcentaje oscila entre un 95 y un 99% (Chiao, Yang y Yu, 2006; Katua, 2014).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Otras razones están relacionadas con la contribución que estas empresas hacen a la economía del país donde residen (Katua, 2014) y, por ende, a la economía del mundo (OCDE, 2004). Por ejemplo, son grandes generadoras de empleos (Kongolo, 2010) debido a que estas suministran, aproximadamente, más del 90% del empleo total de cada país (Aragón y Rubio, 2005). También son consideradas como contribuyentes importantes de impuestos (Katua, 2014), son fuentes de innovación tecnológica principalmente en los países desarrollados (Lee, Shin, & Park, 2012), , e inclusive, reductoras de la pobreza de los países en donde se encuentran (Beck, Demirguc-Kunt, & Levine, 2005).

Para identificar el problema, a continuación se destacan algunos causas y efectos del mismo en el mapa conceptual del problema bajo estudio.



Fuente: Elaboración propia

Acompañado a la reflexión específica sobre la estrategia de mezcla de marketing, se plantea otra variable importante como la distribución y comercialización internacional. El moverse a diferentes mercados extranjeros siempre aumenta la complejidad del entorno.

La mercadotecnia internacional y mezcla 4Ps

Los factores que afectan la adaptación al decidir la forma en que el producto se va a comercializar en el extranjero, la empresa debe considerar tres grupos de factores: 1) el(los) mercado(s) que se han enfocado como meta, 2) el producto y sus características, y 3) las características de la empresa, como los recursos y la política. (Czinkota, 2002). Es necesario considerar aspectos como las 4p´s para planear la entrada a un mercado, puede ser nacional

ó internacional. La mezcla de mercadotecnia fue diseñada para producir intercambios satisfactorios entre las organizaciones y sus públicos meta. Cualquier mezcla de marketing será tan exitosa como su elemento más débil, es por eso que las empresas diseñan su mezcla con detenimiento para obtener ventajas sobre sus competidores y satisfacer mejor los deseos y necesidades de sus clientes (Lamb, Hair, & McDaniel, 2017).

La importancia de esta investigación se centra en la estrategia de la mezcla de mercadotecnia en las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas. Sin embargo, el debate sobre la estrategia de marketing mix se caracteriza lamentablemente por hallazgos no significativos. Además, es necesario destacar la heterogeneidad de los diversos tipos de negocios en los mercados internacionales para diseñar una estrategia de marketing "única para todos". Es necesario examinar la interacción de los cuatro elementos de la mezcla al mismo tiempo (Kustin, 2004), que demostraron que hasta ahora los investigadores no han podido derivar claramente estrategias de mejora del rendimiento para responder a la pregunta de la estandarización o adaptación del marketing en un contexto internacional.

Los efectos derivados de la internacionalización

A continuación, se estudió literatura sobre estas variables independientes:

a) La satisfacción del cliente en relación con la calidad de los productos.

Quintana (2009), la describe como en una gran parte de las situaciones la decisión última de compra se toma por factores que diferencian un producto de otro en aspectos fundamentalmente de marketing: se llaman productos distintivos aquellos que poseen atributos o atractivos diferenciales. Por otra parte, Ferrell, Hartline y Lucas (2002) explican la importancia de la diferenciación de productos como una de las metas más importantes de cualquier estrategia de producto, "la percepción de los clientes es de suma importancia en este proceso, porque las disimilitudes entre los productos pueden basarse en cualidades reales (características, atributos y estilo del producto) o psicológicas (percepción e imagen)". por lo general, la herramienta más importante para la diferenciación de productos es la marca; sin embargo, entre otros fundamentos importantes se cuentan los descriptores de producto, los servicios de atención al cliente y la imagen. Kotler y Keller (2006) coinciden en que "Es todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad".

b) Competitividad de los precios

Este es un concepto abstracto difícil de definir debido al enfoque en que se le sitúa para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios,

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio". Sin embargo esto va más lejos en su definición como lo menciona Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad", definen el precio como "la expresión de un valor. El valor de un producto depende de la imagen que percibe el consumidor. El consumidor considera más coherente este mix: mayor valor adjudicado al producto en cuestión, mayor precio. Para Ricardo Romero, autor del libro "Marketing", el precio de un producto es el "importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto" y desde una perspectiva global de los mercados es interesante identificar al precio es un mecanismo de descuento de los eventos o la información que se está agregando al mercado según lo define González (2014).

c) Eficacia Logística desde el enfoque de internacionalización

En la mezcla de mercadotecnia la logística la relacionamos con la P de Plaza podemos relacionarla con la distribución logística y el mercado extranjero al que se va exportar, rodeado de un entorno diferente al que una microempresa familiar mexicana está acostumbrado a trabaja en México. Para Bastos (2007) La logística es el proceso por el que la empresa gestiona de forma adecuada el movimiento, la distribución eficiente y el almacenamiento de la mercancía, además del control de inventarios, a la vez que maneja con acierto los flujos de información asociados. Pero Martínez (2009) hace énfasis que "Las PyMEs han adoptado, en su mayoría, una estrategia de estandarización geográfica; seleccionando, especialmente países con menor distancia psíquica y geográfica" dando un sentido de empresas globalizadas nacidas desde el inicio con ese espacio para desarrollo. Por último nos comenta Pérez y Pérez (2006) entendemos que la plaza como mercado es el lugar donde se concentra la Demanda (los clientes potenciales y reales que compran o pueden comprar nuestros productos, ideas y servicios), la Competencia (aquellas empresas que resuelven las mismas necesidades que nosotros) y los Intermediarios (aquellos que se sitúan entre nuestra oferta y nuestros Clientes, potenciales y reales, para tratar de facilitar los intercambios.

d) Rendimiento de las estrategias de promoción

La promoción está muy vinculada a todas las actividades relacionadas a la difusión, comunicación y publicidad para la comercialización de los productos en el extranjero, diferente en su esencia a como se ejecuta a nivel de un mercado interno, exportar representa un reto en materia cultural, costumbres y negociación con diversos países en ocasiones. Por ello podemos definir según Bradley (2005) "Significa la identificación de las necesidades y deseos de los clientes en los diferentes mercados y culturas, proporcionando productos, servicios, tecnologías e ideas para dar a la empresa una ventaja competitiva de marketing, la comunicación de información acerca de estos productos y servicios y la distribución e intercambio

de ellos a nivel internacional a través de uno o una combinación de los modos de entrada en los mercados extranjeros ". Albaum and Peterson (1984) lo describen como "Las actividades de marketing son relevantes para los productos o servicios que directa o indirectamente atraviesan las fronteras nacionales" presentando una función de la mercadotecnia sin fronteras como cita también Jain (1999)"Se refiere a los intercambios a través de fronteras nacionales para la satisfacción de las necesidades y deseos humanos." No podemos dejar de hacer referencia a Ghauri and Cateora (2009) que interpretan como que "Es la realización de actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios de una empresa a los consumidores o usuarios en más de una nación para un beneficio.

La promoción de exportaciones recibe apoyo de los gobiernos para fomentar el desarrollo económico y crecimiento de capital, mediante estrategias basadas en programas institucionales enfocadas a destacar los atributos y ventajas de los productos con mayor vocación exportadora de su paìs. Las definiciones de los Programas de Promoción de Exportaciones se pueden clasificar en dos grupos. El primero de ellos es el grupo que define a los apoyos en relación a la participación del Gobierno (Ahmed, Mohamed, Johnson & Meng, 2002; Cavusgil & Michael, 1990; Durmusoglu et al., 2012; Landau, et al., 2016), y el segundo grupo, los autores que las definen de forma general por lo que estos pueden ser tanto públicos como privados (Moini, 1998; Francis & Collins-Dodd, 2004; Freixanet, 2012). La definición de Programas de Promoción de las Exportaciones usada en la presente investigación se toma de Freixanet (2012) la cual establece a los programas como "El conjunto de apoyos y servicios creados y ofrecidos tanto por la iniciativa pública como privada, con el propósito de ayudar a las empresas a sortear los obstáculos que les impiden exportar sus productos".

En relación con las investigaciones empíricas, estas se han llevado a cabo a nivel macroeconómico (Armah & Epperson, 1997; Hiroshi, 1999; Knowles & Mathur, 1997; Onunwo & Epperson, 2000; Volpe-Martincus & Carballo, 2008; Volpe-Martincus & Carballo, 2010) y microeconómico (Brouthers & Wilkinson, 2000; Brouthers & Wilkinson, 2006; Duran & Ubeda, 2001; Freixanet, 2012; Seringhaus & Mayer, 1988; Seringhaus & Rosson, 1998; Spence, 2003; Wilkinson, 2006). Dentro de ambos grupos, existen resultados contradictorios sobre la relación que guardan los PPE y la internacionalización de las empresas (Durmuşoğlu, et al., 2012; Kotabe & Czinkota, 1992). Por ejemplo, algunos autores han encontrado una relación significativamente positiva (Alvarez & Crespi, 2000; Coughlin & Cartwright., 1987; Donthu and Kim, 1993; Francis & Collins-Dodd, 2004; Pointon, 1978; Katsikeas et al., 1996; Shamsuddoha , Yunus , & Ndubisi, 2009; Wilkinson, Keillor, & d'Amico, 2005), mientras que otros, aún más interesantes, han encontrado una relación negativa (Alvarez, 2004; Weaver, Berkowitz, & Davies, 1998; Wilkinson & Brouthers, 2006), o finalmente también se encon-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

traron estudios en que no se refleja ninguna relación (Wilkinson, Thomas, & McNally, 2011). Por medio de la revisión de literatura relacionada con los estudios empíricos podemos concluir que es necesaria más evidencia empírica que permita generalizar los resultados en los países de economías emergentes (Álvarez, 2004; Durmuşoğlu, et al., 2012; Freixanet, 2012; Shamsuddoha et al., 2009). A partir de la contextualización y planteamiento del problema, y de acuerdo con el marco teórico, se pueden sintetizar y conceptualizar el problema como a continuación se presenta. Cabe mencionar que existen otros factores que aunque son importantes, no se tomarán en cuenta en la presente investigación.

Para efectos de conocer y comparar algunas de las principales citas, se presenta la tabla con algunos de los actores más representativos de las teorías de la mercadotecnia y la internacionalización.

Tabla 33.1

Tabla comparativa de citas relacionadas con la internacionalización y la mercadotecnia:

Teorías desde punto de vista de Internacionalización	Teorías desde el punto de vista de la mercadotecnia
Marshall (1890)	McCarthy (1964)
Zeithaml (1984)	Xia et al. (2004).
Monroe & Krishnan (1985)	Stanton, Etzel, & Walker(2007)
Chapman (1986)	Kotler & Armstrong (2007
Mazumdar (1987)	Veale & Quester (2009),
Estelami, Lehmann & Holden (2001)	Bernardo & Lozano (2011)
Skouras et al. (2005)	Fischer De la Vega, Laura Estela y Espejo Callado (2012)
Völckner & Hofmann (2007)	Ghauri, P., & Cateora, P. (2014)
Bernardo & Lozano (2011)	Gúzman López & Cárcamo Solis (2014)
Cheng y Monroe (2013)	Grewal & Compeau (2015)
Cornelsen et al. (2015)	Diallo & Siqueira (2017)
Echeverria, Martinez y López (2021)	PR Cateora, RB Money, MC Gilly, JL Graham (2020)
	Molinillo et al.(2020)
	Echeverria, Martinez y López (2021)

Fuente: Elaboración propia

Metodología

Para el propósito de este estudio, solo se está presentando la justificación teórica de las variables. El diseño de investigación del presente estudio es no experimental. Sustentado

en una revisión sistemática de la literatura a nivel internacional y nacional, en la presente investigación. Es de diseño exploratorio de tipo cualitativo mediante una revisión bibliográfica documental de estudios y opiniones de expertos, por el cual se trata de identificar el problema del estudio, obteniendo información más completa sobre el contexto particular del mismo. Este nivel de investigación sirve para ejercitarse en las técnicas de documentación, familiarizarse con la literatura bibliográfica, hemerográfica y documental, sobre las cuales se elabora los trabajos científicos como las monografías, ensayos, tesis y artículos científicos (Esteban-Nieto, 2018). A la vez, se aplica un diseño explicativo porque se describe cada una de las variables del estudio desde una perspectiva teórica, presentando evidencias empíricas encontradas en estudios indizados en disponibles en Google Académico y EbscoHost, a fin de determinar los factores que promueven la internacionalización aplicadas por las Mypes y su relación con la mezcla de mercadotecnia.

Resultados

Para esquematizar los resultados se presenta la siguiente tabla que enlista las principales teorías de la internacionalización de las empresas:

Tabla 33.2

Tabla de principales relaciones teóricas del fenómeno de internacionalización

1.- Internacionalización desde perspectiva de la economía:	
•Teorías Clásicas de la ventaja absoluta •Teoría de la organización industrial •Teoría de la internacionalización •Teoría Ecléctica de Dunning •Teoría de la ventaja competitiva	Stine Øyna & Ilan Alon (2018) Parra-Acosta, J. F., Duque-Oliva, E. J., & Rodríguez-Romero, C. A. (2022).
2.-Internacionalziación desde perspectiva de proceso:	
•Modelo Uppsala •Modelo de ciclo de vida del producto de Vernon	Buckley y Casson (1976). Dunning (1980, 1985, 1993, and 1998). Porter (1990).
3.- Internacionalización desde perspectiva de redes:	
•Teoría de Redes, Modelo Johanson y Mattson	Johanson y Vahlne (1977, 1990). Vernon (1966)
4.- Internacionalización desde perspectiva de empresas diseñadas desde su creación para no tener fronteras políticas de los países:	
•Fenómeno "Born Global"	Johanson y Vahlne (1977, 1990).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Con base a lo anterior, la internacionalización ha tenido diferentes enfoques y puntos de vista, desde el nacimiento de la economía como ciencia hasta la modernidad actual, se ha identificado diversas perspectivas de este fenómeno. Se revisó literatura de las teorías más destacadas en las que la mayoría coinciden en un flujo natural del comercio a través de las fronteras, aprovechando los factores económicos, de proceso, de redes y de la globalización. El Modelo de Uppsala (Johanson and Vahlne, 1977, 1990), la internacionalización de las empresas PyMEs se da de forma gradual debido a la incertidumbre que esta genera como resultado de su falta de conocimientos sobre los mercados internacionales. En este sentido, la asistencia del gobierno, mediante los programas de promoción de las exportaciones, favorecen la adquisición de conocimientos sobre los mercados extranjeros, con lo que reduce la incertidumbre al respecto y como resultado estimula la conciencia, el interés y el querer iniciar a exportar (Czinkota, 1982 Czinkota, Ronkainen, & Moffet, 2007). En el caso contrario, es decir, la ausencia de tales programas se convierte en una gran barrera para la internacionalización de las Mypes. La perspectiva empresarial introdujo conceptos como las orientaciones empresariales internacionales, la oportunidad empresarial, el desarrollo empresarial y la "Born Global" de acuerdo a Stine Øyna & Ilan Alon (2018).

Conclusiones

Como conclusión se determina existe una estrecha relación entre la internacionalización y las 4 P`s, por ejemplo, la calidad del producto de exportación con la satisfacción del cliente en el extranjero, que busca producto mejor elaborados. Seguido por los precios de estos productos deben ser competitivos con los productos similares que existan en ese mercado, además de rentables para el productor. Por otra parte, las estrategias de distribución, envío, empaque y embalaje deben ser eficientes en puntualidad y costo. Por último, debemos considerar estrategias y herramientas de promoción internacional que sean efectivas para llegar al mercado meta y lograr el posicionamiento rápido en nuevos mercados.

La internacionalización de empresas y la mezcla de mercadotecnia están estrechamente relacionadas, ya que la expansión a mercados internacionales requiere adaptar las estrategias de marketing a las particularidades de cada país y cultura. Aquí se destacan algunas conexiones clave entre la internacionalización y la mezcla de mercadotecnia:

a) Adaptación a la Cultura y Contexto Local:

La internacionalización implica entrar en mercados con culturas, comportamientos y preferencias diferentes. La mezcla de mercadotecnia debe adaptarse para reflejar estos aspectos locales y garantizar que los productos y mensajes sean culturalmente apropiados.

b) Producto y Desarrollo de Productos:

Las empresas deben ajustar sus productos para satisfacer las necesidades y preferencias locales. Esto puede implicar cambios en características, diseño o incluso en la formulación de productos para adecuarse a los gustos específicos de cada mercado.

c) Canales de Distribución:

La elección de canales de distribución y logística puede variar en diferentes mercados. La internacionalización a menudo implica la reevaluación y adaptación de la cadena de suministro y la distribución para garantizar una entrega eficiente y oportuna.

d) Promoción y Comunicación:

Las estrategias de promoción y publicidad deben ajustarse para abordar las diferencias culturales y las características del mercado. El lenguaje, los valores y los medios de comunicación utilizados pueden variar, y es esencial adaptarse para lograr una efectividad máxima.

e) Precio y Estrategias de Precios:

Los factores económicos y la percepción del valor varían en diferentes mercados. Las estrategias de precios deben ajustarse teniendo en cuenta la competencia local, el poder adquisitivo y las preferencias del consumidor.

f) Investigación de Mercado Global:

La investigación de mercado desempeña un papel crucial en ambas áreas. Antes de internacionalizarse, las empresas deben comprender a fondo los mercados objetivo para adaptar adecuadamente su mezcla de mercadotecnia.

g) Estandarización vs. Adaptación:

Las empresas deben tomar decisiones estratégicas sobre la estandarización o adaptación de su mezcla de mercadotecnia. Algunas partes del marketing mix pueden estandarizarse para lograr eficiencias, mientras que otras deben adaptarse para satisfacer las condiciones locales.

Referencias

Aragón, A., & Rubio, A. (2005). Factores Asociados con el Éxito de las PyMEs industriales en España. Universia Business Review, 8(4), 38-51.

Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Levine, R. (2005). SMEs, Growth, and Poverty: Cross-country Evidence. Journal of Economics, 199-229.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Bernardo, J., & Lozano, C. (2011). La teoría económica y financiera del precio: dos enfoques complementarios. Criterio Libre, 9(15), 59–80.

Chapman, B. J., & Mulvey, C. (1986). An analysis of the origins of sex differences in Australian wages. Journal of Industrial Relations, 28(4), 504-520.

Cheng, L. L., & Monroe, K. B. (2013). An appraisal of behavioral price research (part 1): price as a physical stimulus. AMS review, 3, 103-129.

Chiao, Y.-C., Yang, K.-P., & Yu, C.-M. J. (2006). Performance, Intenatinalization, and Firm-specific Advantages of SMEs in a Newly-Industrialized Economy. Small Business Economics, 26(5), 475-492.

Creswell, J. W., & Zhang, W. (2009). The application of mixed methods designs to trauma research. Journal of Traumatic Stress: Official publication of the international society for traumatic stress studies, 22(6), 612-621.

Cornelsen, L., Green, R., Turner, R., Dangour, A. D., Shankar, B., Mazzocchi, M., & Smith, R. D. (2015). What happens to patterns of food consumption when food prices change? Evidence from a systematic review and meta-analysis of food price elasticities globally. Health economics, 24(12), 1548-1559.

Czinkota, M. R. (2002). Export promotion: a framework for finding opportunity in change. Thunderbird international business review, 44(3), 315-324.

Diallo, M. F., & Siqueira, J. R. (2017). How previous positive experiences with store brands affect purchase intention in emerging countries: a comparison between Brazil and Colombia. International Marketing Review, 34(4), 536–558.

Echeverría Ríos, O., Martínez Hernández, M., & López Hernández, I. (2021). Precio en mercadotecnia: Una revisión bibliográfica desde la percepción en Latinoamérica. RECAI Revista De Estudios En Contaduría, Administración E Informática, , 44 - 64. doi:10.36677/recai.v10i29.15978

Nieto, E. (2018). Tipos de investigación. Universidad Santo Domingo de Guzmán, 2. Estelami, H., Lehmann, D. R., & Holden, A. C. (2001). Macro-economic determinants of consumer price knowledge: A meta-analysis of four decades of research. International Journal of Research in Marketing, 18(4), 341-355.

Fischer De la Vega, Laura Estela y Espejo Callado, J. (2012). Mercadotecnia. In McGraw Hill: Vol. XXXIII (Issue 2). https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2

Frost, R., Armstrong, B. C., & Christiansen, M. H. (2019). Statistical learning research: A critical review and possible new directions. Psychological Bulletin, 145(12), 1128.

Grewal, D., & Compeau, L. D. (2015). Consumer Responses to Price and its Contextual Information Cues. Review of Marketing Research, 2, 109–131.

Guzmán López, A., & Cárcamo Solis, M. de L. (2014). La evaluación de la calidad en el servicio: caso de estudio " Restaurant Familiar Los Fresnos ." Acta Universitaria, 24(3), 35– 49.

Jiménez-Martínez, I. (2007). Determinantes para la Internacionalización de las Pymes Mexicanas. Análisis Económico, 12(49), 111-125.

Katua, N. T. (2014). The Role of SMEs in Employment Creation and Economic Growth in Selected Countries. International Journal of Eduacation and Research, 12(2), 461-472.

Kongolo, M. (2010). Job creation versus job shedding and the role of SMES in economic development. African Journal of Business Managenement, 11(4), 288-295.

Kustin, R. A. (2004). Marketing mix standardization: a cross cultural study of four countries. International Business Review, 13(5), 637-649.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis: Global edition.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). Capítulo 9 Recolección de datos cuantitativos. R. Hernández Sampieri, Metodología de la investigación, 20194-267.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Marketing Version para Latinoamerica (Decimoprima). Pearson Educación

Laerd, S. (2015). Principal components analysis (PCA) using SPSS Statistics.

Lamb, H., & Hair, J. F. (2017). McDaniel. 2001. Pemasaran. buku, 1.

Lee, Y., Shin, J., & Park, Y. (2012). The Changing Patterns of SMEs Innovativeness thorugh Business

Marshall, Alfred, (1890). "The Principles of Economics," History of Economic Thought Books, McMaster University Archive for the History of Economic Thought, number marshall1890.Allen, J.W., Harrell, G.D. & Hutt, M.D. (1976). Price Awareness Study. Washington, D.C.: Food Marketing Institute.

Mazumdar, T. (1987). The effects of learning intentions and choice task orientations on buyers' knowledge of price: an experimental investigation (Doctoral dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University).

McCarthy, J. (1964). The concept of the marketing mix. Journal of Advertising Research, June, 2-7.

Model Globalization. Technological Forecasting & Social Change, 832-842

Monroe, K. B., & Dodds, W. B. (1988). A research program for establishing the validity of the price-quality relationship. Journal of the Academy of Marketing Science, 16, 151-168.

Molinillo, S., Vidal-Branco, M., & Japutra, A. (2020). Understanding the drivers of organic foods purchasing of millennials: Evidence from Brazil and Spain. Journal of Retailing and Consumer

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Senik, Z. C., Isa, R. M., Scott-Ladd, B., & Entrekin, L. (2010). Influential factors for SME internationalization: Evidence from Malaysia. International Journal of Economics and Management, 4(2), 285-304.

Skouras, T., Avlonitis, G. J., & Indounas, K. A. (2005). Economics and marketing on pricing: how and why do they differ?. Journal of Product & Brand Management, 14(6), 362-374.

OCDE. (2004). Promoting Enterpreneurship and Innovative SMEs en the Global Economy. Istambul Turkey: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). Fundamentos de Marketing (S. de C. McGraw-Hill/Interamericana Editores (ed.); 13th ed.).

Veale, R., & Quester, P. (2009). Do consumer expectations match experience? Predicting the influence of price and country of origin on perceptions of product quality. International Business Review, 18(2), 134–144. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2009.01.004

Völckner, F., & Hofmann, J. (2007). The price-perceived quality relationship: A meta-analytic review and assessment of its determinants. Marketing letters, 18, 181-196.

WTOa. (2015). International Trade Statistics 2015. World Trade Organization.

Xia, L., Monroe, K. B., & Cox, J. L. (2004). The Price Is Unfair! A Conceptual Framework of Price Fairness Perceptions. Journal of Marketing, 68(4), 1–15. https://doi.org/10.1509/jmkg.68.4.1.42733

Zeithaml, V. A. (1984). Issues in Conceptualizing and Measuring Consumer Response to Price. Advances in Consumer Research, 11, 612–616.

Capítulo 34. Explorando la satisfacción laboral en el contexto de la industria de transformación del plástico.

Gabriela Lazcano Cortés
Nohemí González Tlaxco
Fani Rodríguez Flores
Refugio Lázaro Hernández

Tecnológico Nacional de México/ Instituto Tecnológico Superior de San Martín Texmelucan

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.34

Resumen

Este estudio examina cómo las actividades empresariales afectan la satisfacción laboral. Se analizan las habilidades requeridas para las tareas asignadas y se identifican correlaciones entre ellas. Utilizando la correlación de Pearson, se determinan las actividades que impactan en la satisfacción de los trabajadores. Se recopilaron 43 cuestionarios de una industria de transformación plástica, revelando una fuerte correlación (0.693) entre el clima laboral y la retroalimentación clara y profesional de los gerentes, un factor clave para la satisfacción laboral.

Palabras clave

Clima laboral, Manufactura, Responsabilidades, Retroalimentación, Satisfacción laboral

Introducción

La relevancia de la satisfacción laboral para el crecimiento personal y profesional, así como para el éxito y competitividad de las organizaciones, es indiscutible. Sin embargo, la percepción y el nivel de satisfacción laboral de los empleados pueden verse afectados por diversos factores. Este artículo se propone analizar los elementos cruciales que pueden potenciar la satisfacción laboral: la motivación a través de la asignación de tareas, la retroalimentación efectiva y los conocimientos. Se examinarán estudios recientes que han explorado estos temas desde distintas ópticas y se proporcionarán recomendaciones prácticas. El propósito de este artículo es ofrecer una visión panorámica y actualizada de la satisfacción laboral partiendo de la consecución de sus actividades y sus repercusiones en el rendimiento organizacional.

Esta investigación busca determinar si las actividades de los empleados son determinantes para su satisfacción laboral. Se plantea la hipótesis de que existe una correlación positiva entre la satisfacción laboral y el grado de concordancia entre las tareas asignadas y las competencias, intereses y expectativas de los empleados. Para corroborar esta hipótesis, se aplicará un cuestionario de satisfacción laboral y un análisis de descripción de puestos a una muestra representativa de trabajadores de la industria de la transformación del plástico. Los resultados de esta investigación podrían contribuir a identificar las mejores prácticas para la asignación de tareas y la retroalimentación.

Revisión de la Literatura

Satisfacción del personal

La satisfacción laboral es un constructo de interés tanto para los individuos como para las organizaciones, ya que tiene un impacto significativo en la productividad que las empresas pueden lograr. Según una investigación de Peláez. B (2023), en México, el 69% de la población se encuentra satisfecha con su trabajo actual. Sin embargo, es crucial definir qué se entiende por satisfacción laboral y cómo se percibe está en función de la industria en la que se desempeña el trabajo.

La satisfacción laboral puede verse influenciada por factores, como un ambiente de trabajo adecuado, una asignación de tareas eficiente y una retroalimentación continua y constructiva. Según un estudio empírico de Ali y Anwar (2021), la motivación de los empleados y su influencia en la satisfacción laboral son aspectos cruciales que afectan la productividad de la empresa. Un ambiente de trabajo saludable puede tener un impacto positivo en la satisfacción de los empleados, la productividad y los costos (Voordt, T.v.d. and Jensen, P.A, 2023).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Además, la satisfacción laboral puede tener un efecto en el comportamiento de ciudadanía organizacional de los empleados. De acuerdo con Saxena et al. (2019), un empleado que está satisfecho con su trabajo puede mostrar un compromiso positivo con la organización.

Por lo tanto, es esencial realizar investigaciones más profundas para entender mejor este fenómeno y cómo se manifiesta en diferentes contextos industriales. La satisfacción laboral puede variar considerablemente dependiendo de factores como el ambiente de trabajo, la cultura organizacional, las oportunidades de crecimiento, entre otros.

Motivación y asignación de tareas

Más de autores como Maslow, Herzberg y otros han estudiado la motivación como esencial para la productividad de un individuo intrínseco y extrínseco, por eso un aspecto importante de la motivación laboral es la asignación eficiente de tareas. Según un estudio realizado por Su et al. (2020), la asignación eficiente de tareas puede reducir el tiempo de diseño y los costos, al tiempo que mantiene la calidad del producto.

La asignación de tareas se refiere a establecer correspondencias entre el conjunto de tareas y el conjunto de unidades organizativas. Es uno de los trabajos más importantes en la investigación y desarrollo de productos, ya que tiene efectos directos en la eficiencia operativa (Su et al., 2020).

Además, la asignación de tareas eficiente puede influir en la satisfacción laboral. Un estudio realizado por Schmid y Dowling (2020) se centró en cómo la motivación laboral se ve afectada por las tecnologías en el lugar de trabajo cambiante. Encontraron que la motivación laboral es un constructo bien documentado conectado a varios resultados de rendimiento relevantes para la empresa. Por lo tanto, es esencial que las organizaciones presten atención a la asignación eficiente de tareas como una forma de mejorar la motivación y la satisfacción laboral.

Retroalimentación al personal

La retroalimentación constante y constructiva es un componente esencial para fomentar la satisfacción laboral. Según un estudio realizado por Gnepp et al. (2020), las discusiones de retroalimentación gerencial a menudo no logran producir las mejoras de rendimiento deseadas. Sin embargo, descubrieron que los gerentes se motivaban a mejorar en la medida en que percibían que la conversación de retroalimentación se centraba en acciones futuras en lugar de en el rendimiento pasado.

La retroalimentación constructiva puede ayudar a los empleados a entender mejor sus fortalezas y áreas de mejora, lo que puede aumentar su satisfacción laboral. Además, la retroalimentación constante asegura que los empleados estén al tanto de su rendimiento y sepan qué se espera de ellos. Esto puede reducir la incertidumbre y el estrés, lo que a su vez puede aumentar la satisfacción laboral.

Por lo tanto, es esencial que las organizaciones implementen prácticas de retroalimentación constantes y constructivas para mejorar la satisfacción laboral de sus empleados.

Metodología

La metodología empleada en esta investigación se basó en un enfoque cuantitativo que, según Hernández et ál. (2014), es un proceso secuencial y probatorio que recopila datos para probar hipótesis mediante la medición numérica y el análisis estadístico. Este enfoque permite establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

La hipótesis planteada fue: "La satisfacción laboral está correlacionada por un ambiente de trabajo adecuado, una asignación de tareas eficiente y una retroalimentación continua y constructiva".

Para el estudio, se diseñó un cuestionario compuesto por 20 ítems, utilizando una escala Likert de 1 a 5, donde 1 = siempre, 2= casi siempre, 3= en ocasiones, 4= casi nunca y 5= nunca. El cuestionario se aplicó a la totalidad del personal de una empresa de la industria de la transformación del plástico en la Región de San Martín Texmelucan, Puebla, conformada por 43 individuos. No se establecieron variables de exclusión para este estudio, ya que se buscaba conocer la percepción de todos los empleados, tanto de producción como administrativos.

Los datos recopilados se almacenaron en una base de datos en SPSS Stadistic 24 para su posterior procesamiento y análisis. A través de este análisis, se establecieron las correlaciones inferenciales mediante el método de Pearson predominantes para determinar si se aceptaba o rechazaba la hipótesis propuesta.

Sandoval (2011) define la correlación como una técnica estadística utilizada para establecer la relación o dependencia que existe entre dos o más variables. En otras palabras, determina si los cambios en una variable influyen en los cambios de la otra. Si existe una relación, se dice que las variables están correlacionadas o que hay correlación entre ellas. Los tipos de correlación son los siguientes:

- Correlación directa: Se da cuando al aumentar una de las variables, la otra también aumenta.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

- Correlación inversa: Se da cuando al aumentar una de las variables, la otra disminuye.
- Correlación nula: Se da cuando no hay dependencia de ningún tipo entre las variables.

Absolutamente, estos conceptos son fundamentales para el análisis de datos y la interpretación de los resultados en esta investigación. Al establecer un nivel de significancia de 0.05, estamos diciendo que estamos dispuestos a aceptar un 5% de probabilidad de cometer un error de Tipo I (rechazar la hipótesis nula cuando es verdadera). Este es un estándar comúnmente aceptado en muchas áreas de investigación.

Resultados

A continuación, se analizan los resultados de cada pregunta realizada a la muestra, así como el porcentaje que representa cada ítem a través del programa SPSS. Así, podemos observar cuál de las variables tiene mayor o menor puntuación, para analizar los principales factores que incentivan la satisfacción del personal en una empresa de la industria de transformación del plástico en la región de San Martín Texmelucan, Puebla. La encuesta se aplicó a 43 trabajadores.

Los ítems con mayor puntaje en la encuesta son los siguientes:

- "El lugar donde trabajas es el adecuado" con un valor de 1.91 puntos.
- "Existe un buen clima laboral entre las diferentes áreas de la empresa" con un valor de 1.67 puntos.
- "Tus responsabilidades laborales son claras" y "El supervisor realiza retroalimentación clara y profesional cuando lo requieres", ambos con un valor de 1.65 puntos.
- "El trabajo se distribuye uniformemente" con un valor de 1.63 puntos.

Por otro lado, los ítems con la puntuación más baja son:

- "Posees el material y equipo necesario para realizar tus actividades" con un valor de 1.4 puntos.
- "Tienes claro lo que exige tu rol para cumplir con los objetivos de tu puesto" con un valor de 1.33 puntos.
- "Conoces a qué área acudir en caso de una problemática" con un valor de 1.02 puntos.

Estos resultados proporcionan una visión valiosa de las áreas de satisfacción y las áreas que podrían necesitar mejoras dentro de la organización.

Según los datos recopilados en la Tabla 1, el 100% de las respuestas validadas pertenecen al personal de la industria de transformación de plásticos. Estos datos indican que, para estos empleados, es esencial poseer habilidades manuales para desempeñar correctamente sus actividades. Las habilidades administrativas, que se desarrollan en las oficinas, constituyen el 22.2%, mientras que las destrezas en la aplicación de sus tareas representan el 14.8%. Sorprendentemente, el liderazgo, pese a considerarlo por muchos autores un componente fundamental, se percibe como una de las habilidades menos importantes, representando solo el 11.1 %.

Es importante destacar que, aunque existen muchas más habilidades requeridas por los trabajadores en las organizaciones, en la industria de transformación de plástico, los conocimientos y destrezas manuales son esenciales para prevenir accidentes. De esta manera, se genera un ambiente de trabajo más armónico al evitar reprocesos durante su proceso productivo.

Tabla 34.1

Habilidades Necesarias para Realizar las Tareas Correctamente

Concepto	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Oficina	12	22.2	27.9
Destrezas	8	14.8	18.6
Liderazgo	6	11.1	14.0
Manuales	28	51.9	65.1
Total	54	100	125.6

Según los datos recogidos en el tercer cuestionamiento del Tabla 34.2, centrado en los conocimientos esenciales que deben tener los colaboradores de esta industria, primero está la capacidad de operar la maquinaria utilizada en los diferentes tipos de producción de la organización, un 46 %. En segundo lugar, con un 32%, se encuentra la aplicación de la gestión en la planificación y control de los proyectos, Leao, C. B. (2023) establece que la planificación empresarial es importante porque permite generar objetivos a corto y largo plazo, disminuir los riesgos y la incertidumbre, y establecer un compromiso entre los miembros de la alta dirección y los empleados de base. Los conocimientos de software como ERP o CRP representan el 20 % y, a juzgar por la situación, el conocimiento de un segundo idioma no es relevante para la industria en la que se realizó el estudio.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 34.2

Conocimiento Esencial para la Realización del Trabajo

Concepto	Respuestas		Porcentaje de casos
	N	Porcentaje	
Maquinaria	23	46.0	53.5
Software	10	20.0	23.3
Idiomas	1	2.0	2.3
Planeación	16	32.0	37.2
Total	50	100	116.3

Correlación de variables

La Tabla 34.3 muestra el resultado de la correlación procesada en SPSS. Esto indica que la claridad con la que los colaboradores comprenden sus responsabilidades no depende en gran medida del espacio en el que desempeñan sus funciones. En otras palabras, independientemente del entorno de trabajo, los colaboradores pueden tener una comprensión clara de sus responsabilidades.

Tabla 34.3

Correlación ítem 1 y 5

		1. ¿Tus responsabilidades son claras?	5. El espacio donde trabajas, ¿es adecuado?
1. ¿Tus responsabilidades son claras?	Correlación de Pearson	1	0.234
	Sig. (bilateral)		0.131
	N	43	43
5. El espacio donde trabajas, ¿es adecuado?	Correlación de Pearson	0.234	1
	Sig. (bilateral)	0.131	
	N	43	43

Nota. El grado de correlación entre la claridad de las responsabilidades y el espacio de trabajo, según el coeficiente de Pearson, es débil, con un valor de 0.234.

La Tabla 34.4 muestra el resultado de la correlación procesada en SPSS del ítem 1 y 7. Según los datos obtenidos indica que cuando las tareas se distribuyen de manera uniforme en las áreas de trabajo, los colaboradores pueden ser más productivos y eficaces, y además experimentan una mayor satisfacción en la realización de sus tareas. Si la distribución de las

tareas no fuera equitativa, la actividad productiva podría enfrentar problemas de desigualdad laboral. Por lo tanto, es crucial para las organizaciones asegurar una distribución equitativa de las tareas para mantener un alto nivel de satisfacción y productividad entre los colaboradores.

Tabla 34.4

Correlación ítem 1 y 7

		1. ¿Tus responsabilidades son claras?	7. El trabajo se distribuye de manera uniforme.
1. ¿Tus responsabilidades son claras?	Correlación de Pearson	1	0.517
	Sig. (bilateral)		.005
	N	43	43
7. El trabajo se distribuye de manera uniforme.	Correlación de Pearson	0.517	1
	Sig. (bilateral)	.005	
	N	43	43

Nota. La interacción entre la distribución uniforme de las tareas en las áreas de trabajo y la productividad de los colaboradores presenta una correlación fuerte con un valor de 0.517, según el coeficiente de Pearson.

La Tabla 34.5 muestra el resultado de la correlación procesada en SPSS sobre el clima laboral y la retroalimentación efectiva por parte de los responsables de las áreas, lo que indica que un buen liderazgo, guía, retroalimentación y entrenamiento por parte de los responsables de las áreas de trabajo pueden garantizar un buen ambiente de trabajo para los empleados. Por tanto, podemos concluir que el éxito de un buen ambiente laboral depende de quién dirija cada área. Aunque los trabajadores de esta industria no perciban el liderazgo como un factor importante, es evidente que lo es, ya que de lo contrario su ambiente laboral se vería afectado. Este es un punto que todas las directivas deben considerar como un factor determinante para mejorar la percepción que los empleados puedan tener de la organización.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 34.5

Correlación ítem 6 y 9

		6. Existe un buen clima laborar entre las diferentes áreas de la empresa.	9. Tu gerente/supervisor te comunica las expectativas y te da retroalimentación de manera clara y profesional cuando lo necesitas.
6. Existe un buen clima laborar entre las diferentes áreas de la empresa.	Correlación de Pearson	1	0.693
	Sig. (bilateral)		.000
	N	43	43
9. Tu gerente/supervisor te comunica las expectativas y te da retroalimentación de manera clara y profesional cuando lo necesitas.	Correlación de Pearson	0.693	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	43	43

Nota. Existe una fuerte correlación de 0.693 entre el clima laboral y la retroalimentación clara y profesional por parte de los gerentes y supervisores, según el coeficiente de Pearson

La Tabla 34.6 muestra el resultado de la correlación procesada en SPSS del ítem 9 e ítem 10; según los datos obtenidos indica que, aunque los empleados perciben que el supervisor brinda una retroalimentación efectiva, no están seguros de a quién acudir cuando surgen problemas. Este es un punto de atención importante, ya que es esencial que los canales de comunicación no solo se utilicen para recibir órdenes o retroalimentaciones, sino también para salvaguardar la integridad de los recursos durante una situación problemática. Por lo tanto, las organizaciones deben esforzarse por mejorar la comunicación y proporcionar a los empleados la información necesaria sobre a quién acudir en caso de problemas.

Tabla 34.6

Correlación ítem 9 y 10

		10. Si te encuentras con un problema o una situación inusual, ¿sabes a que área o con quien acudir para encontrar una solución?	9. Tu gerente/supervisor te comunica las expectativas y te da retroalimentación de manera clara y profesional cuando lo necesitas.
10. Si te encuentras con un problema o una situación inusual, ¿sabes a que área o con quien acudir para encontrar una solución?	Correlación de Pearson	1	0.211
	Sig. (bilateral)		.174
	N	43	43
9. Tu gerente/supervisor te comunica las expectativas y te da retroalimentación de manera clara y profesional cuando lo necesitas.	Correlación de Pearson	0.211	1
	Sig. (bilateral)	.174	
	N	43	43

Nota. Existe una correlación débil con valor de 0.211 entre la retroalimentación efectiva del supervisor y el conocimiento de los empleados sobre a quién dirigirse en caso de problemas.

Discusión

Los estudios de Estepa-Leal, M et al. (2020), Rayo- Fonseca, S. et al. (2020) y Ortega-Aponte, D. et al. (2020) ofrecen una perspectiva enriquecedora sobre los factores que inciden en la satisfacción laboral en diversos sectores y contextos. Estos estudios, aunque realizados en diferentes sectores y contextos, convergen en la importancia de ciertos factores que influyen en la satisfacción laboral, proporcionando así un marco comparativo valioso para nuestro análisis.

Estepa-Leal, M et al. (2020) identificaron en una empresa pública de Cúcuta que los determinantes de la satisfacción laboral son el reconocimiento social y pecuniario, las relaciones interpersonales asertivas, un clima y cultura organizacional adecuados, y condiciones óptimas de seguridad, salud y espacios físico-tecnológicos en el trabajo.

Por su parte, Rayo- Fonseca, S. et al. (2020) hallaron en el sector comercio de Cúcuta una correlación positiva entre la satisfacción laboral y la felicidad (Rho 0,60), sugiriendo que la

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

satisfacción laboral puede influir significativamente en el bienestar general de los empleados.

En contraposición, Ortega-Aponte, D. et al. (2020) en el sector minero encontraron que no existe una relación entre el bienestar psicológico y la satisfacción laboral, indicando que son variables independientes.

Al comparar estos hallazgos con los resultados obtenidos en la industria de transformación de plástico en San Martín Texmelucan, Puebla, se observa que, a pesar de las diferencias de contexto y sector, existen factores comunes que inciden en la satisfacción laboral, como el clima laboral, la retroalimentación efectiva y la distribución equitativa de las tareas. Sin embargo, también se destacan diferencias notables, como la relevancia de las relaciones interpersonales asertivas y las condiciones de seguridad, salud y espacios físico-tecnológicos en el trabajo en el estudio de Estepa-Leal, M et al. (2020), y la correlación entre la satisfacción laboral y la felicidad en el estudio de Rayo- Fonseca, S. et al. (2020).

Estos hallazgos subrayan la importancia de considerar el contexto y las características específicas de cada sector al desarrollar estrategias para mejorar la satisfacción laboral. Aunque existen factores comunes que pueden influir en la satisfacción laboral en diferentes contextos, también pueden existir factores específicos que son relevantes en un sector o contexto particular. Por lo tanto, es crucial realizar investigaciones adicionales para identificar estos factores y desarrollar estrategias efectivas para mejorar la satisfacción laboral y, en consecuencia, el rendimiento organizacional en diferentes sectores y contextos.

Conclusiones

Los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a 43 trabajadores de una empresa de la industria de transformación de plástico en San Martín Texmelucan, Puebla, proporcionan una visión valiosa sobre los factores que influyen en la satisfacción laboral. Según los datos obtenidos, existe una fuerte correlación de 0.693 entre el buen clima laboral y la retroalimentación clara y profesional por parte de los gerentes y supervisores (0.693]. Esto indica que un buen liderazgo y una comunicación efectiva pueden contribuir significativamente a un ambiente de trabajo positivo.

Además, cuando las tareas se distribuyen de manera uniforme en las áreas de trabajo, los colaboradores pueden ser más productivos y eficaces, y además experimentan una mayor satisfacción en la realización de sus tareas (0.517]. Si la distribución de las tareas no fuera equitativa, la actividad productiva podría enfrentar problemas de desigualdad laboral. Por lo tanto, es crucial para las organizaciones asegurar una distribución equitativa de las

tareas para mantener un alto nivel de satisfacción y productividad entre los colaboradores.

Sin embargo, aunque los empleados perciben que el supervisor brinda una retroalimentación efectiva, no están seguros de a quién acudir cuando surgen problemas (0.211). Este es un punto de atención importante, ya que es esencial que los canales de comunicación no solo se utilicen para recibir órdenes o retroalimentaciones, sino también para salvaguardar la integridad de los recursos durante una situación problemática. Por lo tanto, las organizaciones deben esforzarse por mejorar la comunicación y proporcionar a los empleados la información necesaria sobre a quién acudir en caso de problemas.

En conclusión, estos resultados subrayan la importancia de un buen clima laboral, una retroalimentación efectiva y una comunicación clara en la satisfacción laboral. Sin embargo, también destacan la necesidad de mejorar la comunicación en situaciones problemáticas. Estos hallazgos pueden servir de base para desarrollar estrategias efectivas para mejorar la satisfacción laboral y el rendimiento organizacional. Por lo tanto, se puede afirmar que la hipótesis de que "La satisfacción laboral está influenciada por un ambiente de trabajo adecuado, una asignación de tareas eficiente y una retroalimentación continua y constructiva" se sostiene con los datos presentados.

Referencias

Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Un estudio empírico de la motivación de los empleados y su influencia en la satisfacción laboral. Revista Internacional de Ingeniería, Negocios y Gestión, 5(2), 21–30. https://doi.org/10.22161/ijebm.5.2.3

Estepa-Leal, M. Y., Arias-Agudelo, L. S., Lizarazo-Güillín, M. A., & Angarita-Bautista, W. (2020). Satisfacción laboral del área operativa en una empresa de servicio público de la ciudad de Cúcuta. En Rivera-Porras, D., Gutiérrez-Suárez, C., Ortega-Aponte, D.T., Arenas-Torrado, M.K (Ed.), SATISFACCIÓN LABORAL: UN ANÁLISIS DESDE LOS SECTORES ECONÓMICOS Y PRODUCTIVOS (pp. 71–94). Ediciones Universidad Simón Bolívar.

Gnepp, J., Klayman, J., Williamson, I. O., & Barlas, S. (2020). "El futuro de la retroalimentación: Motivar la mejora del rendimiento a través de la retroalimentación centrada en el futuro". PloS One, 15(6),

https://doi.org/10.1371/journal.pone.0234444

Leao, B. C. (2021, julio 13). ¿Cuál es la importancia de la planificación empresarial? SNHU. https://es.snhu.edu/noticias/importancia-plinifacion-empresarial

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Hernández, R. S., Fernández, C. C., Baptista, P. L., Méndez, S. V., & Mendoza, C. P. T. (2014). Metodología de la investigación.

Ortega-Aponte, D.-T., Rincón-Pérez, L.-M., Rivera-González, L.-A., & Rivera-Porras, D. (2020). Bienestar psicológico y satisfacción laboral de los trabajadores en el sector minas y canteras. En Rivera-Porras, D., Gutiérrez-Suárez, C., Ortega-Aponte, D.T., Arenas-Torrado, M.K (Ed.), SATISFACCIÓN LABORAL: UN ANÁLISIS DESDE LOS SECTORES ECONÓMICOS Y PRODUCTIVOS (pp. 154–186). Ediciones Universidad Simón Bolívar.

Peláez, B. (2023). El 69% de los empleados en México está satisfecho con su trabajo actual. Capterra. https://www.capterra.mx/blog/4140/estudio-satisfaccion-en-el-trabajo-en-mexico#:~:text=El%20resultado%20es%20que%20en,que%20dice%20estar%20muy%20satisfecho

Rayo-Fonseca, S.-M., Mejia-Aranda, S.-M., Jaimes-Higuera, V., & Rivera-Porras, D. (2020). Felicidad y satisfacción laboral de los trabajadores del sector comercio. En Rivera-Porras, D., Gutiérrez-Suárez, C., Ortega-Aponte, D.T., Arenas-Torrado, M.K (Ed.), SATISFACCIÓN LABORAL: UN ANÁLISIS DESDE LOS SECTORES ECONÓMICOS Y PRODUCTIVOS (pp. 121–153). Ediciones Universidad Simón Bolívar.

Sandoval Vargas, M. (2011). Correlaciones. https://repositorio.konradlorenz.edu.co/handle/001/2468

Saxena, S., Tomar, K., & Tomar, S. (2019). Impacto de la satisfacción laboral en el comportamiento de ciudadanía organizacional. Revista Electrónica SSRN.

https://doi.org/10.2139/ssrn.3323753

Schmid, Y., & Dowling, M. (2022). Nuevo trabajo: ¿Nueva motivación? Una revisión exhaustiva de la literatura sobre el impacto de las tecnologías en el lugar de trabajo. Management Review Quarterly, 72(1), 59–86.

https://doi.org/10.1007/s11301-020-00204-7

Su, J., Wang, J., Liu, S., Zhang, N., & Li, C. (2020). Un método para la asignación eficiente de tareas basado en el grado de satisfacción del conocimiento. Complejidad, 2020, 1–12.

https://doi.org/10.1155/2020/3543782

Voordt, T.v.d. y Jensen, P.A. (2023), "El impacto de los lugares de trabajo saludables en la satisfacción, la productividad y los costes de los empleados", Journal of Corporate Real Estate, Vol. 25 Nº 1, pp. 29-49. https://doi.org/10.1108/JCRE-03-2021-0012

Capítulo 35. La aplicación de las habilidades gerenciales y su impacto en las mypes De Cd. Reynosa Tamaulipas.

Ma. Teresa Cavazos Alanis
Diana Laura Robles Pérez
Alma Delia Robles Pérez
María Soledad Ocañas Martínez

Universidad Tecnologica De Tamaulipas Norte 01

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.35

Resumen

El presente documento fue realizado por el cuerpo académico de la carrera de administración, de la Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte, en donde se toman como base los resultados de las variables: comunicación, manejo de conflictos, motivación, delegación de autoridad y responsabilidad, trabajo en equipo, liderazgo y capacitación de la encuesta aplicada para conocer la diferencia en las estrategias de gestión que tienen los directores y directoras de las micro y pequeñas empresas de la Cd. de Reynosa Tamaulipas y se realizó un análisis para determinar cuál es el impacto en la aplicación de las habilidades gerenciales en las micro y pequeñas.

Se utilizó el método cuantitativo donde se consideran los resultados de las variables antes mencionadas. Se considera un estudio No experimental, transeccional ya que, se observa el fenómeno existente y posteriormente se analiza. Se recolectaron datos en un tiempo único para posteriormente describir y analizar las variables y finalmente correlacional al describir las relaciones entre las categorías de capacitación, liderazgo y trabajo en equipo.

Los datos más relevantes del estudio se detectan en la categoría de capacitación donde en la mayoría de las variables se observan rangos bajos, así como también en la categoría de liderazgo y trabajo en equipo. Evidenciando que la aplicación de habilidades gerenciales tiene un impacto directo en las MYPES de Ciudad Reynosa, Tamaulipas. Estas habilidades bien aplicadas ayudan a las empresas a establecer una dirección estratégica,

Palabras clave

Directivos, Habilidades Gerenciales, Impacto, MYPES

Introducción

La actividad empresarial de las MYPES en Cd. Reynosa, Tamaulipas contribuye y promueve considerablemente en el desarrollo económico, la expansión del mercado y la generación de empleos. Según indicadores del INEGI 2022, Tamaulipas el primer trimestre registró en las actividades empresariales una variación anual de 1.8 %, lo que ubicó a este estado en el lugar 22 a nivel nacional. En el segundo trimestre del mismo año, el resultado aumentó a 3 % en el total de la actividad económica estadística que situó a Tamaulipas en el lugar 13 a nivel nacional. Lizarazo Carolina (2023).

En este sentido, para lograr resultados positivos en el desarrollo de una empresa es necesario considerar como un indicador la correcta aplicación de las habilidades gerenciales, también conocidas como serie de capacidades autodirigidas para realizar actividades de liderazgo no solo porque son parte sustancial del proceso directivo, sino porque también promueven la productividad, la eficiencia, la confianza, un ambiente de trabajo positivo, la toma de decisiones acertadas y la estimulación de la innovación. Por lo tanto, es fundamental que los líderes y gerentes de estas empresas desarrollen y fortalezcan estas habilidades para promover un clima organizacional favorable.

El objeto de estudio son los directivos de las MIPES de Reynosa, Tamaulipas y la aplicación de sus habilidades directivas. Se observan como variables las habilidades de: comunicación, manejo de conflictos, motivación, delegación de autoridad y responsabilidad, trabajo en equipo, liderazgo y capacitación. Es un estudio descriptivo con enfoque cuantitativo y siguiendo la metodología científica se evalúa su impacto en el sector empresarial y se analizan los resultados.

La eficiente aplicación de las habilidades gerenciales en una pequeña empresa puede conducir a un crecimiento más rápido y sólido, a una competitividad mayor, rentabilidad y una cultura de trabajo saludable. Naranjo Arango, R. (2015). Por lo tanto, la interrelación entre directivo y trabajador es fundamental para que ambos esfuerzos se dirijan hacia el cumplimiento de las metas organizacionales, llegar a un consenso general con los miembros del equipo en cuanto al cumplimiento de las metas debe hacerlos sentir parte del proceso donde la tarea no es fácil pero si se aplican los procesos de comunicación correctamente, el resultado puede ser positivo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Revisión de la Literatura

Las habilidades gerenciales y su aplicación en el desarrollo de una empresa

La aplicación de habilidades gerenciales en las microempresas es fundamental para su éxito y crecimiento de una empresa. A pesar de su tamaño reducido, estas habilidades son esenciales para tomar decisiones efectivas, liderar equipos y administrar recursos de manera eficiente.

Las habilidades que los directivos y/o gerentes de pymes son de tres tipos: técnicas, que involucran el conocimientos y experiencias de acuerdo con el área que ocupa; las humanas, respecto a capacidad de interactuar con las personas, con los empleados a su cargo además de clientes, proveedores, competidores, aliados, entre otros; y, las conceptuales: la capacidad de formulación de ideas y solución de problemas, que permiten a las pymes tiene una mayor relevancia en sus resultados. Leyva Castillo (2011).

Por otra parte, la comunicación efectiva en una empresa pequeña es esencial para su funcionamiento eficiente y su éxito. Dado que las microempresas a menudo tienen estructuras organizativas más simples y equipos más reducidos, la comunicación puede ser más directa y simple.

Se consideran algunos aspectos fundamentales para que se realice el proceso como definir roles y responsabilidades, establecer metas y expectativas claras y directas, para facilitar la comunicación se debe complementar con algunas herramientas como los correos electrónicos, mensajes de texto, aplicaciones de mensajería instantánea, plataforma de colaboración en línea esto para mantener una actualización de la información de forma simultánea.

La comunicación cara a cara es una de las óptimas para utilizar, sobre todo en las empresas pequeñas, dado que el equipo de trabajo suele ser muy reducido. La comunicación efectiva en una empresa pequeña es clave para mantener a todos en sintonía y maximizar la productividad y la satisfacción de los empleados. La transparencia, la empatía y la apertura son fundamentales para lograr una comunicación exitosa en este entorno empresarial. Traverso Holgin (2017).

La capacitación para directores de empresas es esencial para garantizar el crecimiento, la eficiencia y la sostenibilidad de una organización en un entorno empresarial cada vez más competitivo y dinámico. Algunas de las razones por las cuales debe considerar como un factor importante son: La capacitación proporciona a los directores las herramientas y el conocimiento necesarios para tomar decisiones estratégicas acertadas. Les ayuda a analizar datos, evaluar riesgos y oportunidades, y a desarrollar una visión a largo plazo para la empresa.

Según Rodríguez (2005), la importancia de la capacitación radica en lo siguiente:

Ayuda a la organización, conduce a una mayor rentabilidad y fomenta actitudes hacia el logro de los objetivos organizacionales; Ayuda al individuo, da lugar a que el trabajador interiorice y ponga en prácticas las variables de motivación, realización, crecimiento y progreso; Ayuda a las relaciones en el grupo de trabajo, fomenta la cohesión en los grupos de trabajo mediante la mejora de las comunicaciones entre grupos e individuos.

El liderazgo es otra habilidad gerencial fundamental. Un buen líder es capaz de inspirar y motivar a su equipo, fomentar un ambiente de trabajo positivo y promover la colaboración. En las MYPES, donde los recursos son limitados, un líder efectivo puede marcar la diferencia al impulsar la productividad, promover la innovación y fomentar el crecimiento profesional de sus empleados (López Aparicio, 2001).

Las funciones principales del trabajo en equipo en una empresa es fomentar la colaboración la cooperación entre los empleados para lograr objetivos comunes y maximizar la eficiencia y efectividad de la organización. También desempeña un papel fundamental en el funcionamiento de una empresa al permitir que los empleados colaboren, compartan conocimientos y experiencias, y trabajen juntos para lograr los objetivos de la organización de manera más efectiva.

La delegación de autoridad en una empresa es un proceso esencial y beneficioso. Cuando se delega autoridad, los empleados se vuelven más responsables de los resultados. Esto fomenta un mayor compromiso y sentido de propiedad en relación con las tareas asignadas. Al delegar tareas y autoridad a los empleados, se les brinda la oportunidad de desarrollar y mejorar sus habilidades. Esto puede llevar a un mayor crecimiento profesional y personal, ya que los empleados asumen nuevas responsabilidades y desafíos (Madrigal Torres, 2009).

El factor motivación en una empresa pequeña es fundamental para el éxito y el bienestar de la organización. Aunque las empresas pequeñas pueden carecer de los recursos y las estructuras de una empresa más grande, la motivación de los empleados puede marcar una gran diferencia en su desempeño y crecimiento. En una empresa pequeña, perder empleados clave puede ser especialmente perjudicial. La motivación contribuye a la retención de talento, ya que los empleados felices y motivados son menos propensos a buscar oportunidades en otros lugares (Coromoto, 2018).

Metodología

Para el desarrollo del presente estudio se utilizó el método cuantitativo donde se consideran los resultados de las categorías: comunicación, manejo de conflictos, motivación, delegación de autoridad y responsabilidad, trabajo en equipo, liderazgo y capacitación.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

El diseño es No experimental, transeccional ya que, se observa el fenómeno existente y posteriormente se analiza. Se recolectaron datos en un tiempo único para posteriormente describir y analizar las variables y finalmente se tiene un alcance correlacional al describir las relaciones entre las categorías de capacitación, liderazgo y trabajo en equipo.

La comunicación es un factor determinante en la aplicación de las habilidades directivas en una empresa por lo tanto se desarrolla la siguiente Hipótesis: "Los directores de las mypes no utilizan los canales adecuados para aplicar las habilidades gerenciales"

De acuerdo con el Directorio estadístico Nacional de Unidades Económicas DENUE (2023) se cuenta con 2,2491 micro y pequeñas empresas en Cd, Reynosa Tamaulipas tomándose como población a los directores de estas, donde aplicaron un total de 700 encuestas en el periodo del 01 de marzo al 30 de abril de 2023 de las cuales se validaron 492 para tomarse como muestra para el presente estudio.

Se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple con las mypes de Reynosa, Tamaulipas, México, cuya cantidad de empleados se encuentra en el rango de 1 a 50, con un nivel de confianza del 95%, un margen de error del ±5% y una probabilidad estimada de p=0.5 (50%).

Como instrumento de medición se utiliza información de la base de datos de RELAYN 2022; del instrumento de recolección de datos RELAYN 2022 y se analizaron 7 dimensiones de los cuales se consideraron 14 ítems del cuestionario donde solo se observan y analizan los resultados. La encuesta fue dirigida a los propietarios, directores o gerentes de las mypes, para lo cual se solicitó la colaboración de los estudiantes universitarios que previamente fueron capacitados para aplicar dicha encuesta.

Resultados

En este estudio se observaron y posteriormente se analizaron 7 dimensiones y 14 ítems donde se muestran los resultados obtenidos en la recolección de los datos.

Manejo de conflictos	De acuerdo	No se/ no aplica	En desacuerdo
Soy hábil para resolver conflictos y tomar decisiones.	88.41%	3.05%	8.13%

Gráfica 35.1

Manejo de Conflictos



Respecto al manejo de conflictos, el 88.44%, que representan 436 directores de mypes que representan 436 directores están de acuerdo respecto a ser hábiles para resolver disputas y tomar decisiones acertadas.

Comunicación	De acuerdo	No se/ no aplica	En desacuerdo
Cuando doy una indicación o instrucción me cercioro de que se me entendió el mensaje	95.53%	3.25%	1.92%

Gráfica 35.2

Comunicación



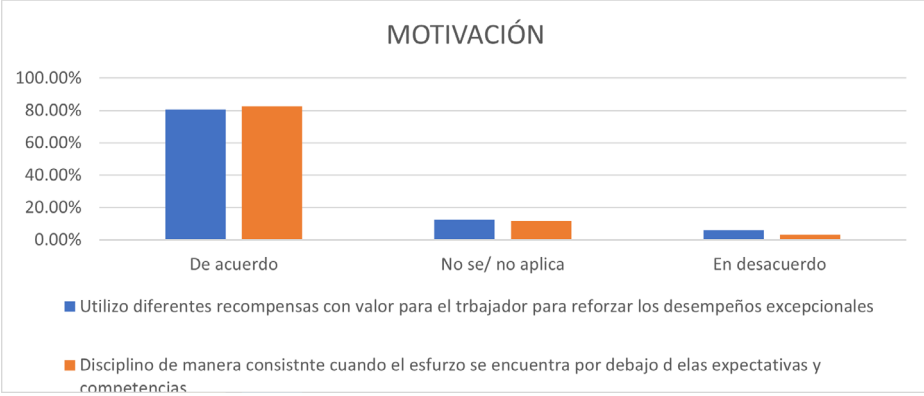
Como muestran la tabla y Gráfica 35.2 el 95.53% que representan 470 directores se cercioran de que los colaboradores reciben el mensaje al girar indicaciones o instrucciones y solo el 1.92% no están de acuerdo en ello.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Motivación	De acuerdo	No se/ no aplica	En desacuerdo
Utilizo diferentes recompensas con valor para el trabajador para reforzar los desempeños excepcionales	80.49%	12.60%	5.89%
Disciplino de manera consistente cuando el esfuerzo se encuentra por debajo de las expectativas y competencias	82.52%	11.59%	3.05%

Gráfica 35.3

Motivación

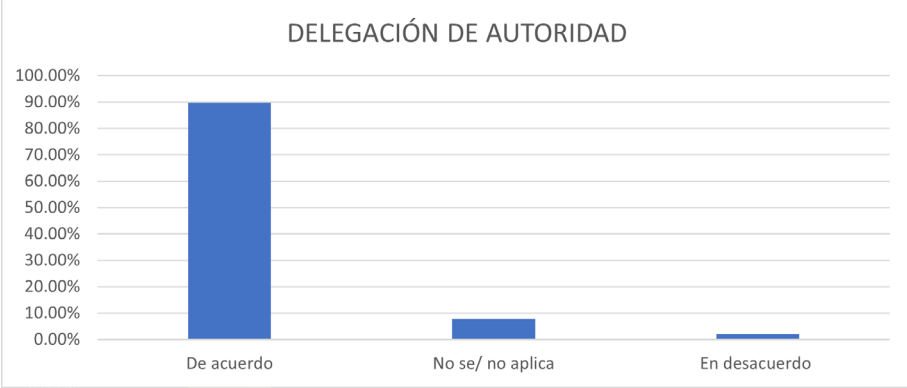


Como indican la tabla y Gráfica 35.3, el 80.40% de los empresarios, que representan 396 directores utilizan diferentes recompensas con valor para el trabajador, reforzando los desempeños excepcionales. Además, 406 directores, que representan el 82.52% indican que disciplinan de manera consistente cuando el esfuerzo no es el pertinente, es decir, cuando se encuentra debajo de las expectativas y competencias.

Delegación de autoridad	De acuerdo	No se/ no aplica	En desacuerdo
Permito la participación de aquellos que aceptan las tareas asignadas en cuanto a la fecha y forma de realizar el trabajo	89.63%	7.72%	2.03%

Gráfica 35.4

Delegación de autoridad

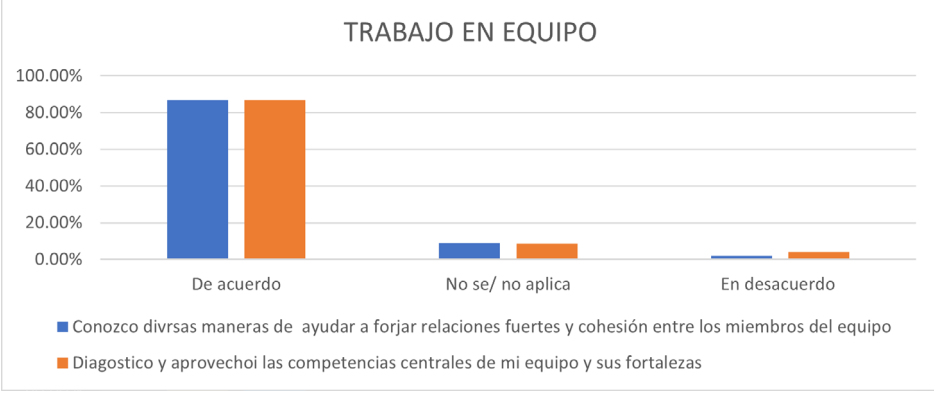


De los directores encuestados, 441 representando el 89.63% de los encuestados permiten la participación de los trabajadores que aceptan tareas en tiempo y forma para realizarlas.

Trabajo en equipo	De acuerdo	No se/ no aplica	En desacuerdo
Conozco diversas maneras de ayudar a forjar relaciones fuertes y cohesión entre los miembros del equipo	86.79%	8.94%	2.03%
Diagnóstico y aprovecho las competencias centrales de mi equipo y sus fortalezas	86.79%	8.57%	4.07%

Gráfica 35.5

Trabajo en equipo



En cuanto al trabajo en equipo el 86.79% de los directores que representan 427 entidades económicas están de acuerdo en que conozco diversas maneras de ayudar a forjar

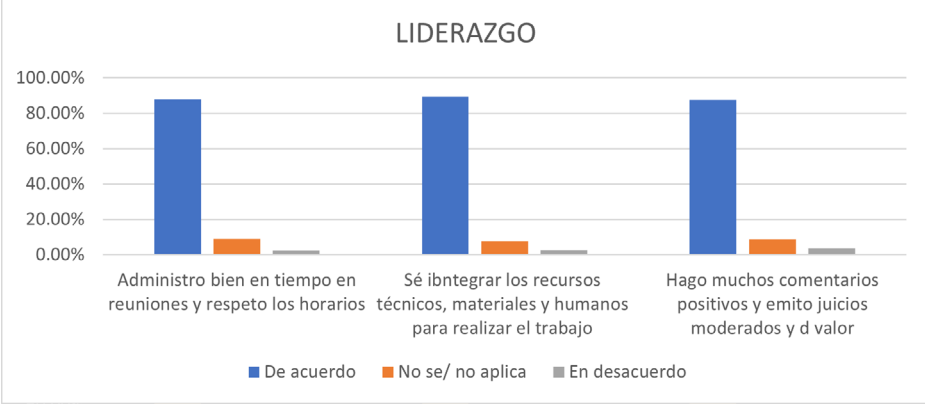
Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

relaciones fuertes y cohesión entre los miembros del equipo, así como al diagnosticar y aprovechar las competencias centrales de los trabajadores y sus fortalezas.

Liderazgo	De acuerdo	No se/ no aplica	En desacuerdo
Administro bien en tiempo en reuniones y respeto los horarios	87.89%	8.94%	2.24%
Sé integrar los recursos técnicos, materiales y humanos para realizar el trabajo	89.43%	7.72%	2.64%
Hago muchos comentarios positivos y emito juicios moderados y d valor	87.60%	8.74%	3.66%

Gráfica 35.6

Liderazgo

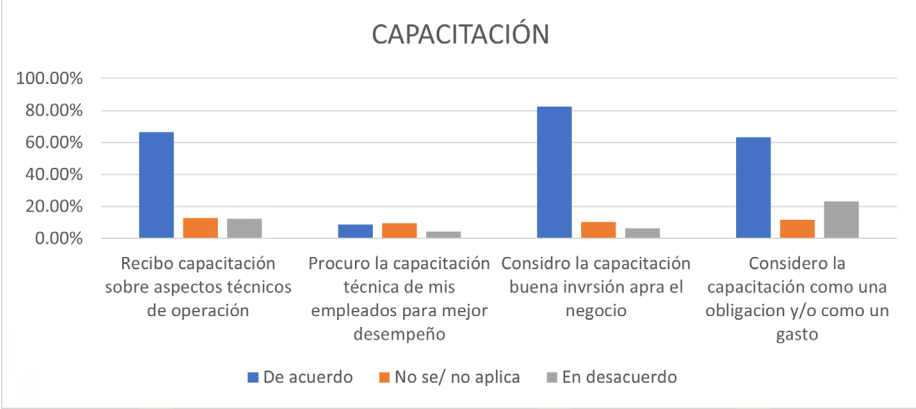


En cuanto a la habilidad de liderazgo 432 directores, que representan el 87.08% están de acuerdo en que administran bien el tiempo en las reuniones respecto al horario, en tanto 440, que es el 89.43% de los encuestados indican que saben integrar los recursos técnicos, materiales y humanos para realizar el trabajo, otro de los ítems analizados de este escenario se refiere a que el 87.06% de los directores que representan 431 empresas están de acuerdo en que realizan muchos comentarios positivos y emiten juicios moderados y de valor, también el 80.69%, es decir 397 directores están de acuerdo en que comunican con una visión positiva, llegando tanto al corazón como a la mente de las personas.

Capacitación	De acuerdo	No se/ no aplica	En desacuerdo
Recibo capacitación sobre aspectos técnicos de operación	66.67%	13.01%	12.20%
Procuro la capacitación técnica de mis empleados para mejor desempeño	8.89%	9.55%	4.47%
Considero la capacitación buena inversión para el negocio	82.52%	10.37%	6.50%
Considero la capacitación como una obligación y/o como un gasto	63.41%	11.59%	23.17%

Gráfica 35.7

Capacitación



En cuanto a la capacitación, encontramos que el 66.67% de los directores, que representan 328 jefes de empresas indican que han recibido capacitación sobre aspectos técnicos de operación para su empresa y el 63.41% que representa 312 directivos, consideran que la capacitación es una obligación y/o un gasto, son los resultados más bajos de todos los ítems analizados, esto indica que los microempresarios no están motivados o que no cuentan con los recursos suficientes para capacitarse a sí mismo y a sus trabajadores, debido quizá a la costumbre de realizar siempre las mismas operaciones y no percatarse de la necesidad y beneficios de la capacitación, esto a pesar que el 82.52% de los dirigentes consideran la capacitación como una buena inversión para el negocio, hecho que se contrapone a la respuesta proporcionada en el ítem anterior.

Discusión

Al contrastar los resultados obtenidos de las categorías observadas en el presente estudio se observa que respecto al manejo de conflictos los s directores de las MYPES en Reynosa, Tamaulipas son hábiles para resolver conflictos y tomar decisiones acertadas, así como

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

también, son considerados al permitir que sus trabajadores expresen su punto de vista y comenten sus dudas al respecto, ya que , la resolución de disputas eficiente contribuye a un ambiente laboral más armonioso, lo que puede aumentar la moral y la satisfacción de los empleados. Stephen P. Robbins (2009).

Las empresas, actualmente enfocan sus estrategias para reclutar el mejor talento humano, retenerlo, asegurar su pertenencia y crecer juntos en todos los niveles. Esto no es una tarea sencilla, sobre todo, si se quiere lograr direccionar los recursos hacia las metas y que este ayude al desarrollo y fortalecimiento de la organización. Por otra parte, se analiza que los directores aplican retroalimentación al dar las instrucciones o indicaciones por lo que se considera que existe una buena comunicación esto se refleja al observar los resultados, ya que mencionan ser muy claros al proporcionar entrenamiento u orientación a sus trabajadores.

En el rubro de la motivación los directores se muestran un poco renuentes al recompensar al trabajador en su buen desempeño pues dirigen su estrategia a asegurarse de que sus trabajadores se sientan tratados con justicia y equidad. Confían en sí mismos y en su personal y comparten la responsabilidad y la autoridad aunque no permiten con frecuencia la participación de aquellos que aceptan las tareas asignadas en cuanto a fecha y forma de realizar el trabajo.

Los directores de las mypes fomentan el esfuerzo coordinado y el trabajo en equipo, sin embargo, carece de consolidar relaciones fuertes y cohesión entre sus miembros en ocasiones desaprovecha las competencias y fortalezas de su equipo.

También sabe motivar al personal para continuar con sus labores pero no administra bien el tiempo en las reuniones y suele no respetar los horarios en ocasiones. La integración de los recursos técnicos, materiales y humanos no son un factor que predomine en su dirección. Como líder de una empresa suele ser un poco reservado al emitir juicios de valor y comentarios positivos.

Según los autores José Enrique, Alberto Ferreiro, Mirna Lázara González (2019) "La gestión de la capacitación de directivos contribuye al logro de una gestión empresarial sostenible".

Se analiza la importancia de que se implemente un modelo de capacitación interna en las MYPES como una posible solución para que puedan mejorar su competitividad y desarrollo considerando sobre todo, que el presupuesto esté acorde al tamaño y limitaciones de la empresa y se adecue a los perfiles de los colaboradores.

En la realización de este proyecto se contó con limitantes respecto a poca congruencia en las respuestas a los ítems del instrumento aplicado, debido en parte a la escasa disposición de microempresarios a analizar los conceptos para proporcionar una respuesta pertinente, en específico en lo concerniente al trabajo de sus colaboradores, indican que están dispuestos a escuchar y atender sugerencias del personal, sin embargo, en la práctica real no es así.

Conclusión

Las habilidades gerenciales como la comunicación, el manejo de conflictos, la motivación, la delegación de autoridad y responsabilidad, el trabajo en equipo, el liderazgo y la capacitación tienen un impacto significativo en el clima organizacional de las pequeñas empresas en Latinoamérica.

Estas habilidades pueden promover la productividad, la eficiencia, la confianza, un ambiente de trabajo positivo, la toma de decisiones acertadas y la estimulación de la innovación.

Por otra parte, la capacitación de un director de empresas es esencial para mantenerse actualizado, tomar decisiones efectivas y liderar con éxito una empresa en un entorno empresarial en constante evolución.

La inversión en la capacitación de los directores es apostar al éxito y la sostenibilidad a largo plazo de la empresa. Por lo tanto, es fundamental que los directores o responsables de estas organizaciones desarrollen y fortalezcan sus habilidades para promover un clima organizacional pertinente y coadyuven al éxito y desarrollo de los objetivos de la empresa.

Referencias

Naranjo Arango, R. (2015). Habilidades gerenciales en los líderes de las medianas empresas de Colombia. Gestión eficaz del tiempo y control del estrés, 38, 119-146. http://doi.org/http://dx.doi.org/10.14482/pege.38.7703

Leyva-Carreras, A.B., Espejel Blanco, J.E. & Cavazos-Arroyo, J. (2017). Habilidades gerenciales como estrategia de competitividad empresarial en las pequeñas y medianas empresas (Pymes)- Perspectiva Empresarial, 4(1), 7-22. http://dx.doi.org/10.16967/rpe.v4n1a1

Lizarazo, C. (2023). Las PyMEs en México: Retos e importancia conekta.com/blog/las-pymes- https://www.en-mexico-retos-e-20aportan%20un%2042,8%25%20a%20los%20comercios%20medianos

Leyva, M., Hernández, L., Ortega, M.L. (2011). Manual de habilidades gerenciales Universidad Técnica Nacional Cd. México https://www.utn.ac.cr/sites/default/files/attachments/Manual%20de%20Habilidades%20Gerenciales.pdf

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Traverso, P.A., Williams, B.G., Palacios I.R. (2017). "La comunicación efectiva como elemento de éxito en los negocios" ISBN 978-9942-960-30-6 Samborondón, Ecuador https://libros.ecotec.edu.ec/index.php/editorial/catalog/download/13/12/72-1?inline=1

Cota, J.A (s/f)."La capacitación como herramienta efectiva para mejorar el desempeño de los empleados" Instituto Tecnológico de Sonora, de Ciudad Obregón, Sonora, México

Mendoza, A. (2012). Manual para determinar necesidades de capacitación y desarrollo, 5ª edición, Trillas, México, D. F.

Rodríguez T. (2005), Clima organizacional y productividad: El papel inspirador de la supervisión. Colombia: Consult C.A.

López T.A (2001). Liderazgo Efectivo Santa Cruz Bolivia

Fernández R. (2020). 5 Beneficios del trabajo en equipo en las empresas. Febrero 17, 2020, de IDESAA Sitio web: https://idesaa.edu.mx/blog/trabajo-en-equipo-para-el-logro-de-metas/

Madrigal, B.E (2009). Habilidades Directivas 2da. Edi. Mc Grawn Hill Interamericana

Peña, H.C (2018). Motivación Laboral. Elemento Fundamental en el Éxito Organizacional Instituto Internacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico Educativo INDTEC, C.A. DOI: https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.9.177-192

Stephen P. Robbins (2013). Comportamiento Organizacional. Editorial Pearson Educación, México

Rodrigo, J. E, Bermúdez, A.F, González M. (2019). "La capacitación de directivos, una perspectiva para el logro de una gestión empresarial sostenible" Didáctica y Educación. ISSN 2224-2643

Capítulo 36. Desarrollo comunitario sostenible en las mypes del municipio de Tecamachalco, Puebla.

Blanca Rosa Velázquez Merino
Sara Rodríguez Bucio
Paulino Rojas Romero
Dalila Velázquez Merino

Universidad Tecnológica de Tecamachalco

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.36

Resumen

El presente proyecto tuvo como objetivo conocer si las empresas del municipio de Tecamachalco, Pue., promueven acciones de desarrollo comunitario y previenen la contaminación y la producción de desechos que impactan en el ecosistema. Por lo que se tomó la base de datos gestionada por RELAYN en 2023, para llevar a cabo un estudio cuantitativo con una muestra de 486 empresarios. Los resultados evidencian que efectivamente, si las empresas promueven actividades de desarrollo comunitario infieren en que deben procurar prevenir la contaminación y la producción de desechos, así como reciclar y cuidar el medio ambiente.

Palabras clave

Desarrollo comunitario, desarrollo sostenible, Mypes

Introducción

El desarrollo comunitario sostenible es un enfoque que busca promover el desarrollo económico, social y ambiental de las comunidades de manera equilibrada y sostenible, a través de la participación de la comunidad en la toma de decisiones y en la definición de sus propias necesidades y prioridades. El desarrollo comunitario sostenible puede incluir iniciativas como; la promoción de la agricultura sostenible, la conservación del medio ambiente, la promoción de la igualdad de género, la mejora de la calidad de vida de las comunidades y la promoción del emprendimiento sostenible. La visión y la planificación desde el principio, así como la asociación y la participación local, son importantes para lograr la sostenibilidad. El desarrollo comunitario sostenible puede ser un enfoque útil para abordar los desafíos globales como el cambio climático, la pobreza y la desigualdad.

Emanado de la Asamblea General de Naciones Unidas en 2015 se propuso la resolución "Transformar nuestro mundo implementando: la agenda 2030 para el desarrollo sostenible". Dicho documento está compuesto o integrado de 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS) que tienen su referente en los principios rectores de universalidad, integridad y un carácter transformador de las condiciones vitales del planeta (ONU, 2023).

Entre los diferentes ODS, el objetivo; 11 Ciudades y comunidades sostenibles responde a la preocupación por promover el crecimiento comunitario económico y la sostenibilidad que favorezcan la mejora de los estándares de vida.

En el caso de las micro y pequeñas empresas del municipio de Tecamachalco, Puebla, México, se adolece de datos concretos que indiquen si los empresarios realizan las prácticas mínimas necesarias de gestión encaminadas a cumplir con el desarrollo comunitario sostenible.

El propósito de esta investigación es caracterizar el objetivo 11. Ciudades y comunidades sostenibles desde la perspectiva de los directivos de las micro y pequeñas empresas del municipio de Tecamachalco, Puebla, México, haciendo énfasis en la posible implementación de acciones y/o actividades que fomenten el desarrollo comunitario sostenible.

Revisión de la Literatura

Bases teóricas de la comunidad y desarrollo comunitario

El concepto comunidad proviene del latín comunitas, que significa la cualidad de lo común. Alude a lo que no es privativo de uno solo, sino que pertenece o se extiende a varios (Romero & Muñoz, 2014, p. 80), existen varios enfoques sobre la comunidad, pero para efectos de

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

este trabajo, consideramos viable la propuesta por Marchioni (1999, p. 40) que considera a la comunidad como un territorio, en el cual vive una determinada población que tiene determinadas demandas y que cuenta con determinados recursos.

El adjetivo comunitario se usa, por lo menos, en dos acepciones divergentes que pueden ser así sintetizadas: se asume la comunidad como destinataria de programas, prestaciones, proyectos, etc., y como protagonista del proceso que se quiere llevar adelante. (Marchioni, 1999, p. 8), por esta razón, el trabajo comunitario pretende abordar la transformación de situaciones colectivas mediante la organización y acción asociativa, se trata de una tarea que encara con el reto de constituir y obtener un grupo (o varios) en torno a la elaboración y la aplicación de proyectos de desarrollo social. (Barbero, 2014, p. 18). Por otra parte, el trabajo comunitario organiza a la gente para llevar a cabo un conjunto de acciones bien planeadas y que sean coherentes con las situaciones sociales que se quieren abordar (Barbero, 2014, p. 21), es decir, actividades realizadas por individuos o grupos en comunidad a corto plazo, con el objetivo de mejorar el bienestar de un grupo de personas y/o una población.

Carvajal (2012), menciona que en 1956 la ONU adopta una noción de "desarrollo comunitario", como "el conjunto de procedimientos por los cuales los habitantes de un país unen sus esfuerzos a los de los poderes públicos con el fin de mejorar la situación económica, social y cultural de las colectividades, de asociar estas colectividades a la vida de la nación y permitirles contribuir sin reserva al progreso del país", en este sentido el objetivo del desarrollo comunitario es resolver problemas agudos de la comunidad, es decir problemas que aparecen, cambian o empeoran como por ejemplo, la contaminación y la producción de desechos que impactan en el ecosistema.

Rezsohazy (1988) citado por Nogueiras (1996, p. 47) considera que el desarrollo comunitario es una acción coordinada y sistemática, que, en respuesta a las necesidades o a la demanda social, trata de organizar el proceso global de una comunidad territorial bien delimitada o de una población objetivo con la participación de los interesados, y que tiene un enfoque a largo plazo.

Conceptualización de desarrollo sostenible

El informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de ONU, en 1987, define al desarrollo sostenible como; el desarrollo que permite hacer frente a las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de futuras generaciones para lograr sus necesidades. (Gómez, s.f., p. 24). El desarrollo sostenible implica lograr equilibrio: entre ricos y pobres, entre generaciones actuales y futuras, entre la humanidad y la naturaleza (Muldeer, 2007, p. 16).

Conceptualización de Desarrollo comunitario sostenible

El desarrollo comunitario sostenible no es solo una meta, sino un viaje. Requiere esfuerzo y compromiso continuos, pero las recompensas son inmensas. La construcción de comunidades sostenibles puede crear un mundo más justo, resistente y hermoso para las generaciones futuras. (Lier, 2018)

El desarrollo comunitario sostenible es la forma más efectiva para lograr la sostenibilidad a largo plazo y a gran escala precisamente, porque ubica el concepto de sostenibilidad en un contexto local en donde se pueden ver los resultados de las acciones humanas. A medida que los éxitos y fracasos de las soluciones "sostenibles", se sientan en el diario vivir de las comunidades, el concepto de 'sostenibilidad' adquirirá una legitimidad y aceptación que hasta el momento no han sido posibles. (Bridger, 1999, p. 80)

Metodología

El presente estudio tuvo como objetivo conocer si las empresas del municipio de Tecamachalco, Pue., promueven acciones de desarrollo comunitario, con la gente de la comunidad donde se encuentran ubicadas, y previenen la contaminación y la producción de desechos que impactan el ecosistema. El trabajo tiene un enfoque cuantitativo, con diseño transversal/descriptivo. Se preguntó a 486 empresarios los siguientes ítems: 1. En mi empresa procuramos prevenir la contaminación y la producción de desechos que impactan el ecosistema; así como reciclar y cuidar el medio ambiente, 2. La empresa promueve actividades de desarrollo comunitario con gente de la comunidad en donde se encuentra ubicada, con respuesta con escala Likert de 5 opciones. Los ítems fueron tomados del cuestionario que aplicaron los miembros de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN, 2023) en la investigación 2023. La recopilación de información de los 486 cuestionarios fue realizada por alumnos que fueron capacitados para la aplicación del cuestionario, así como para su captura a través de la herramienta google drive en el mes de marzo y abril de 2023.

Tabla 36.1

Prueba de validez del instrumento

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.714	.716	2

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Se obtuvo una fiabilidad del instrumento aplicado de 0.714 que significa que es confiable, no hubo ningún caso excluido, el valor de N es 486 cuestionarios aplicados.
Se planteó la siguiente hipótesis de investigación:

H1: La empresa promueve acciones de desarrollo comunitario, con gente de la comunidad en donde se encuentra ubicada, y previenen la contaminación y la producción de desechos que impactan en el ecosistema, como parte de los objetivos de desarrollo sostenible.

Resultados

En esta sección se presentan, en la primera parte, los resultados descriptivos de los ítems referente a desarrollo comunitario y a la tendencia de la prevención de la contaminación y/o producción de desechos, en la mype de Tecamachalco, Pue.; en la segunda parte, se presenta la prueba no paramétrica Chi cuadrada para examinar las diferencias entre variables en la misma población.

Se planteó una hipótesis bivariada para conocer la relación entre la variable independiente desarrollo comunitario y la variable dependiente; empresas que previenen la contaminación y la producción de desechos que impactan el ecosistema, después de la aplicación de Chi cuadrada se obtuvo como resultado que hay una significativa asociación entre las variables, como se puede observar en la Tabla 36.2.

Tabla 36.2

Valor de Chi cuadrada

Par	Silogismo o inferencia	Chi cuadrada
(1,2)	Si la empresa promueve actividades de desarrollo comunitario con gente de la comunidad en donde se encuentra ubicada, entonces en mi empresa procuramos prevenir la contaminación y la producción de desechos que impactan el ecosistema; así como reciclar y cuidar el medio ambiente	113.2355131

El valor de chi cuadrada es de 113.23, este dato está por arriba de 3.84, por lo que la hipótesis se acepta, las variables tienen una fuerte asociación.

En la Gráfica 36.1, se muestra el ítem 1 en la caja color azul, en mi empresa procuramos prevenir la contaminación y la producción de desechos que impactan el ecosistema; así como reciclar y cuidar el medio ambiente, se aprecia que la media aritmética es de 3.9, lo que representa que los empresarios de Tecamachalco, Pue., están de acuerdo en la aseveración mencionada, resultado muy similar al ítem 2, la empresa promueve actividades de desarrollo

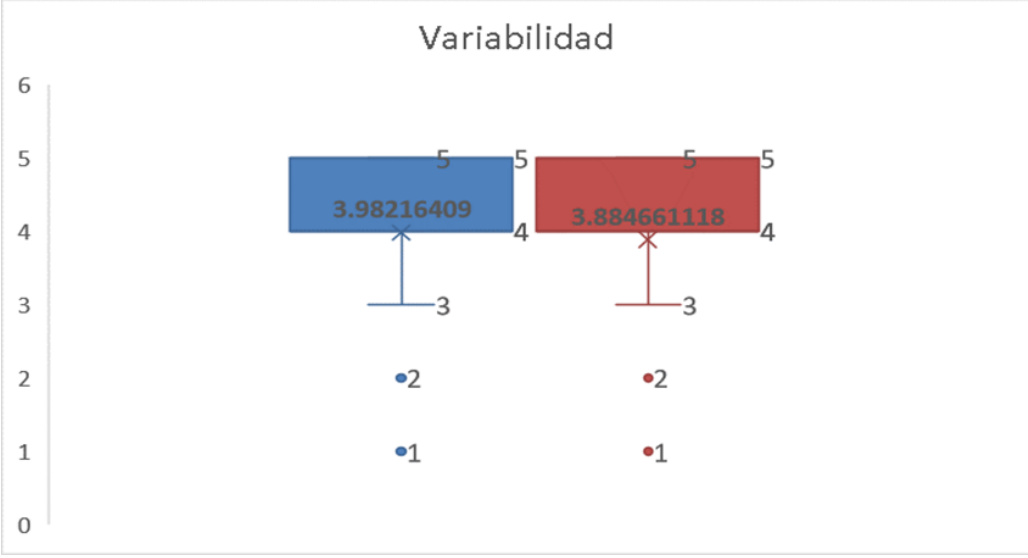
comunitario con gente de la comunidad en donde se encuentra ubicada, representada en la caja color naranja.

Item 1. En mi empresa procuramos prevenir la contaminación y la producción de desechos que impactan el ecosistema; así como reciclar y cuidar el medio ambiente.

Item 2. La empresa promueve actividades de desarrollo comunitario con gente de la comunidad en donde se encuentra ubicada.

Gráfica 36.1

Comportamiento de variables



En la Gráfica 36.1, también se puede observar el comportamiento de los datos, se aprecia los valores atípicos 1 y 2, lo que significa que hubo muy pocas respuestas distantes del patrón de comportamiento, en donde 2 equivale a muy en desacuerdo y 1 no sabe o no aplica.

En la Tabla 36.3, se reafirma con las medidas de tendencia central, que tanto la media como la moda tienen un valor de 4, lo que significa que los empresarios encuestados están de acuerdo en que promover el desarrollo comunitario involucra prevenir la contaminación y la producción de desechos.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 36.3

Estadística descriptiva de ítems de investigación

1) En mi empresa procuramos prevenir la contaminación y la producción de desechos que impactan el ecosistema; así como reciclar y cuidar el medio ambiente.		2) La empresa promueve actividades de desarrollo comunitario con gente de la comunidad en donde se encuentra ubicada.	
Media	3.982164	Media	3.884661
Error típico	0.03225	Error típico	0.035411
Mediana	4	Mediana	4
Moda	4	Moda	4
Desviación estándar	0.935244	Desviación estándar	1.026907
Varianza de la muestra	0.874682	Varianza de la muestra	1.054538
Curtosis	1.937302	Curtosis	1.279422
Coeficiente de asimetría	-1.23363	Coeficiente de asimetría	-1.18262
Rango	4	Rango	4
Mínimo	1	Mínimo	1
Máximo	5	Máximo	5
Suma	3349	Suma	3267
Cuenta	841	Cuenta	841
Nivel de confianza(95.0%)	0.0633	Nivel de confianza(95.0%)	0.069504

Tabla 36.4

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR 00001	3.8847	1.055	.558	.312	.
VAR 00002	3.9822	.875	.558	.312	.

En la Tabla 36.4, se aprecia que existe una correlación moderada de .312 entre las variables objeto de estudio.

Discusión

Se realizó una búsqueda exhaustiva, sobre la relación entre el desarrollo comunitario y desarrollo sostenible desde la perspectiva empresarial, pero pocos fueron los resultados

encontrados, ambos términos están más asociados al turismo y preservación de la cultura de las comunidades, por lo que se infiere, que es un tema poco estudiado en conjunto con la perspectiva de la micro y pequeña empresa. Se halló que la naturaleza es una herramienta para el desarrollo sostenible desde la perspectiva comunitaria. Tanto el desarrollo comunitario y el desarrollo sostenible, deben entenderse como una forma de relación que transforma la organización, vida y funcionamiento de un pueblo y que se traduce en el mejoramiento de la vida de los individuos en los aspectos, económicos, culturales, socio-políticos y ambientales, ambos son actividades que promueven la conservación de los recursos y con beneficios para la comunidad, además de controlar el impacto negativo al medio ambiente (Bazán, 2020). El resultado de este trabajo es un indicio de que tanto el desarrollo comunitario, como, el desarrollo sostenible están inmersos en la filosofía empresarial de las micro y pequeñas empresas del municipio de Tecamachalco, Pue.

Conclusiones

En la presente investigación se ha establecido que las empresas no sólo desempeñan una función económica, sino además una función social y ambiental de las comunidades de manera equilibrada y sostenible a través de la participación de la comunidad en la toma de decisiones y en la definición de sus propias necesidades y prioridades.

La necesidad de que la sostenibilidad esté en el propósito de la alta dirección de las empresas, no solo como tendencia establecida por la Agenda 2030 o área estratégica, sino incluso el desarrollo comunitario sostenible puede ser un enfoque útil para abordar los desafíos globales, como; el cambio climático, la pobreza y la desigualdad.

De forma conclusiva, se determinaron los resultados descriptivos de los ítems referentes a desarrollo comunitario y la tendencia a la prevención de la contaminación y/o producción de desechos, en la mype de Tecamachalco, Pue.; se presenta la prueba no paramétrica Chi cuadrada para examinar las diferencias entre variables en la misma población. La variable independiente desarrollo comunitario y la variable dependiente empresas que previenen la contaminación y la producción de desechos que impactan el ecosistema, después de la aplicación de Chi cuadrada se obtuvo como resultado que hay una fuerte asociación entre las variables.

Como principal descubrimiento se identificó que los valores de las medidas de tendencia central, tanto la media como la moda, están en 4, lo que significa que los empresarios encuestados están de acuerdo en que promueven el desarrollo comunitario y procuran prevenir la contaminación del medio ambiente.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

De alta valía resultó también establecer la incidencia y correlación de las variables establecidas en búsqueda del desarrollo comunitario sostenible empresarial de las organizaciones del municipio de Tecamachalco y alrededores, que si bien es una de nuestras limitantes, también es cierto, que deja el campo abierto para futuras investigaciones en este campo por demás pertinente y de seguimiento a la Agenda 2030, que nos muestra limitados en tiempo y recursos de diferentes índoles.

Referencias

Barbero, J. (2014). Trabajo Comunitario, organización y desarrollo social . Madrid: Alianza.

Bazán, H. (Diciembre de 2020). Modalidades turísticas que promueven un desarrollo comunitario sustentable. Recuperado el 8 de Noviembre de 2023, de Revista Upc Investiga +: https://revistas.upc.edu.ar/investiga-mas/article/view/49/159),

Bridger, J.C., and A.E. Luloff. 1999. Toward an interactional approach to sustainable community development. Journal of Rural Studies 15: 377-387

Carvajal Burbano, A. (2012). Apuntes sobre desarrollo comunitario: (ed.). Málaga, Argentina: B - EUMED. Recuperado de https://elibro.net/es/ereader/uttecam/51715?page=42

Gómez, I. (s.f.). Desarrollo Sostenible. España: Elearning S. L.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2022). Establecimientos económicos. Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx

Lier, Cristobal C. (2018). Construyendo un mundo mejor: por qué es importante el desarrollo comunitario sostenible. Consultado en: https://leadgenapp.io/es/Por-qué-es-importante-el-desarrollo-comunitario-sostenible/

Marchioni, M. (1999). Comunidad, participación y desarrollo, Teoría y metodología de la intervención comunitaria. España: Popular S. A.

Muldeer, K. (2007). Desarrollo sostenible para ingenieros. España: Ediciones UPC.

Nogueiras, L. (1996). La práctica y la teoría del desarrollo comunitario, descripción de un modelo. España: Narcea.

Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2023) Funciones y poderes de la Asamblea General. https://www.un.org/es/ga/about/background.shtml

Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios. (RELAYN) (2023). Investigación Anual. N. Peña & O. Aguilar (coords.) https://relayn.redesla.la

Romero, M., & Muñoz, M. (2014). Comunidad y desarrollo comunitario: aspectos teóricos y metodológicos. Estudios del Desarrollo Comunitario Social: Cuba y América Latina, 80

Capítulo 37. Relación de las prácticas administrativas con la percepción de ventas y antigüedad de las MYPE.

Luis Carlos Ortuño Barba

Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico de Tehuacán

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.37

Resumen

La evidencia creciente en cuanto a la desaparición continua de las micro y pequeñas (MYPE), sugiere fallas en la realización de prácticas administrativas asociadas con problemas del entorno. La literatura reporta hallazgos diagnósticos, así como sugerencias de prácticas adecuadas a este tipo de empresas. Al analizar datos cuantitativos obtenidos de la aplicación de un cuestionario válido y confiable, este estudio describe las actividades administrativas que realizan las MYPE de los municipios de Chilac, Zapotitlán y Zinacatepec, en el estado mexicano de Puebla, así como las dimensiones, indicadores y subindicadores correspondientes. El estudio tiene como objetivo correlacionar las prácticas administrativas relevantes con la percepción del incremento en las ventas, así como con la permanencia en el tiempo de las MYPE sujetas de estudio. Los principales hallazgos sugieren un desinterés por la innovación y muestran correlaciones débiles positivas entre algunas prácticas y métricas de desempeño y permanencia.

Palabras clave

Análisis factorial, correlación, microempresas, pequeñas empresas, prácticas administrativas

Introducción

Las MYPE junto con las empresas medianas representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y una buena parte del personal ocupado incluso en países industrializados, por ejemplo, hay seis millones de PYME en el Reino Unido, que representan más del 99% de todas las empresas y el 33% del empleo (Khalil et al., 2022), de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño al incidir sustancialmente en el comportamiento global de las economías nacionales; es así que, en el contexto internacional, se puede afirmar que 90% o un porcentaje superior de las unidades económicas totales, está conformado por estas empresas (Orueta, 2017).

De acuerdo con los resultados definitivos de los Censos Económicos 2019 (INEGI, 2020), los establecimientos en México son predominantemente micronegocios (94.9%) seguidos por las pequeñas y medianas empresas (pymes) con un 4.9%; en conjunto las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) ocupan a casi el 68% del personal del país y generan el 55.3% del valor agregado; las microempresas mantienen regularmente al 85.4% de su personal y las pymes al 75.9%

La falta de capacitación al personal es un ejemplo de los males que aquejan a las MYPE ya que solo el 2.4% del personal ocupado de los micronegocios está capacitado y el 28.8% en las pymes (INEGI, 2020), lo que implica que la falta de prácticas administrativas adecuadas se constituye en uno de los motivos importantes que causan bajo desempeño y cierre de este tipo de empresas.

La investigación fue realizada a MYPE de los municipios poblanos de Chilac, Zapotitlán y Zinacatepec (en adelante "los municipios estudiados") ubicados en la región denominada Tehuacán y Sierra negra, en estos municipios la edad poblacional promedio es de 25.4 años, el promedio de ocupación por vivienda es de 3.89 personas, dos terceras partes de la población cuenta solo con la educación básica y la población económicamente activa representa casi el 49% (Ortuño et al., 2021); de acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del INEGI, las MYPE representan el 99.9% de los negocios en dichos municipios (Ortiz et al., 2021).

Por medio de la aplicación de un instrumento de recolección de datos válido y confiable a una muestra estadísticamente determinada de MYPE, se obtienen datos cuantitativos acerca de las prácticas administrativas que se llevan a cabo. Derivado de lo anterior, surgen las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuáles son las dimensiones de las prácticas administrativas?, ¿Con qué frecuencia se realizan las prácticas administrativas seleccionadas

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

por parte de las MYPE en los municipios estudiados?, ¿Existe correlación estadística entre la calidad de las prácticas administrativas y el buen desempeño del negocio y su permanencia en el tiempo?

Una vez analizados los datos, el objetivo de este manuscrito es definir la correlación existente entre las prácticas administrativas relevantes con la percepción del incremento en las ventas, y con la permanencia en el tiempo en las MYPE de los municipios de los municipios estudiados.

Revisión de la Literatura

Las prácticas administrativas de las micro y pequeñas empresas se agrupan, para efectos del presente estudio en seis dimensiones, cuyas características principales son las siguientes de acuerdo con la revisión de la literatura practicada.

Es necesario gestionar el conocimiento individual y colectivo del capital humano para incidir en el desempeño de las empresas, ya que la acumulación de habilidades y destrezas influye en el incremento de la productividad y competitividad de las empresas (Arenas, 2012; Sandoval & Marcial, 2017), lo que permite potenciar la capacidad y talento innatos de las personas (Lillo et al., 2007).

Para el micro y pequeño empresario es fundamental analizar el mercado en el que tiene influencia, para anticiparse a satisfacer las necesidades del mercado. El estudio de la población, su distribución por edades, características regionales, estilos familiares, ingresos, el grado de competencia y los productos sustitutos, son algunas de las variables que deben considerarse antes de llevar a cabo cualquier estrategia de posicionamiento o de lanzamiento del producto o servicio (Navarro, 2017).

El fin primordial de los que ejercen la dirección empresarial es intentar que los diferentes agentes de la organización persigan los objetivos comunes con gran eficiencia, es decir, trata de conseguir el rendimiento máximo de los recursos personales y materiales de la empresa. Una tarea fundamental de la dirección es la administración estratégica, que tiene como objetivo dar apoyo al administrador en la búsqueda continua de métodos, mediante el desarrollo de un conjunto de herramientas que permitan descubrir las relaciones sistémicas que existen entre las decisiones tomadas por el administrador y el desempeño alcanzado por la organización (Saloner et al., 2005).

La gestión de ventas en las microempresas implica un conjunto de estrategias y prácticas adaptadas a su tamaño y recursos. Estas empresas deben enfocarse en métodos eficientes y costeables para gestionar sus ventas, los elementos básicos de esta práctica son el conocimiento

profundo y la definición de su mercado objetivo, el uso de estrategias de precios adecuadas, así como la capacitación del personal dedicado a esta tarea (Terán & García, 2020).

La innovación es relevante en el posicionamiento de las empresas en sus respectivos mercados, es el resultado de cambios discontinuos que producen avances en su desarrollo (Hospers, 2005).

La actividad de innovación en las organizaciones se asocia principalmente con la postura de sus directores en el manejo de sus recursos intangibles, debido a que dichas posturas no son equivalentes entre las diferentes empresas, se generan ventajas competitivas (Michelli et al.,2012).

La mercadotecnia se define como el conjunto de procesos con enfoque en la satisfacción de las necesidades de los clientes a través de herramientas en la promoción de productos (Gijón et al, 2020). Las MYPE actualmente utilizan herramientas web, principalmente mediante redes sociales, para minimizar costos y alcanzar a su mercado objetivo.

Metodología

Considerando que la pregunta que enuncia el problema de investigación es ¿Cuál es la correlación existente entre las prácticas administrativas con el desempeño y permanencia en el tiempo en las micro y pequeñas empresas de los municipios estudiados?, la respuesta tentativa se expresa conforme con las siguientes hipótesis:

H^1. Las dimensiones principales de las prácticas administrativas que llevan a cabo las MYPE de los municipios estudiados son: capital humano, mercadotecnia y dirección.

H^2. Las MYPE de los municipios estudiados llevan a cabo sus prácticas administrativas de manera esporádica e inconsistente.

H^3. Existe correlación positiva entre la calidad de las prácticas administrativas y el incremento de las ventas en las MYPE sujetas de estudio.

H^4. Existe correlación positiva entre la calidad de las prácticas administrativas y la permanencia temporal en el mercado de las MYPE sujetas de estudio.

Dado que se carece de información suficiente acerca del objeto de estudio y por desconocer las prácticas administrativas recurrentes en las micro y pequeñas empresas, el tipo de investigación, una vez revisada la literatura, fue de tipo exploratoria en una primera etapa. La exploración permitió identificar los componentes básicos de las prácticas administrativas y en la revisión de la literatura se reconoció su clasificación lo que permitió realizar la conceptualización y operacionalización de las variables para guiar la recolección de datos, de

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

acuerdo con la Tabla 37.1. La segunda etapa del estudio es de tipo descriptiva en relación con las prácticas administrativas llevadas a cabo por las MYPE de la muestra. La tercera etapa de esta investigación es correlacional para definir la relación entre las prácticas administrativas con el desempeño y permanencia temporal de las MYPE.

Acorde con el listado proveído por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el total de las MYPE en los municipios de Chilac (1,406 empresas), Zapotitlán (422) y Zinacatepec (1,575) es de 3,403 (INEGI, 2019), se considera un margen de error del 5%, el tamaño mínimo muestral es de 346 unidades económicas.

El estudio emplea información transversal extraída de la aplicación de un instrumento de recolección de datos a una muestra de 351 unidades económicas consideradas MYPE de acuerdo con la clasificación oficial en México, las cuales se eligieron de manera aleatoria, del cuestionario se utilizaron 72 ítems distribuidos en siete secciones: 1) Datos de identificación de la empresa, 2) Capital humano, 3) Análisis de mercado, 4) Dirección, 5) Gestión de ventas, 6) Innovación, y 7) Mercadotecnia. Los cálculos se realizaron utilizando software estadístico (SPSS).

Tabla 37.1.

Definición y operacionalización de las variables de estudio, versión reducida.

Dimensión	Indicadores	Ítems del cuestionario
Capital humano	Reclutamiento, capacitación, ambiente, evaluación y remuneración	Del 20a al 20i
Análisis de mercado	Entrada de datos, percepción	Del 20a al 21i
Dirección	Visión compartida, objetivos, estrategías y tendencias	Del 22a al 22f
Gestión de ventas	Actividades de ampliación, promoción y cierre de ventas	Del 23a al 23f
Innovación	Propuestas internas, inversión, asistencia a eventos y servicios	Del 24a al 24h
Mercadotecnia	Precios, marca, distribución, estrategias, pruebas y clientes	Del 25a al 25j

Para mejorar la validez discriminante y la confiabilidad medida por un modelo de consistencia interna basado en el promedio de las correlaciones de los datos, representado por el coeficiente Alfa de Cronbach que fue de 0.727 para el cuestionario aplicado en la prueba piloto a 35 empresas no consideradas en la muestra final, una vez realizada las modificaciones, el Alfa fue de 0.907 de acuerdo con lo que se indica en la Tabla 37.2, con lo que se considera que el instrumento es válido y confiable.

Se aplicaron cuestionarios con preguntas cerradas a directores de aquellas empresas con fines de lucro que cuentan con un mínimo de dos y un máximo de 50 colaboradores, incluyendo entre ellos al director. Se empleó una escala de valoración con cinco opciones de respuesta a las afirmaciones: 5 Muy de acuerdo, 4 De acuerdo, 3 No sé, 2 En desacuerdo, y 1 Muy en desacuerdo. La mayoría de las entrevistas se realizaron de manera personal, la captura de las respuestas de los cuestionarios se registró en formularios electrónicos individuales ligados para la concentración de datos en hoja de cálculo que fueron validadas, los cuestionarios que presentaron omisiones de cinco o más preguntas fueron desechados. Se aplicaron 455 de los cuales 104 se invalidaron.

Tabla 37.2.

Estadísticas de fiabilidad del cuestionario

	Alfa de Cronbach		
Secciones del cuestionario		Estandarizado	Número de ítems
Capital humano	.809	.821	9
Análisis de mercado	.769	.781	9
Dirección	.804	.802	6
Gestión de ventas	.760	.760	6
Innovación	.875	.875	8
Mercadotecnia			10
.705			
.707			
Cuestionario total	.881	.907	72a

aIncluye 24 preguntas de identificación de las MYPE y sus directores

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de software estadístico

En el perfil sociodemográfico de los directores participantes destaca que el 47% son mujeres y el 53% varones; el nivel de estudios muestra una distribución normal: 22% cuenta solo con estudios de educación primaria, 25% de secundaria, 29% cuentan con educación media superior, 23% con licenciatura y 1% estudiaron algún posgrado; sus edades se encuentran en el rango de entre 18 y 80 años, el rango de edad más relevante es el de aquellos que tienen entre 41 y 50 años de edad encontrado en el 34% de las MYPE, seguido de dirigentes dentro de los rangos de 31 a 40 (24%) y 51 a 60 años (19%).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Método de extracción de factores de prácticas administrativas

Aunque el análisis de las variables del cuestionario puede ser útil para describir algunas características individuales o específicas de las prácticas administrativas, es necesario contar con un método que permita identificar de manera compacta las dimensiones, en ocasiones no observables de dichas prácticas identificadas por la literatura. Muchas de las variables pueden medir o aproximar atributos similares, por lo que es conveniente contar con un método que las agrupe, de manera natural, en conjuntos de atributos más compactos. El Análisis de Componentes Principales (ACP) y el Análisis Exploratorio de Factores (AF) son empleados en este trabajo como métodos de extracción de indicadores a partir de los datos obtenidos del cuestionario para evaluar el comportamiento de las prácticas administrativas en las MYPE sujetas de estudio.

Para comprobar el grado de relación conjunta entre las variables se realizó la prueba de adecuación de Kaiser-Meyer Olkin (KMO) que valora el grado en que cada una de las variables es predecible a partir de las demás. El estadístico se distribuye en valores entre 0 y 1, y cuanto mayor es el valor, más relacionadas están las variables entre sí. Se recomienda considerar la matriz apropiada para hacer la factorización cuando el valor sea mayor o igual a 0.80 (López & Gutiérrez, 2019).

Tabla 37.3.

Prueba de KMO y Bartlett para prácticas financieras.

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	0.895
Prueba de esfericidad de Bartlett	6666.698
Aprox. Chi-cuadrado	gl 351
	Sig 0.000
Fuente: elaboración propia en SPSS	

Como se observa en la Tabla 37.3, la significatividad asociada al test de esfericidad de Bartlett es 0.000, por lo que se puede rechazar la hipótesis nula de incorrelación entre variables. También el KMO arroja un valor superior a 0.80, por lo que, según este indicador, la matriz de datos resulta apropiada para realizar sobre ella la factorización.

Una vez descubierta la estructura subyacente de los datos de las prácticas empresariales por medio del ACP, se emplea el AF para reducir sustancialmente la dimensión del conjunto de las variables obteniendo por ACP a un nuevo conjunto de variables (factores) más

pequeño, capaz de explicar la variabilidad común encontrada en un grupo de empresas. Se trata al ACP y AF como procedimientos complementarios, ya que el ACP se introduce, junto con otros posibles métodos, en la obtención de factores comunes (De Vicente & Manera, 2008).

En la solución final para la propuesta de factores se usa adicionalmente un proceso de rotación consistente en encontrar soluciones interpretables sin cambiar las propiedades matemáticas inherentes. En este proceso las variables se arreglan en sub-conjuntos, cada uno de ellos asociados a un solo factor. Con el fin de encontrar factores que puedan generalizarse se emplea el método de rotación ortogonal Varimax. La tabla que muestra la matriz de componentes rotados resultado del proceso descrito que no se incluye por cuestiones de espacio la puede encontrar con libre acceso en https://acortar.link/L4NERS.

Medición de la asociación entre prácticas administrativas y variables de desempeño y de permanencia de la MYPE en el tiempo

Para determinar la asociación entre elementos de las prácticas administrativas estudiadas y la percepción de incremento en las ventas, así como con la antigüedad de las MYPE en el mercado, se utilizó el coeficiente R de Pearson que proporciona una medida numérica de la naturalesa y fuerza de la correlación entre dos variables cuantitativas (Fiallos, 2021).

Resultados

Estadística descriptiva relevante

Las MYPE estudiadas muestran un comportamiento similar en todos los municipios, el 59.2% de las unidades económicas realiza actividades de comercio y solo alrededor del 5% actividades agropecuarias, la segunda actividad en importancia son los servicios, la vocación hacia la manufactura no tiene un impacto significativo. El sector primario emplea a 148 trabajadores (48.6% mujeres), las empresas de manufactura a 569 (43.8% mujeres). El sector comercio genera 906 plazas laborales (52.1% mujeres), y los servicios emplean a 341 personas de las cuales el 57.2% son mujeres. De los negocios de la muestra el 16.2% tienen hasta dos años de antigüedad, el 36.5% de tres a siete años, 20.5% de 8 a 14 años y el 26.8% de 15 años en adelante; el municipio de Chilac es el que presenta mayor proporción de empresas de creación recientes y Zinacatepec es el que concentra mayor proporción de empresas consolidadas en el tiempo.

En los negocios estudiados el giro que más se repite es el llamado “miscelánea” o “tiendita de la esquina” (77 unidades económicas de la muestra), seguido de establecimientos que brindan servicio de comidas y bebidas (33), elaboración de productos alimenticios (30)

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

y de venta al por menor en puestos de venta y mercados (28). Muy pocas empresas están registradas ante el Servicio de Administración Tributaria, de las empresas que cuentan con Registro Federal de Contribuyentes, la mayoría tributa bajo el esquema de Persona Física con Actividades Empresariales.

Para responder a la pregunta de investigación ¿cuáles son las dimensiones de las prácticas administrativas?, una vez revisada la literatura, se estableció que las más relevantes para el funcionamiento de la micro y pequeña empresa son las señaladas en la Tabla 37.2: capital humano, análisis de mercado, dirección, gestión de ventas, innovación y mercadotecnia.

De acuerdo con los resultados de la estadística descriptiva se puede dar respuesta a la pregunta de investigación ¿Con qué frecuencia se realizan las prácticas administrativas seleccionadas por parte de las MYPE de municipios estudiados?, los principales hallazgos se exponen a continuación:

La principal dimensión de las prácticas administrativas en la que basan su desempeño los micro y pequeños empresarios de los municipios estudiados es la de capital humano. El enfoque principal de este conjunto de prácticas se centra en el reclutamiento de personal leal (valoración 4.11 de 5), capaz (4.18) y que otorgue una adecuada atención al cliente (4.22) acompañado del establecimiento claro de reglas de trabajo relacionadas principalmente con el horario laboral y las características de las recompensas y sanciones (4.07). Por otro lado, ante la carencia de establecer salarios altamente competitivos de acuerdo con los estándares de la región (3.13), se reconoce la práctica de salario motivacional otorgando una serie de beneficios en permisos y prestaciones no económicas.

La dimensión de gestión de ventas tiene relevancia en las MYPE del estudio, sin embargo, no es muy importante para los micro y pequeños empresarios la búsqueda de nuevas regiones para colocar sus productos u ofrecer sus servicios (3.27) y tampoco realizan esfuerzos conscientes por cultivar relaciones de fidelidad con sus clientes (3.20). La búsqueda de nuevos clientes se basa en los vínculos con la base de ventas (3.73).

La dimensión de Innovación es la menos valorada en la práctica de las MYPE estudiadas, las adecuaciones las realizan principalmente a petición de los clientes (3.83) y por ideas de los directores (3.62), no motivan la participación de los empleados en la discusión de posibles mejoras de procesos y productos (3.20). Es prácticamente nula la inversión en la innovación de procesos (2.77), productos (2.81), técnicas de venta (2.87) y organización de la empresa (2.72).

Extracción de factores relacionados con las prácticas administrativas.

La Tabla 37.5 muestra los valores propios de los componentes encontrados y la proporción de la varianza explicada. El criterio de Kaiser sugiere elegir el número de componentes con valores propios mayores a uno, de esta manera se eligieron 11 factores que en conjunto explican 62.09% de la varianza de los datos de las prácticas administrativas empleadas por las micro y pequeñas empresas.

Tabla 37.5.

Componentes principales de las prácticas administrativas de las micro y pequeñas empresas

Componente	Valor propio	Varianza	Var acumulada
Capital humano	4.433	0.11083	0.11083
Desarrollo	4.121	0.10302	0.21385
Ventaja competitiva	3.192	0.07980	0.29365
Mercadotecnia	2.167	0.05417	0.34783
Adecuación al entorno	1.970	0.04924	0.39707
Innovación	1.631	0.04077	0.43784
Ventas	1.604	0.04010	0.47794
Mercado	1.545	0.03863	0.51657
Evaluación de personal	1.434	0.03586	0.55243
Enfoque detallista	1.413	0.03532	0.58775
Fortaleza de competidor	1.327	0.0317	0.62091

Elaboración propia. Datos recolectados y analizados en IBM SPSS

El puntaje relativo por empresa para cada uno de los once indicadores de adopción de las prácticas administrativas generalmente aceptadas se obtiene al aplicar la suma producto entre las cargas factoriales y el valor específico de cada variable reportado en el cuestionario de cada empresa, de esta manera se obtiene el puntaje anual para cada unidad económica que es multiplicado por el factor de 3.4582 para generar una valoración con base 10 (más fácil de interpretar) en la que es el máximo puntaje posible en el caso de adoptar satisfactoriamente todas las prácticas administrativas generalmente aceptadas. El ejercicio anterior desemboca en indicadores individuales de adopción a las prácticas administrativas generalmente aceptadas.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 37.6.

Integración de indicadores de adopción de prácticas administrativas generalmente aceptadas

	Subíndice	
Capital humano	Competitividad	Mercadeo
Talento humano	Desarrollo	Mercadotecnia
Evaluación	Ventaja competitiva	Ventas
	Adecuación al entorno	Mercado
	Innovación	Enfoque detallista
	Competencia	

Fuente: Elaboración propia

Los factores extraídos pueden agruparse, de manera natural, para examinar atributos de adopción particulares a la dinámica de los negocios como el Capital humano, la Competitividad y el Mercadeo, de acuerdo con la integración que se muestra en la Tabla 37.6.

La Tabla 37.7 muestra los promedios por cada uno de los sectores económicos considerados en el estudio, se aprecia que el sector que genera un conjunto de índices promedio más robusto es el primario, seguido por el de manufactura, es relevante que el promedio del sector que más refleja la vocación económica de los municipios suburbanos muestreados, el sector comercial, sea el que obtiene los índices más bajos. Se aprecia una desviación estándar similar en los sectores lo que indica coherencia en la dispersión de los datos obtenidos mediante la aplicación de los cuestionarios y manejados tanto en hoja de cálculo como en el programa estadístico.

Tabla 37.7.

Índices promedio por sector

		Subíndices		
Sector	Índice global	Capital Humano	Competitividad	Mercadeo
Máximo alcanzable	*10.00*	*3.12*	*5.41*	*1.46*
Primario	7.01	2.73	3.43	0.85
Manufactura	6.79	2.62	3.30	0.87
Comercio	5.95	2.41	2.78	0.75
Servicios	6.34	2.53	3.06	0.75

Elaboración propia. Datos recolectados y analizados en IBM SPSS

Resultados de correlación entre prácticas administrativas selectas y métricas de desempeño y permanencia de la MYPE en el mercado.

Con el fin de determinar la relación estadística entre las prácticas administrativas y financieras con métricas de desempeño, específicamente con el incremento en las ventas y la antigüedad como indicador de permanencia en el tiempo, el resultado de las correlaciones de Pearson entre algunos indicadores, se presentan a continuación:

a) Se elaboró un indicador considerando ítems relacionados con el Capital Humano que se identifica como "Suma RH" y que contiene las siguientes variables:

=Empleados leales + Empleados capaces + Empleados amables + Enfoque en la productividad del empleado + Enfoque en el bienestar del empleado + Evaluación del desempeño del empleado + Toma de decisiones del empleado + Reglas laborales + Sueldo superior en la zona

Al correlacionarlo con el incremento en las ventas anuales, se tiene una correlación débil positiva, es decir, se advierte que hay una relación entre las mejores prácticas de capital humano y el incremento de las ventas de un año a otro. Lo anterior no implica causalidad y no se realizó ninguna prueba estadística para medir si el impulso de las ventas logra que haya recursos para mejorar el capital humano o si el buen capital humano genera el incremento en las ventas, aunque esto último pudiera parecer más adecuado. En la Tabla 37.8 se aprecia el resultado de la correlación de Pearson.

Tabla 37.8.

Correlación de Pearson entre capital humano y el incremento en las ventas

	Prácticas administrativas	
Métrica de desempeño	Suma_RH	Suma_Dirección
Vtas_anual	.226*	.193*
Antigüedad	.166*	.135*

*La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral); N=444; Sig. (bilateral) = .000
Elaboración propia en software estadístico

b) El mismo indicador, Suma RH, se aplica a la correlación con la antigüedad que las micro y pequeñas empresas tienen en el mercado lo que genera una correlación débil positiva (R= 0.166) significativa en el nivel 0.01 (bilateral). Se realizaron dinámicas similares utilizando el indicador calculado de Dirección y se obtuvo, de igual manera, una correlación débil positiva tanto con la percepción de incremento de las ventas (R= 0.193) como con la antigüedad de la MYPE en el mercado (R= 0.135), Tabla 37.8.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Discusión

Mediante el análisis de las respuestas que dieron los directores de las micro y pequeñas empresas de la muestra, utilizando procedimientos de estadística descriptiva, se conocieron las prácticas administrativas y financieras así como las generalidades de los negocios, lo que permitió identificar rasgos comunes y distintivos como el giro del negocio, la escolaridad de los directores, su género y estado civil, el número de trabajadores, entre otros.

Al utilizar el ACP se logró identificar aquellas variables que tenían mayor impacto en la operación de las empresas y se obtuvo la explicación al 62% de los atributos de acuerdo con la varianza observada. El AF permitió compactar la información y definir factores de prácticas administrativas que pueden ser utilizados para analizar el comportamiento de las empresas.

En relación con las hipótesis planteadas en la sección de Metodología, se percibe que:

En relación a la primera de las hipótesis, las MYPE realizan diversas prácticas administrativas, las cuales se pueden integrar en áreas propias de la administración, de acuerdo con los resultados del presente estudio se determinó que las prácticas administrativas se concentran en las de capital humano, gestión de ventas, mercadotecnia, dirección, innovación y análisis de mercado, las cuáles se pueden integrar en tres subíndices: capital humano, competitividad y mercadeo. Resalta el hecho de que la competitividad, como resultado de la combinación de prácticas administrativas, sea el factor (subíndice) diferenciador en las MYPE estudiadas en contraste con la hipótesis.

La respuesta tentativa contenida en H^2 relacionada con el uso de las prácticas administrativas se contradice con los resultados ya que dichas prácticas son aplicadas constantemente aunque no de manera integral, es decir, algunas prácticas son más utilizadas que otras. Lo anterior se puede visualizar a través de la desviación estándar mostrada en la Tabla 37.5.

En relación a las H^3 y H^4 se tiene que las variables que muestran un impacto positivo, aunque débil, en las variables de desempeño aplicadas, incremento en ventas y antigüedad, son las de capital humano y las de dirección.

Se demuestra de acuerdo con los resultados de la correlación R de Pearson que las MYPE estudiadas que mantuvieron mejores prácticas administrativas de capital humano y de dirección se relacionan con aquellas empresas que tienen mayor permanencia en el tiempo, es decir, antigüedad, y que aquellas que mantuvieron mejores prácticas administrativas de capital humano y de dirección se relacionan con aquellas empresas que tuvieron la percepción de que sus ventas se incrementaron anualmente.

Conclusiones

Este trabajo aporta una mayor comprensión acerca de las prácticas administrativas que llevan a cabo las MYPE de tres municipios considerados suburbanos del Estado de Puebla.

El contexto en el que se desenvuelven las MYPE es variado, a pesar de esto, existe un marco empírico y científico que cobija la manera en que los negocios se desenvuelven, es decir, se reconocen una serie de prácticas comunes, independientemente del giro de la empresa y de otras condiciones.

Para cumplir el objetivo de esta investigación se desarrolló un estudio empírico sostenido en la revisión de la literatura y con base en pruebas estadísticas. El estudio se basó en las respuestas que dieron los directores de MYPE ubicadas en los municipios poblanos de Chilac, Zapotitlán y Zinacatepec a los ítems contenidos en un instrumento de recolección de datos válido y confiable.

Las preguntas estuvieron dirigidas a prácticas específicas y fueron valoradas cuantitativamente aun y siendo de origen cualitativo por ser apreciaciones de los dirigentes de las empresas, la consideración cuantitativa se hizo para utilizar métodos estadísticos, principalmente de estadística descriptiva, transitando por análisis factorial de datos, construcción de índices y correlación.

El estudio permitió obtener resultados cuantitativos relacionados con la medición de las prácticas administrativas mediante la construcción de índices factoriales y subíndices que caracterizan la vida empresarial en aspectos específicos.

En relación con los resultados reportados se recomienda abonar a esta línea de investigación con estudios acerca de la relación existente entre las prácticas administrativas de las MYPE y su estrategia operativa, así como el impacto que tienen prácticas administrativas significativas en la ventaja competitiva generada en la empresa.

Referencias

Arenas, Y. (2012). Diseño de un método para diagnosticar el caítal intelectual en una región. Aplicación a la región de Valparaíso, Chile. Barcelona: Universidad de Barcelona.

De Vicente, M., & Manera, J. (2008). El análisis factorial y por componentes factoriales. En J.-P. Lévy, & J. Varela, Análisis multivariable para las ciencias sociales (págs. 327-360). Madrid: Pearson.Economía, S. d. (30 de junio de 2009).

Economía, Secretaría de. Diario Oficial de la Federación. Obtenido de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php? codigo= 5096849&fecha=30/06/2009

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Fiallos, G. (2021). La Correlación de Pearson y el proceso de regresión por el Método de Mínimos Cuadrados. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 5(3), 2491-2509.

Gijón-Santaella, L., Santos-Martínez, E. J., Espinosa-Trujillo, M. A., & Álvarez-Velásquez, I. (2020). Mercadotecnia y redes sociales como oportunidad de crecimiento de las microempresas: un estudio de caso. *Revista Salud y Administración*, *7*(19), 47-58.

Hospers, G. (2005). Joseph Schumpeter and his legacy in innovation studies. Know Tech, 20-37.

INEGI. (2019). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Obtenido de DENUE: https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/d efault.aspx.

INEGI. (16 de julio de 2020). Censos Económicos 2019. Obtenido de https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/

INEGI. (16 de Julio de 2020). INEGI. Recuperado el 27 de Octubre de 2021, de Censos Económicos2019: https://www.inegi.org.mx/programas/ce/201 9/#Documentacion

Khalil, A., Abdelli, M. E. A., & Mogaji, E. (2022). Do digital technologies influence the relationship between the COVID-19 crisis and SMEs' resilience in developing countries?. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8(2), 100.

Lillo, B., Ramón, R., & Sevilla, J. (2007). El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. (U. d. Murcia, Ed.) Cuadernos de turismo, 47-39.

López-Aguado, M., & Gutiérrez-Provecho, L. (2019). Cómo realizar e interpretar un análisis factorial exploratorio utilizando SPSS. REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació, 12(2), 1-14.

Michelli, J., Medellín, E., Jasso, J., & Hidalgo, A. (2012). Innovación y crisis. Trayectorias y respuestas de empresas y sectores. México: Ángel Porrúa - Universidad Autónoma Metropolitana.

Navarro, A. (2017). Análisis de mercado. Obtenido de UNEMI: http://virtual. unemi. edu. ec/pluginfile. php/182174/mod_resource/content/0/An.

Ortiz, R., Heredia, A., Ortuño, L., & Merlo, F. (2021). Innovación e industria 4.0 en las micro y pequeñas empresas de San Gabriel Chilac, Zapotitlán y Zinacatepec, Puebla. En Relayn, Innovación e industria 4.0 en las micro y pequeñas empresas en América Latina (págs. 51-57). Ciudad de México: Mc Graw-Hill Interamericana.

Ortuño, L., Sánchez, T., Heredia, A., & Ortiz, R. (2021). Planeación y finanzas en micro y pequeñas empresas. Caso Chilac, Zapotitlán y Zinacatepec, Puebla, México. Revista Relayn, 5(3), 78-100. *doi:https://doi.org/10.46990/ relayn.2021.5.3. 151*

Orueta, I. (2017). Importancia económica de las PYMES en las economías iberoamericanas. En La financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica (págs. 23-54). Madrid: Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores.

Saloner, G., Shepard, A., & Podolny, J. (2005). Administración estratégica. México: Limiusa.

Sandoval, L., & Marcial, E. (2017). Capital intelectual en la competitividad de las MIPYMES en Tacna, Perú. Opción, 504-535.

Terán, F. & García, N. (2020). Estrategias para el incremento de ventas: caso de estudio microempresa Mundo de Ensueños. Enfoques. http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.97

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 38. Análisis comparativo en características de gestión estratégica organizacional de las mypes de Pátzcuaro, Michoacán, México y otros países de América Latina.

Maricela Villanueva Pimentel
Laura Adame Rodríguez
Martin Tapia Salazar

TecNm / Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.38

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo realizar un análisis comparativo entre algunas características de gestión estratégica organizacional Post-Pandemia COVID-19 de las Mypes del municipio de Pátzcuaro, Michoacán y las Mypes de otros países de Latinoamérica. Al analizar los resultados se observa que según los estadísticos descriptivos de la encuesta aplicada a las muestras determinadas, no existen diferencias significativas entre las Mypes estudiadas por lo que se comprueba la hipótesis de investigación planteada.

Palabras clave

Competitividad, COVID-19, empresa, gestión estratégica, Mypes

Introducción

La complejidad actual de los sistemas sociales y económicos Post-Pandemia COVID-19 requieren la adaptación constante en la organización de las Mypes y obligan a estas empresas a buscar y aplicar diversas estrategias de operación, manejo de personal, recursos y otras acciones empresariales. En el municipio Pátzcuaro, Michoacán, México, este sector empresarial ha tenido que innovar para adaptarse, subsistir y posicionarse ante las nuevas demandas del mercado, por ello es importante identificar algunos rasgos de comportamiento en cuanto a la gestión estratégica organizacional de este rubro, comparativamente con algunos otros países de latinoamérica. Se destaca así, que la relevancia científica de este estudio es la generación de conocimiento respecto al manejo de la organización que las Mypes del municipio generaron post-pandemia COVID-19; como estrategia de adaptación o resiliencia ante este suceso de gran impacto en el desarrollo o crecimiento de este importante sector empresarial.

La gestión estratégica en una empresa refiere a la necesidad de obtener información y tomar decisiones sobre cómo la organización se relaciona con su entorno y de qué manera garantiza su subsistencia, viabilidad y crecimiento (Serrato, 2019). Así se hace imperante que en las Mypes se caractericen aquellas estrategias que inciden o generan un ambiente organizacional que les permite su permanencia y competitividad en el mercado globalizado actual, por lo que se plantea como objetivo general de esta investigación el realizar una análisis comparativo entre algunas características de gestión estratégica organizacional Post-Pandemia COVID-19 de las Mypes del Municipio de Pátzcuaro, Michoacán y las Mypes de otros países de Latinoamérica.

Revisión de la Literatura

En los últimos años, y muy pronunciadamente en los posteriores al confinamiento por COVID-19, las organizaciones de la región de Pátzcuaro, Mich., se han visto seriamente afectadas por la disminución de sus ventas, las dificultades de acceso a préstamos o liquidez financiera para inversiones, inclusive la desmotivación para establecer nuevas estrategias de administración empresarial. Lo anterior, lleva a la necesidad de identificar algunas características de gestión estratégica organizacional que se han comportado de manera similar a las Mypes de otros países de América Latina en aras de entender el grado de resiliencia o adaptabilidad que este sector desarrolla como oportunidad de crecimiento y permanencia, ya que las estrategias de re-ingeniería empresarial son oportunidades de cambio para el sector empresarial que se ha mantenido resiliente y en un constante proceso de adaptación en los últimos tiempos (Valencia, et. al., 2022).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Considerando que el crecimiento económico de un país se determina en términos monetarios del Producto Interno Bruto (PIB), y dado que en México las Mipymes representan más del 95% de los negocios existentes, con una generación de empleos del 70% y una aportación al PIB mayor al 55% (Martínez, 2019); Es importante contribuir a fortalecer el crecimiento de las empresas, sin embargo, el ambiente al que se enfrentan estas empresas conlleva retos como incertidumbre económica, competencia e inseguridad, entre otros (Pineda, 2019). Por lo que adoptar acciones de planificación de las actividades empresariales, así como mantener una revisión continua de las áreas de oportunidad, además de un control apropiado para mitigar este ambiente, contribuye en la competitividad empresarial (Centenaro & Nava, 2021).

La competitividad, puede ser valorada a partir de la capacidad de adaptación hacia el ambiente en que se encuentra inmersa una empresa, fortalecida con la capacidad de gestión para la generación de nuevos productos y adopción de nuevos procesos administrativos, refiriendo que las empresas que resultan con éxito son aquellas que implementan un proceso que integra la dirección estratégica con enfoque de innovación, y que mantienen una actividad proactiva y reactiva de la misma gestión (Adame-Rodríguez et. al., 2020). Al respecto, un estudio realizado en el sureste de México, concluye que existe una correlación positiva entre las competencias necesarias que permiten la recuperación económica y las necesidades formativas de competitividad. De igual manera, la relación existente y considerable entre competencias, infraestructura y capital humano, lo que deja en evidencia la necesidad de cubrir requerimientos de capacitación, infraestructura para el emprendimiento, consideradas como indispensables principalmente en un contexto actual de post pandemia (Magaña-medina & Aguilar-Morales, 2021).

En este sentido, es de relevancia mencionar que la pandemia COVID-19 trajo consigo alteraciones y modificaciones estructurales, económicas, ambientales, culturales y tecnológicas, lo que generó un fenómeno integrado por un conjunto de problemas ante lo cuales, fue necesaria la intervención de organismos internacionales e iniciativas que aceleraron el cambio tecnológico en términos de agenda verde. Lo anterior, en contribución del crecimiento económico de los países, por lo que la adopción de estas estrategias resultaron fundamentales para sobreponerse ante dichos fenómenos (Dávila-Flores et al., 2020).

A consecuencia de ello, el sector empresarial se ha visto vulnerable ante estos cambios reflejados en las tendencias y el comportamiento del mercado. Así, surge la necesidad de garantizar su permanencia y continuidad, por lo que modificar o adoptar un nuevo modelo de negocios ha sido la estrategia básica ante este contexto. Un estudio realizado en el año 2021, permitió identificar los factores considerados en las iniciativas empresariales, así como

los cambios en el modelo de negocio, y como resultado se destaca la incidencia en la adopción de nueva tecnología, las acciones de marketing y ventas, la innovación en productos y servicios, entre otros (García-Madurga et al., 2021). Aunado a lo anterior, se crea una coyuntura para el ambiente empresarial en el que se requiere la suma de esfuerzos de los diferentes agentes económicos, con acciones estratégicas que impulsen la estabilidad empresarial, y por consiguiente la economía del país (Useche-Aguirre et al., 2021).

En la búsqueda de la estabilidad empresarial y ante la concepción de convertirse en unidades productivas, se demanda una toma de decisiones asertiva y ágil ante un ambiente dinámico y con incertidumbre ante los tiempos de COVID-19. Con ello, la creación de líneas de acción en pro de la gestión de las empresas, que permitan contrarrestar los efectos ante dicho dinamismo (Ballesteros et al., 2020). En donde, el papel de los directivos en esta toma de decisiones, ha sido trascendental para la reestructuración de las operaciones empresariales, basadas en un enfoque de gestión estratégica (Restrepo et al., 2021).

A partir de la adopción de un enfoque de gestión estratégica, la empresa desarrolla habilidades y capacidades fundamentales, que se ven proyectados en la rapidez con la que se responde a un ambiente altamente dinámico, es así, como la empresa entra en un proceso de flexibilidad para la gestión de cambios transformacionales encaminados a la búsqueda de la competitividad y en el largo plazo la sobrevivencia en el mercado (Fierro-Moreno, 2021).

Metodología

El enfoque de este estudio es de corte cuantitativo y descriptivo en el que compararon muestras representativas de Mypes del municipio de Pátzcuaro y de Latinoamérica, con el objetivo de conocer su comportamiento y desarrollo post-pandemia COVID-19 en aspectos de contratación de personal, oferta laboral a mujeres e integración de familiares en la empresa. Se analizan también, factores de comportamiento en las ventas, el tiempo funcional laboral y los ingresos personales que genera la organización. Desde la perspectiva del director de las mypes se concentra información de satisfacción, logros y condiciones de vida, generadas por el funcionamiento organizacional. Estos aspectos se seleccionaron como factores importantes dentro de las estrategias organizacionales de las Mypes que pueden estar incidiendo en su permanencia o desarrollo.

Considerando lo anterior se plantea la siguiente hipótesis de estudio.

H_0: Las Mypes del municipio de Pátzcuaro no tienen un comportamiento similar en algunas características de gestión estratégica organizacional Post-Pandemia COVID-19 que las Mypes de Latinoamérica.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

H_1: Las Mypes del municipio de Pátzcuaro tienen un comportamiento similar en algunas características de gestión estratégica organizacional Post-Pandemia COVID-19 que las Mypes de Latinoamérica.

Para la recolección de datos se trabajó con una muestra aleatoria representativa de 42,180 mypes de países de Latinoamérica entre los que se encuentran México, Argentina, Colombia, Ecuador y Perú. Para el análisis de las mypes del municipio de Pátzcuaro Michoacán, se consideró un tamaño de muestra de 401 Mypes por medio del muestreo aleatorio por conveniencia y tomando en cuenta limitantes de ubicación de los negocios dentro del municipio, con 2 y hasta 50 empleados registrados, encuesta dirigida al directivo líder de la mype o dueño de la empresa.

Se aplicó un instrumento de recolección de datos en el año 2021, integrado por un cuestionario diseñado y validado por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios, con un total de 46 ítems y 7 apartados, de entre los que se destacan características de la empresa, datos generales del director, los insumos del sistema, procesos del sistema y resultados del sistema, con el fin de identificar la percepción de los directores de las mypes en cuanto a sus hábitos y actitudes empresariales.

Del instrumento antes descrito, se seleccionaron 15 ítems de los apartados 1. Características de la empresa y 2. Datos generales del director, por así considerar el interés de esta investigación y que permiten sustentar la base comparativa del estudio. Estos se señalan en la siguiente tabla.

Tabla 38.1

Descripción de ÍTEMS de estudio.

APARTADO 1. Características de la Empresa	
1.- Año de inicio de operaciones	Preguntas abiertas
2.- ¿Cuántas personas trabajan permanentemente en tu empresa actualmente?	
3.- ¿ Cuántas mujeres trabajan permanentemente en tu empresa actualmente?	
4.- ¿Cuántos familiares trabajan permanentemente en tu empresa actualmente?	

APARTADO 1. Características de la Empresa	
5.- ¿Desde el confinamiento qué ha pasado con las ventas anuales en tu empresa? 6.- ¿Desde el confinamiento qué ha pasado con las horas semanales que está funcionando tu empresa? 7.- ¿Desde el confinamiento qué ha pasado con el número de empleados en tu empresa? 8.- ¿Desde el confinamiento qué ha pasado con mis ingresos personales del negocio? 9.- ¿Desde el confinamiento qué ha pasado con el nivel de vida que disfruto con mi familia?	Escala Likert: Aumentaron mucho: 5 Aumentaron algo: 4 Siguieron igual: 3 Disminuyeron algo: 2 Disminuyeron mucho: 1
APARTADO 2. Datos Generales del Director	
10.- Edad	Pregunta abierta
11.- En la mayoría de las cosas, mi vida está cerca de mi ideal. 12.- Las condiciones de mi vida son excelentes. 13.- Estoy satisfecho con mi vida. 14.- Hasta ahora, he conseguido las cosas que para mí son importantes en la vida. 15.- Si volviese a nacer, no cambiaría casi nada de mi vida.	Escala likert 7= Completamente de acuerdo 6= De acuerdo 5= Más bien de acuerdo 4= Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3= Más bien en desacuerdo 2= En desacuerdo 1= Completamente en desacuerdo

Se realizó un análisis estadístico descriptivo de 15 items, en los resultados se incluyen resúmenes gráficos y estadísticos que permiten conocer las diferencias de desempeño entre las organizaciones del municipio de Pátzcuaro y los países mencionados de Latinoamérica.

Se aplicó la prueba de validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos, utilizando el software IBM*SPSS V27, se muestran los resultados encontrados por medio del estadístico Alfa de Cronbach, a nivel latinoamérica se observa un estadístico de .609, se

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

analizaron 43,581 casos, de los cuales se excluyeron 1,401, para considerar solo 42,180 datos válidos. Para el análisis de las mypes de Pátzcuaro, se encontró un valor de .580 con 401 casos válidos.

Figura 38.1

Alfa de Cronbach por muestra comparativa.



Considerando que los valores adecuados de Alfa de Cronbach mencionados por varios autores, con parámetros en un rango entre 0.70 y 0.90, que permiten medir la consistencia interna de los ítems; para el presente análisis, aún cuando la consistencia es baja, según Oviedo, Heidi & Campo-Arias (2005), se toman como válidos por la cercanía con el límite inferior del rango establecido y por el interés en el objetivo de la medición que es determinar el comparativo entre las mypes del municipio de Pátzcuaro y las mypes de Latinoamérica en la recuperación de actividades productivas y de satisfacción personal.

Resultados

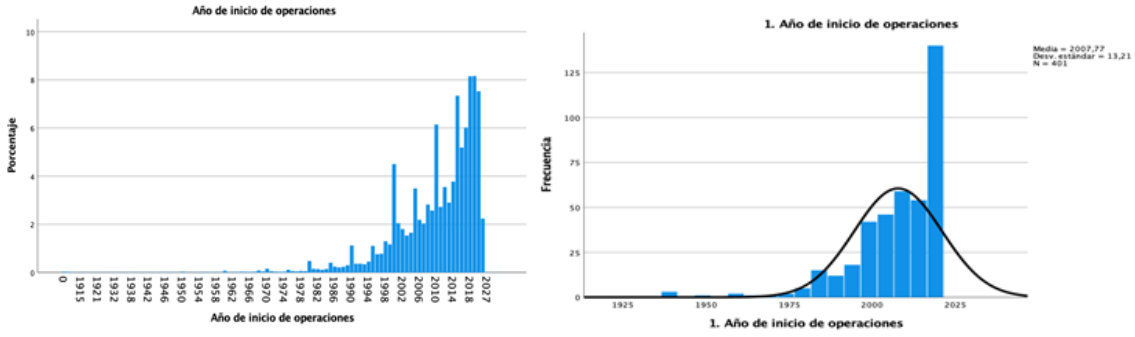
Se presentan estadísticos descriptivos, que resumen los resultados mediante figuras y tablas cruzadas. Se identifican valores específicos de cada una de las muestras en comparación para valorar los resultados y comprobar la hipótesis planteada.

Características de la Empresa

Figura 38.2

Histograma de inicio de operaciones.

Latinoamérica Pátzcuaro

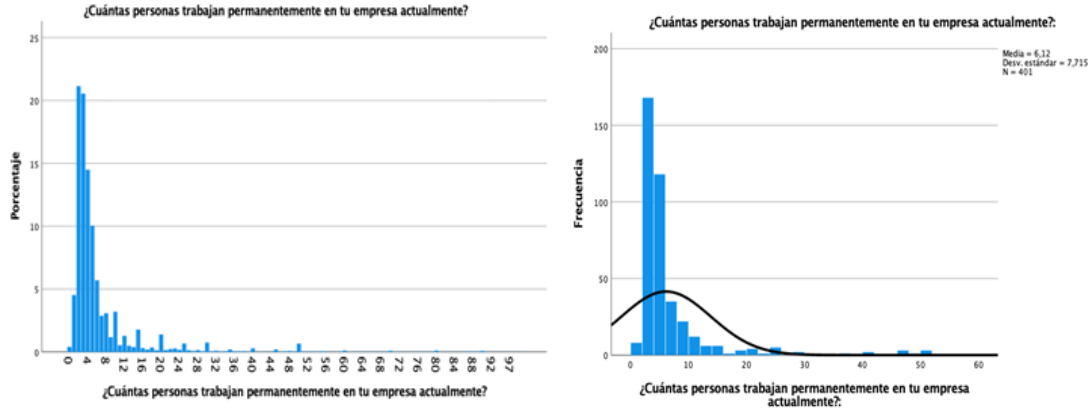


La Figura 38.2 muestra el resumen de comportamiento de inicio de operaciones de las Mypes en las regiones comparadas, a nivel latinoamericano se observa una mayor concentración en los años 2019-2018, reflejando que menos del 25% iniciaron antes del año 2005, mientras que en el municipio de Pátzcuaro, la media es del 2007, y el 25% con fecha de apertura anterior al ejercicio 2001. Se presenta también la distribución de inicio de operaciones de las Mypes del municipio de Pátzcuaro, en la que se observa una mayor antigüedad en los negocios de este municipio.

Figura 38.3

Histograma de personal empleado.

Latinoamérica Pátzcuaro



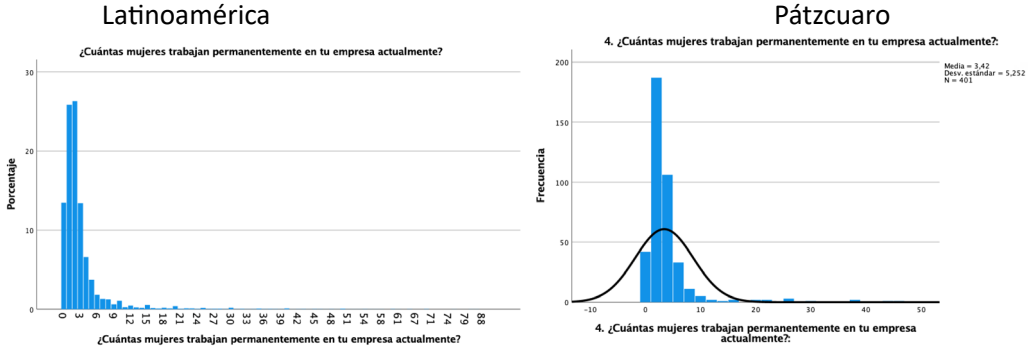
El histograma de frecuencias de la Figura 38.3 muestra un promedio del personal contratado de 7 personas a nivel latinoamérica, con una dispersión respecto a la media de 10

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

y un indicador de que el 75% o menos tienen a 6 personas en su plantilla laboral; en contraparte, a nivel municipio de Pátzcuaro, estos indicadores son de 6, 8 y 6 respectivamente. Lo anterior, señala un promedio similar en cuanto a personal ocupado y a la plantilla laboral de acuerdo al tercer cuartil, la diferencia en la dispersión de la media se debe al mayor número de organizaciones encuestadas en caso de la muestra en latinoamérica.

Figura 38.4

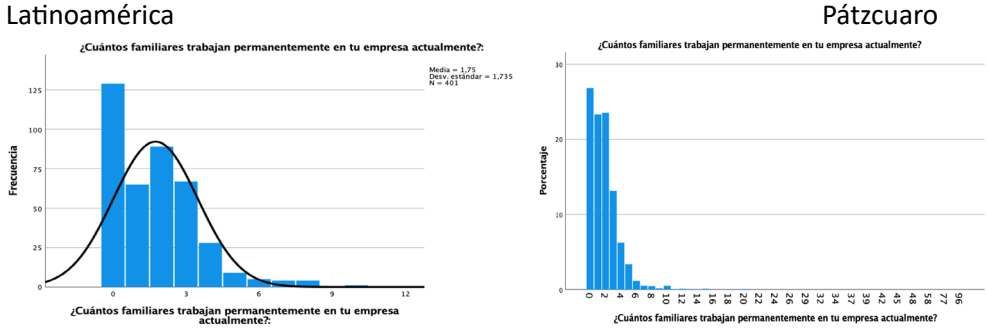
Histograma de mujeres empleadas.



Con respecto a la oportunidad laboral que se ofrece a las mujeres se observan indicadores estadísticos similares en las dos muestras de estudio, con promedio 3, desviación estándar de 5, moda de 2 y contratación de al menos 2 mujeres en el 50% de la muestra. Por lo anterior, no existe diferencia en el comportamiento en este rubro.

Figura 38.5

Estadísticos de familiares empleados.

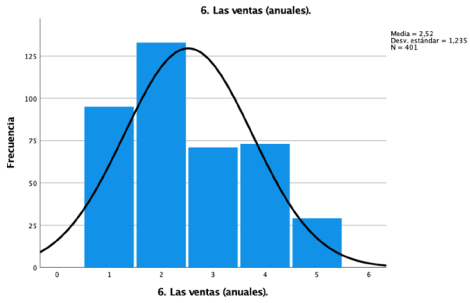


El involucramiento de familiares dentro de la plantilla laboral de toda organización permite mejorar la economía e incrementar la confianza por la delegación de actividades sustanciales y de confianza, los estadísticos descriptivos de la Figura 38.4 resumen un promedio de 2 familiares contratados, variabilidad de 2 y al menos del 75% de las empresas con 3 empleados. Resultados iguales para las dos muestras analizadas.

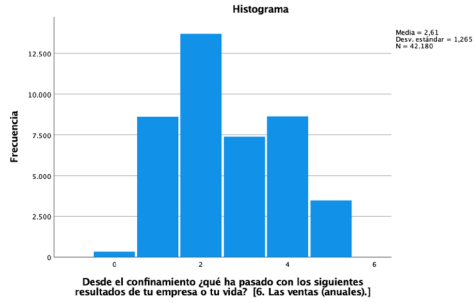
Figura 38.6

Histogramas de comportamiento de ventas.

Latinoamérica



Pátzcuaro



El comportamiento de las ventas anuales desde el confinamiento a nivel latinoamérica mostró una disminución con tendencia a "siguieron igual", con un promedio de 2.61 y dispersión respecto a la media de 1.265, comportamiento similar de las muestras del municipio de Pátzcuaro, con promedio de 2.52 y dispersión de 1.235, pero con inclinación hacia el valor de "disminuyeron algo". Lo anterior refleja que se muestra una disminución en la ventas de las Mypes de Pátzcuaro.

Tabla 38.2

Estadísticos descriptivos de horas semanales de funcionamiento.

Estadísticos		Latinoamérica	Pátzcuaro
	Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [7. Las horas semanales que está funcionando la empresa]		
N	Válido	42180	401
	Perdidos	1401	7
Media		2,75	2,66
Moda		3	2
Desv. Estándar		1,062	1,025
Varianza		1,128	1,050
Percentiles	25	2,00	2,00
	50	3,00	3,00
	75	3,00	3,00

El resultado de las horas semanales que trabajaron las empresas en la recuperación post pandemia, muestran promedios superiores a nivel latinoamérica (2.75) respecto a las Mypes de Pátzcuaro (2,66), con moda de 3 "siguieron igual" y 2 "disminuyeron algo" respectivamente y similitud de 3 "siguieron igual" para el 75% de las muestras en comparativo, por lo que se infiere que para ambas muestras no hay diferencia significativa en el tiempo semanal laborado desde el confinamiento.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 38.3

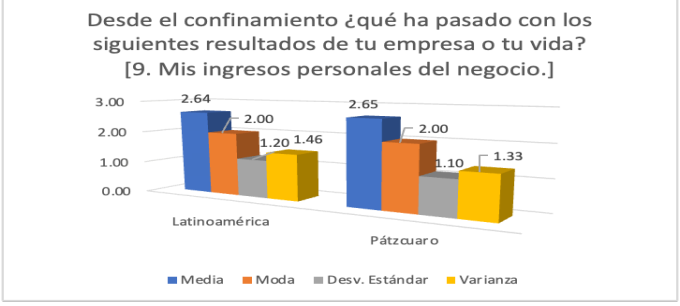
Estadísticos descriptivos de número de empleados.

Estadísticos		Latinoamérica	Pátzcuaro
	Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [8. El número de empleados.]		
N	Válido	42180	401
	Perdidos	1401	7
Media		2,84	2,88
Moda		3	3
Desv. Estándar		,902	,825
Varianza		,814	,681
Percentiles	25	3,00	3,00
	50	3,00	3,00
	75	3,00	3,00

Los estadísticos descriptivos del comportamiento sobre el número de empleados, demuestra que no existieron diferencias en este rubro, mostrando que el promedio de las Mypes de ambas regiones es similar, con 2,84 y 2,88 (valores dados para entre "siguieron igual" y "disminuyeron algo" respectivamente, con la misma moda (3) y cantidades similares en los tres cuartiles.

Figura 38.7

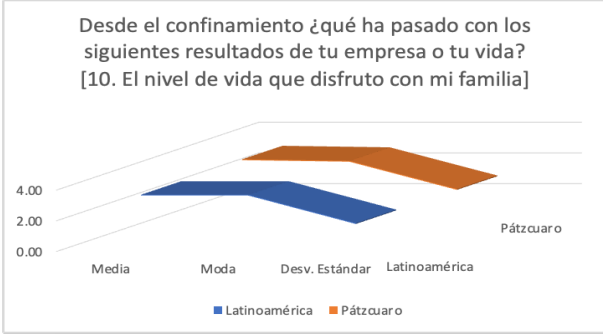
Estadísticos comparativos de generación de ingresos personales.



La variable ingresos personales derivados del negocio, presenta un comportamiento similar entre las dos muestras con tendencia a "siguieron igual" y poca diferencia en su variabilidad respecto al promedio.

Figura 38.8.

Gráfico de comportamiento de nivel de vida.



El nivel de vida que los empresarios disfrutan con su familia, está representado por la similitud en los indicadores estadísticos descriptivos, media, moda y desviación estándar. Con valores de pares de resultados de (3,3.10), (3,3) y (1.15, 1.16) respectivamente. Por lo anterior no existen diferencias significativas en la percepción de nivel de vida en las Mypes de estudio.

Figura 38.9.

Gráfico frecuencias de ideal de vida del directivo.

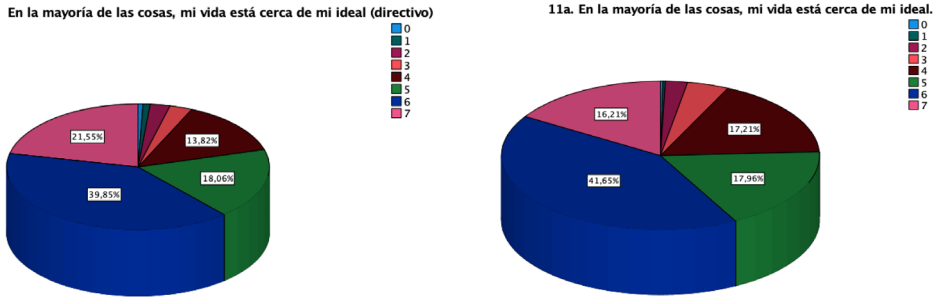
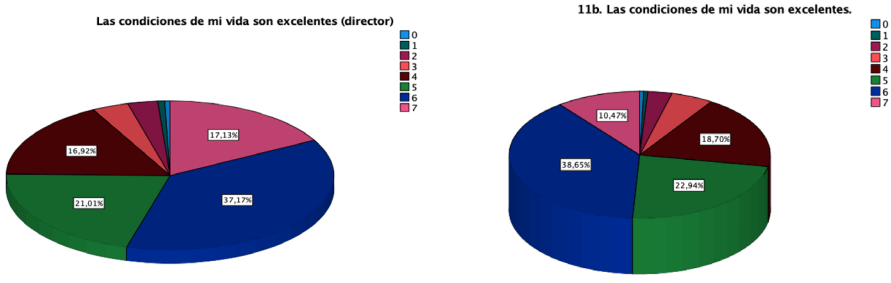


Figura 38.10a.

Gráfico frecuencias de condiciones de vida del directivo.



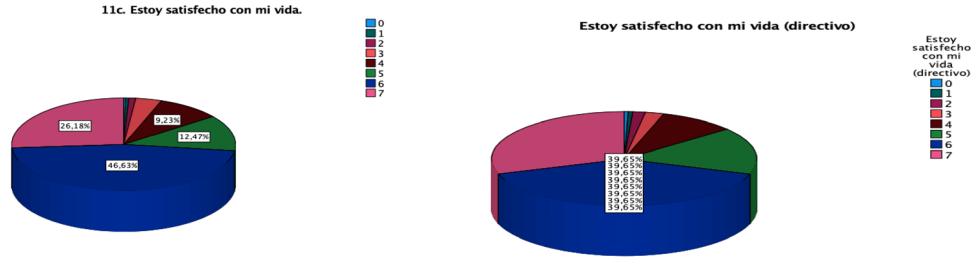
Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

La muestra de Mypes de latinoamérica consolida un resultado promedio orientado a que los directivos están "de acuerdo" en la conservación del nivel de vida que tenían con anterioridad, mientras que los directivos de las Mypes de Pátzcuaro, se identifican con el nivel anterior en este aspecto "más bien de acuerdo", reflejado por el estadístico promedio (5,5 y 5,39) respectivamente. Se confirma esta información (Figura 38.9) en el porcentaje de frecuencias, calculado en el estadístico de tablas cruzadas, indicando que a nivel latinoamérica es de 41.65% contra un 39.85% para la clasificación "6= De acuerdo".

Respecto a la percepción de los directivos de la Mypes analizadas, se observa que los dirigentes de las organizaciones a nivel latinoamericano están de acuerdo con las condiciones de vida, con una frecuencia porcentual de 37.17%, y en caso de los dirigentes de los negocios de Pátzcuaro, la percepción de este rubro es mayor, con un 38.85%, denotando que aprecian en mayor grado su situación de vida.

Figura 38.10b.

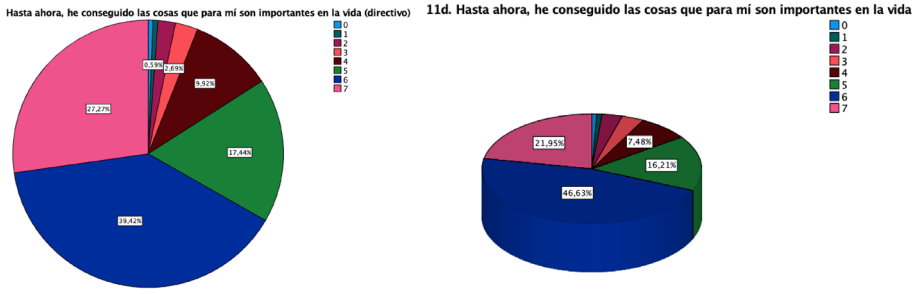
Frecuencias porcentuales de satisfacción con la vida del directivo.



Los dirigentes de las Mypes de Pátzcuaro,coinciden con un 46.63% en el aspecto de satisfacción con la vida, mientras que el comportamiento de los dirigentes de Mypes de latinoamérica tienen una valoración menor, con un 39.65%.

Figura 38.10c.

Frecuencias porcentuales de logro de cosas importantes en la vida del directivo.



El logro de los objetivos es otro de los indicadores que marcan la pauta de una mejor satisfacción de mejora en los empresarios, en este rubro se aprecia una mayor valoración en los directivos de Mypes de Pátzcuaro, con un valor de 46.63%, contra un valor de la muestra latinoamericana de 19.47% puntos porcentuales.

Figura 38.10d.

Gráficos de satisfacción en el estado actual de los directivos.



Los directivos de ambas organizaciones muestran estar de acuerdo con la percepción de satisfacción actual, y no cambiarían casi nada de su vida; mostrando una mayor frecuencia en el caso las Mypes de latinoamérica con 32.18%, en comparación con un 30.17% de las Mypes de Pátzcuaro.

Figura 38.10e.

Estadísticos descriptivos de edad.

Estadísticos

15. Edad

N	Válido	401
	Perdidos	7
Media		41,01
Moda		45
Desv. Desviación		13,996
Varianza		195,887
Percentiles	25	28,50
	50	40,00
	75	51,00

Estadísticos

Edad

N	Válido	42181
	Perdidos	1400
Media		40,42
Moda		45
Desv. Desviación		12,358
Varianza		152,732
Percentiles	25	31,00
	50	40,00
	75	49,00

El promedio de la edad es menor en los directivos de latinoamérica (40,42), existe coincidencia en ambas muestras respectos a la edad de 45 años, y un reflejo de mayor edad en los directivos de las Mypes de Pátzcuaro con edad menor a 51 años en el 75% de la muestra, mientras que a nivel latinoaméricano su similar es de 49 años.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Discusión

En los resultados encontrados se destaca que las Mypes del Municipio de Pátzcuaro mostraron mayor antigüedad en el inicio de sus operaciones empresariales (año 2001) comparativamente con las de los países latinoamericanos de estudio (año 2005), esto es importante debido a la tendencia de ser negocios heredados y manejados entre las familias de esta región, hecho que también se relaciona con la edad promedio de los empresarios, registrando un valor de 51 años promedio para Pátzcuaro y 49 años para las Mypes de Latinoamérica.

El promedio de personal contratado para las Mypes de ambas muestras se registró en 6 empleados, sin embargo también en los dos casos resultó que desde el confinamiento este número de empleados tendió a la disminución o bien se mantuvieron iguales, por lo que se concluye que las Mypes de Pátzcuaro se comportaron de forma similar a las Mypes de otros países latinoamericanos. Esta similitud del análisis comparativo se observó igualmente para el porcentaje de contratación de mujeres, infiriendo la misma tendencia a impulsar la igualdad de condiciones laborales para ambos sexos. Por la pandemia, se apoyó el trabajo familiar y en ambos tipos de Mypes se involucraron en los empleos a los familiares dentro de la plantilla laboral de las organizaciones, lo que permite mejorar la economía e incrementar la confianza por la delegación de actividades sustanciales y hacia el interior de las mismas generando climas organizacionales apropiados.

En cuanto a las ventas de los negocios, tanto en las Mypes de Pátzcuaro como en las de Latinoamérica, estas se registraron como "igual" o "disminuyeron un poco" desde el confinamiento (promedio de 2.52 y 2.61 respectivamente). Al respecto, en un estudio realizado en Medellín ante el confinamiento y cierre de fronteras decretados para contener la pandemia del Covid-19 la información recolectada muestra como resultado que los hoteles han disminuido drásticamente sus ingresos, lo que les ha dificultado el pago de sus gastos operacionales y obligaciones financieras. Sus directivos han tomado decisiones de reducción de costos que impactaron a sus *stakeholders,* y algunos establecimientos se adaptaron a los cambios del entorno a través de la modificación en los protocolos internos de prestación del servicio.

En los resultados de los aspectos relacionados con los datos generales del Director de la empresa, los ítems estudiados versan principalmente sobre la satisfacción de vida, aspiraciones, condiciones y logros como empresarios. Lo anterior se destaca debido a que estas características se vinculan estrechamente con la motivación del director de una empresa, lo que a su vez puede suscitar mayor estabilidad empresarial y por ende contrarrestar los efectos del confinamiento post-pandemia.

En el tema de conservación del nivel de vida que tenían antes del confinamiento, en las Mypes de Pátzcuaro se manifestó un nivel superior de satisfacción con un "más bien de acuerdo" en comparación con el "de acuerdo" de las Mypes de Latinoamérica. Casos similares en cuanto a tener un mayor grado de satisfacción con su situación de vida en Mypes de Pátzcuaro (38.85%) comparativamente con las Mypes de Latinoamérica (37.17%), y respecto a la satisfacción con la vida actual reportada por los dirigentes de Pátzcuaro (46.63%) mayor a la de los de Latinoamérica (39.65%).

En cuanto al logro de objetivos, los empresarios encuestados de Pátzcuaro reportan mayor satisfacción con un valor de 46.63% comparativamente con los de Latinoamérica (19.47%).

Conclusiones

El análisis de las características de la empresa como número de empleados conservados, ventas anuales, ingresos personales, horas laborales y nivel de vida muestra que tanto en las Mypes de Pátzcuaro como en las de Latinoamérica se comportaron de manera similar al manifestar en ambas que estos aspectos "siguieron igual" o "disminuyeron un poco". Con lo anterior se comprueba la hipótesis de investigación y lleva a concluir que el impacto del confinamiento post-pandemia COVID-19 afectó de igual manera a este sector a nivel Latinoamérica. Ello representa una oportunidad de establecer actividades dinamizadoras y flexibles de gestión estratégica organizacional en las empresas de estudio que les permitan responder con la rapidez y eficacia pertinentes para mantener su competitividad y sobrevivencia en el mercado.

En los aspectos estudiados con la satisfacción de vida, logro de objetivos, nivel de vida y condiciones de vida actual, para todos los casos en los directores de las Mypes de Pátzcuaro se observan mayores niveles de satisfacción en comparación con los de Latinoamérica, sin embargo es importante señalar que solamente se manifiesta en un valor superior siguiente y por ende la diferencia no es significativa por lo que es factible generalizar un comportamiento similar en ambas muestras.

En una proyección de estudios a futuro será importante considerar la identificación de los diversos sectores de las Mypes del municipio de Pátzcuaro que muestran mayores diferencias en cuanto a las variables de este estudio debido a que el sector turístico es una fuente de ingresos de sumo impacto en la economía de la región y así poder establecer estrategias de gestión emergentes para hacer frente a situaciones futuras que pongan en riesgo este rubro empresarial.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Referencias

Adame-Rodríguez, L., Villanueva-Pimentel, M., Tapia-Salazar, M. (2020). Propuesta teórica metodológica de intervención comunitaria como estrategia para el crecimiento de las Mypes. *VinculaTégica EFAN,* 6(2) 866-1880. http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Vinculategica6_2/74_Adame_Villanueva_Tapia.pdf

Ballesteros, E. Y., Parra, D. A., & Aguayo, V. R. (2020). Competitividad y sustentabilidad en la gestión estratégica de las empresas globales en tiempos de COVID-19. Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences, 10(4), 899–916.

Centenaro, P. H., y Nava, J. C. (2021). Nudos críticos de procesos gerenciales en unidades productivas de banano, Milagro, Ecuador. Revista CEA, 7(13), e1554.https://doi.org/10.22430/24223182.1554

Dávila-Flores, A., & Valdés-Ibarra, M.. (2020). México. Costos económicos del cierre de las actividades "no esenciales" por la pandemia Covid-19. Análisis multisectorial y regional con modelos SAM. *Economía: teoría y práctica*, (spe5), 15-43. https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/e052020/davila

Fierro-Moreno, Eréndira. (2021). La gestión del cambio, la colaboración virtual y la agilidad estratégica organizacional de empresas mexicanas ante los impactos por el COVID-19. *Nova scientia*, *13*(spe)Epub 28 de mayo de 2021.https://doi.org/10.21640/ns.v13ie.2762

García-Madurga, M. A., Grilló-Méndez, A. J., & Morte-Nadal, T. (2021). La adaptación de las empresas a la realidad COVID: una revisión sistemática. Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 11(22), 55-70. https://doi.org/10.17163/ret.n21.2021.04

Magaña-Medina, Deneb Elí, & Aguilar-Morales, Norma. (2021). Propuesta de un modelo de sendero para analizar algunos efectos percibidos a causa de la COVID-19 en la actividad productiva. Estudios Gerenciales, 37(158), 61-72. Epub March 19, 2021. https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.158.4436

Martínez, C.A. (2019). Es necesario mayor impulso a las pymes. *El economista.* (01 de octubre). Recuperado dehttps://www.eleconomista.com.mx

Oviedo, Heidi Celina, & Campo-Arias, Adalberto. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, *34*(4), 572-580. Retrieved November 08, 2023, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009&lng=en&tlng=es.

Pineda, A. (2019, 05 de febrero). 5 factores que limitan el crecimiento de las mipymes en México. *Expansión.* Recuperado de https://expansion.mx/emprendedores/2019/02/05/5-factores-que-limitan-el-crecimiento-de-las-mipymes

Restrepo Montes, Jonathan Alexis, Marulanda Valencia, Flor Ángela, & Arango Muñoz, Diego Germán. (2021). La gestión estratégica en tiempos de Covid-19: una mirada desde el sector turístico - subsector de alojamiento. *Revista Universidad y Empresa*, *23*(41), 133-166. Epub June 11, 2022.https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.10376

Serrato Guana, Andrés David. (2019). Aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión de las pymes en Colombia. Pensamiento & Gestión, (46), 161-186. https://doi.org/10.14482/pege.46.3580

Useche-Aguirre, M. C., Pereira-Burgos, M. J., & Barragán-Ramírez, C. A. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, *11*(22), 271-286. https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05

Valencia Sandoval, K., Corichi García, A., & Martínez García, M. D. (2022). Percepción de los efectos de la pandemia y resiliencia de los microempresarios hidalguenses. *Vinculatégica EFAN*, *7*(2), 196–206. https://doi.org/10.29105/vtga7.1-95

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 39. Fuentes de financiamiento de las microempresas.

Lourdes Concepción Barrón Romero
Idi Amin German Silva Jug
Edgar Iván Mariscal Haro
Octavio Arias Fránquez

Universidad Autónoma de Nayarit

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.39

Resumen

La aportación de las microempresas en la economía del país, es un factor determinante para su desarrollo, ya que las microempresas representan el 95% de los entes productivos, de allí la importancia de su inclusión en el sistema financiero. A pesar de ello, propietarios de estas unidades económicas no son sujetos de crédito y, en muchas ocasiones, dependen de fuentes de financiamiento extrabancario. El acceso a las fuentes de financiamiento es uno de los factores que inciden en permanencia empresarial ya que no cuentan con condiciones que permitan innovar, crecer, subsistir. La escasa cultura financiera en las microempresas hace que la obtención del financiamiento sea de fuentes más riesgosas y con altos costos. Esta investigación tiene como objetivo identiifcar cuáles son las fuentes de financiamiento que han utilizado los microempresarios de Ixtlán del Río, Nayarit. Se realizó una investigación descriptiva y explicativa aplicándose una muestra de 125 encuestas a las micro empresas de Ixtlán del Río Nayarit. En los resultados obtenidos, se identificó las preferencias de los micro empresarios para la obtención de las fuentes de financiamiento utilizadas para las microempresas.

Palabras clave

Financiamiento extrabancario, fuentes de financiamiento, microempresas, cultura financiera, crédito

Introducción

La contribución a la economía de las micro, pequeñas y medianas empresas constituyen un factor fundamental en el desarrollo de los países, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014), señala que las micro, pequeñas y medianas empresas en la economía mundial y su funcionamiento, representan el segmento que aporta el mayor número de empresas y personal ocupado; de allí la importancia de fortalecerlas. En el contexto internacional el 90% o un porcentaje superior de las unidades económicas está conformado por micro y pequeñas empresas.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2009), señala que, en México, la contribución de las microempresas a la economía es un factor determinante para el desarrollo del país, ya que representan el 95% de los entes productivos.

Entre los principales retos que enfrentan las micro empresas está el desconocimiento y la escasa accesibilidad al crédito, lo que las pone en una situación vulnerable y en situaciones con pocas posibilidades de crecimiento. Los propietarios de estas unidades económicas no son sujetos de financiamiento y en muchas ocasiones dependen de fuentes informales de crédito.

Entre los principales retos que afrontan las micro y pequeñas empresas para su crecimiento está el no tener acceso a los diversos productos financieros, limitando la capacidad de manejo en sus recursos financieros.

Revisión de la Literatura

Las micro y pequeñas empresas poseen una gran importancia en la economía, son un elemento fundamental en el desarrollo del país, por su contribución al empleo y generadoras de gran parte del Producto Interno Bruto de México.

EL Diario Oficial de la Federación (2009) clasifica que las microempresas son negocios de todos los sectores, con un máximo de 10 empleados y rango de ventas anuales hasta 4 millones de pesos al año.

La Confederación Patronal de la República Mexicana (2022) establece que las microempresas producen el 15% del Producto Interno Bruto y representa el 40% de los empleos en el país. Los micro y pequeños negocios, son el motor de la economía de México, desde el inicio de la pandemia COVID-19 enfrentaron un desafiante escenario. Uno de los mayores obstáculos de crecimiento son las dificultades que enfrentan al momento de conseguir un préstamo bancario.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

La COPARMEX (2022) señala que en México el 95% de las empresas son micro, generan el 14.2% de los ingresos del país. Según la Encuesta Nacional e Productividad y Competitividad de las Mipymes 2021 del INEGI, el 74% de las microempresas afirmó que no aceptaría un crédito bancario, atribuyendo su respuesta a que son caros, no los necesitan o no tienen confianza en los bancos, aunado a la falta de garantías que deben proporcionarse, el 92.4% de las micro empresas dice no tener acceso al financiamiento. En este contexto de alta inflación, altas tasas de interés, el acceso a créditos blandos es fundamental para la supervivencia y crecimiento de las microempresas, ya que son créditos a largo plazo y bajas tasas de interés.

INEGI (2021) indica que, en el año 2021, que solo el 24.5% del total de las empresas realizó alguna solicitud de financiamiento, con bancos, instituciones financieras, proveedor u otro, de estas solicitudes se aprobó el 94.4% y se rechazó el 5.6%. El 20.6% del total de las microempresas consideró solicitar un préstamo durante el año 2022. Entre las principales razones por las cuales las microempresas no reciben un crédito es la falta de colateral, garantía o aval, así como el no poder comprobar ingresos. La oferta de servicios financieros para las microempresas es reducida.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2017) señala que en Latinoamérica las micro, pequeñas y medianas empresas se han caracterizado por su alto nivel de informalidad, la escasa cultura financiera, la mala administración del negocio, la alta tasa de mortalidad de las empresas, problemas para conseguir financiamiento, dichos obstáculos las convierten en organizaciones vulnerables que impiden su crecimiento y consolidación.

Sánchez (2017) señala que es indudable la importancia de las micro y pequeñas empresas en el crecimiento económico de las regiones, sin embargo, existen múltiples obstáculos tanto internos como externos que impiden tener procesos de fortalecimiento y crecimiento como pueden ser: acceso al crédito, restricciones al crédito, falta de cultura financiera, acceso a la tecnología adecuada, la infraestructura física, la economía del país, etc.

Perdomo (1998) indica que el financiamiento es la obtención de recursos de fuentes internas o externas; a corto, mediano o largo plazo, que necesita una empresa para su operación normal y eficiente, para el desarrollo diario de sus actividades las empresas necesitan disponer de recursos financieros. Es la obtención de los medios económicos para afrontar las necesidades de la empresa. A los orígenes de dichos recursos financieros se les llama fuentes de financiamiento.

Redondo (2019) señala que la toma de decisiones de financiamiento en las empresas es de vital importancia, se debe elegir las mejores alternativas que se presentan,

permitiendo que la entidad económica pueda desarrollarse, crecer, ser rentable, maximizando el valor de la empresa.

Gitman (2003) afirma que las decisiones de financiamiento determinan la combinación y tipo de financiamiento que utiliza la empresa. Las empresas pueden financiarse desde diferentes fuentes como pueden ser:

La clasificación de las fuentes de financiamiento puede dividirse: en el origen de los fondos y el tiempo de la financiación.

Según el origen de los fondos en fuentes de financiamiento interna o externa. Fuentes de financiamiento interna es el valor de las aportaciones en dinero o especie, así como los beneficios que genera la actividad, la reserva de capital, las utilidades retenidas, etc. Son fondos propios o autofinanciación, un aumento en este rubro conlleva a un mayor grado de autonomía y disminuir el financiamiento externo, en consecuencia, de esta ventaja existe un costo de oportunidad. Fuentes de financiamiento externa, son los recursos que se originan de fuentes ajenas a la empresa, como préstamos, líneas de crédito, anticipo de clientes, son fondos que deben devolverse y tiene un coste financiero, este financiamiento debe obtener un rendimiento que compense el coste financiero. Un endeudamiento controlado puede aumentar el potencial de la empresa.

Fuentes de financiamiento según su tiempo: fuentes de financiamiento a corto o largo plazo. Fuentes de financiamiento a corto plazo es aquel que se contrata para liquidarse dentro de un periodo menor a un año, y en ese plazo debe ser amortizable; Debiendo aplicarse a operaciones de capital de trabajo de la empresa. Fuentes de financiación a largo plazo es aquel que se contrata para un periodo superior a un año, este financiamiento debe emplearse para inversiones de activo fijo tangible e intangible de la empresa tales como maquinaria, edificios, terrenos, construcciones, patentes, entre otros.

Existen otro tipo de fuente de financiamiento comúnmente utilizada por los microempresarios llamado financiamiento extrabancario y lo define como una actividad de intermediación realizada por prestamistas no especializados que no cuentan con supervisión y respaldo del Estado.

El Banco Internacional (2016) señala que los créditos extrabancarios es una situación crítica para las finanzas de los micro y pequeños empresarios ya que para afrontar las diversas obligaciones que se han adquirido puede haber atracción por supuestas facilidades, sin embargo, estos préstamos extrabancarios o créditos informales que pueden causar pérdidas irreparables y empeorar la situación financiera de la empresa.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Comúnmente, los micro y pequeños empresarios solucionan las necesidades económicas, sin realizar un análisis de las diferentes soluciones posibles, viéndose obligados a tomar decisiones de financiación apresuradas, para suplir la necesidad de recursos económicos que permitan seguir operando la entidad económica, sin realizar un análisis económico, teniendo el riesgo de empeorar la situación financiera. Los microempresarios recurren en ocasiones a entidades que otorgan créditos con tasas de interés más altas que los préstamos bancarios.

Existen riesgos inherentes a los créditos bancarios como las altas tasas de interés, en ocasiones llegan a un porcentaje diario que no sucede en una institución financiera formal, casi siempre exigen una garantía hipotecaria, por un monto bajo de crédito, con un altísimo riesgo de perder su propiedad. Si el deudor entra en mora, los intereses se incrementan considerablemente. No se conceden refinanciamientos y ejecutan de inmediato las garantías.

El crédito extrabancario siempre ha existido, pero a través de las herramientas tecnológicas, hace que su disposición sea rápida y sencilla, aunque en el mercado haya opciones menos riesgosas.

Metodología

El trabajo expuesto es el resultado de una investigación descriptiva y explicativa. Esta investigación se realizó con base en una pregunta concreta: ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento que han utilizado los microempresarios de Ixtlán del Río, Nayarit? En esta línea el objetivo general de esta investigación fue identificar las fuentes de financiamiento que utilizan los micro y pequeños empresarios de Ixtlán del Río, Nayarit. El Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE, 2020) registra que, en el Municipio de Ixtlán del Río, el universo de las microempresas es de 1699. Se aplicaron 125 instrumentos a microempresarios. El instrumento de medición constó de 25 reactivos basándose en la Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas (ENAFIN) 2021.

Resultados

Los resultados encontrados en esta investigación permitieron analizar puntos estratégicos para el análisis de las preferencias de las fuentes de financiamiento. Se aplicaron 125 encuestas a las micro empresas de Ixtlán del Río Nayarit; destacando los siguientes resultados:

- El 53% de las y los dueños de micro empresas encuestados son hombres y el 47% mujeres.
- El 59% desarrollan actividades comerciales, el 24% se desarrollan en el sector servicios y el 17% son industrias.

- El 5% de micro empresarios tienen de 18 a 20 años de edad, mientras que el 71% están en un rango de edad de 21 y 50 años y el 24% restante tienen 51 años en adelante.

Gráfica 39.1



- Al 75% de las personas no les gusta pedir dinero prestado.

Tabla 39.1.

Fuente de Financiamiento	%
Banca comercial	3
Banca de desarrollo	0
Institución financiera no bancaria (SOFOM, SOCAP, SOFIPO, Unión de Crédito)	2
Programas de gobierno federal, estatal o municipal	1
Proveedores	42
Familiares o amistades	15
Instituciones de financiamiento colectivo (crowdfunding)	0
Otra	37
SUMA	100

En lo que va del 2023, ¿Con qué Fuente Realizó Alguna Solicitud de Crédito o Financiamiento?

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 39.2

¿Cuál fue el Motivo Principal por el que Acudió con esa Fuente o Institución?

Motivo Principal	%
La sucursal está cerca	12
Comisiones bajas	10
La institución ya le ofrecía servicios adicionales	3
La institución ofrece una tasa de interés más baja	5
La institución ofrece una tasa de interés fija	2
La institución ofrece un pago mensual fijo	9
Esta institución le pidió menos requisitos que otras	59
Otro	0
SUMA	100

Indique cuáles de las siguientes fuentes de financiamiento utilizó la empresa.

Figura 39.2

Fuente de Financiamiento con Recursos Propios

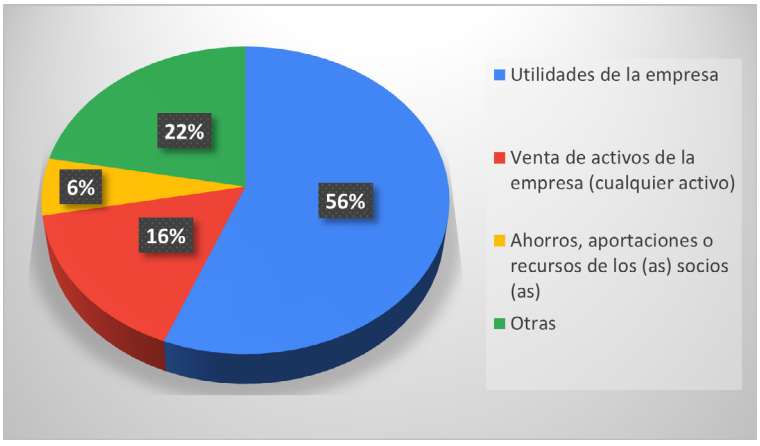


Figura 39.3

¿Por qué razones utilizó recursos propios?

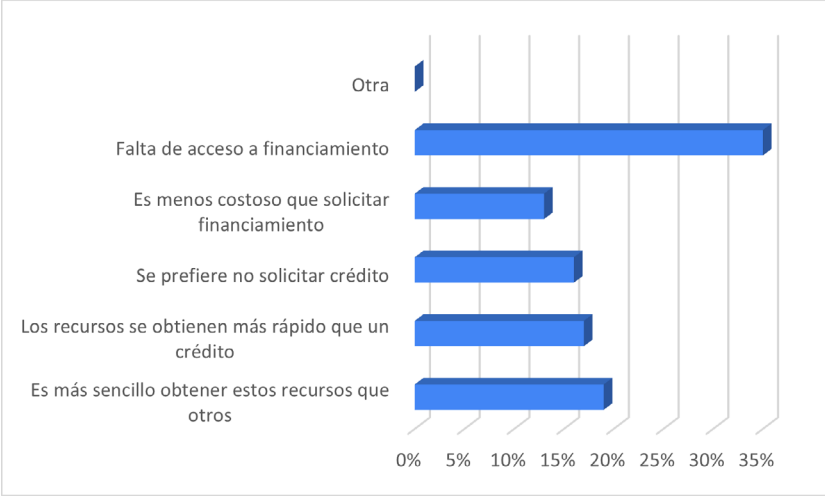


Tabla 39.3

¿Conoce o ha Escuchado Hablar sobre los siguientes Tipos de Instituciones?

Institución	%
Banca comercial	26
Banca de desarrollo	1
Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (SOFOM)	12
Sociedad Cooperativa de Ahorro y Préstamo (SOCAP)	32
Unión de Crédito	8
Sociedades Financieras Populares (SOFIPO)	18
Casas de bolsa	3
Instituciones de financiamiento colectivo (crowdfunding)	0
SUMA	100

Insertar un gran numero de tablas y figuras pero no las coloca de acuerdo a la normativa APA, se sugiere revisarla para darle forma, de igual manera se sugiere que presente una correlación entre las tablas que aportan elementos que permitan una mejor comprensión y cumplimiento del objetivo de la investigación.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Discusión

Es evidente la importancia de las microempresas en la economía del país, debido a su alto impacto en la generación de empleo y en el Producto Interno Bruto. De acuerdo al INEGI establece que las microempresas producen el 15% el Producto Interno Bruto y representa el 40% de los empleos en el país. Sin embargo, a pesar de la importancia de las microempresas, se enfrentan a distintos retos, como es el financiamiento público o privado, que es fundamental para el impulso de las microempresas. Las micro, pequeñas y medianas empresas representan el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado, de allí la importancia que reviste este tipo de empresas y fortalecer su desempeño. Sin embargo, existen barreras que limitan su crecimiento como el acceso y costo a fuentes de financiamiento.

Conclusiones

Los microempresarios de Ixtlán del Río, como demandantes de fuentes de financiamiento, se enfrentan a diferentes debilidades como son el desconocimiento, la falta de garantías requeridas por el sistema financiero formal, aversión al riesgo, inclinándose por el financiamiento extrabancario que los puede llevar a tener pérdidas irreparables y empeorar la situación financiera. Los microempresarios solucionan las necesidades económicas, sin realizar un análisis de las diferentes soluciones posibles, tomando decisiones de financiación apresuradas, para suplir la necesidad de recursos económicos que permitan seguir operando la entidad, teniendo el riesgo de empeorar la situación financiera. Los directores de las mypes recurren en ocasiones a entidades que otorgan créditos con tasas de interés más altas que los préstamos bancarios. el mercado extrabancario suelen ser denominados como paga diario, gota a gota o paga fácil, se caracteriza por imponer altos niveles en la tasa de interés, bajo los cuales se establece la amortización de crédito y que encierra prácticas de cobro asociadas con afectaciones a la seguridad y bienestar del deudor, su familia y su negocio.

Referencias

Banco Internacional. (2016). ¿Cuál es el riesgo de un crédito extrabancario ?https://www.bancointernacional.com.ec/cual-es-el-riesgo-de-un-credito-extrabancario/

Ciirculantis (2023). Fuentes de financiación de una empresa.https://circulantis.com/blog/fuentes-de-financiacion/

Confederación Patronal de la República Méxicana. (2022). Micro y pequeñas empresas. https://coparmexnl.org.mx/2022/07/25/mipymes-motor-economico-del-pais-merece-atencion/

DENUE. (2020). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. México, D.F

Gitman , L. (2016). Principios de Administración Financiera. Editorial Pearson

Paredes, A. (2023). Las fuentes de financiamiento en las microempresas de Puebla, México.https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-33592016000100019

Leon, E. (2018). Fuentes de financiamiento para la mype en México https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/11/16CA201801.pdf

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 40. Formación académica de los directores de las Mype turístico-gastronómicas del municipio de Ixmiquilpan, Hgo. y su impacto en la dirección estratégica.

Ana Rosa Cruz González
Héctor Alonso Pérez Arreola
Norma Angélica Martín Peña
Rafael Darío Chaparro Rangel

Universidad Tecnológica del Valle del Mezquital

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.40

Resumen

Con el objetivo de comprender cómo se toman las decisiones por parte de la dirección de las Mypes turístico-gastronómicas en Ixmiquilpan, Hgo., se encuestó a 332 responsables de negocios, donde se analizaron factores de influencia como género, edad y nivel educativo a través de una metodología de investigación cuantitativa, transversal y no exploratoria, en la que se determinó que la formación especializada, la experiencia y el liderazgo son condiciones deseables para contribuir a una dirección estratégica eficaz.

Palabras clave

Dirección estratégica, Liderazgo, Mype, Nivel Educativo, Toma de decisiones

Introducción

Una constante es la evidente inexistencia de infraestructura superior, desde las herramientas tecnológicas hasta las digitales, la importancia que representan estas supone apenas una necesidad básica de toda organización, sin embargo la tecnología no es siempre una ventaja, ya que con frecuencia se carece de los aspectos elementales y el contexto es aún más complejo si se considera el perfil propio de los administradores de las unidades de negocios, quienes cuentan con preparación promedio de Educación Media Superior, lo cual supone apenas 3 años de capacitación profesional.

Este trabajo tiene como objetivo analizar la relación que guarda el nivel de estudios y la experiencia en la toma de decisiones, específicamente en la economía del sector turístico-gastronómico de Ixmiquilpan, Hgo.

Es frecuente encontrarse con situaciones de incertidumbre en las que se debe optar por una solución entre múltiples que pueden conducir a diferentes consecuencias positivas o negativas como resultado de la posible decisión elegida (Rabadán, Cid y Galán 2013).

A lo largo de los años la formación académica y laboral, así como la toma de decisiones han sido relevantes para cualquier empresa. Se puede constatar cómo distintos autores han propuesto concepciones diversas respecto a la toma de decisiones, en este sentido Kast et al. (1988), declaran que ésta es un proceso previo a la acción, Herbert Simon (1964) la considera el núcleo de la administración, y más tarde Daft (2011) la define como el proceso de identificar y resolver problemas, donde se advierte el peso de las responsabilidades dentro de un sistema y su interacción frecuente, más tarde la teoría de las Relaciones Humanas defiende que la principal fuerza de la empresa es un ser humano intuitivo, sensible y creativo, aspectos que claramente hacen referencia a la experiencia y la formación académica.

El entendimiento de una situación y su respuesta en relación al mismo, involucran un análisis personal antes de ejecutar la acción, donde la personalidad forjada con su perfil académico y su experiencia componen la figura de un líder. Lo anterior permitirá que los directivos de las Mypes tengan un mejor desempeño en el ámbito empresarial. Es así que para esta presente investigación se muestra la postura ideológica de 332 directores y directoras a cargo de las unidades de negocios del sector turístico-gastronómico en Ixmiquilpan, Hidalgo, los resultados reflejan un perfil distinto en razón de género, los hombres prevén escenarios distintos, mientras las mujeres reaccionan acorde a la situación, justo cuando ésta se presenta.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Revisión de la Literatura

La región del Valle del Mezquital es una zona geográfica y cultural favorecida en gastronomía, tradiciones y paisajes, por lo que el turismo ha encontrado en esta región una verdadera veta de crecimiento económico que –lamentablemente– no todos los empresarios y emprendedores logran aprovechar de forma adecuada, a pesar de los esfuerzos tanto de Gobierno y de Instituciones educativas por promover el conocimiento y la gestión empresarial.

Es innegable que las medianas y pequeñas empresas se ven afectadas tanto por factores externos, como internos que dificultan mantenerse en su sector y cumplir con sus objetivos a corto, mediano y largo plazo. Ante una economía compleja y dinámica, se hace imperativo que el empresario posea el conocimiento y habilidades deseables para afrontar las circunstancias que transforman su entorno y que impactan su función empresarial.

En este sentido, una buena implementación de la gestión administrativa puede contribuir al mejoramiento de las operaciones de cualquier corporativo sin importar su tamaño o giro del negocio, por ser un proceso integral que va desde la planeación y hasta llegar al control, analizando la situación actual de la empresa en sus diferentes niveles, para realizar los cambios necesarios y definir nuevas acciones (Picado, 2021).

De hecho, en el proceso de planeación estratégica, donde se interrelacionan aspectos internos y externos de las organizaciones para su ejercicio, se demanda de una competencia específica que se identifica como "la gestión estratégica en la que es fundamental la inteligencia de todos los miembros de la organización y en particular la de los líderes de las mismas" (Mesa, 2014, p.289).

En la Tabla 40.1 se puede apreciar otras cualidades relevantes para el desarrollo de la gestión estratégica, planteadas por Mesa.

Tabla 40.1

Pilares fundamentales de la gestión estratégica

Pensamiento estratégico	Intención estratégica	Actitud estratégica
Conjunto de ejercicios, conceptos, habilidades, técnicas conceptuales y humanas necesarias para realizar con éxito el proceso de formulación, implementación y control de la dirección estratégica.	Determinación de la voluntad en orden a un fin estratégico previamente establecido.	Disposición de ánimo manifestada en ejecución con éxito de las acciones relacionadas con la formulación, ejecución y control de la gestión estratégica.

Fuente: Elaboración propia a partir de Mesa Sixto (2014)

Baldwin (2010) señala que, una buena dirección empresarial parte de quien esté a la cabeza de la organización, y para ello se requieren de ciertas habilidades muy concretas:

> **Habilidades humanas**. Comprende desde actitudes de cordialidad y atención para con los semejantes, hasta una excelente comunicación tanto oral como escrita, y una capacidad de escuchar y de interpretar correctamente las actitudes de los demás.
>
> **Habilidades técnicas**. Se refieren al conocimiento y dominio propio de su especialidad. Un buen conocimiento de la profesión es, por tanto, lo deseable para llegar a ser un director digno de consideración.
>
> **Habilidades intelectuales**. Las facultades de prevenir, intuir y la aptitud para estructurar, la capacidad de análisis y de resolución de problemas, así como una agilidad de pensamiento que permita tomar decisiones en el momento oportuno son cualidades altamente deseables en todo directivo (p.35).

Sin dudarlo, los empresarios son un factor clave en el crecimiento económico del país, ya que son quienes, a través de su empeño y visión, generan la gran mayoría de los empleos.

Las estrategias en el actuar empresarial

Implementar estrategias *ad hoc* al marco situacional en que está sumergida la organización, resulta imperioso en este siglo XXI. El éxito de ello inicia con la comprensión de en qué consisten éstas. En palabras de Arce (2010, p.196), "la estrategia empresarial es un plan de utilización y de asignación de los recursos disponibles con el fin de modificar el equilibrio competitivo y de estabilizarlo a favor de la empresa considerada".

Siguiendo con Arce, los componentes de una estrategia empresarial son:

1. Los objetivos de la acción empresarial claramente definidos (atributos, escalas de medida, normas, horizonte temporal).

2. El plan de acción a nivel de la empresa total y a nivel de las divisiones.

3. Los programas funcionales que describen y miden las consecuencias del plan para cada una de las funciones (finanzas, mercadeo, personal, etc.) de la empresa,

4. Los recursos requeridos para llevar a cabo los programas.

Contreras (2013), explica que

Es imprescindible que los objetivos planteados sean viables y permitan a la empresa poner en práctica cada una de las estrategias propuestas, con el fin de hacer posible su

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

permanencia y sostenibilidad. En un mercado globalizado y altamente competitivo es de vital importancia que las estrategias propuestas sean innovadoras y viabilicen los recursos para evitar que, en el futuro, los eventos adversos den al traste con los objetivos y expectativas propuestas.

Por ello resulta importante considerar, como cita Contreras (2013), que una buena estrategia es aquella que se fundamenta en un plan de acción soportado por un argumento concluyente, una mezcla adecuada de análisis y ejecución, basada en tres elementos nucleares: el diagnóstico (¿qué está pasando aquí?), políticas que orientan, y acciones coherentes. Y después de ello, monitorear el proceso para tomar decisiones oportunas de continuidad o redireccionamiento, durante el tiempo que sea necesario.

Las experiencias de las grandes corporaciones lo afirman: no hay un periodo de tiempo establecido para conseguir que las estrategias operen de forma adecuada. Lo que sí es cierto es que, todo estriba en la manera como el líder trace la dirección a seguir y en cómo comunique a su equipo de trabajo las decisiones tomadas.

Metodología

Para el desarrollo de la presente investigación se realizó un estudio cuantitativo, transversal no exploratorio, en donde se compararon las diferencias significativas entre la formación académica de los directores de las Mypes turístico-gastronómicas del municipio de Ixmiquilpan, Hgo., y el impacto en la dirección estratégica.

Se tomaron como referencia un total de 332 encuestas válidas aplicadas a los y las empresarios (as) de las Mypes turístico-gastronómicas, esto permitió realizar un análisis comparativo entre la formación académica de los y las directoras de las empresas pertenecientes al sector servicios de hospedaje, así como establecimientos gastronómicos respectivamente y el impacto en la dirección estratégica.

Alineado al objetivo de la investigación y a la revisión de la literatura se plantea la siguiente hipótesis:

H1: La formación académica del empresario(a) influye en el impacto de la dirección estratégica de las Mypes turístico-gastronómicas.

H0: La formación académica del empresario(a) no influye en el impacto de la dirección estratégica de las Mypes turístico-gastronómicas.

Descripción de los directivos de las Mypes Turístico-gastronómicas

El municipio de Ixmiquilpan, Hidalgo, cuenta con una población total de 98,654 habitantes (INEGI, 2020) y con 7,600 empresas (Directorio de empresas en Ixmiquilpan Hidalgo, 2023). En la Tabla 40.2 se mencionan algunas de las características sociodemográficas de los directores y directoras de las Mypes turístico-gastronómicas de Ixmiquilpan, Hgo.

Tabla 40.2.

Características sociodemográficas

Parámetros	No.	%
Sexo		
Hombres	171	52%
Mujeres	161	48%
Edad		
40 a 49 años	99	30%
Estado civil		
Casado (a)	170	51%
Formación académica		
Educación Media Superior	129	39%

Fuente: Elaboración propia con base a SPSS ®, 2023

De acuerdo a lo anterior las Mypes turístico-gastronómicas ubicadas en el municipio de Ixmiquilpan Hgo., se encuentran dirigidas en su mayoría por hombres (apenas 4 puntos porcentuales arriba), oscilando en una edad promedio entre los 40 a 49 años, con el estado civil de casados, contando con estudios promedio de Educación Media Superior, principalmente.

Instrumento de medición

Del instrumento de recolección de datos empleado para la investigación de la Red Latinoamericana de Administración y Negocios 2023, se seleccionaron 8 preguntas con opciones de respuesta de tipo Likert de cinco niveles los cuales van de 'muy en desacuerdo' (1) a 'muy de acuerdo' (5), para realizar un análisis sistémico mediante las variables descritas en la Tabla 40.2.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 40.3.

Definiciones conceptuales

Variable	Definición conceptual
Formación académica	Se relaciona con la educación postgraduada para el logro de una competencia profesional elevada y avanzadas capacidades para la investigación y la innovación. (Aveiga, Rodríguez y Segovia, 2018, p 213)
Dirección	Es el conjunto de funciones existentes en una organización, que buscan la toma de decisiones y estrategias favorables para la misma. (Sánchez, 2021)
Toma de decisiones organizacionales	Constituye un proceso informacional que se desarrolla por individuos o grupos para solucionar problemas y aprovechar oportunidades organizacionales. (Arévalo y Estrada, 2017)

El cuestionario se diseñó para ser respondido por el director o directora (persona que toma la mayor parte de las decisiones en la empresa) en el periodo del 01 de marzo al 30 de abril de 2023.

Los estudiantes universitarios apoyaron en el levantamiento de la información, para lo cual fueron previamente capacitados para leer las preguntas a los directores e ir rellenando en Excel o en papel y finalmente se capturaron los datos en un formulario compartido por la red.

Se realizó el análisis de confiabilidad del instrumento en el programa estadístico SPSS^{R} de acuerdo a las variables seleccionadas para el presente trabajo, del cual se obtuvo un Alpha de Cronbach de 0.813.

Las preguntas seleccionadas de la variable de toma de decisiones son las siguientes:

1. Trato de obtener información de individuos que serán afectados por la decisión, para determinar sus preferencias y expectativas.

2. Prefiero que las decisiones sean tomadas por consenso.

3. Siempre genero más de una alternativa para la solución del problema en lugar de identificar únicamente una opción obvia.

4. Hago muchas preguntas sobre la naturaleza de la decisión antes de considerar maneras de tomarla.

5. Tengo en mente consecuencias a corto y largo plazo cuando evalúo varias soluciones o alternativas.

6. Me asesoro con personas externas para que me auxilien en la toma de decisiones.

Las preguntas seleccionadas de la variable de dirección son las siguientes:

7. Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa.

8. No suelo plantear de antemano la estrategia de la empresa, sino que surge a medida que veo la mejor forma de lograr nuestros objetivos.

Resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos, vale la pena observar en la tabla tres, cómo la toma de decisiones de acuerdo al sexo es muy diferente entre directores y directoras que dirigen las Mypes pertenecientes al sector turístico-gastronómico en el municipio de Ixmiquilpan, Hgo.

Tabla 40.4.

Comparativos entre hombres y mujeres en la toma de decisiones y dirección.

Preguntas	Hombre	Mujer
Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa	4.42	4.26
No suelo planear de antemano la estrategia de la empresa, sino que surge a medida que veo la mejor forma de lograr nuestros objetivos.	4.04	4.25
Trato de obtener información de individuos que serán afectados por la decisión, para determinar sus preferencias y expectativas.	4.39	4.32
Prefiero que las decisiones sean tomadas por consenso	4.32	4.24
Siempre genero más de una alternativa para la solución del problema en lugar de identificar únicamente una opción obvia.	4.65	4.37
Hago muchas preguntas sobre la naturaleza de la decisión antes de considerar maneras de tomarla.	4.26	4.23
Tengo en mente consecuencias a corto y largo plazo cuando evalúo varias soluciones alternativas.	4.31	4.34
Me asesoro con personas externas para que me auxilien en la toma de decisiones.	4.04	4.06

Fuente: Elaboración propia con base a SPSS ®, 2023

En la variable de dirección respecto al planteamiento del logro de los objetivos, los directores suelen establecer de manera anticipada posibles escenarios, a diferencia de las directoras que suelen establecer estrategias a medida que se van presentando factores externos para afrontarlos, en cuestión de la toma de decisiones, los y las directoras suelen

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

consensuar con personas tanto internas como externas respecto de las posibles repercusiones que tendrán a corto, mediano y largo plazo al interior de sus Mypes.

Con el objetivo de evaluar la hipótesis de trabajo planteada para el presente estudio, siendo:

H1: La formación académica del empresario influye en el impacto de la dirección estratégica de las Mypes turístico-gastronómicas.

Se muestran los siguientes resultados:

Tabla 40.5.

Formación académica de los y las directoras de las Mypes turístico-gastronómicas.

Preguntas	Educación básica	Educación media superior	Educación superior
Planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa	4.22	4.36	4.43
No suelo planear de antemano la estrategia de la empresa, sino que surge a medida que veo la mejor forma de lograr nuestros objetivos.	4.20	4.12	4.09
Trato de obtener información de individuos que serán afectados por la decisión, para determinar sus preferencias y expectativas.	4.38	4.31	4.42
Prefiero que las decisiones sean tomadas por consenso	4.27	4.29	4.27
Siempre genero más de una alternativa para la solución del problema en lugar de identificar únicamente una opción obvia.	4.33	4.78	4.38
Hago muchas preguntas sobre la naturaleza de la decisión antes de considerar maneras de tomarla.	4.34	4.22	4.16
Tengo en mente consecuencias a corto y largo plazo cuando evalúo varias soluciones alternativas.	4.22	4.40	4.32
Me asesoro con personas externas para que me auxilien en la toma de decisiones.	4.23	3.98	3.91

Fuente: elaboración propia con base a SPSS ®, 2023

De acuerdo a las características sociodemográficas de los y las directoras de las Mypes turístico-gastronómicas del municipio de Ixmiquilpan, Hgo, se mostró que el 39% de ellos posee una formación académica en el nivel medio superior (bachillerato general y profesional técnico), mientras que el 27% de los directores (as) cuenta con una formación en el nivel superior (licenciatura, ingeniería, especialidad y posgrado), y el 32% con nivel básico (primaria, secundaria y formación para el trabajo) y conforme a los resultados obtenidos para la comprobación de la hipótesis se puede apreciar que, si bien para incursionar en el sector de servicios en empresas de alojamiento así como del sector gastronómico, se presume de no requerir una formación a nivel superior dada la naturaleza de las actividades que se

desarrollan en el día a día al interior de las mismas, sin embargo, para una adecuada toma de decisiones que contribuya a una óptima dirección estratégica, se puede observar en la Tabla 40.4 que la formación académica de los y las directoras sí influye de manera significativa en el análisis de factores internos y externos que les permitan establecer estrategias enfocadas al logro de los objetivos y metas que sean acordes al tipo de Mype que dirigen y de acuerdo al entorno y mercado al que está enfocado su producto o servicio, dicho lo anterior se comprueba la hipótesis de trabajo planteada para el presente trabajo de investigación, pues una formación especializada así como la experiencia en el sector sin dejar de lado el liderazgo son factores influyentes para una adecuada toma de decisiones que contribuya a una dirección estratégica eficaz.

Discusión

Como se mencionó con Baldwin (2010) una buena dirección empresarial parte de quien esté a la cabeza de la organización, y para ello se requiere de ciertas habilidades muy concretas: humanas, técnicas e intelectuales, así como expone Viera-Encalada (2019), los directivos de la alta gerencia son los responsables de determinar las metas y estrategias empresariales.

De acuerdo a la información recolectada de las 332 Mypes turístico-gastronómicas del Municipio de Ixmiquilpan Hgo, el 52% son dirigidas por hombres y el 48% de mujeres, 39% cuentan con un nivel medio de educación superior. Es notable que la formación académica con la que cuentan los directores de las Mypes turístico-gastronómicas del municipio, incide de manera directa sobre la toma de decisiones y dirección de las mismas.

Dentro de la Tabla 40.5 se puede observar cómo los directivos con nivel de educación superior plantean los objetivos concretos que se tienen que lograr en la empresa, por lo que en su contraparte los directivos que cuentan con un nivel de educación básica no suelen planear de antemano la estrategia de la empresa, si no que surge a medida que ve la mejor forma de lograr sus objetivos.

Diversos estudios han demostrado que el sexo del director está relacionado con el estilo de liderazgo que se ejerce en la empresa. Tanto los hombres como las mujeres directivas pueden encontrarse relativamente condicionados por las expectativas sociales y culturales, así como por características naturales, determinadas por la genética sexual (Lozano et al, 2023, p.186).

Conclusiones

Las Mypes turístico-gastronómicas han enfrentado a lo largo del tiempo diversas dificultades en cuestión de formación académica, falta de capacitación especializada, desconocimiento

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

del mercado, así como el acceso nulo a los sistemas de información y con ello pocas oportunidades de financiamiento que les permita una mejor competitividad en el mercado.

El análisis de la presente investigación consideró 332 unidades de negocios observadas y se concluye en consecuencia que el grado de preparación académica tiene influencia directa en la toma de decisiones, especialmente considerando que aunque no hay una diferencia significativa en el nivel gerencial por razón de género, si lo existe en el grado de preparación, la toma de decisiones se apoya en la experiencia y el factor de planeación de objetivos y logros es una constante que se refleja en congruencia con el grado de estudios, en este sentido los directores promueven la planeación como parte de la gestión , mientras que las directoras reaccionan acorde a su experiencia y las condiciones vigentes, en el caso de los directores promueven prácticas directivas de mayor orden como son la planificación, la comunicación interna y la propuesta de alternativas donde se involucra a más personas, mientras que las directoras consideran los riesgos a corto y largo plazo, además de que buscan asesoría externa en apenas un rango mayor que los directores.

Un adicional factor es el impacto que la educación tiene y en ese sentido las respuestas no definen con certeza una tendencia, aunque se percibe que el rango de educación media superior y educación superior actúan como catalizadores en la toma de decisiones y es apenas perceptible la diferencia de educación básica dentro del sector hospedaje y gastronómico en la ciudad de Ixmiquilpan.

Referencias

Arce Burgoa, L. G. (enero-junio, 2010). Cómo lograr definir objetivos y estrategias empresariales. Perspectivas, (25), pp. 191-201. https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942454010.pdf

Arévalo-Ascanio, J., y Estrada López, H. (2017). La toma de decisiones. Una revisión del tema. En Prieto-Pulido, R. y García-Guiliany, J. (2017). Gerencia de las organizaciones. Un enfoque empresarial. Ediciones Universidad Simón Bolívar. Barranquilla-Colombia. 249-278. https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2824/Cap_8_TomadeDecisiones.pdf?sequence=12&isAllowed=y

Aveiga, M; Rodríguez, A; Segovia, M. (2018). Superación profesional y formación académica: ¿Conceptos iguales o diferentes? Revista Didasc@lia: D&E. Publicación cooperada entre CEDUT- Las Tunas y CEdEG-Granma, CUBA. P 213. file:///C:/Users/CUGA760308/Downloads/Dialnet-SuperacionProfesionalYFormacionAcademica-6715783.pdf

Baldwin, C. (2010). Gestión empresarial. Firmas Press. https://elibro.net/es/lc/universidadiexpro/titulos/36391

Contreras Sierra, E. R. (2013). El concepto de estrategia como fundamento la planeación estratégica. Pensamiento y gestión. (35), pp. 152-181. http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n35/n35a07.pdf

Daft, R. (2011). Teoría y diseño organizacional. Cengage Learning. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23309w/Teoria_Diseno_Organizacional.pdf

Directorio de empresas en Ixmiquilpan Hidalgo. (2023). Obtenido de pymes.org: https://pymes.org.mx/municipio/ixmiquilpan-31e3.html

INEGI. (2020). Obtenido de https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/hgo/poblacion/

Kast, E., Rosenzweig, J., Malfavón Martínez, M. A., Fernández de Miguel, J., Méndez Álvarez, C.E. (1988). Administración en las organizaciones. Un enfoque de sistemas y contingencias. México: McGraw-Hill.

Lozano Tapia, O., Alvarado González, O., & Abarca Otero, M. (2023). Diferencia entre las estrategias de gestión en directores y directoras de la mype de Petatlán, Guerrero, México. En P. V. Peña Ahumada Nuria Beatriz, *Directores y directoras de la mype de Latinoamérica* (pág. 186). México: McGraw Hill.

Mesa Sixto, A., Pérez Mijares, E. (julio-septiembre, 2014). La Gestión Estratégica. Aspectos a considerar e integrar creativamente a su ejercicio. Avances, 16(3), pp. 286-294. https://www.redalyc.org/pdf/6378/637867045011.pdf

Picado Juárez, A.M., y Sergueyevna Golovina, N. (2021). La gestión empresarial en las micro, pequeñas, medianas empresas. Revista científica de FAREM – Estelí. (10). 96-114.

Rabadán, A., Cid, A. y Galán, S. (2013). Métodos de Decisión Empresarial. Madrid: Delta Medina Macías A., Ávila Vidal A.,(2002). Evolución de la teoría administrativa. Una visión desde la psicología organizacional. Revista Cubana de Psicología pp. 268 https://rcientificaesteli.unan.edu.ni/index.php/RCientifica/article/view/1083/1148

Sánchez, J. (01 de marzo de 2021). Dirección administrativa. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/direccion-administrativa.html

Simon, H. (1964). El comportamiento administrativo. México: Aguilar.

Viera-Encalada, F. (enero de 2019). Propuesta de diseño organizacional para la Mype. Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3909/AE_309.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 41. Cómo afecta la estabilidad emocional en la productividad y realización del trabajo decente en las Mypes del municipio de Querétaro.

María de Lourdes Martínez Alcaraz
Erika Morales Juárez
Silvia Paola Caltzontzi Jiménez
María Paulina Mejía Velázquez

Universidad Tecnológica de Querétaro

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.41

Resumen

Para que se de la productividad en las organizaciones es necesario entender los factores que intervienen en el procesos y cómo se interrelacionan entre sí, el eje central de la investigación es conocer cómo el trabajo decente está directamente relacionado con la estabilidad emocional y la productividad en las mypes queretanas, el estudio se realizó por medio de una entrevista dirigida a los directores, uno de los datos más relevantes fue la seguridad en el trabajo, considerando las aportaciones de los datos se concluye que la hipótesis es verdadera ya que si existe relación entre condiciones de trabajo y la productividad.

Palabras clave

Estabilidad emocional, Mype´s, Productividad, Trabajo decente

Introducción

De acuerdo con las cifras de INEGI (2021) en México existen 280 489 empresas, de las cuales el 95% son PYMES. En el municipio de Querétaro radican 85,804 unidades económicas con un porcentaje de 62.7% de Mipymes, según el reporte del Economista con datos tomados del directorio nacional de unidades económicas del Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Estas empresas representan el sustento económico de muchas familias queretanas, es por ello que debemos cuidar que no perezcan, pero además asegurar de incrementar la productividad, lo cual va relacionado con las condiciones de trabajo, la baja de productividad de una persona puede ser ocasionada por horarios extendidos de trabajo, remuneración no adecuada, inseguridad de permanencia en el trabajo, no contar con un servicio de salud, la baja productividad va relacionada con los trabajadores pobres de acuerdo a la opinión del la organización internacional del trabajo, la cual indica que es necesario que se compartan equitativamente las ganancia entre los accionistas, empresarios y trabajadores, es de vital importancia reducir la pobreza, trabajar en mejoras de planta y equipos, innovaciones de producto y proceso, mejorar las competencias y el ambiente laboral de la población activa.

Revisión de la Literatura

La estabilidad emocional y la productividad laboral están altamente relacionadas porque cuando un trabajador se siente bien emocionalmente, va a tener una alta productividad laboral. La productividad laboral hace referencia al rendimiento que se tiene en un proceso de tareas en un tiempo determinado, usando determinados recursos. Mientras que la estabilidad emocional es la capacidad de manejar y regular las emociones ante diferentes situaciones negativas o positivas.

La estabilidad emocional juega un papel crucial en la productividad y realización del trabajo decente en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipe's). Cuando los empleados tienen una estabilidad emocional sólida, tienden a ser más motivados, comprometidos y capaces de enfrentar los desafíos laborales de manera efectiva. Ya que las emociones juegan un papel importante en cómo los empleados interactúan entre sí, toman decisiones y abordan sus tareas diarias.

Por otro lado, si los empleados experimentan altos niveles de estrés, ansiedad o inestabilidad emocional, esto puede afectar negativamente su desempeño laboral. Pueden tener dificultades para concentrarse, tomar decisiones acertadas y mantener una actitud positiva en el trabajo. Además, la falta de estabilidad emocional puede llevar a conflictos interpersonales y disminuir la colaboración entre los miembros del equipo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En un entorno de trabajo saludable, donde los empleados se sienten emocionalmente estables, es más probable que se sientan motivados y comprometidos con su trabajo. Esto puede llevar a una mayor productividad, ya que los empleados están más centrados y pueden realizar sus tareas de manera eficiente. Hay factores que definitivamente influyen en l productividad de las Mipe's, como son:

La organización interna, tener un organigrama con las funciones de cada integrante.

- Las instalaciones, la tecnología y las herramientas adecuadas:
- El salario emocional, los reconocimientos y compensaciones.
- La gestión y organización del trabajo.
- La movilidad interna, promoción laboral.
- El clima laboral positivo
- La comunicación y cooperación

Por lo anterior resulta importante que las Mipe's promuevan un entorno de trabajo saludable que fomente la estabilidad emocional de sus empleados. Esto se puede lograr a través de la implementación de programas de bienestar, como sesiones de mindfulness o actividades deportivas, que ayuden a reducir el estrés y promover el equilibrio emocional. O bien pueden implementar las recomendaciones que hace la OMS:

Capacitar a los administradores en la esfera de la salud mental para ayudarles a que reconozcan y respondan a las dificultades de las personas con angustia emocional a quienes supervisan; desarrollen competencias interpersonales como la comunicación abierta y la escucha activa; y comprendan mejor de qué manera los factores estresantes en el trabajo pueden afectar a la salud mental, y cómo pueden gestionarlos.

Capacitar a los trabajadores en las cuestiones y la sensibilización respecto de la salud mental, para mejorar el conocimiento en ese ámbito y reducir la estigmatización respecto de los trastornos mentales en el trabajo.

Intervenciones dirigidas a las personas para que desarrollen aptitudes que les permitan gestionar el estrés y reducir los síntomas relacionados con la salud mental, incluidas intervenciones psicosociales y oportunidades de actividad física recreativa (OMS, 2022).

Es fundamental que los líderes de las Mipe's sean conscientes de la importancia de la estabilidad emocional y brinden apoyo a sus empleados. La estabilidad emocional puede afectar la capacidad de un empleado para realizar un "trabajo decente". Un trabajo decente no sólo se refiere a la capacidad de un empleado para realizar sus tareas de manera eficiente,

sino también a su capacidad para trabajar en un ambiente que respeta sus derechos y proporciona oportunidades para el crecimiento personal y profesional. Esto implica que el líder debe escuchar activamente las preocupaciones de sus empleados, ofrecer retroalimentación constructiva y proporcionar recursos para el desarrollo personal y profesional.

Esto último puede ser aún más importante, en las Mipe's, donde los recursos pueden ser limitados y los empleados a menudo tienen que asumir múltiples roles. Los empleados que se sienten emocionalmente estables pueden ser más capaces de manejar el estrés y los desafíos que vienen con trabajar en una pequeña empresa.

Por otro lado, la inestabilidad emocional puede tener el efecto contrario. Puede llevar a conflictos en el lugar de trabajo, toma de decisiones pobres y una disminución en la productividad. Los empleados que están lidiando con problemas emocionales pueden tener dificultades para concentrarse en sus tareas, lo que puede afectar la calidad de su trabajo.

De acuerdo a Montoya Agudelo (2022) los factores intralaborales están compuestos por algunas dimensiones, ellas son definidas y hacen parte no sólo de los riesgos psicosociales, sino de elementos que pueden contribuir al estrés laboral. Montoya menciona los siguientes factores:

Demandas del trabajo: la jornada laboral, horario extendido, esfuerzo mental o físico.

- Control sobre el trabajo: toma de decisiones, iniciativa, capacitación.
- Liderazgo y relaciones sociales en el trabajo: influencia positiva o negativa.
- El concepto de relaciones sociales en el trabajo indica la interacción que se establece con otras personas en el contexto laboral.
- Recompensa: salario, prestaciones, permisos, promoción, premios.

En resumen, la estabilidad emocional puede tener un impacto significativo en la productividad y la realización de un trabajo decente en las Mipe's. Es importante que las empresas reconozcan esto y tomen medidas para promover un ambiente de trabajo emocionalmente saludable, con la finalidad de mejorar su desempeño y lograr resultados exitosos.

Metodología

Para el desarrollo del presente artículo se hizo un análisis sistémico, a partir de los resultados obtenidos en la investigación realizada por la Red Latinoamericana de Administración y Negocios (RELAYN, 2023), sobre "El trabajo decente desde la perspectiva de directores y directoras en la micro y pequeñas empresas latinoamericanas", se utilizó como instrumento

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

de recolección de datos, un cuestionario dirigido a los directores de las mypes queretanas (RELAYN, 2023), con el objetivo de identificar si el trabajo decente, la estabilidad emocional y la productividad están vinculados, tomando cómo campo de estudio las mypes del municipio de Querétaro. Para la recolección de los datos se aplicaron 336 encuestas, de dicho cuestionario se consideraron siete de las preguntas enfocadas en la satisfacción y estabilidad en el trabajo, con la finalidad de concluir cómo la estabilidad emocional afecta en la productividad de los empleados en la organización, y así tener elementos a considerar en el diseño de estrategias enfocadas a mejorar el clima laboral de la empresa, la investigación tiene un diseño cuantitativo, concluyente, descriptivo y transversal, a partir de los datos recabados se hizo el análisis descriptivo del comportamiento y relación de las variables antes mencionadas.

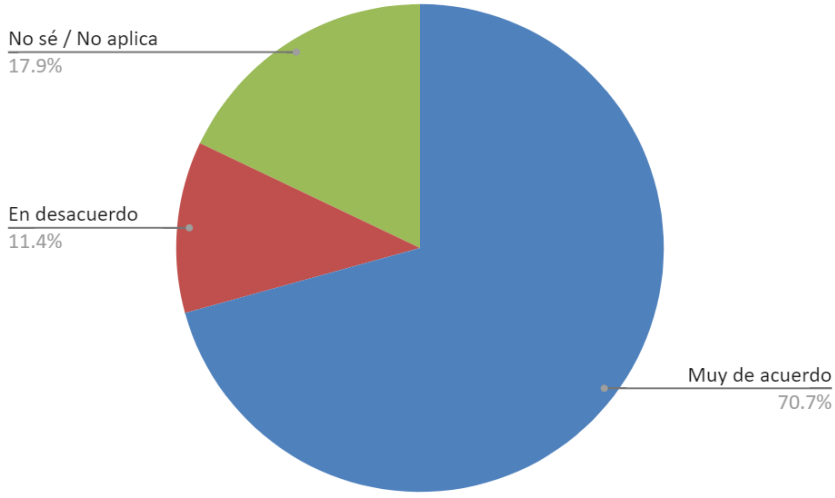
El análisis se fundamenta en el planteamiento de la hipótesis H1: La estabilidad emocional afecta en la productividad de los empleados en las mypes queretanas. La pregunta de investigación, ¿Cómo el trabajo decente impacta en la estabilidad emocional y en la productividad en las mypes queretanas?, partiendo de este primer argumento se establece la teoría.

Resultados

El bienestar personal del empleado implica un ambiente seguro, acceso a servicios de salud y una vida personal balanceada, en la Mypes queretanas el 70.7% de los empresarios procuran que estos factores sean parte de la vida laboral, solo un 10% menciona que no cuentan con estas prestaciones.

Gráfico 41.1.

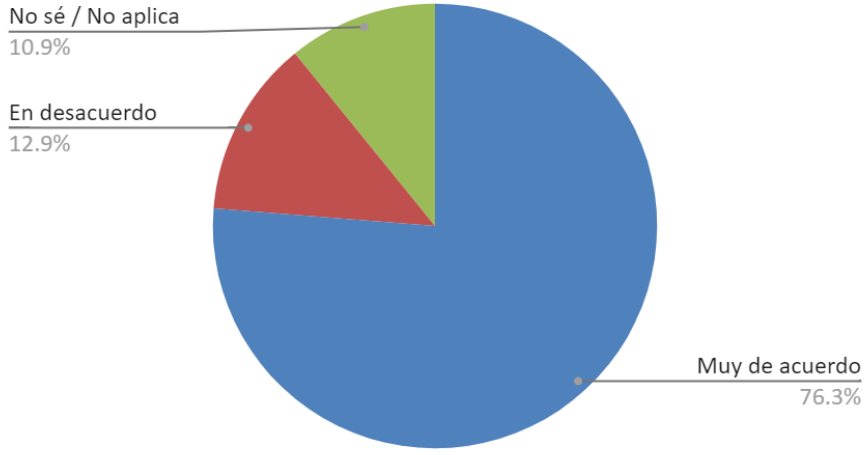
Resultados de los directivos de las Mype´s sobre los accesos a los servicios de salud.



Una plantilla de trabajo bien consolidada, debería ser parte de la preocupación de los empresarios, y es precisamente el 76 % que se proyecta trabajando con el mismo personal a futuro para seguir desarrollando actividades de la empresa, lo cual crea confianza y seguridad laboral, solo el 12.9% dice no visualizarse con el personal vigente por lo menos a un año.

Gráfico 41.2

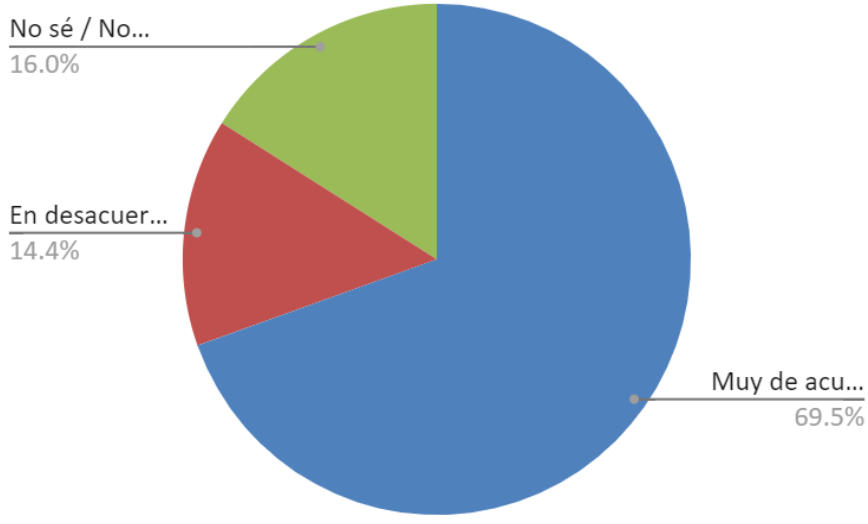
Resultados de los Directivos de las Mype´s de la permanencia de los empleados.



El 69% de los empresarios concuerdan que el salario de sus colaboradores se establece de acuerdo con el nivel educativo o de especialización. Y el 14% pagan sus salarios sin tomar en cuenta la profesión o especialización.

Gráfico 41.3.

Resultados de los directivos de las Mype´s de salarios de los empleados.

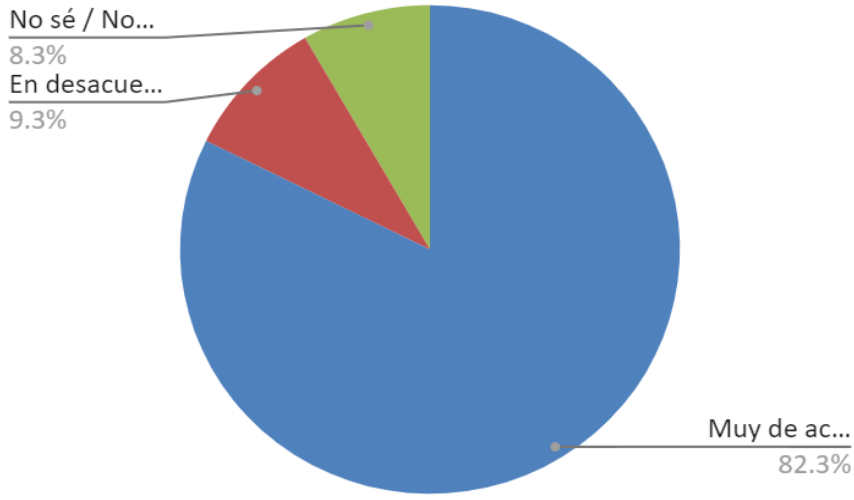


Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Los directores de las Mype´s en Querétaro, señalan que los horarios laborales son adecuados para realizar sus tareas, eso les permite cumplir sus funciones, sin embargo el 60.6% tiene la percepción de que las jornadas laborales pueden ser agotadoras con frecuencia, esto puede deberse a que existen periodos de mayor intensidad en el trabajo, aunque esto no impide que cuenten con tiempo para compartir con sus familias, o para actividades recreativas tales como asistir al gimnasio, actividades deportivas logrando un equilibrio personal, tal como lo indica el 82%.

Gráfico 41.4.

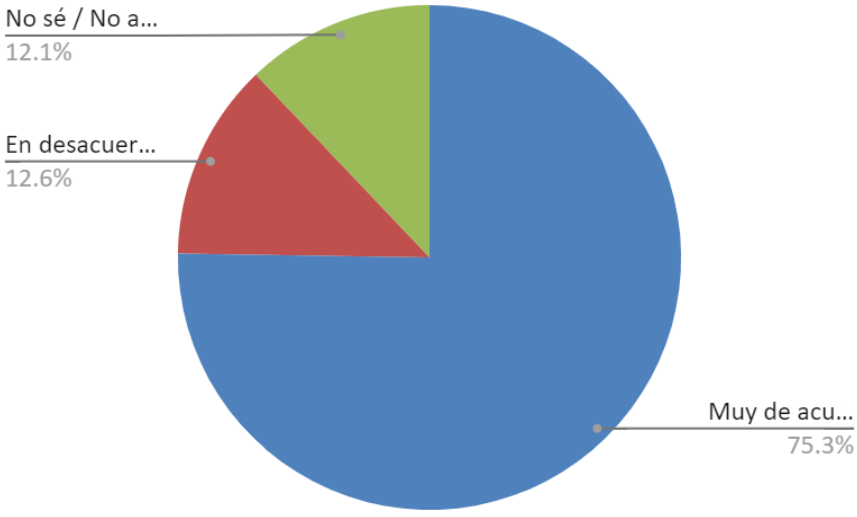
Resultados de los directivos de las Mype´s acerca de los horarios laborales.



El crecimiento laboral en las empresas exige continuar la con su formación académica en muchos de los casos, algunas empresas como parte de su compromiso social dan facilidades a sus trabajadores para que sigan estudiando, afortunadamente las Mype´S queretanas están comprometidas en este ámbito siendo el 75% de los directores que brindan tiempo a sus trabajadores para este fin, brindando las mismas oportunidades de crecimiento para hombres y mujeres según la opinión del 82.3% de los empresarios.

Gráfico 41.5.

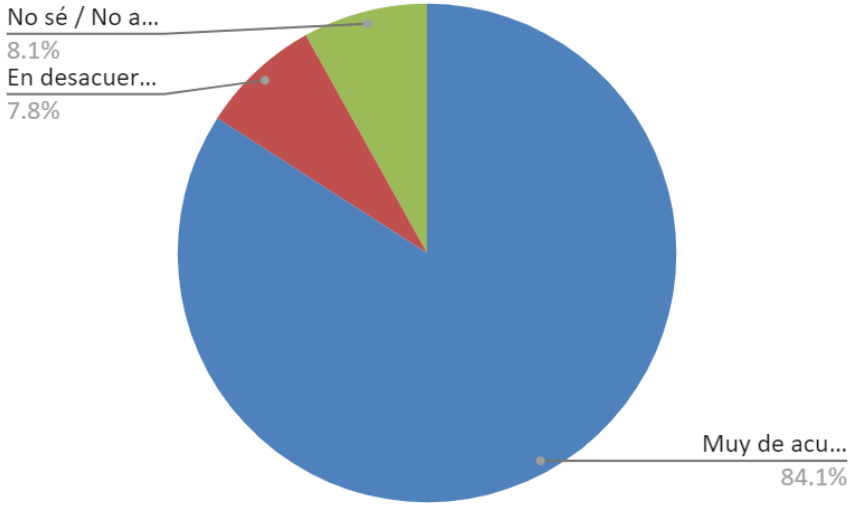
Resultados de los directivos de las Mype´s del apoyo del crecimiento profesional



También es necesario que los trabajadores tengan las herramientas de seguridad para ser productivos, las Mypes en Querétaro, generan confianza, ya que el 84% de los directores encuestados comentan que sus colaboradores cuentan con seguridad ya que se les proporciona uniformes, equipo de seguridad.

Gráfico 41.6.

Resultados de los directivos de las Mype´s de la seguridad en el trabajo.

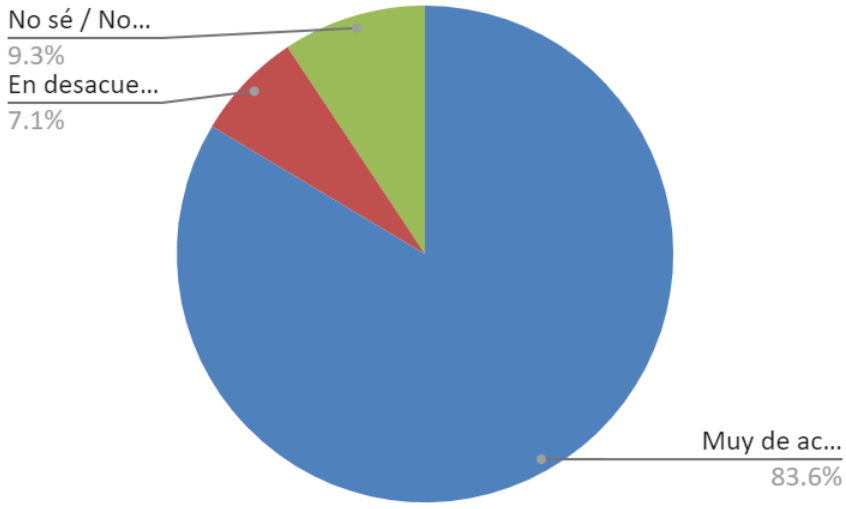


Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Además el 83.6% de los empresarios comenta que toma en cuenta las opiniones del equipo de trabajo, generando participación de los colaboradores, manteniendo una comunicación abierta con sus trabajadores, esto genera el logro de objetivos en conjunto, de acuerdo a la opinión de los directivos en un 86.6%.

Gráfico 41.7.

Resultados de los directivos de las Mype´s de la comunicación interna.



Discusión

En el municipio de Querétaro en 2020 fueron las microempresas quienes aportaron el mayor número de plazas de trabajo generadas con 43.4%; las grandes con 22.3%; medianas 18.0% y pequeñas 16.3%. De acuerdo con la Dirección de Desarrollo Económico y Emprendedurismo, el trámite de apertura refleja que 94.7% fueron micros, 4.1% pequeñas y el resto lo conformaron medianas y grandes.

Los directivos de las Myipe´s proporcionan seguridad social a sus empleados teniendo atención en los hospitales y esto da como resultado que en Querétaro, las opciones de atención de salud más utilizadas en 2020 fueron IMSS (Seguro social) (828k), Centro de Salud u Hospital de la SSA (Seguro Popular) (639k) y Consultorio de farmacia (501k) de acuerdo al Censo Población y Vivienda 2020, (Cuestionario ampliado).

De acuerdo con el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), al cierre de 2021 los empleos registrados en el estado aumentaron en 33,180, alcanzando así 628,676 traba-

jadores asegurados, cifra superior en 5.6% a la registrada en 2020 y 3.4% en comparación a 2019. Querétaro fue el municipio que más aportó con 63%.

Querétaro incrementó 7.3% su población ocupada entre 2020 y 2021, lo que representa la integración de 67,340 personas al mercado laboral, reduciendo además en 5.8% la población desocupada, es decir, 3,541 personas menos. Teniendo como resultados que los directivos de las mype´s en el municipio de Querétaro cuentan con la formalidad de los empleados para seguir realizando sus actividades creando confianza laboral. (Anuario económico, 2022).

El 39% de la población en pobreza laboral (con ingresos laborales del hogar insuficientes para cubrir sus necesidades alimentarias mínimas, Querétaro es la 19ª entidad con mejor desempeño en México, de acuerdo a la plataforma México cómo vamos, tomando en cuenta la opinión de los directivos, que los salarios de las Myipe´s los establecen de acuerdo a su nivel educativo o de especialización y mientras que un porcentaje muy bajo, paga sus salarios sin tomar en cuenta estos factores.

El salario en Querétaro promedio en México es de $84,000 al año o $43.08 por hora. Los cargos de nivel inicial comienzan con un ingreso de $ 60,000 al año, mientras que profesionales más experimentados perciben hasta $ 161,250 al año,(talent.com) esto confirma las opiniones de los directivos que establecen los salarios de acuerdo al nivel educativos, de acuerdo a la página de Need el sueldo mensual promedio en Empleo México va desde los $6,415 mensuales como Operario/a de limpieza a los $20,000 mensuales como Gerente de operaciones. El sueldo semanal promedio en Empleo México, varía desde los $930 semanales como Operario/a de limpieza a los $2,154 semanales como Supervisor/a; la información salarial proviene de 209 fuentes obtenidas directamente de las empresas, usuarios y empleos en Indeed en los últimos 36 meses.

Del tercer trimestre de 2021 al tercer trimestre de 2022, destacó el aumento en la participación de las y los ocupados que laboran entre 35 y 48 horas semanales. Este grupo pasó de 52.3 a 56.7 por ciento. En términos absolutos, se observó un aumento de 44 137 personas ocupadas de acuerdo al INEGI, comprobando que los horarios laborales son agotadores y donde se destina más tiempo para realizar actividades laborales y donde puedan destinar tiempo para su vida personal.

Servicio Nacional de Empleo (SNE) Es un organismo creado en 1978 que brinda servicios de vinculación nacional, apoyos económicos o en especie para capacitación, autoempleo y movilidad laboral a repatriados. Trabaja de manera coordinada con los gobiernos estatales. Promueve la capacitación laboral como estrategia dirigida a buscadores de empleo que requieren instruirse para desarrollar nuevas habilidades que les permita sumarse al mercado laboral

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

con mayor facilidad. Ofreciendo 1,524 eventos de capacitación y 183 cursos de capacitación de acuerdo a la secretaria de trabajo del poder ejecutivo del Estado de Querétaro, 2022.

El entorno de trabajo integra factores que influyen en el bienestar físico y mental de los empleados. El contar con una adecuada cultura organizacional garantiza que los valores y hábitos laborales sean enfocados al bienestar mutuo y sano de las personas. De acuerdo con el artículo 15 de la Ley del Seguro Social, los patrones están obligados a comunicar al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) las altas y bajas de sus empleados, las modificaciones a sus salarios y demás datos. En 2021, se registraron 770,887 asegurados en el estado, cifra que representó un crecimiento de 5.3% respecto a 2020. La cantidad corresponde a 68.0% asegurados permanentes, 13.5% eventuales y 18.5% especiales.

Conclusiones

De acuerdo a la investigación realizada a los directivos de las Mype´s del municipio de Querétaro, El planteamiento de la hipótesis H1: La estabilidad emocional afecta en la productividad de los empleados en las mype´s queretanas. Respondiendo a la pregunta de investigación, ¿Cómo el trabajo decente impacta en la estabilidad emocional y en la productividad en las Mype´s queretanas?, la estabilidad emocional de los empleados si impacta en la productividad, ya que si hay un factor negativo se compensa con otro negativo en la productividad.

Los resultados demuestran que la seguridad en el trabajo hablando de riesgos es un punto importante para los empleados, el sentirse protegidos les da estabilidad, lo cual les permite trabajar usando los recursos disponibles de manera correcta, cumpliendo con el principio de productividad alineado sus actividades a los objetivos de la organización, en un clima de armonía y compromiso.

Los directores de las Mype´s en el municipio de Querétaro, saben que para ser competitivos y lograr la productividad deben proporcionar a sus colaboradores estabilidad laboral, ofreciendo prestaciones de ley, la comunicación efectiva, refuerzo en su desarrollo personal y profesional, estos son algunos de los aspectos más importantes que los han llevado a seguir dentro de los mercados comerciales.

Además otro factor importante que influye en la productividad, es la pobreza, si el trabajador no cuenta con un salario acorde para cubrir sus necesidades, no tendrá una estabilidad emocional y se sentirá inseguro y por ende su rendimiento baja esto de acuerdo a la Organización Internacional del trabajo, cuya recomendación es que la utilidad será distribuída de manera equitativa entre inversores, empresarios y empleados, para una mayor estabilidad

y solidificar su plantilla de trabajo.

Un entorno de trabajo decente favorece de manera directa y positiva en la productividad de los empleados, dando como resultado un crecimiento financiero de las Mype´s y de sus colaboradores contribuyendo en el desarrollo de la economía local.

Referencias

Anuario económico (2022), Querétaro competitivo, Sedesu, https://sedesu2.queretaro.gob.mx/firma/2022-AEE-QUERETARO-COMPETITIVO.pdf

Concyteq (2017), Expresiones del trabajo en Querétaro, Consejo de Ciencia y Tecnología del Estado de Querétaro, http://www.concyteq.edu.mx/concyteq/uploads/publicacionArchivo/2018-01-1302.pdf

El Economista. (2020, 8 julio). Mipymes de Querétaro, las más impactadas por la pandemia. *El Economista*. https://www.eleconomista.com.mx/estados/Mipymes-de-Queretaro-las-mas-impactadas-por-la-pandemia-20200707-0086.html

Inegi (2020), Censo de población y vivienda 2020, https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#Microdatos

Inegi (2020), Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), población de 15 años y más de edad, https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/

La salud mental en el trabajo. Centro de Prensa: Organización Mundial de Salud (OMS), 2022, (https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-at-work, consulado el 24 de octubre de 2023)

Montoya Agudelo, C.A. (2022). El estrés laboral y su aporte para generar trabajo digno o decente en las PYMES de la Ciudad de Medellín. Universidad Cooperativa de Colombia. https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2022/16.01.pdf

Municipio de Querétaro (2021), Plan municipal de desarrollo 2021-2024, https://municipiodequeretaro.gob.mx/wp-content/uploads/2022/03/PLAN-MUNICIPAL-DE-DESARROLLO-2021-2024.pdf

Productividad (Plataforma de Recursos de Trabajo decente para el desarrollo sostenible). (s. f.). https://www.ilo.org/global/topics/dw4sd/themes/productivity/lang--es/index.htm

Padilla, J.R. (2021). Más allá del trabajo decente. DebatesIESA. http://www.debatesiesa.com/mas-alla-del-trabajo-decente/

Somavía, Juan. (2014). Un trabajo decente. Una lucha por la dignidad humana. Chile.

https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-santiago/documents/publication/wcms_380833.pdf

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 42. Percepción de los directivos en las mypes sobre insumos, desarrollo y resultados del sistema. Un caso de estudio.

Yodaira Borroto Penton
Ana Lilia Sosa Durán
María Teresa de Jesús Zamora Lobato
David Reyes González

Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico Superior de Misantla

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.42

Resumen

Las micro y pequeñas empresas abarcan el 90% a nivel mundial, coadyuvando al desarrollo sostenible de las naciones, siendo factor clave en la reducción de la pobreza y desempeñando un papel crucial en la generación de empleo, así como en el Producto Interno Bruto global (Gobierno de México, 2018). Esta investigación tiene como objetivo realizar un análisis exploratorio enfocado al giro del negocio, género, nivel educativo en la percepción y gestión que hacen los directivos de insumos, procesos y resultados en las mypes de Misantla, Veracruz. Los resultados revelan variaciones significativas en la percepción de los directivos en función del nivel educativo, aunque no se observan diferencias significativas por giro de negocio y género.

Palabras clave

Análisis de varianza, micro y pequeñas empresas, gestión empresarial

Introducción

Misantla es un municipio que se encuentra en el estado de Veracruz, cuenta con 2,843 empresas registradas en el INEGI (2023), las cuales carecen de un modelo de gestión adecuado para analizar y tomar decisiones de manera eficaz, generando una limitante a su desarrollo. Es importante mencionar que, los emprendedores en esta región se enfrentan a obstáculos considerables, debido a la falta de conocimientos hacia los mercados especializados y altamente competitivos de hoy en día.

Para abordar estas problemáticas, es esencial establecer un modelo que se centre en proporcionar habilidades directivas hacia los dirigentes que tengan a su cargo los insumos, procesos y resultados de los sistemas, ya que ellos son componentes cruciales en la gestión empresarial.

Por ende, se busca su capacidad de asimilar cómo los insumos, procesos y resultados se interrelacionan, tomando decisiones informadas y liderando a sus equipos hacia el logro de metas organizativas, así como la capacidad de adaptarse a cambios, fomentar la innovación y mantener un enfoque estratégico también son habilidades directivas clave en este contexto.

Existen estudios que destacan la estrecha relación sobre la influencia de las habilidades directivas en los factores antes mencionados. Por lo tanto, se propone estudiar la asociación entre las habilidades directivas con los dirigentes de insumos, procesos y resultados de los sistemas, utilizando encuestas específicas para recopilar datos y trazar estrategias que mejoren la gestión empresarial. En el municipio de Misantla, Veracruz a principios de este año se comienzan a realizar estudios de las mypes a través de la incorporación de nuestro grupo de investigación a la Red Latinoamericana de Administración y Negocios (RELAYN, 2023) sobre la realización de estudios sobre la micro y pequeñas empresas latinoamericanas. Siendo el resultado de esta investigación parte de ese proyecto. El objetivo de esta investigación es realizar un análisis exploratorio enfocado al giro del negocio, género, nivel educativo en la percepción y gestión que hacen los directivos de insumos, procesos y resultados en las mypes de Misantla, Veracruz.

Revisión de la Literatura

De acuerdo con Chiatchoua (2021) señala que, las mypes enfrentan problemáticas para poder alcanzar el logro de su operatividad, debido a la ausencia de conocimientos y habilidades técnico-administrativas, es decir personal con liderazgo para que busquen la permanencia de la empresa en el mercado y establezcan un continuo desarrollo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Sin embargo, Cuevas (2023) afirma lo anterior mencionando que un buen líder coadyuva a obtener resultados positivos, debido a la correcta toma de decisiones y a aumentar el compromiso de los trabajadores con los propósitos organizacionales, a través de los comportamientos innovadores para generar un ambiente de respeto y confianza en la empresa.

Cabe destacar el trabajo de Khajeh (2019), el cual demuestra que el liderazgo dentro de las Micro y Pequeñas Empresas es un factor directamente proporcional para el logro de sus objetivos, aunque es importante señalar, tal como lo explican González Marin & Canós Darós (2019) que dependiendo de las condiciones y el contexto de las organizaciones, se pueden desarrollar habilidades.

Diversos autores han publicado hacia los tópicos enfocados al buen desempeño de una empresa el cual, determinan que infiere el buen clima organizacional (Paredes et al., 2021). En la misma idea (Serrano, B., & Portalanza, A., 2014) (Saavedra, P. G., 2017) (Monroy A. L., 2017) muestran que, las habilidades gerenciales y el clima organizacional contribuyen al crecimiento, productividad, competitividad y estabilidad laboral.

Ayoví-Caicedo, (2019) cita que el trabajo en equipo fomenta la aplicación inteligente de las capacidades, aprovechando las potencialidades del líder y de los trabajadores, reportando dividendos individuales y colectivos, conlleva a menos conflictos, clima laboral satisfactorio, generando compromiso afectivo, el empleado logra satisfacción por el trabajo realizado, generando fidelidad, pudiendo alcanzar mayor tiempo en la empresa, mejores niveles de productividad y calidad.

Los insumos, los procesos y los resultados de los sistemas son componentes cruciales en la gestión empresarial y tienen una influencia directa en el ejercicio de las habilidades directivas. Las habilidades directivas son esenciales para coordinar eficazmente estos tres elementos, el trabajo en equipo subyace como un elemento intrínseco del sistema.

Los directivos deben ser capaces de entender cómo los insumos, procesos y resultados se interrelacionan, como trabajan en ciclos continuos que deben ser analizados para tomar decisiones informadas y liderando a sus equipos hacia el logro de metas organizativas. La capacidad de adaptarse a cambios, fomentar la innovación y mantener un enfoque estratégico también son habilidades directivas clave en este contexto.

Metodología

El presente trabajo da continuidad a la investigación propuesta por (RELAYN, 2023), para el estudio de la micro y pequeñas empresas, centrándose en los elementos insumos, procesos y resultados de los sistemas y la percepción y gestión de los directivos teniendo en cuenta el giro del negocio, su género, nivel educativo.

La investigación se realizó en Misantla, Veracruz, México con dueños de micro y pequeñas empresas. La participación fue voluntaria, de forma anónima y el muestreo fue a conveniencia de los interesados en participar en el estudio y en total fueron 300 personas. Se trabaja con las dimensiones y variables que se muestran en Tabla 42.1.

Se realizó un análisis de varianzas no paramétrico de una clasificación por rangos de Kruskal-Wallis con un nivel de significación del 5%, teniendo en cuenta la media de cada dimensión y las variables de agrupación giro del negocio, género y nivel educativo del directivo.

Tabla 42.1

Dimensiones y variables en estudio

Dimensiones	Variables	Ítems
Insumos del sistema	Recursos humanos	9a-9e
	Análisis de mercado	10a-10e
	Proveedores	11a-11e
Procesos del sistema	Dirección	12a-12e
	Gestión de ventas	13a-13e
	Finanzas	14a-14e
	Innovación	15a-15e
	Mercadotecnia	16a-16e
	Producción-operación	17a-17e
Resultados del sistema	Satisfacción con la empresa	18a-18e
	Ventaja competitiva	19a-19e
	Responsabilidad social corporativa (RSC)-Asuntos de ISO 26000	20a-20e
	Valoración del entorno	21a-21e

El instrumento, con una confiabilidad total de 0.918, es el propuesto por la investigación de Relayn, 2023, la confiabilidad de las dimensiones se muestra en la Tabla 42.2.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 42.2

Alfa de Cronbach de las dimensiones

Dimensiones	Alfa de Cronbach
Insumos del sistema	0.904
Procesos del sistema	0.942
Resultados del sistema	0.901

Resultados

En el proceso de investigación, se llevó a cabo un análisis descriptivo y aplicamos la prueba de análisis de varianza utilizando la clasificación por rangos de Kruskal-Wallis. Este enfoque se implementó para explorar las posibles variaciones en función del giro de negocio, género y nivel educativo de los directivos. Estos análisis permitirán examinar de manera exhaustiva cómo estas variables influyen en la percepción y gestión de insumos, procesos y resultados en las micro y pequeñas empresas estudiadas. La utilización de la prueba de Kruskal-Wallis, específicamente diseñada para clasificaciones por rangos, es una prueba no paramétrica, garantiza una evaluación robusta y significativa de las diferencias en estas dimensiones clave.

Prueba de hipótesis para el giro del negocio

En concordancia con el objetivo de la investigación se plantearon las hipótesis nulas y alternativa: H_0: La percepción y gestión que realizan los directivos de los insumos del sistema no difieren significativamente en función del giro del negocio.

H_1: La percepción y gestión que realizan los directivos de los insumos del sistema difieren significativamente en función del giro del negocio.

De manera similar se plantean las hipótesis para los procesos y resultados del sistema.

Se determinan los rangos promedios y el estadístico de prueba con su valor de significación para el giro del comercio (Tabla 42.3).

Tabla 42.3

Rangos promedios y el estadístico de prueba con su valor de significación para el giro del comercio

Niveles de giro del negocio	n	Rango promedio		
		Insumos del sistema	Procesos del sistema	Resultados del sistema
Comercio	220	146.46	144.73	144.84
Servicio	68	166.21	170.85	167.18
Manufactura	12	135.54	141.04	159.79
Estadístico de prueba		3.375	5.301	3.878
Significación		0.183	0.071	0.144

Se obtiene que no existen diferencias significativas en la percepción de los insumos, procesos y resultados del sistema atendiendo al giro del negocio.

Pruebas de hipótesis para el género del directivo

En concordancia con el objetivo de la investigación se plantearon las hipótesis nulas y alternativa: H_0: La percepción y gestión que realizan los directivos de los insumos del sistema no difieren significativamente en función del género del directivo.

H_1: La percepción y gestión que realizan los directivos de los insumos del sistema difieren significativamente en función del género del directivo.

De manera similar se plantean las hipótesis para los procesos y resultados del sistema.

Se determinan los rangos promedios y el estadístico de prueba con su valor de significación para el giro del comercio (Tabla 42.4).

Tabla 42.4.

Rangos promedios y el estadístico de prueba con su valor de significación para el giro del comercio

Niveles de género del directivo	n	Rango promedio		
		Insumos del sistema	Procesos del sistema	Resultados del sistema
Hombre	158	148.02	152.94	149.95
Mujer	142	153.25	147.78	151.11
Estadístico de prueba		0.301	0.289	0.014
Significación		0.583	0.591	0.905

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Se obtiene que no existen diferencias significativas en la percepción de los insumos, procesos y resultados del sistema atendiendo al género del directivo.

Pruebas de hipótesis para el nivel educativo del directivo

H_0: La percepción y gestión que realizan los directivos de los insumos del sistema no difieren significativamente en función del nivel educativo.

H_1: La percepción y gestión que realizan los directivos de los insumos del sistema difieren significativamente en función del nivel educativo.

De manera similar se plantean las hipótesis para los procesos y resultados del sistema.

Se determinan los rangos promedios y el estadístico de prueba con su valor de significación para el giro del comercio (Tabla 42.5).

Tabla 42.5.

Rangos promedios y el estadístico de prueba con su valor de significación para el giro del comercio

Niveles nivel educativo	n	Rango promedio		
		Insumos del sistema	Procesos del sistema	Resultados del sistema
Sin estudios	10	70.00	84.85	70.35
Educación básica	92	138.77	126.09	130.07
Educación media	125	158.04	161.74	164.12
Educación superior	73	163.41	171.01	163.90
Estadístico de prueba		14.164	20.928	19.943
Significación		0.003	0.000	0.000

Se obtiene que existen diferencias significativas en la percepción de los insumos, procesos y resultados del sistema atendiendo al nivel educativo del directivo.

Discusión

Las dimensiones estudiadas son de vital importancia para la gestión empresarial, el análisis de confiabilidad realizado arroja valores superiores a 0.90 para todas las dimensiones sugiriendo una alta consistencia interna en las respuestas proporcionadas por los participantes en relación con las variables subyacentes. Este valor cercano a 1 indica que las preguntas que conforman cada dimensión están estrechamente relacionadas entre sí, lo que refleja una fiabilidad considerable en la medición de los constructos analizados. En otras palabras, la

encuesta demuestra una consistencia interna robusta, lo cual es esencial para garantizar la validez de las conclusiones derivadas de los datos recopilados.

La muestra con la que se trabajó fue de 300 directivos (as) de las mypes de Misantla, Veracruz. Se observa que el giro de negocios destaca con 220 empresas, le siguen los servicios y por último la manufactura; 158 de los directivos (as) encuestados son hombres. En cuanto al nivel educativo 198 de los 300 encuestados tienen de educación media a educación superior. Los análisis de varianza realizados revelaron que el giro del negocio y el género del directivo no provoca diferencias significativas en la precepción y gestión que realizan de los insumos, procesos y resultados del sistema; sin embargo, el nivel educativo si provoca diferencias significativas en dicha percepción y gestión.

Conclusiones

Las micro y pequeñas empresas desempeñan un papel fundamental en el desarrollo sostenible de Misantla, Veracruz, México, siendo la principal fuente de empleo y contribuyendo significativamente al tejido económico local.

Las dimensiones analizadas, relacionadas con la gestión empresarial, demuestran su importancia crítica para el funcionamiento efectivo de las MYPES en la región.

La elevada confiabilidad (superior a 0.90) en todas las dimensiones estudiadas indica una consistencia robusta en las percepciones y gestiones de los directivos, fortaleciendo la validez de los resultados obtenidos.

La predominancia del giro de negocios en 220 empresas destaca su impacto significativo, seguido por los sectores de servicios y manufactura, evidenciando la diversidad empresarial en la región.

La mayoría de los directivos encuestados son hombres (158), y la educación media a superior es prevalente entre el personal directivo (198 de 300), destacando la importancia de la formación académica en la percepción y gestión empresarial.

La mayoría de los directivos encuestados son hombres (158), y la educación de media a superior es prevalente entre el personal directivo (198 de 300), destacando la importancia de la formación académica en la percepción y gestión empresarial.

Los análisis de varianza revelan que el nivel educativo del directivo es un factor determinante en la percepción y gestión de insumos, procesos y resultados, subrayando la necesidad de un enfoque educativo sólido para potenciar las habilidades directivas en las mypes.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Estos hallazgos subrayan la trascendencia de las mypes en el desarrollo sostenible de Misantla, destacando la relevancia de las habilidades directivas y la formación educativa para optimizar la gestión empresarial en la región.

Referencias

Ayoví-Caicedo, J. (2019). Trabajo en equipo: clave del éxito de las organizaciones. *Revista Científica FIPCAEC*, 4 (10), 58-76. https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i10.39

Chiatchoua, C. (2021). Construcción de un modelo de competencias gerenciales para la competitividad de las MYPES. Paradigma Económico, 13(1), 35. https://doi.org/10.36677/paradigmaeconomico.v13i1.15168.

Cuevas Vargas, H., Lozano García, J. J., Morales García, R., & Castaño Guevara, S. (2023). ScienceDirect Transformational leadership and innovation to boost business performance: The case of small Mexican firms. Procedia Computer Science, 221, 1139–1146. https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.08.099

Gobierno de México. (2018). Día de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas. Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. https://www.gob.mx/bancodelbienestar/articulos/dia-de-las-microempresas-y-las-pequenas-y-medianas-empresas?idiom=es.#:~:text=Las%20micro%2C%20peque%C3%B1as%20y%20medianas%20empresas&text=De%20acuerdo%20con%20el%20Consejo,Interno%20Bruto%20a%20nivel%20mundial.

González, H. E., & González, L. E. (2010). "Debates y perspectivas sobre Argentina y América Latina en el marco del Bicentenario. Reflexiones desde las Ciencias Sociales." Clima Organizacional.

Khajeh, E. H. Al. (2019). Impacts of leadership styles on organizational performance. New Trends in Management Studies, 2018, 99–114. https://doi.org/10.5171/2018.687849

Monroy Alexandra Liliana. (2017). Habilidades gerenciales y clima organizacional. http://www.areandina.edu.co

Naciones Unidas. (n.d.). Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas 27 de junio. Retrieved October 4, 2023, from https://www.un.org/es/observances/micro-small-medium-businesses-day.

Paredes Zempual Daniel, Ibarra Morales Luis Enrique, & Moreno Freites Zahira Esther. (2021). Habilidades directivas y clima organizacional en pequeñas y medianas empresas. http://www.redalyc.org/articulo.oa.

Puga Villarreal, J., & Martínez Cerna, L. (2008). Competencias Directivas En Escenarios Globales. Estudios Gerenciales, 24(109), 87–103. https://doi.org/10.1016/s0123-5923(08)70054-8.

RELAYN. (2023). Capacitación Investigadores Relayn. https://redesla.la.

Saavedra Pinedo Gino. (2017). Desarrollo de habilidades gerenciales y su relación con la productividad laboral de la dirección regional.

Serrano Orellana Bill Jonathan, & Portalanza Ch Alexandra. (2014). Influencia del liderazgo sobre el clima organizacional.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 43. Análisis de competencias de emprendimiento universitario, niveles TSU y Licenciatura

Juan Manuel Luján Gil
María Guadalupe Torres Figueroa
Elsa Armida Ortega Verdugo
Yessica Lara Soto

Universidad de Sonora

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.43

Resumen

El presente trabajo es resultado de un estudio cualitativo no experimental de tipo transversal con alcance descriptivo, utilizándose un muestreo no probabilístico por cuotas a los estudiantes de las carreras Técnico Superior Universitario (TSU) en Desarrollo de Negocios del área Mercadotecnia y en la Licenciatura en Innovación en Negocios y Mercadotecnia (LINM) de la Universidad Tecnológica de Nogales. Se aplicó un instrumento diseñado por la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CEAJE), que permite detectar el nivel en las competencias emprendedoras. Los resultados permitieron analizar el nivel de las competencias para emprender de los estudiantes y conocer tanto sus fortalezas como deficiencias para emprender. Se concluye con la necesidad de un modelo que cultive y motive el emprendimiento universitario enfocado en áreas vulnerables y que la calidad en actualización del aprendizaje sea fuertemente optimizada por actividades extraescolares, principalmente por la participación en eventos de vinculación universitaria.

Palabras clave

Competencias emprendedoras, emprendimiento universitario, Instituciones de Educación Superior

Introducción

El desarrollo integral del estudiante ha sido uno de los principales estandartes de las Instituciones de Educación Superior (IES), de ahí la importancia que tiene el innovar y practicar estrategias que coadyuven en el logro de esta meta tan compleja. El desarrollo integral, la motivación, la calidad en el aprendizaje y la actualización del currículo son factores que se ven totalmente favorecidos mediante la práctica de actividades académicas de apoyo que promuevan el desarrollo de competencias de emprendimiento en los estudiantes, las cuales son Las las cualidades requeridas para iniciar y liderar cambios tanto en su entorno profesional como personal y así crear una nueva visión. El presente estudio se realizó en estudiantes de las carreras Técnico Superior Universitario (TSU) y Licenciatura en Innovación en Negocios y Mercadotecnia (LINM) de la Universidad Tecnológica de Nogales.

El objetivo fue detectar el nivel en fortalezas y debilidades en las competencias emprendedoras de ambas carreras universitarias. Los resultados muestran que el nivel de las competencias para emprender de los estudiantes es relativamente básico, ya que permitió concluir que se evidencía la necesidad de un modelo que cultive y motive el emprendimiento universitario enfocado en áreas más vulnerables.

Revisión de la Literatura

En opinión de Ávila (2012), la competencia de emprendimiento en negocio se modela, a partir de su naturaleza consciente, holística y dialéctica, lo cual justifica la utilización del método estructural funcional complejo y de sus principales presupuestos teóricos. El emprendedor debe ser observador de las contradicciones de la realidad, que se convierten en oportunidades para el emprendimiento en negocio.

Es importante que las competencias emprendedoras sean adquiridas como procesos de formación profesional, tal como lo investigaron Quispe Fernandez et al. (2022) en la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Oruro, Bolivia mediante una encuesta enfocada a que las competencias emprendedoras actitudinales se deben desarrollar para alcanzar una cultura emprendedora en los estudiantes, donde su investigación concluye con los tipos de competencias que deben de desarrollar los estudiantes.

Durante el estudio que realizó Lechuga (2019) en el Instituto Tecnológico de Durango a las empresas de los alumnos egresados de esa institución detectó que los egresados de la Instituciones de Educación Superior (IES) deben propiciar la concienciación de emprendimiento y la capacidad en los emprendedores universitarios para decidir crear su propia empresa y así poner en marcha su proyecto empresarial. Al finalizar su investigación, reco-

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

noció que es necesario revisar los programas de formación, y buscar la manera de mejorar la eficacia del espíritu emprendedor, es decir, las IES, deben seguir preocupándose por estar a la vanguardia en este tema tan importante por su trascendencia institucional y contextual.

Las competencias de emprendimiento muchas veces se forman fuera de la universidad como los demuestra en sus resultados Delgado & Núñez (2017) donde después de su investigación observaron que la mayoría los estudiantes que participaron en el estudio tienen familiares o amigos quienes emprendieron un negocio, y actualmente son dueños de su propia empresa. Esto da aliento a su gran mayoría para poder potencializar sus capacidades emprendedoras. Pero al analizar la dimensión sistémica, evaluando los indicadores de "formación del Plan de la Carrera" y "Percepción propia como emprendedor", los alumnos están de acuerdo con que en los cursos incentiven a actividades de asunción de riesgos ni al análisis a la tolerancia a los cambios, siendo este un tema fundamental en cuanto al mercado cambiante.

Por su parte, Arias Arciniegas, et al. (2020) en su investigación describieron que los estudiantes que han participado a los programas de emprendimiento que se dan en las universidades llegan a poseen mayores competencias, con percepciones más positivas de las capacidades multidisciplinares, necesarias para operar en un entorno empresarial. También detectaron tres actividades para mejorar el emprendimiento en los estudiantes como lo son el aprendizaje del emprendimiento, donde se desarrollan los conocimientos y habilidades; la inspiración, donde se define un cambio de corazones (emociones) y mentes (motivación), cuyo fin sea el considerar convertirse en emprendedores; y por último, el tema de la incubación, ya que este ayuda a vincular a los emprendedores con otros emprendedores, en hallazgos de investigación.

A su vez, Cabana R. et al. (2013) identificaron cuatro dimensiones que definen el perfil emprendedor en estudiantes de la educación superior: 1) atributos del emprendedor, 2) capacidades interpersonales, 3) capacidades frente al riesgo y 4) actitud del emprendedor.

En su investigación Chávez Moreno, E.A. (2020) hace uso del Modelo de la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CEAJE) que identifica las siguientes competencias de emprendimiento en estuidiantes a nivel superior: 1) Liderazgo, 2) Tolerancia a la incertidumbre,3) Gestión de recursos (planificación y organización), 4) Negociación, 5) Creatividad, 6) Trabajo en equipo. 7) Gestión del riesgo, 8) Visión de negocio, 9) Necesidad de independencia (autonomía), 10) Resolución de problemas, 11) Comunicación, 12) Capacidad de aprendizaje (autocrítica), 13) Orientación a resultados y 14) Proactividad.

Metodología

El objetivo de la investigación es que a partir de un instrumento se dé mida el nivel de las competencias de emprendimiento que tienen los estudiantes de la carrera de Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia de la Universidad Tecnológica de Nogales, Sonora (UTN), sus debilidades y fortalezas de emprendimiento y comparar las competencias entre el nivel TSU y el nivel licenciatura, con toda esta información se podrá evaluar el modelo de emprendimiento universitario de UTN.

La hipótesis de la investigación es el modelo de emprendimiento que implementa UTN en sus alumnos de la carrera de Desarrollo de Negocios contribuye de forma directa con el crecimiento de sus competencias de en emprendimiento.

El estudio fue cualitativo, no experimental de tipo transversal con un alcance descriptivo para la obtención de la muestra mismo en el que se utilizó el método de muestreo no probabilístico por cuotas (Otzen y Manterola, 2017) también denominado en ocasiones "accidental" donde generalmente se conocen bien los estratos de la población y/o de los individuos más "representativos" o "adecuados" para los fines de la investigación.

La población de estudio para esta investigación se conforma por los estudiantes de las carreras Técnico Superior Universitario (TSU) en Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia y Licenciatura en Innovación en Negocios y Mercadotecnia (LINM) de la Universidad Tecnológica de Nogales, Sonora; cabe mencionar que la licenciatura es la continuación de estudios del nivel TSU. En el cuatrimestre septiembre – diciembre 2023 los grupos de TSU son en total 6: 3 de cuatrimestre cero y 3 de cuatrimestre cuatro; a nivel LINM son 3 grupos: 2 de séptimo y 1 de décimo.

Debido a la composición de la población y su distribución se aplicó el muestro de cuotas para lo cual se dividió la población en pequeños grupos homogéneos de acuerdo con la variable cuatrimestre la cual a su vez permite dividir la población por nivel de estudio (TSU – LINM). La población es de un total de 183 estudiantes la cual está compuesta por 9 grupos, 6 a nivel TSU y 3 de LINM. Para efectos de la investigación mismo que considera al 50% de la población de cada grupo, de esta manera aplicando una cuota del 50% a cada grupo se conformó una muestra de 94 estudiantes, en la Tabla 43.1 se explica el número de estudiantes elegidos por grupo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla 43.1

Aplicación del muestreo por cuotas

Nivel	Cuatrimestre	Grupo	Número de alumnos	
			Población	Muestra (50%)
Técnico Superior Universitario	Cuatrimestre 0	DNE0-1	28	14
		DNE0-2	28	14
		DNE0-3	17	9
	Cuatrimestre 4	DNE4-1	20	10
		DNE4-2	19	10
		DNE4-3	10	5
Licenciatura	Cuatrimestre 7	DNE7-1	25	13
		DNE7-2	11	6
	Cuatrimestre 10	DNE10-3	25	13
Número de estudiantes			**183**	**94**

La muestra seleccionada estuvo construida, como se observa en la Tabla 43.1, por 94 estudiantes que corresponden al 50% de la población total de los nueve grupos de TSU y Licenciatura. La elección de los estudiantes fue al azar, el instrumento fue digital, se compartió entre los estudiantes.

El instrumento de medición del modelo de competencias emprendedoras fue generado por la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CEAJE); tiene como meta identificar el perfil emprendedor. Se obtuvo de la Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo del articulo Análisis comparativo de competencias emprendedoras entre estudiantes de la UABC de Chávez Moreno (2020).

El instrumento constó de 42 ítems en escala de Likert, que presenta los siguientes valores en las respuestas:

1. Nunca tengo este comportamiento/forma de pensar
2. Alguna vez he tenido este comportamiento/forma de pensar
3. En ocasiones tengo este comportamiento/forma de pensar
4. Es frecuente en mí este comportamiento/forma de pensar
5. Siempre me comporto de este modo

El instrumento es un cuestionario de autoevaluación por parte de los generadores de idea de negocio, para obtener información sobre el nivel de desarrollo competencial como emprendedor. Las competencias son capacidades individuales para llevar a cabo una tarea. Dichas competencias se manifiestan a través de los comportamientos. Por este motivo, este

cuestionario, está compuesto por una serie de comportamientos sobre los cuales el emprendedor se tendrá que pronunciar. El instrumento refleja la medida realizada de dichos comportamientos.

Resultados

La Tabla 43.2 contiene los promedios de las respuestas por grupo, entre las competencias emprendedoras que más destacan en los estudiantes de TSU se encuentran, para el caso de los estudiantes de cuatrimestre cero, gestión de recursos humanos (3.52), proactividad (3.40), tolerancia a la incertidumbre (3.34) y liderazgo (3.32); en los estudiantes de cuarto cuatrimestre, las competencias más destacables son: gestión de recursos humanos (3.60), liderazgo (3.51), creatividad (3.49), negociación (3.47); por lo que toca a los estudiantes de licenciatura, de acuerdo con la aplicación del instrumento, han desarrollado de forma más completa las competencias emprendedoras, negociación (3.82) para los estudiantes de 7mo. cuatrimestre y (4.16) para 10mo. cuatrimestre; los alumnos de 7mo. semestre desarrollaron también las competencias de necesidad de independencia (3.79) y visión de negocio(3.76), mientras que los estudiantes de último cuatrimestre también desarrollaron liderazgo (3.94), proactividad (3.93), tolerancia a la incertidumbre (3.78) y orientación a resultados (3.76). Resulta interesante identificar como, a medida que avanza en su formación, van adquiriendo capacidades que los orientan más hacia la actividad emprendedora y les dan herramientas para asumir los resultados de emprender.

Tabla 43.2

Relación del nivel de competencia emprendedora por cuatrimestre

	Competencia emprendedora	Cuatrimestre 0	Cuatrimestre 4	Cuatrimestre7	Cuatrimestre10
1	Liderazgo	3.32	3.51	3.62	3.94
2	Tolerancia a la incertidumbre	3.34	3.35	3.73	3.78
3	Gestión de recursos	3.51	3.60	3.71	3.67
4	Negociación	3.31	3.47	3.82	4.16
5	Creatividad	3.14	3.49	3.59	3.39
6	Trabajo en equipo	3.14	3.24	3.50	3.55
7	Gestión del riesgo	3.13	3.31	3.53	3.55
8	Visión de negocio	3.23	2.90	3.76	3.27
9	Necesidad de independencia	3.19	3.28	3.79	3.24
10	Resolución de problemas	2.95	2.57	3.29	2.57
11	Comunicación	3.26	3.09	3.55	3.65
12	Capacidad de aprendizaje	3.11	2.95	3.50	3.37
13	Orientación a resultados	3.18	3.45	3.65	3.76
14	Proactividad	3.40	3.42	3.71	3.93

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En la Tabla 43.3 y de acuerdo con las Figuras 43.1 y 43.2, se visualiza un comparativo de las competencias de emprendimiento entre TSU y licenciatura, en la mayoría de ella se observa un crecimiento en Tolerancia a la incertidumbre, Negociación, Visión de Negocio, Comunicación, Capacidad de Aprendizaje y Proactividad. Resalta una deficiencia en Resolución de problemas en ambos niveles.

Tabla 43.3

Relación del nivel de competencia emprendedora entre TSU y licenciatura

	Competencia emprendedora	TSU	Licenciatura	Diferencia
1	Liderazgo	3.41	3.78	-0.37
2	Tolerancia a la incertidumbre	3.35	3.76	-0.41
3	Gestión de recursos	3.55	3.69	-0.14
4	Negociación	3.39	3.99	-0.60
5	Creatividad	3.32	3.49	-0.17
6	Trabajo en equipo	3.19	3.52	-0.33
7	Gestión del riesgo	3.22	3.54	-0.32
8	Visión de negocio	3.07	3.52	-0.45
9	Necesidad de independencia	3.24	3.51	-0.28
10	Resolución de problemas	2.76	2.93	-0.17
11	Comunicación	3.18	3.60	-0.42
12	Capacidad de aprendizaje	3.03	3.44	-0.41
13	Orientación a resultados	3.31	3.71	-0.39
14	Proactividad	3.41	3.82	-0.41

Figura 43.1

Relación del nivel de competencia emprendedora por cuatrimestre

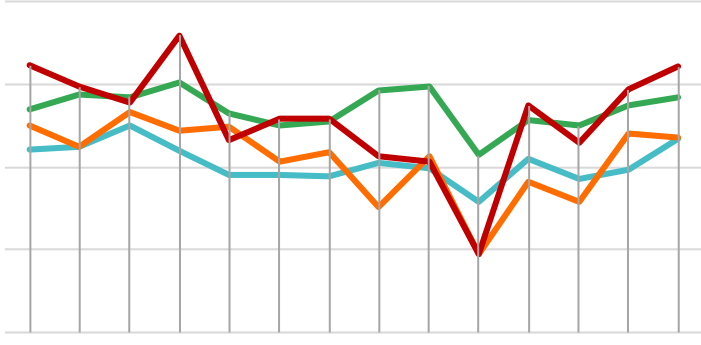
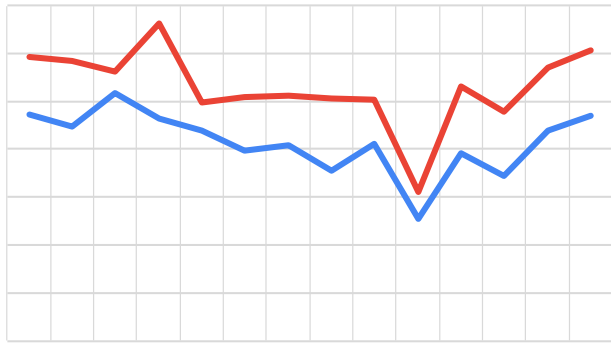


Figura 43.2.

Relación del nivel de competencia emprendedora por cuatrimestre



Discusión

En la Tabla 43.2 podemos observar cómo los estudiantes del cuatrimestre cero se encuentra por debajo de la media de cada una de las competencias de emprendimiento, debido a que son los alumnos que van ingresando a la carrera y su emprendimiento está en etapas tempranas.

En el cuatrimestre cuatro se observa un crecimiento en la media de las competencias sin embargo aún están por debajo de la media por competencia, en este cuatrimestre surge la duda de porque los estudiantes se "estacan" y no repuntan tanto como los del cuatrimestre séptimo que vienen ingresando del cuatrimestre de estadía donde los alumnos desarrollan proyectos de la carrera en el sector productos, es este cuatrimestre es el que presenta un nivel por arriba de la media de cada competencia, son los estudiantes con un mayor nivel de emprendimiento o más constante.

El cuatrimestre décimo es el grupo que esta por egresar del de nivel de licenciatura y es el que más preocupa debido a que tiene 4 competencias de emprendimiento por debajo de la media: creatividad, visión de negocio, necesidad de independencia y resolución de problemas; esta última competencia esta casi al mismo nivel que los alumnos que van ingresando a la carrera; todo esto debilita el nivel de emprendimiento de los alumnos por egresar.

Como se puede observar en las Figuras 43.1 y 43.2, la resolución de problemas es la competencia más débil en todos los cuatrimestres, el décimo es el grupo donde se agudiza la debilidad, se puede explicar que los alumnos de este grupo llevaron el TSU vía remota debido a la contingencia sanitaria de los años 2020-2022 lo cual les limitó a obtener todas las competencias en forma directa por las actividades que debieron desarrollarse para promover más los valores empresariales

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Conclusiones

Los resultados obtenidos en este estudio son fundamentales para la promoción de actividades de emprendimiento que propicien el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes a nivel TSU y licenciaturas de la Universidad Tecnológica de Nogales, ya que es una herramienta de comprobada eficacia principalmente para la promoción de la motivación escolar, seguida de la actualización de aprendizajes y el desarrollo de valores y competencias.

Este estudio dejó entrever que las competencias más destacadas fueron: gestión de recursos humanos, liderazgo, creatividad y negociación. Sin embargo, es importante que la calidad y la actualización del aprendizaje sean fuertemente optimizadas por actividades extraescolares, principalmente por la participación en eventos de vinculación universitaria, ejemplo los congresos internacionales o dentro del país.

Por lo anterior, se evidencía la necesidad de un modelo que cultive y motive el emprendimiento universitario enfocado en áreas vulnerables, ya que la formación en el aula está obligada a complementarse para lograr egresados altamente competitivos y adaptables al ambiente en constante evolución del mundo laboral actual.

Referencias

Arias, Arciniegas, C. M., Tovar, P. L., López, C. E. V., & Cuervo, J. H. E. (2020). Emprendimiento universitario y educación emprendedora: Una revisión de literatura. Revista reflexiones y saberes, (12), 51-65.

Avila, S. R. Y. Z. (2012). Estrategia curricular para la formación de la competencia de emprendimiento en negocio en redes universitarias. Pixel-Bit. Revista de medios y educación, (41), 149-161.

Cabana R., Cortes, I., Plaza, D., Castillo, M. y Álvarez, A. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. Journal of Technology Management & Innovation, 8(1), 65-74.

Chávez Moreno, E. A. (2020). Análisis comparativo de competencias emprendedoras entre estudiantes de la UABC. RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 10(20).

Delgado, C. M. & Núñez, V. M. (2017). Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios de la Facultad de Ciencias empresariales de la Universidad Señor de Sipán, Pimentel.

Lechuga, N. M. (2019). Modelo de emprendimiento universitario e impacto socioeconómico. Recuperado de: http://repositorio.ujed.mx/jspui/bitstream/123456789/109/3/TESIS%20Modelo%20de%20Emprendimiento%20Universitario%20e%20Impacto%20Socioecon%C3%B3mico.%20An%C3%A1lisis%20de%20emprendedores%20egresados%20de%20una%20instituci%C3%B3n%20de%20educaci%C3%B3n.pdf

Otzen, T. & Manterola C. (2017). Técnicas de muestreo sobre una población a estudio. Int. J. Morphol., 35(1):227-232.

Quispe Fernandez et al. (2022). Competencias emprendedoras para generar una cultura de emprendimiento en la educación superior. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. Esp. 28, núm. 6, pp. 297-313, 2022

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 44. Las habilidades directivas y su impacto en el desarrollo de las áreas funcionales en las micro y pequeñas empresas de Río Blanco, Veracruz, México.

Omar Juárez Rivera
Sergio Argenis Ortega Rojas
Armando Juárez Santiago
Patricia Espinosa García

Universidad Veracruzana

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.44

Resumen

El estudio sobre habilidades directivas y su impacto en las micro y pequeñas empresas de Río Blanco, Veracruz, México, revela una relación significativa entre las habilidades directivas y el desempeño en áreas clave como dirección, gestión de ventas, finanzas, mercadotecnia, innovación y producción-operación. La investigación se basó en un enfoque cuantitativo con un diseño transversal y causal. Se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple en micro y pequeñas empresas con un nivel de confianza del 95%, un margen de error del ±5%, y una probabilidad estimada de p=0.5. Se llevaron a cabo 450 encuestas entre propietarios, directores o gerentes de estas empresas. Los líderes empresariales mostraron una fuerte aceptación (90%) de afirmaciones relacionadas con habilidades directivas como negociación, toma de decisiones, liderazgo, comunicación y trabajo en equipo. Las áreas de mercadotecnia e innovación destacaron como fortalezas, pero se identificaron oportunidades de mejora en el ámbito financiero. El estudio respalda la importancia de las habilidades directivas para el éxito de las micro y pequeñas empresas. Mejorar estas habilidades podría fortalecer la competitividad, eficiencia y sostenibilidad de estos negocios en el actual entorno empresarial.

Palabras clave

Habilidades directivas, áreas funcionales, pequeñas empresas

Introducción

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en su informe titulado "Demografía de los Negocios" (DN), que compara los nacimientos y defunciones de negocios en México durante el período 2019-2021, se revela que la esperanza de vida de los negocios al nacer en 2019 fue de 8.4 años, la cual se eleva a 10.2 años cuando los negocios sobreviven durante 5 años. A pesar de esto, la mortalidad empresarial es preocupante: en 2019, de cada 100 establecimientos, 52 cerraron a los 2 años, de los cuales 31 lo hicieron al cabo de un año. Es importante destacar que las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 99.8% del total de negocios y emplean a alrededor de 27 millones de personas (INEGI, 2021).

Es esencial relacionar tanto el nacimiento como el cierre de negocios con las habilidades directivas de los líderes al mando, ya que estas habilidades pueden impulsar la competitividad de dichos negocios. De acuerdo con una síntesis realizada por Ibarra-Morales et al. (2023) sobre un estudio llevado a cabo por Peña, Posada y Aguilar (2023), las habilidades directivas de los líderes de micro y pequeñas empresas impactan de manera decisiva en la toma de decisiones críticas y no críticas. Los mismos autores concluyen que las habilidades directivas en la toma de decisiones, la gestión del tiempo y la resolución de problemas tienen un impacto positivo en la competitividad de las empresas.

Además, un estudio de Paredes, Ibarra y Moreno (2021) examina cómo las habilidades directivas afectan a las pequeñas y medianas empresas en el clima organizacional. Sus resultados indican que las habilidades de negociación y liderazgo son fundamentales para el clima organizacional. Este tema ha sido ampliamente estudiado en relación con el impacto del clima organizacional en el desempeño de las organizaciones, como se evidencia en las investigaciones de Pineda y Delgado (2020), Flores, Vega y Chávez (2016), y Martínez, Valenzo y Zamudio (2020).

Revisión de la Literatura

Las áreas funcionales de la empresa

Para que las micro, pequeñas y medianas empresas (PYME) puedan operar o llevar a cabo sus actividades es necesario que existan dentro de ellas áreas funcionales, que se definen como estructuras clasificadas por las funciones que realizan las personas dentro de ellas, ya sea porque posean habilidades similares o porque realicen el mismo trabajo bajo el mando de un mismo individuo.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En el caso de las PYMES es difícil identificar de manera clara las áreas funcionales que existen dentro de ellas, ya que, por definición, no se integran por muchos trabajadores y en la mayoría de las ocasiones, varias tareas son ejecutadas por la misma persona. A pesar de ello, estas áreas se encuentran presentes de forma más o menos explícita, ya que la carencia o mal funcionamiento de ellas puede traer consecuencias negativas a la organización, tal como se verá a continuación.

La primera área es la dirección, pues toda empresa tiene un rumbo hacia el cual pretende ir, sin embargo, la dirección debe estar a cargo de personas que sean competentes y que posean ciertas cualidades tales como experiencia y entendimiento de lo que se desea lograr, que le permitan a la organización cumplir con sus metas y objetivos (Peñafiel-Loor, 2019).

De la misma forma, la dirección brinda herramientas clave en el proceso administrativo ya que al tener una visión clara de lo que se quiere alcanzar, dentro de la empresa se desarrollan habilidades como la autoridad, comunicación, liderazgo, poder de cambio e incluso tiene una influencia positiva en el ambiente laboral, pues los trabajadores se sienten motivados al ver los logros alcanzados y esto trae como consecuencia mejoras en su desempeño y desenvolvimiento personal (Guerra, 2023).

Un factor que se encuentra estrictamente relacionado con la gestión de ventas es el área de mercadotecnia, pues algunas veces, es a través de este medio cuando se tiene el primer acercamiento con el cliente y es en este ámbito en donde las PYMES se encuentran en desventaja, debido a que la teoría establecida para el concepto de mercadotecnia ha sido diseñado y mayormente orientado a las grandes empresas que cuentan con recursos financieros suficientes para poner en práctica todo el proceso que se compone de planeación, investigación de mercados, publicidad e implementación de la mezcla de mercadotecnia (Moreno, 2020).

Según un estudio realizado por Camacho (2019) citado por Erazo-Rivera (2021), las PYMES no hacen uso de los medios electrónicos para publicitarse por ejemplo en redes sociales ni han realizado transacciones a través de ellos, lo cual es preocupante dado que es cada vez más común utilizar estos medios para comprar y vender, lo cual muestra indicadores fuertes de que los microempresarios no tienen el conocimiento ni las habilidades suficientes para adentrarse en este mundo digital.

De la misma forma, Juárez (2017) citado por Ismael et. al. (2018), llegó a la conclusión de que la mercadotecnia representa uno de los desafíos más grandes para la PYMES debido a la falta de conocimiento en cuanto al desarrollo o al hacerles llegar sus productos o servicios a los clientes y la falta de atención al área comercial, así como contar con personal no adecuado para cada uno de los puestos de la organización.

En cuanto a los procesos de innovación en la PYME son claramente diferentes a comparación de las grandes empresas debido a que se ven limitados por la falta de recursos materiales, humanos y económicos, no obstante, también poseen una mayor libertad para tomar decisiones y reaccionar con rapidez y autonomía ante los cambios de su entorno, lo cual, puede ser un factor muy importante dado a que los cambios tecnológicos a su alrededor avanzan con fuerza y velocidad, al igual que la competencia, con lo cual, pueden desarrollar capacidades y competencias dinámicas para reinventar sus procesos y crear una cultura organizacional innovadora (Acs y Audretsch, 1987 citado por Proenca, 2020).

Es significativo mencionar que, a pesar de las restricciones que puedan presentar, las PYMES tienen presencia e influencia en todos los sectores productivos y de servicios, sin embargo, su producción y modo de operación es distinta y particular en cada una de ellas, ya que a menudo surgen de pequeños emprendimientos. En América Latina las PYMES se componen de una estructura productiva especializada en la creación de bienes y servicios de bajo valor agregado y pocas ventajas competitivas que tienen influencia en la productividad y resultados de la empresa, en donde su supervivencia se ve amenazada por las nuevas prácticas de administración y la constante reinvención de la forma de hacer negocios, pues como se mencionó anteriormente, son gestionadas de forma tradicional, sobre todo si se trata de empresas familiares (Cervantes y Oviedo, 2018 citado por Zambrano-Alcívar, 2018).

Las Habilidades directivas

Las habilidades directivas son aquellas que permiten un desempeño excepcional y potencian las condiciones de los colaboradores, los cuales, contarán con la capacidad de tomar decisiones asertivas que convengan a la organización. Asimismo, hacen alusión al comportamiento para la obtención de resultados, el colaborador se sitúa como un líder que toma en cuenta las necesidades de su equipo de trabajo, y los resultados para incrementar la eficiencia organizacional y la productividad (González, 2021).

Las habilidades directivas se pueden agrupar en: la negociación, toma de decisiones, liderazgo, comunicación y trabajo en equipo.

Se puede entender la negociación como un proceso en que dos o más partes con intereses diferentes sobre un determinado tema, tratan de alcanzar un acuerdo por medio de concesiones mutuas. Negociar es intercambiar, ceder algo a cambio de algo. No es un acto ni un momento concreto sino un proceso que como tal requiere una planificación previa, un desarrollo y unos resultados (Unniun, 2018).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

De acuerdo con Guerrero (2019) la negociación es una habilidad directiva muy importante ya que como directivos o mandos intermedios estamos continuamente negociando bien sea un convenio, soluciones a un posible conflicto laboral, un contrato, plazos, precios o garantías con nuestros proveedores, clientes o colaboradores

La toma de decisiones es una parte importante de la actividad administrativa. La decisión es la pieza clave de la labor directiva, y el proceso de toma de decisiones. Se puede definir la toma de decisiones como el proceso de seleccionar la solución más adecuada de entre un conjunto de alternativas con la finalidad de lograr el resultado esperado. Implica considerar varios factores, evaluar los beneficios y repercusiones de cada opción para tomar una decisión acertada. El objetivo de cualquier proceso de toma de decisiones es llegar a una conclusión lo más informada posible dada la información disponible (Oviedo, 2023).

En el contexto empresarial, la toma de decisiones se convierte en sinónimo de gestión. Para gestionar hay que decidir y son los líderes empresariales quienes deben hacerlo, determinando qué se debe hacer y cómo debería hacerse, así como cuándo y por quién debe hacerse (Tiffin, 2023).

Una habilidad directiva indispensable es la de liderazgo, una definición común del liderazgo es "el proceso a través del cual un individuo influye en un grupo de individuos para alcanzar una meta común" (Alcazár, 2020, pág. 89). El liderazgo es la capacidad de influir en las demás personas para el logro de los objetivos. En términos generales se ha considerado como requisito para el liderazgo la posesión de ciertas cualidades que son intransferibles, como la habilidad, la destreza y el prestigio personal. Consecuentemente, los mayores peligros para el líder no están en el rango y el puesto que ocupa sino en sus rivales potenciales que pueden tener cualidades afines (González, 2018).

La siguiente habilidad es la comunicación directiva es aquella que se ocupa de generar las mejores estrategias para transmitir mensajes a públicos internos y externos, pero también es responsable de fomentar la comunicación en toda la organización. Esta es vital para lograr el éxito de los procesos organizacionales, y para ello se deben considerar cambios que ocurren tanto al interior como al exterior de la empresa y cómo pueden modificar la forma de comunicar (Posgrados Comunicación UP, 2019).

Por último, se tiene al trabajo en equipo, que es una extensión del concepto de grupo y ambos se refieren al trabajo de conjunto de varias personas a las cuales las une un objetivo común.

Actualmente el termino de equipo es identificado como forma más avanzada del trabajo con los grupos, ya que expresa un crecimiento de la empresa con productos y ser-

vicios de mayor calidad y capacidad que permiten vencer a sus competidores; en estos nuevos grupos, donde se unen la inteligencia y la acción e integran las fuerzas psicológicas implicadas, se observa el desarrollo y el uso de las técnicas de dinámica de grupo (Pazmiño, 2019).

Metodología

El presente trabajo es resultado de una investigación realizada por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN, 2023) bajo el título "Habilidades Directivas y Clima Organizacional en las Micro y Pequeñas Empresas Latinoamericanas". El objetivo de dicho estudio consiste en examinar la relación entre las habilidades directivas y el desarrollo de las áreas funcionales. Para este trabajo, se realizó el análisis de la información recopilada, y se pretende evaluar la relación de estas habilidades directivas en el desarrollo de las áreas funcionales en las micro y pequeñas empresas de Río Blanco, Veracruz. Este estudio se enmarca en un enfoque cuantitativo de diseño transversal y causal.

Para llevar a cabo la investigación, se empleó un muestreo probabilístico aleatorio simple en las micro y pequeñas empresas de Río Blanco, Veracruz, México, con una plantilla de 1 a 49 empleados, y se estableció un nivel de confianza del 95%, un margen de error del ±5% y una probabilidad estimada de p=0.5 (50%). Durante el período comprendido entre el 01 de marzo y el 30 de abril de 2023, se realizaron un total de 450 encuestas. Estas encuestas se dirigieron a propietarios, directores o gerentes de las micro y pequeñas empresas, contando con la asistencia de estudiantes universitarios previamente capacitados para llevar a cabo este proceso.

En consonancia con el objetivo general de la investigación y la revisión de la literatura, se formularon las siguientes hipótesis:

H0: No existe una relación entre las habilidades directivas y el desarrollo de las áreas funcionales de la micro y pequeña empresa (mype).

H1: Las habilidades directivas tienen relación en el desarrollo de las áreas funcionales de la mype.

El instrumento de medición utilizado en esta investigación consiste en la descripción de los procesos del sistema, como dirección, gestión de ventas, finanzas, innovación, mercadotecnia y producción-operación. La segunda parte se centra en el impacto de las habilidades directivas (negociación, toma de decisiones, liderazgo, comunicación y trabajo en equipo) en el clima organizacional. Para las secciones correspondientes se emplea una escala de Likert de cinco puntos, que va desde 'muy en desacuerdo' (1) hasta 'muy de acuerdo' (5).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Resultados

Como se muestra en la Gráfica 44.1, los datos recopilados revelan que el 26% de los líderes de los establecimientos encuestados en el área de dirección están firmemente de acuerdo con las afirmaciones sobre la gestión de la organización, como tener una clara comprensión de la misión y visión del negocio, objetivos bien definidos, estrategias formuladas y establecimiento de la ventaja competitiva. En la misma área funcional, el 55% de los encuestados indicaron estar "de acuerdo", mientras que menos del 20% expresaron estar en desacuerdo o en total desacuerdo.

En lo que respecta al área de Gestión de Ventas, se observa una tendencia similar a la anterior, ya que los directivos estuvieron de acuerdo en acciones relacionadas con la captación de clientes, estrategias de ventas, promociones, opciones de financiamiento y atención al cliente.

En el ámbito financiero, se percibe un porcentaje más significativo de desacuerdo o total desacuerdo, representando un 36% del total de respuestas, mientras que solo un 44% y 20%, respectivamente, indicaron estar "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo". Aspectos como la consideración del valor de los productos, los precios de venta, las compras a proveedores y los gastos generales no están bien posicionados entre los empresarios encuestados.

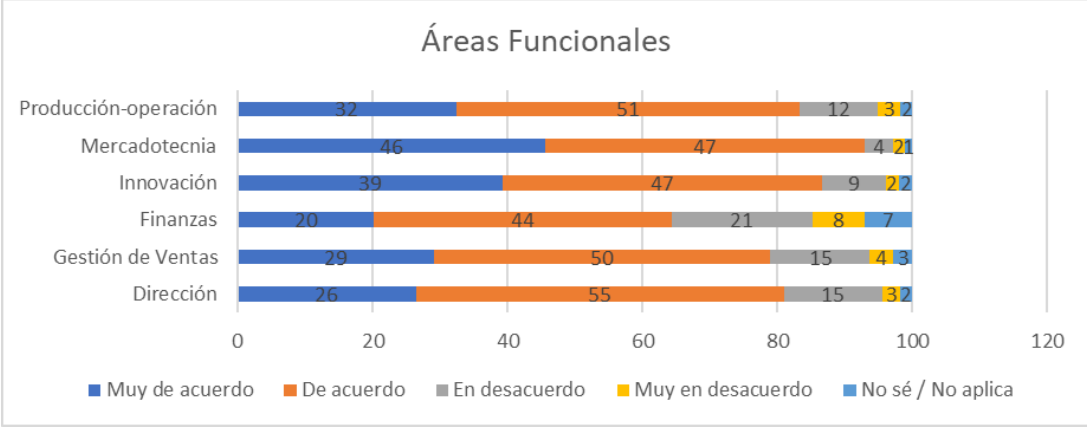
No obstante, el área funcional que obtuvo los resultados más positivos entre los directivos fue la de mercadotecnia, con una tasa de aceptación de casi el 93%. Las afirmaciones relacionadas con el servicio al cliente, estrategias de fijación de precios, desarrollo de marca, actividades publicitarias y pruebas de productos recibieron una fuerte aceptación por parte de los encuestados.

Se observa una tendencia igualmente positiva en el área de innovación, con una aceptación del 87% entre el total de encuestados. Los elementos relacionados con el desarrollo de innovaciones en productos, procesos, canales de distribución y estructuras organizativas recibieron respuestas positivas de manera consistente.

Por último, el área de producción-operación demostró un desempeño aceptable, ya que el 83% de los encuestados respondieron de manera afirmativa a las afirmaciones realizadas. Los directivos demostraron un enfoque en la calidad de los productos ofrecidos, los plazos de entrega, la gestión de inventarios y la reducción de costos.

Gráfica 44.1.

Porcentaje de aceptación en las áreas funcionales por los directivos de las empresas de Río Blanco, Ver.



Los resultados del estudio revelan una tendencia consistente en las habilidades directivas. En todas las áreas, como trabajo en equipo, comunicación, liderazgo, toma de decisiones y negociación, los líderes empresariales mostraron una fuerte inclinación hacia la aceptación de las afirmaciones propuestas. Un impresionante 36% respondió con "muy de acuerdo", mientras que el 53% optó por "de acuerdo". En conjunto, estas cifras representan un notable 90% de aceptación general para las afirmaciones planteadas, estos datos se muestran en la Gráfica 44.2.

En el ámbito de la negociación, las afirmaciones se centraron en aspectos clave como la resolución de acuerdos satisfactorios, la consecución de compromisos mutuos, la identificación de problemas, formas de cooperación, resultados derivados de la cooperación y negociación, así como los procesos para la resolución de conflictos.

En cuanto a la habilidad de liderazgo, los ítems se enfocaron en la aceptación del estilo de liderazgo que los directivos ejercen sobre sus colaboradores y en la percepción que tienen de sí mismos como líderes.

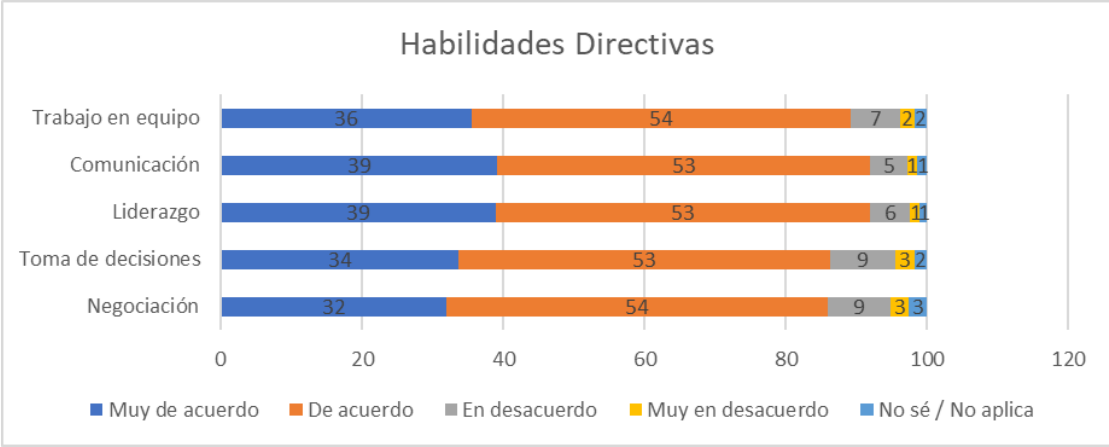
La habilidad de comunicación abordó afirmaciones relacionadas con la forma en que los directivos establecen canales y modos de comunicación, ofrecen retroalimentación y transmiten sus ideas a los colaboradores.

Finalmente, en lo que respecta al trabajo en equipo, las afirmaciones se centraron en cómo los líderes organizan relaciones sólidas para la formación de equipos de trabajo y en su capacidad para motivar a dichos equipos.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Gráfica 44.2.

Porcentaje de aceptación de las habilidades directivas por los directivos de las empresas de Río Blanco, Ver. Elaboración propia.



Discusión

Los resultados de la investigación sobre habilidades directivas en micro y pequeñas empresas en Río Blanco, Veracruz, México, ofrecen una visión integral de la relación entre las competencias de liderazgo y el desempeño empresarial. Estos hallazgos tienen implicaciones significativas para entender y mejorar la gestión en este sector.

Los resultados revelan una relación importante entre las habilidades directivas y el desempeño en áreas funcionales clave. La aceptación general de las afirmaciones sugiere que los líderes reconocen la importancia de estas habilidades para la eficiencia y competitividad de sus empresas.

Las áreas de mercadotecnia e innovación destacan como puntos fuertes, reflejando la importancia que los líderes otorgan a la adaptación al entorno y la diferenciación en el mercado. Sin embargo, la identificación de oportunidades de mejora en el ámbito financiero señala la necesidad de fortalecer las habilidades directivas en la gestión económica.

La fuerte aceptación de habilidades directivas sugiere que los líderes comprenden su impacto directo en la competitividad empresarial. Reforzar estas habilidades podría ser un camino eficaz para enfrentar desafíos comerciales y mejorar la capacidad de adaptación de las micro y pequeñas empresas.

Dado que la investigación se centra en empresas de Río Blanco, Veracruz, se destaca la importancia de considerar el contexto empresarial local al diseñar estrategias de desarrollo

de habilidades directivas. Las características específicas de la región pueden influir en la efectividad de ciertas competencias.

La identificación de áreas de oportunidad resalta la importancia de programas de formación empresarial que se centren en el fortalecimiento de habilidades directivas, especialmente en temas financieros. Esto podría traducirse en una mejora tangible en el desempeño y la supervivencia de las micro y pequeñas empresas.

Se reconoce que este estudio tiene limitaciones, como su enfoque en una ubicación específica. Futuras investigaciones podrían ampliar el alcance geográfico y explorar en mayor profundidad la relación entre habilidades directivas y resultados empresariales a largo plazo.

En resumen, los resultados y análisis de este estudio subrayan la importancia crítica de las habilidades directivas en el contexto de las micro y pequeñas empresas. Reforzar estas competencias no solo podría impulsar la competitividad actual sino también contribuir a la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo de estos negocios en Río Blanco y, por extensión, en contextos similares.

Conclusiones

En conclusión, el estudio sobre las habilidades directivas y su relación en el desarrollo de las áreas funcionales en las micro y pequeñas empresas de Río Blanco, Veracruz, México, arroja resultados importantes. La investigación revela que existe una relación significativa entre las habilidades directivas y el desempeño en áreas clave como dirección, gestión de ventas, finanzas, mercadotecnia, innovación y producción-operación.

Los líderes empresariales encuestados demuestran una sólida aceptación de las afirmaciones relacionadas con habilidades directivas como negociación, toma de decisiones, liderazgo, comunicación y trabajo en equipo. Este respaldo sugiere que las habilidades directivas son percibidas como fundamentales para el éxito de las micro y pequeñas empresas en la región.

En particular, las áreas de mercadotecnia e innovación destacan como puntos fuertes, con altos niveles de aceptación por parte de los directivos. Estas áreas son clave para la adaptación al entorno empresarial actual y para mantener la competitividad en el mercado.

Por otro lado, se identifican áreas de oportunidad, especialmente en el ámbito financiero, donde un porcentaje significativo de directivos no está totalmente de acuerdo con afirmaciones relacionadas con la consideración del valor de los productos, los precios de venta y los gastos generales. Esto sugiere la necesidad de mejorar las habilidades directivas en aspectos financieros para fortalecer la gestión económica de las empresas.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

En general, los resultados respaldan la idea de que el desarrollo de habilidades directivas influye de manera positiva en el desempeño de las áreas funcionales de las micro y pequeñas empresas. Fortalecer estas habilidades podría contribuir significativamente a mejorar la competitividad, la eficiencia y la sostenibilidad de este tipo de negocios en el contexto empresarial actual.

Referencias

Alcazár, P. (2020). Estilo de Liderazgo y Compromiso Organizacional: Impacto del liderazgo transformacional. Revista de coyuntura y perspectiva [online], 89-122.

Cervantes Hurtado, G., Paredes Zempual, D., Ibarra Morales, L., & Campoy Alvarado, S. (2023). Management skills in the competitiveness of small and medium-sized companies in the southern region of Sonora, Mexico. Ágora De Heterodoxias, 9(1), 22-37. https://doi.org/10.5281/zenodo.7855388

Cesuma. (2023). MBA Online. Obtenido de Características del proceso de toma de decisiones en una organización: https://www.cesuma.mx/blog/caracteristicas-del-proceso-de-toma-de-decisiones-en-una-organizacion.html#:~:text=La%20toma%20de%20decisiones%20es,los%20aspectos%20de%20la%20gesti%C3%B3n.

CETINA, T., ORTEGA, I., & AGUILAR, C. (2010). HABILIDADES DIRECTIVAS DESDE LA PERCEPCIÓN DE LOS SUBORDINADOS: UN ENFOQUE RELACIONAL PARA EL ESTUDIO DEL LIDERAZGO. Psicoperspectivas, 9(1), 124-137.

Erazo-Rivera, R. P., Pancorbo-Sandoval, J. A., Leyva-Ricardo, S. E., & Barba-Mosquera, Á. E. (2021). Innovación como Herramienta de Gestión Comercial en las Pymes de Santo Domingo de los Tsáchilas. Revista Economía Y Negocios (UTE - En Línea), 12(2), 52–63. https://doi.org/10.29019/eyn.v12i2.957

Flores Ortiz, María Virginia and Vega López, Alfonso and Chávez Moreno, Edgar Armando, El Clima Organizacional Como Factor De Competitividad En Las Franquicias De Comida Rápida En Tijuana, B.C., México (The Organizational Climate as a Factor of Competitiveness in the Fast Food Franchises in Tijuana, BC, Mexico) (2015). Revista Internacional Administración & Finanzas, v. 8 (5) p. 25-44, 2015, Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=2661646

Gamboa-Salinas, J. M., ManchenoSaá, M. J., y Hurtado-Yugcha, J. d. P. (2023). Competencias Gerenciales y Transición digital para Mipymes Zona 3-Ecuador. Revista Venezolana De Gerencia, 28(101), 297-315. https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.101.19

González, Y. (2021). Las habilidades directivas clave para el desarrollo organizacional. In Proceedings INNODOCT/20. International Conference on Innovation, Documentation and Education, 363-371.

González. (2018). Liderazgo. Panorama editorial, 39-41.

Guerra, M. C. (2023, January 10). Clima laboral y dirección estratégica de empresas: caso de estudio. https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3563

Guerrero, A. (1 de abril de 2019). Gestiopolis. Obtenido de Negociación, una habilidad directiva esencial: https://www.gestiopolis.com/negociacion-una-habilidad-directiva-esencial/

Ibarra-Morales, L. E., CampechanoEscalona, E. J., Díaz de Campechano, I. C., y Paredes-Zempual, D. (2023). Habilidades directivas como factor determinante en la competitividad de empresas mexicanas. Revista Venezolana De Gerencia, 28(No. Especial 9), 360-376. https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.23

Indeed. (17 de diciembre de 2022). Habilidades directivas: ¿Qué son y cómo incluirlas en el CV? Obtenido de Indeed: https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/desarrollo-profesional/habilidades-directivas

Ismael, M. Q. G., Lazalde, I. G., Galindo, L. M., & Gómez, D. A. O. (2018). Mercadotecnia En Las Pymes Casos Y Aplicaciones. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61399220/Mercadotecnia-11-120191202-60547-1tpl4dh-libre.pdf?1575328181=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMedicion_de_la_percepcion_de_la_calidad.pdf&Expires=1699141801&Signature=ETxQ0SrV6SMpnFBf4Xu3ysocnC8HhxNnMHOHlF0RkG8qmsd83-ECLDopzjNv~QZYskvSEDv4wHNv-LjqW9OzmfnvOFBHnqtdCUPKISaXTeEqLrrMwwx-kajagAEPavExUu7j6ZqeJSNaCnZVHTJjfyc37fYA28CFZni6QKcT2Wwkamk9yUPo3CvfEXQ85-0O5ii34incoEjAJM9wfU~BX9TDmpphAbNE5jIr-AEjg7WRto45lOCki24M4rSrfVrAxP-o6JU3nLeyENYRpi3~m2i9MM33RR8JGJug0DnBZcEGoS~b3Q8nWrmzYgFlMO1fCj2ayDGkFIaJCczsId8hGQ__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Martínez Arroyo, J. A., Valenzo Jiménez, M. A., & Zamudio, A. G. (2020). El clima organizacional como factor de competitividad. Repositorio De La Red Internacional De Investigadores En Competitividad, 13, 1135–1147. Recuperado a partir de https://riico.net/index.php/riico/article/view/1843

Moreno, O. C. M. (2020). Modelos de mercadotecnia como una herramienta para las Pymes en México. Dialnet. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8742187

Ortiz, P. (20 de febrero de 2020). EDEM. Obtenido de Habilidades directivas fundamentales para la gestión de empresas. : https://edem.eu/las-habilidades-directivas-fundamentales-para-la-gestion-de-empresas/

Oviedo. (29 de marzo de 2023). ¿Qué es la toma de decisiones en la empresa? Tipos y métodos. Obtenido de Cámara Oviedo: https://www.mba-asturias.com/empresas/toma-de-decisiones/

Paredes-Zempual, D., Ibarra-Morales, L. E., & Moreno-Freites, Z. E. (2021). Habilidades directivas y clima organizacional en pequeñas y medianas empresas. Investigación Administrativa, 50(127), 69-89.

Pazmiño, W. (2019). Habilidades directivas fundamentales en la administración pública. Recimundo, 682-705.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Peña, N.B., Posada, R., y Aguilar, O.C. (2023). Método y resultados generales del estudio de las diferencias entre las estrategias de gestión en directores y directoras de la mype de Latinoamérica. En Peña, N. B, Posada, R, y Aguilar, O. C. (Coords.). Diferencia entre las estrategias de gestión en directores y directoras de la mype de Latinoamérica. Tomo I (pp. 1–9).

Peñafiel-Loor, J. F. (2019). La importancia de la planificación estratégica para las pequeñas y medianas empresas (PYMES). fipcaec.com. https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/105

Pinedo Dávila, C. J., & Delgado Bardales, J. M. (2020). CLIMA ORGANIZACIONAL EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS. ORIZONTE MPRESARIAL, 7(2), 213–226. https://doi.org/10.26495/rce.v7i2.1486

Posgrados Comunicación UP. (02 de septiembre de 2019). Universidad Panamericana . Obtenido de ¿Qué es la comunicación directiva?: https://blog.up.edu.mx/que-es-comunicacion-directiva#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20directiva%20es%20aquella,comunicaci%C3%B3n%20en%20toda%20la%20organizaci%C3%B3n.

Proenca, J. C., & Jiménez-Sáez, F. (2020). Diseño de servicios para la gestión de innovación incremental en PYMES. Universidad Y Empresa, 22(39). https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7480

Rueda Galvis, Javier Francisco. (2011). La Profesionalización, Elemento Clave del Éxito de la Empresa Familiar[1]. Visión de futuro, 15(1) Recuperado en 08 de noviembre de 2023, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082011000100001&lng=es&tlng=es.

Tiffin. (30 de agosto de 2023). LA TOMA DE DECISIONES EN EL LIDERAZGO. Obtenido de https://global.tiffin.edu/noticias/toma-de-decisiones-en-el-liderazgo

Unniun. (2018). La negociación, una pieza clave en la función directiva. Obtenido de https://www.unniun.com/la-negociacion-una-pieza-clave-en-la-funcion-directiva-mercedes-ubeda-master-en-direccion-y-gestion-de-empresas/#:~:text=La%20negociaci%C3%B3n%20es%20una%20habilidad,nuestros%20proveedores%2C%20clientes%20o%20colaboradores.

Zambrano-Alcívar, K. G. (2018). Las PYMES y su problemática empresarial. Revista Científica FIPCAEC, 3(8), 3–24. https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/55

Capítulo 45. Análisis del perfil de los empresarios de las micro y pequeñas empresas de San Pablo Huixtepec, Oaxaca, México.

Veronica Elizabeth Trujillo Martinez
Laura Thaigi Mendoza Gómez
Roberto Vicente Yescas
Marta Goretti Andrez Morales

Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.45

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general analizar las características del perfil del empresario, en el desempeño de las mypes de San Pablo Huixtepec, Zimatlán, Oaxaca para proponer recomendaciones de estándares del Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (CONOCER), que permitan mejorar la capacitación y formación de los empresarios. Este estudio tiene un enfoque cuantitativo de diseño transversal y se realizó bajo un muestreo probabilístico aleatorio simple mediante la aplicación de una encuesta, dando como resultado el perfil del empresario para la generación de capacitaciones que fomenten y apoyen el trabajo en equipo.

Palabras clave

Capacitación, mypes, perfil del empresario

Introducción

Las mypes del siglo XXI enfrentan un entorno lleno de complejidades que exige a sus dueños un conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes, hábitos y valores cruciales para llevar a la organización hacia el éxito y escalabilidad deseados. Contar con un empresario con un perfil adecuado a las necesidades de la organización pero sobre todo con las competencias que le permitan visualizar el entorno empresarial, detonaría sin dudas mejoras en su desempeño provocando el crecimiento, consolidación y expansión de la mype, según Veciana (2018) un empresario exitoso debe contar con un perfil psicológico que se caracteriza por tener una alta necesidad de logro, estar orientado hacia el control interno, tener una alta propensión al riesgo y ser innovador.

La falta de investigación y desarrollo de las características del perfil empresarial que motivan el desempeño de la organización hacia el logro de los resultados, tiene como consecuencia que el empresario se sienta satisfecho con lo que tiene y que no ambicione o desee el crecimiento empresarial, así lo indicaron el 47.5% de los dueños de mypes en la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (INEGI, 2019), asimismo esta encuesta reflejó que el 21.6% de las microempresas utiliza libretas de apuntes como herramienta contable y que solo el 15% de las mypes de México capacita a su personal derivado que el dueño considera que los colaboradores internos ya cuentan con el conocimiento necesario para el desempeño de sus funciones.

En los empresarios de San Pablo Huixtepec, un municipio de la región de Valles Centrales del estado de Oaxaca recaen responsabilidades estratégicas y la toma de decisiones sobre los rumbos que debe seguir la empresa. La Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca, institución que se encuentra ubicada en el mismo municipio, a través de su incubadora de negocios ha logrado identificar de forma general características en el perfil del empresario que tienen una relación directa con el desempeño de las mypes, estas son: edad, nivel educativo, experiencia, género y habilidades de negociación; que aquellos hombres y mujeres que inician un negocio en San Pablo Huixtepec Oaxaca, regularmente no cuentan con la experiencia ni con el conocimiento que permita visualizar a la organización como escalable en el mercado y que desconocen que actualmente desde las diferentes instituciones gubernamentales, universidades públicas y privadas además de incubadoras de negocios se ofertan una gran cantidad de cursos, capacitaciones, diplomados y certificaciones orientados a quienes dirigen las mypes.

La presente investigación tiene como objetivo general analizar las características del perfil del empresario, en el desempeño de las mypes de San Pablo Huixtepec, Zimatlán,

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Oaxaca para proponer recomendaciones de estándares del Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (CONOCER), que permitan mejorar su la capacitación y formación. Por lo tanto, estudiar la influencia de estas características ayudará a identificar las áreas, habilidades en las que los empresarios tienen oportunidades de mejoras en el desempeño de sus empresas y ofrecer los estándares mediante la Entidad de Certificación y Evaluación de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca.

Revisión de la Literatura

En el municipio de San Pablo Huixtepec, Zimatlán, Oaxaca, las mypes juegan un papel fundamental en la economía local. De acuerdo con el Censo Económico INEGI (2020), existen en el municipio 1,128 mypes, que representan 99.6% del total de las empresas. Estas empresas generan alrededor de 3,000 empleos, lo que conforma el 75% del empleo formal en el municipio.

Es importante analizar las razones que detonan resultados exitosos de los negocios en México y que son atribuibles a las características del perfil del empresario. Para alcanzar el éxito y los resultados deseados al interior de las empresas es necesario evolucionar en la forma en la que se gestiona todos y cada uno de los procesos, es vital que se lleve a cabo una "transición de una gestión doméstica/empresarial a una profesional" (Rodrigues et al., 2021, p. 1).

Duque et al. (2021) señalan que una característica estrechamente ligada al desempeño empresarial es la formación académica, sin embargo, en el estudio realizado por Antonini et al., (2017) indican que existen características específicas del perfil empresarial como formación educativa, edad, género y tiempo en el cargo que repercuten de forma significativa en el desempeño organizacional, a excepción de la edad.

López (2021) analizó el perfil de los emprendedores de mypes del sector servicios de la ciudad de Puebla encontrando que el nivel educativo de los empresarios dependerá de su apertura para considerarse empleado y/o familiar y que existe una relación entre el número de años de experiencia que tiene un emprendedor en su empresa y la frecuencia de capacitación de los empleados, con la visión de compartir objetivos con los empleados para que todos estén en la misma dirección estratégica, estrategia y comprensión del negocio.

Bas y Ayaz (2022) reflejan en su investigación la existencia de una conexión entre el comportamiento de los líderes y las reacciones de los empleados, sobre todo en lo que se refiere a la presencia del líder empresarial, misma que garantiza el bienestar de los trabajadores. En este estudio, los indicadores de rendimiento de los empleados están relacionados con

el nivel de apoyo y presencia del supervisor quien actúa como mediador en los conflictos empresariales. Las conclusiones del estudio revelaron una relación positiva entre la disponibilidad del líder empresarial y el rendimiento de los que conforman la organización.

Zempual et al. (2023) mencionaron que para lograr cambios e innovaciones exitosas, se requiere que los directivos implementen habilidades técnicas, conceptuales e interpersonales, que les permita mejorar sus habilidades directivas, incorporar habilidades como: comunicación, trabajo en equipo y coaching, dichas habilidades permiten a las organizaciones dirigir de manera exitosa a los empleados y en conjunto lograr los objetivos organizacionales. La comunicación facilita la coordinación y la fluidez en las relaciones, a su vez aumenta la productividad y eficiencia de las actividades.

El entorno empresarial es dinámico y en constante cambio. Los empresarios exitosos son flexibles y se adaptan rápidamente a nuevas circunstancias y desafíos. Están dispuestos a ajustar su enfoque y estrategia cuando sea necesario, teniendo en cuenta que cada empresario es único y puede tener fortalezas y debilidades diferentes.

De acuerdo a Gómez González et al., (2018) el perfil del empresario o emprendedor está compuesto por el conjunto de habilidades, conocimientos y características que permiten a la persona que se encuentra al frente de una empresa ejecutar cualquier idea. De igual forma para Duque et al. (2021) las empresas u organizaciones requieren que quienes las dirigen cuenten con determinadas cualidades y capacidades dentro de su perfil empresarial que les permitan alcanzar niveles de productividad y competitividad deseadas, dentro de ellas menciona al estilo de liderazgo y de gestión, las diferencias de género, la experiencia para visualizar el entorno de la empresa y la importancia de la formación académica y su impacto en el logro de los objetivos y metas.

Derivado de la tecnología y la facilidad de acceso a recursos y conocimientos, los jóvenes empresarios han podido lanzar empresas exitosas a una edad temprana; por otro lado, la edad aporta ventajas en el mundo empresarial. Los empresarios de mayor edad suelen tener una amplia experiencia en el campo, conocimientos específicos de la industria y una red de contactos sólida. Esta experiencia puede ser un activo valioso para la toma de decisiones, la gestión y el liderazgo empresarial. Es importante tener en cuenta que el éxito empresarial no se limita a una edad específica. Lo que realmente importa son las habilidades, el conocimiento, la motivación y las características empresariales que un individuo posee, independientemente de su edad.

La educación como una característica del perfil del empresario puede tener una influencia significativa en el desarrollo y éxito de las empresas y ello refiere a la medida en que la que logran sus objetivos y metas establecidas. Es importante considerar tres dimensiones

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

dentro del desempeño empresarial las cuales son el desempeño del personal que refiere a la evaluación y medición del rendimiento de los empleados dentro de una organización, siendo una forma de determinar cómo los empleados están contribuyendo al logro de los objetivos organizacionales y si están cumpliendo con las expectativas y estándares establecidos; el desempeño grupal que refiere a la evaluación y medición del rendimiento de un equipo o grupo de personas dentro de una organización; y desempeño organizacional que refiere a la evaluación y medición del rendimiento global de una organización en relación con sus objetivos, metas y estándares establecidos (Cruz, 2022).

Barradas et al. (2021, p.7) señalaron que medir el desempeño dentro de una organización representa el "mejoramiento de la organización porque permite plantear objetivos, evaluarlos e identificar las desviaciones que se producen" y que la medición del desempeño tiene que realizarse a través de variables subjetivas y objetivas, sin embargo se retoman estudios de diversas investigaciones en donde se expresan que los tres principales indicadores para medir el desempeño al interior de las organizaciones son: crecimiento, rentabilidad y cuota de mercado.

Metodología

El presente trabajo de investigación consiste en analizar las características del perfil del empresario de las mypes de San Pablo Huixtepec, Zimatlán, Oaxaca que permita identificar las áreas en las que los empresarios requieren capacitación y formación para mejorar el desempeño de sus empresas, la cual se realizará mediante la Entidad de Certificación y Evaluación de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca para ofrecer estándares de CONOCER.

Este estudio tiene un enfoque cuantitativo de diseño transversal y se realizó bajo un muestreo probabilístico aleatorio simple con un total de 481 mypes de San Pablo Huixtepec, Oaxaca, México, las cuales fueron consideradas de acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, con un nivel de confianza del 95%, un margen de error del ±5% y una probabilidad estimada de p=0.5 (50%). Se aplicó un instrumento de medición tipo encuesta, la cual fue dirigida a los propietarios, directores o gerentes de las mypes, cuya confiabilidad se midió a través del índice de alfa de Cronbach.

La presente investigación se realizó bajo la pregunta de ¿Qué características del perfil del empresario, en el desempeño de las mypes de San Pablo Huixtepec, Zimatlán, Oaxaca se pueden considerar para proponer recomendaciones de estándares del Consejo Nacional

de Normalización y Certificación de Competencias Laborales que permitan mejorar la capacitación y formación de los empresarios?

Considerando lo anterior y el objetivo general de la investigación se tienen las siguientes hipótesis:

H1: Las características del perfil del empresario influyen significativamente en el desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas de San Pablo Huixtepec, Zimatlán, Oaxaca.

H0: Las características del perfil del empresario no tienen una influencia significativa en el desempeño de las mypes de San Pablo Huixtepec, Zimatlán, Oaxaca

Las variables independiente de este estudio son: Negociación, Toma de decisiones, Liderazgo, Comunicación y Trabajo en equipo; y la variable dependiente es el Desempeño de la mypes de San Pablo Huixtepec, Zimatlán del estado de Oaxaca, México; las cuales mostraron consistencia interna del instrumento mediante el análisis del alfa de Cronbach de las variables objeto de estudio.

Resultados

Como parte de los resultados de la presente investigación y utilizando el instrumento de la Red de Estudios Latinoamericano en Administración y Negocios del 2023, se encontró que con respecto al giro de la empresa el 74.71% es de Comercio, 22.75% Servicios y el 2.55% es de Manufactura. Con respecto al nivel de estudios de los trabajadores de mypes el 4.70% de las empresas refieren tener mujeres analfabetas en su negocio, el 3.52% de las empresas refieren tener hombres analfabetas en su negocio, el 27.59% son mujeres con nivel de educación superior en su negocio y el 22.90% son hombres con nivel de educación superior en su negocio. De igual forma se identificó que solo el 31.70% de las mypes llevan a cabo capacitación formal y que el 56.75% toma de decisiones de la empresa y las concentra en los votos de los miembros de la familia.

Tabla 45.1.

Características de los Directivos

	Categoría	Porcentaje
Nivel de Estudios	Sin Estudios	4.13%
	Educación Básica	41.93%
	Educación Media Superior	28.94%
	Educación Superior	25.00%

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

	Categoría	Porcentaje
Edad	18 a 25	7.86%
	26 a 35	17.26%
	36 a 45	32.09%
	45 a 55	25.76%
	56 a 65	15.72%
	Mayor a 65	1.31%
Participación actual en cursos	No está estudiando una carrera o curso	93.14%
	Está estudiando una carrera o curso	6.86%

En este estudio se analizó la relación de la variable Y=Desempeño de la mypes de San Pablo Huixtepec, Zimatlán del estado de Oaxaca, México en funciones de las variables independientes X1= Negociación, X2=Toma de decisiones, X3=Liderazgo, X4=Comunicación y X5=Trabajo en equipo. Obteniendo que el trabajo en equipo es la que está generando menor impacto en las mypes, para este estudio esta variable está conformada por los siguientes ítems:

27a. Sé de varias maneras de facilitar el cumplimiento de la tarea en el equipo.

27b. Sé de varias maneras de construir una buena relación y cohesión entre los miembros.

27c. Sé cómo establecer credibilidad e influencia entre los miembros del equipo.

27d. Ayudo a los miembros a comprometerse con sus objetivos.

27e. Motivo que los miembros del equipo se comprometan al éxito de su equipo y a su éxito personal.

27f. Comparto información con el equipo y propició la participación.

27g. Creó una energía positiva siendo optimista y motivando al equipo.

27h. Llegó a un acuerdo con el equipo antes de comenzar con la tarea propuesta.

27i. Puedo diagnosticar y capitalizar en las competencias fundamentales de mi equipo y en sus fortalezas

27j. Motivó al equipo a trabajar bajo criterios precisos para asegurar que los materiales, productos, procesos y servicios sean consistentes.

Por lo cual se realizó un análisis de los ítems del trabajo en equipo, detectando que lo que más afecta al trabajo en equipo es que no se pueden diagnosticar y capitalizar las competencias fundamentales del equipo, así como las fortalezas que se tengan al interior de él,

lo que justifica la aplicación de los estándares de CONOCER, llegando al siguiente modelo de regresión múltiple:

Tabla 45.2.

Modelo de regresión lineal múltiple

Modelo	Coeficiente de correlación múltiple	Coeficiente de determinación R^2	R^2 ajustado	Error típico
1	0.77348364	0.598276941	0.59106036	0.51238336

Con base en lo anterior se genera la propuesta de los siguientes estándares de CONOCER y que serán promovidos en la mypes de San Pablo Huixtec y en los estudiantes de la Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca mediante la Entidad de Certificación:

EC0554 Trabajo en equipo. Busca mediante la comunicación fomentar en los trabajadores las competencias laborales.

EC0782 Aplicación de habilidades genéricas para la competitividad laboral. Aplicación de conocimientos en las tomas de decisiones en los sectores económicos y sociales.

EC0553 Comunicación efectiva en el trabajo. Fomenta la comunicación activa y efectiva en el ámbito laboral.

Discusión

En el complejo y globalizado entorno empresarial actual, la habilidad del trabajo en equipo se ha convertido en un elemento crucial para la toma de decisiones, la innovación y la consecución de los objetivos empresariales. Zamarripa et al. (2022) en su estudio reconocen que el éxito de las organizaciones no depende únicamente de las habilidades técnicas o cognitivas de sus líderes, sino cada vez más de las denominadas "habilidades blandas", aquellas capacidades socioemocionales que les permiten gestionar exitosamente sus relaciones interpersonales. Además, es fundamental que el directivo empresarial posea una notable capacidad de trabajo en equipo. Más que ejercer un liderazgo jerárquico tradicional, requiere integrar los talentos y conocimientos de todos sus colaboradores, fomentando el compromiso con una visión y objetivos compartidos.

Los resultados de esta investigación coinciden con Reza (2019), en que los grupos sociales y de trabajo han demostrado su eficacia a lo largo del tiempo y que los logros que la humanidad ha alcanzado hasta ahora se han debido principalmente al trabajo colectivo. En

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

este sentido, la empresa cuenta con los recursos necesarios para sobrevivir y desarrollarse en un mercado global competitivo y apoya sus operaciones con los recursos humanos a su disposición. Para fomentar la productividad y lograr el bienestar personal, estas personas necesitan sentirse parte integral del equipo que se convertirá en el equipo de trabajo de su organización.

Conclusiones

Las mypes desempeñan un papel crucial en las economías de muchos países. Los empresarios que dirigen estas empresas son fundamentales para su éxito y para impulsar el empleo, la innovación y el crecimiento económico. Es importante señalar que en este tipo de organizaciones, el éxito en los negocios no depende únicamente de las habilidades individuales de un empresario, sino también de su capacidad para trabajar eficazmente como parte de un equipo.

Es de gran importancia motivar a los trabajadores para que se comprometan al éxito de su equipo, compartiendo información que propicié la participación, para llegar a acuerdos antes de comenzar una tarea propuesta, diagnosticar y capitalizar las competencias del equipo, para motivar el trabajo con altos estándares, los cuales pueden lograrse mediante la capacitación y actualización constante y continua, una medida es aprovechar los recursos que la SEP proporciona mediante la certificación de competencias de CONOCER.

Se confirma la hipótesis, identificando que la negociación, la toma de decisiones, el liderazgo, la comunicación y el trabajo en equipo son características que influyen significativamente en el desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas de San Pablo Huixtepec, Zimatlán, Oaxaca, siendo el trabajo en equipo la de mayor influencia y que lo que más lo afecta es que no se pueden diagnosticar y capitalizar las competencias fundamentales del equipo, así como las fortalezas que se tengan al interior de él.

Referencias

Antonini, D., Jimenez, M. A., Aparecido, S. A. S., y João, R. (2017). La influencia de los escalafones superiores en el retorno sobre el activo de las empresas del sector de consumo no cíclico. AD-Minister, (31), 59–74. https://doi.org/10.17230/ad-minister.31.4

Barradas, R., Rodríguez, J., y Espinoza, I. M. (2021). Visor Redalyc - Desempeño organizacional. Una revisión teórica de sus dimensiones y forma de medición. Redalyc. https://www.redalyc.org/journal/6379/637968301002/

Bas, M., y Ayaz, M. Q. (2022). El papel mediador del apoyo percibido del supervisor entre el presentismo y el desempeño de los empleados: un estudio de la fabricación de azúcar en Erzincan, Turquía. AD-Minister, (40), 31–45. https://doi.org/10.17230/Ad-minister.40.2

Cruz, E. (2022). Niveles e Indicadores de Desempeño Empresarial desde la Teoría del De-

sarrollo Organizacional. Revistas de Investigación Academia, 14(6), 219-224.

Duque, G., Córdova, F., González, K., y Aguirre, J. C. (2021). Cualidades gerenciales y su influencia en el desempeño empresarial. INNOVA Research Journal, 6(3), 155-170. https://doi.org/10.33890/innova.v6.n3.2021.1873

Gómez González, C. D., Silva Olvera, M. D. l. A., González Adame, Y., y Parga Montoya, N. (2018). El Perfil de los Empresarios y la Creación de Empresas en el Municipio de Villa Hidalgo, Jal. Conciencia Tecnológica, (55). https://www.redalyc.org/journal/944/94455712002/html/

INEGI. (2019). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. https://www.riied.org/index.php/v1/article/view/14/26

INEGI. (2020). Censos Económicos 2020. Micro, pequeña, mediana y gran empresa. Estratificación de los establecimientos. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825198657.pdf

López, Z. (2021). El perfil del empresario y su relación con los factores de éxito empresarial en la mipyme del sector servicios. https://campusgaia.org/wisdomlibrary/el-perfil-del-empresario-y-su-relacion-con-los-factores-de-exito-empresarial-en-la-mipyme-del-sector-servicios/

Reza, J. C. (2019). El gerente efectivo: los fundamentos de la administración, el trabajo en equipo y el liderazgo: (1 ed.). Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). https://elibro.net/es/ereader/universidadiexpro/228831?page=134.

Rodrigues, M., Franco, M., Silva, R., y Olivera, C. (2021). Factores de éxito de las Pymes: estudio empírico guiado por capacidades dinámicas y visión basada en recursos, 13(12301), 1-17. https://doi.org/ 10.3390/su132112301

Veciana, JM (2018). Creación de empresas y emprendimiento. Pozuelo de Alarcón: Editorial ESIC. https://doi.org/10.3926/oss.31

Zamarripa, J. M., Vega, M. Á., y Ortega, A. (2022). El rol de líder transformacional en equipos diversos y sus efectos en variables emergentes, para entender el desempeño grupal. Trascender, contabilidad y gestión, 7(20), 224-245. https://doi.org/10.36791/tcg.v8i20.168

Zempual, D. P., Hurtado, G. C., y Valenzuela, M. C. (2023). Las habilidades directivas de coaching, comunicación, trabajo en equipo y su relación con la competitividad de las PYMEs De Benito Juárez, Sonora México. Revista de investigación académica sin frontera, 38. https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi38.522

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Capítulo 46. Desperdicios en los procesos factor de impacto en la productividad en una empresa de compresores de la ciudad de Río Bravo, Tamaulipas.

Rey David Del Ángel Jiménez
Emma Ibeth García Hernández
Silvia Yurika Dorado Balderas
Eric Sánchez López

Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte

DOI: 10.46990/iQuatro.2024.09.5.46

Resumen

A través del presente trabajo se presenta la operatividad de una empresa en la ciudad de Rio Bravo, Tamaulipas, dedicada a la compra, venta, renta, reparación y mantenimiento de compresores de aire, se describe el estudio de métodos generado en sus principales procesos (compras, venta, mantenimiento correctivo y preventivo), así como la posterior identificación y cuantificación monetaria de desperdicios, con base en la filosofía de manufactura esbelta.

Palabras clave

Desperdicios, Mejora continua, Tiempos de espera, Productividad

Introducción

Frecuentemente se describen problemáticas ligadas con desperdicios dentro de los procesos, con relación directa a los indicadores cuantificables del proceso. Para George *et. al,* (2005) los valores agregados se definen como aquellas actividades que afectan las funciones o características del producto o servicio y que el cliente está dispuesto a pagar, siendo los valores no agregados (desperdicios) la antítesis de lo mencionado anteriormente, y, por consiguiente, generando reducción de eficiencia en ciertas partes del proceso.

Las microempresas enfrentan diversos retos relacionados con la gestión de sus procesos, ya sea por la poca plantilla operativa o el desconocimiento de generalidades en materia del control. Por lo tanto, los tiempos de operación afectarían directamente las utilidades por cuestiones como retrabajos, errores en la adquisición de insumos y defectos en los productos/servicios.

Revisión de la Literatura

Debido a que los desperdicios siempre están presentes en los procesos y deben eliminarse, el impacto de la manufactura esbelta reside en su capacidad para encontrar oportunidades de mejora que aún no se han descubierto. Y cuando hablamos de mejora continua es una forma poderosa de generar cambios en todos los niveles de una empresa. Su función principal es reunir a todas las personas para crear cambios sin grandes inversiones de capital. Y su objetivo es mejorar los resultados de los procesos existentes y convertirlos en beneficios de productividad y, a su vez, en rentabilidad de la organización. (Socconini y Escobedo, 2021). En su trabajo inicial en Estados Unidos, Deming promovió 14 principios que representaban una desviación radical respecto al pensamiento y la práctica de la administración (Evans & Lindsay, 2015). En ese tiempo (las décadas de 1960 y 1970), la manufactura se regía por cuotas y una estricta medición del trabajo, con relaciones de confrontación entre los trabajadores y la gerencia. Muchas organizaciones eran administradas por directivos autocráticos a quienes interesaba muy poco escuchar a los clientes, hacer participar a su fuerza de trabajo o mejorar la calidad. Deming consideraba que las empresas no podían prosperar y crecer con ese tipo de gestión, y propuso 14 principios para lograr la excelencia en la calidad. Aunque las prácticas gerenciales en la actualidad son muy distintas de las que había cuando Deming promovió su filosofía, los 14 principios aún transmiten ideas importantes y brindan orientación para administrar a las organizaciones eficaces. Consideremos brevemente las lecciones medulares de cada uno de estos principios

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

1. Crear y dar a conocer a todos los empleados un planteamiento de los objetivos y finalidades de la compañía u organización. La dirección debe demostrar constantemente su compromiso con este planteamiento.
2. Aprender la nueva filosofía, alta dirección y empleados.
3. Entender el propósito de la inspección para mejorar los procesos y reducir los costos.
4. Terminar con la práctica de conceder negocios con base sólo en la etiqueta del precio.
5. Mejorar constantemente y siempre el sistema de producción y servicio.
6. Instituir la capacitación.
7. Enseñar e instituir el liderazgo.
8. Eliminar el miedo. Generar confianza. Crear una atmósfera propicia para la innovación.
9. Optimizar, en función de los objetivos y las finalidades de la compañía, los esfuerzos de equipos, grupos, divisiones de personal.
10. Eliminar las exhortaciones a la fuerza laboral.
    a) Eliminar las cuotas numéricas de producción, y, en cambio, aprender e instituir métodos de mejoramiento.
    b) Eliminar la APO (administración por objetivos) y, en cambio, aprender cuáles son las capacidades de los procesos y cómo mejorarlos.
11. Eliminar las barreras que impiden que la gente se sienta orgullosa de su trabajo.
12. Fomentar la educación y el mejoramiento personal de todos.
13. Emprender acciones para lograr la transformación.

Si bien como lo menciona Deming en su filosofía parte principal del éxito de la empresa es la administración, liderazgo, buen ambiente de trabajo, encaminado a la capacitación, mejoramiento de los procesos, mejora en los procesos productivos, crear los objetivos, pero sobre todo los empleados estén involucrados en las metas de la empresa.

Por otro lado; el despilfarro, en japonés «muda», es cualquier actividad que consume recursos (aumenta el coste) y no añade valor para el cliente. (Madariaga, 2021) en este sentido el identificar y reducir estos desperdicios incrementa la productividad de esta manera impacta positivamente en las ganancias de las empresas y mejoramiento de las condiciones de trabajo.

Ahora bien, Muñoz et. al (2022); afirma que el valor dentro de la filosofía del Lean Manufacturing es considerado como todo aquellos por lo cual el cliente está dispuesto a pagar. A estas tareas que no agregan valor al producto, el Lean Manufacturing las considera un desperdicio. Los criterios para que una tarea agregue valor son los siguientes:

- Una tarea agrega valor, si el cliente está dispuesto a pagar por esa tarea
- Una tarea agrega valor, si cambia físicamente al objeto o material
- Una tarea agrega valor, si se realiza bien y de acuerdo con los estándares de calidad.

Como lo describe Díaz del Castillo (2009) y Cuggia-Jimenez (2020), la manufactura esbelta cuenta con herramientas que pueden ayudar a suprimir todas las actividades que no agregan valor al producto, servicio o a los procesos aumentando el valor de cualquier actividad realizada, eliminando lo que no es requerido, reduciendo los desperdicios y mejorando las operaciones. Las empresas que optan por implementar la metodología de manufactura esbelta en sus procesos logran fomentar una cultura de mejoramiento continuo, puesto que dicha metodología utiliza la capacitación y la información a todo nivel de la organización para la elaboración y desarrollo de planes de mejora, fortalece la gestión empresarial (Alejandro & La Rosa, 2018). Es así como en este estudio se estableció como problema de investigación la necesidad de minimizar el desperdicio generado en la empresa en cuestión, siendo el propósito de este proyecto, utilizar la metodología de la manufactura esbelta, con el objetivo de detectar y reducir los desperdicios que más impactan en el área de producción de la empresa en estudio.

Metodología

El diseño de la investigación fue de enfoque cuantitativo y nivel explicativo con diseño preexperimental. Se tomó como muestra, los tiempos y valores de la productividad de todos los procesos de la empresa durante un periodo de ocho meses, con 20 repeticiones para cada proceso (cuatro procesos). Se utilizó un método hipotético deductivo, el cual permite contrastar la hipótesis a través de un diseño estructurado observacional.

Hipótesis: Las actividades que no generan valor agregado en los procesos operativos afectan la productividad de las empresas, como los tiempos de servicio, los inventarios y la cantidad de recursos empleados; lo que puede afectar negativamente la rentabilidad y la eficiencia, perdiendo con esto el equilibrio financiero de la empresa.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Se utilizaron como herramientas de recolección de datos, las hojas de verificación y el tratamiento de datos mediante diagramas de Pareto de 2do. nivel con el que se identificaron las áreas prioritarias y el centro del problema y planificar las acciones a tomar de acuerdo con ello.

Desarrollo de diagnóstico.

Para el diagnóstico se siguieron los siguientes pasos:

Como primera actividad se generó un sondeo a diversas microempresas de la localidad, con el objetivo de realizar un trabajo en conjunto orientado a la consultoría; analizar sus procesos productivos e identificar oportunidades de mejora. Una empresa de compresores accedió a recibir la visita como una opción de ofrecer servicios de calidad a sus clientes, con la oportunidad de incrementar sus utilidades en función con los recursos con los que cuenta. Se presentó un método de muestreo intencional, el cual se utiliza cuando se seleccionan individuos específicos que pueden contribuir significativamente al estudio. Se realizó una búsqueda de buenos informantes que pudieran proporcionar una comprensión profunda del fenómeno de estudio y la mayor referencia de ello son los técnicos y asociados que conocen todos los procesos operativos y el ambiente cotidiano de la empresa. Mediante la identificación y reducción de los ocho desperdicios de manufactura, junto con la gestión de los procesos, se pueden optimizar las operaciones y tener un impacto positivo en la productividad del negocio.

La microempresa en estudio pertenece al ramo de servicios, siendo especializada en mantenimiento y reparación de compresores, cuenta con dos sucursales que se encuentran a 8.5 kilómetros de distancia entre ellas, la sucursal "A" se encarga de la atención administrativa a clientes; cuenta con cuatro empleados (un generalista de recursos humanos, un ingeniero de mantenimiento y dos agentes de ventas). La sucursal "B" funge como el taller operativo, cuenta con ocho empleados (dos técnicos de mantenimiento y seis empleados generales). Los primeros cuestionarios sobre la percepción del ambiente de trabajo, productividad y habilidades directivas de los dueños o gerentes iniciaron en el mes de mayo de 2023 y concluyeron en el mes de agosto del mismo año. En el proceso de saturación de categorías, se detectó la afinidad de respuestas recibidas a principios del mes de junio, relacionadas con puntos de vista subjetivos en el estilo de liderazgo de la gerencia y principalmente los tiempos no productivos y desperdicios en proceso, definidos por el equipo de investigación como "ceguera de taller".

Se determinó abordar grupos de enfoque por cada sucursal de la empresa, a través de la observación del proceso y la posterior cuantificación de tiempos de ocio y mermas generadas en el proceso. Los métodos son pertinentes debido a la apertura colaborativa del personal y las facilidades otorgadas al equipo por parte del dueño de la empresa, sintetizando la secuencia de la siguiente manera:

Representación visual de las secuencias de servicio en la empresa (mapeo).

Estudio de los tiempos de servicio en la empresa.

Análisis de los tiempos de servicio mediante hojas de verificación y diagramas de Pareto de primer y segundo nivel.

Estimación monetaria de los tiempos no productivos.

Resultados

Diagramas de flujo de las diferentes áreas de la Mype (Compresores).

Dentro de la empresa se realizó observación directa del proceso completo. De manera inicial se mapearon los procesos de la Mype (Compresores), y así identificar los valores agregados y no agregados; tales como esperas, movimientos innecesarios, sobre producción, desperdicio de talento, trasporte, retrabajos, inventario, es muy importante clasificarlos, cuantificarlos para estar en posibilidad de minimizarlos.

Se inició el mapeo con el proceso de compra de materia prima, donde se utilizó una hoja de verificación para clasificar no conformidades de acuerdo con los ocho desperdicios, a su vez, el equipo de trabajo realizó análisis cronomoetrado de las operaciones para cuantificar de manera específica los ocios (Tabla 46.1).

Tabla *46.*1.

Hoja de verificación y tiempos para área de compras.

Compras de piezas						
Los 8 desperdicios	Buscar las piezas	Buscar un formato	Buscar la lista de piezas a comprar	Lugar preestablecido para acomodarlas	Buscar contactos	Total
Sobreproducción						0
Sobreprocesamiento				1		1
Esperas	1	1	1	1	1	5
Transportes						0
Movimientos innecesarios	1	1	1		1	4
Inventario	1			1		2
Retrabajos						0
Desperdicio de talento	1	1	1	1	1	5

Compras de piezas (Tiempo en minutos)							
	Buscar las piezas	Buscar un formato	Buscar la lista de piezas a comprar	Lugar preestablecido para acomodarlas	Buscar contactos	Total	
Esperas	10	7	30	12	11	70	minutos

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Los empleados y empleadas del área de ventas tienen capacitación para atender a los clientes y el adecuado control de las órdenes (Tabla 46.2), pero los tiempos de espera también se elevan por la posición inadecuada de producto en los lugares designados (registro de 239 minutos) debido al deficiente control del área de compras. Es importante recalcar que hay otros factores extrínsecos como la recepción de datos incorrectos (emitidos por los clientes) que no pueden ser controlados de manera estricta por la mype.

Tabla *46.2.*

Hoja de verificación y tiempos para área de ventas.

Ventas de piezas									
Los 8 desperdicios	Demora en la atención	Precios erróneos	Buscar en los racks	Buscar contactos	Datos incompletos	Demora en la entrega	Calcular el precio en ese momento	Envío tardío	Total
Sobreproducción									0
Sobreprocesamiento		1	1				1		3
Esperas	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Transportes						1			1
Movimientos innecesarios	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Inventario			1						1
Retrabajos		1			1				2
Desperdicio de talento	1	1	1	1	1	1	1	1	8

Ventas de piezas (Tiempo en minutos)										
	Demora en la atención	Precios erróneos	Buscar en los racks	Buscar contactos	Datos incompletos	Demora en la entrega	Calcular el precio en ese momento	Envío tardío	Total	
Esperas	12	6	8	11	3	13	6	180	239	minutos

Los servicios de mantenimiento preventivo son una de las principales fuentes de ingresos en la mype, para identificar los desperdicios más críticos, nuevamente se estandarizó un formato de hoja de verificación, donde se catalogaron los ocho desperdicios de manufactura esbelta. Se destaca que la rutina preventiva engloba configuraciones básicas como lubricación, ajustes de componentes y parámetros esenciales (Tabla 46.3).

Tabla 46.3.

Hoja de verificación y tiempos para mantenimiento preventivo.

Mantenimiento preventivo									
Los 8 desperdicios	Demora en la atención	Demora en la inspección	Precios erróneos	Fractura de piezas	Buscar los materiales	Buscar las herramientas	Datos erróneos	Entrega tardía	Total
Sobreproducción									0
Sobreprocesamiento		1	1	1			1		4
Esperas	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Transportes									0
Movimientos innecesarios	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Inventario									0
Retrabajos			1	1			1		3
Desperdicio de talento	1	1	1		1	1	1	1	7

Mantenimiento Preventivo (Tiempo en minutos)									
	No saber el nombre de los clientes	No tener un espacio designado	Procesamiento extra	Perder tiempo en etiquetar	Buscar las herramientas	Llamar al cliente para saber que falla	Desorden en saber que falla del equipo	Total	
Esperas	14	15	20	8	11	10	20	98	Minutos

La tendencia más notable radicaba en los desperdicios de espera, derivados de ciertas condiciones extrínsecas como los servicios de proveedores (insumos), seguimiento deficiente a los inventarios de materia prima y herramental, que desencadenaba retrabajos, traducidos en movimientos duplicados (innecesarios). En la Tabla 46.4 se muestra el análisis de los servicios de mantenimiento correctivos, donde los problemas mencionados anteriormente se vuelven a observar. De los cuatro procesos, es este servicio el que registra la mayor cantidad de minutos sin productividad (principalmente labor en espera) ascendiendo a 1505 minutos.

Tabla 46.4

Hoja de verificación y tiempos para mantenimiento correctivo.

Mantenimiento correctivo								
Los 8 desperdicios	No saber el nombre de los clientes	No tener un espacio designado	Procesamiento extra	Perder tiempo en etiquetar	Buscar las herramientas	Llamar al cliente para saber que falla	Desorden en saber que falla del equipo	Total
Sobreproducción			1					1
Sobreprocesamiento			1	1			1	3
Esperas	1	1	1	1	1	1	1	7
Transportes								0
Movimientos innecesarios	1	1	1	1	1	1	1	7
Inventario		1	1					2
Retrabajos	1		1				1	3
Desperdicio de talento		1	1	1	1	1	1	6

Mantenimiento Correctivo (Tiempo en minutos)										
	Demora en la atención	Demora en la inspección	Precios erróneos	Fractura de piezas	Buscar los materiales	Buscar las herramientas	Datos erróneos	Entrega tardía	Total	
Esperas	12	15	6	9	10	11	2	1440	1505	Minutos

Diagramas de Pareto para cuantificación de desperdicios en los procesos.

Con base en las ocurrencias registradas en las hojas de verificación y la clasificación de los ocho desperdicios de manufactura esbelta, se procedió a cuantificar los desperdicios identificados en la empresa en un diagrama de Pareto de primer nivel y que porcentaje de impacto tienen en los procesos. Siendo los tiempos no productivos (esperas) el desperdicio presentado con mayor frecuencia (28 incidencias).

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

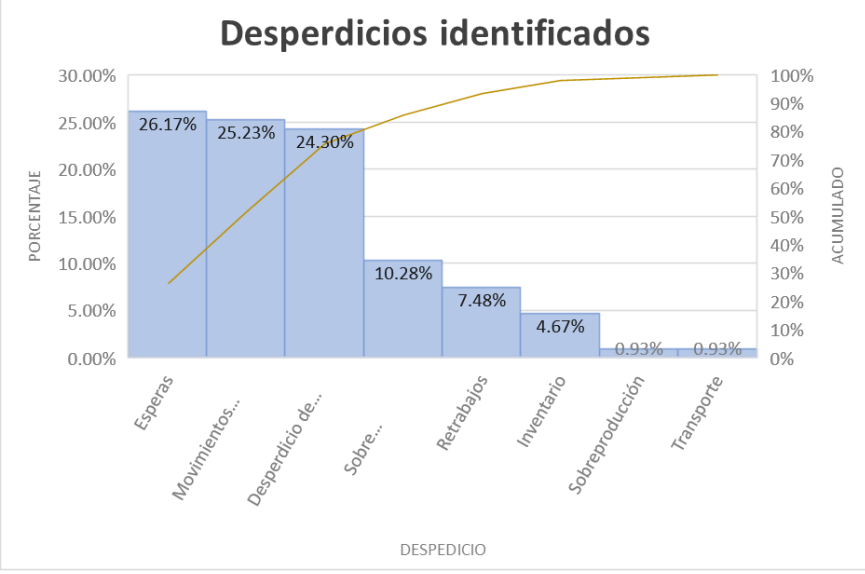
Tabla *46.5*

Tabla de registro de desperdicios en el proceso.

Desperdicio	Porcentaje	Acumulado
Esperas	26.17%	26.17%
Movimientos Innecesarios	25.23%	51.40%
Desperdicio de talento	24.30%	75.70%
Sobre procesamiento	10.28%	85.98%
Retrabajos	7.48%	93.46%
Inventario	4.67%	98.13%
Sobreproducción	0.93%	99.07%
Transporte	0.93%	100%
Total	100.00%	

Gráfica *46.1*

Gráfica de Pareto de primer nivel de desperdicios identificados.



Es necesario identificar en que proceso afectan de manera significativa los ocios, por lo tanto, se procedió a generar un diagrama de Pareto de segundo nivel, manejando la variable de tiempo (en minutos) para cada proceso. El proceso de mantenimiento correctivo presenta diversos paros (ascendiendo a 1505 minutos en un periodo de ocho meses (Enero a Agosto 2023). Enseguida se muestra la medición de tiempos (esperas) por proceso.

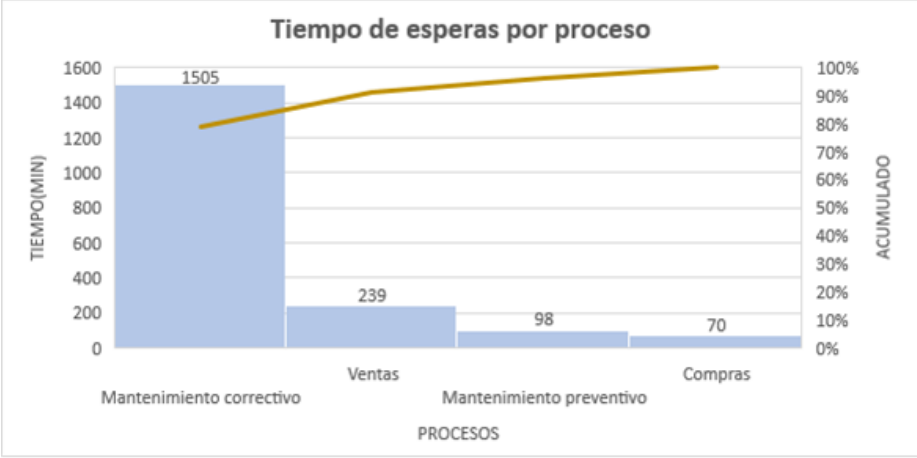
Tabla *46.6*

Tabla de datos de tiempos espera por proceso.

Proceso	Tiempo (Min.)	Porcentaje	Acumulado
Mantenimiento correctivo	1505	78.71%	78.71%
Ventas	239	12.50%	91.21%
Mantenimiento preventivo	98	5.13%	96.34%
Compras	70	3.66%	100.00%

Gráfica *46.2*

Gráfica de Pareto de segundo nivel de esperas (tiempo) en los procesos.



Así mismo, se pudo ver los factores principales de esperas son: "esperas al no mover el equipo a reparar ya que no cuenta con espacio determinado para esto", "esperas al no contar con un sistema de recibo y análisis de los equipos a reparar y tener que llamar nuevamente al cliente", "esperas por búsqueda de herramientas para la reparación de los equipos", "esperas por no tener un inventario sistemático y tener que buscar los materiales", "esperas por no tener un tiempo determinado por parte de sus proveedores para la entrega del material"; lo cual afecta directamente en la productividad de la empresa.

Con el fin de conocer cuál es el impacto de estos desperdicios en sus finanzas, se obtuvo el dato monetario el cual representa aproximadamente el 15 porciento de sus ganancias mensuales, es decir el tener tiempos de esperas en los procesos incrementa sus pérdidas. Este dato se basa en las ganancias diarias aproximadas de la empresa, por lo tanto, esos 1505 minutos serían una pérdida equivalente a tres días de trabajo (turnos de ocho horas) estimando un costo de 19, 810.71 pesos mexicanos.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Tabla *46.7*

Estimación de pérdidas monetarias por desperdicios.

Procesos	Costos de esperas (pesos)	%	Acumulado	%Acumulado
Mantenimiento Correctivo	$ 18,275.00	92.2%	$ 18,275.00	92.25%
Ventas	$ 967.38	4.9%	19,242.38	97.13%
Mantenimento Preventivo	$ 513.33	2.6%	19755.71	99.72%
Compas	$ 55.00	0.3%	19,810.71	100.00%
Total	$ 19,810.71	100.0%		

Discusión

Finalizados los procesos de mapeo y cuantificación de variables en el proceso, observamos que algunos elementos relacionados con el control de las operaciones del negocio, pero también de los clientes generan los periodos de ocio, principalmente reflejados en las búsquedas innecesarias de material o herramental, así como una falta de seguimiento en las rutinas de mantenimiento. Otros hallazgos relevantes fueron que no se encuentra una estandarización de los procesos; muchas veces se generan retrabajos debido a la falta de parámetros específicos que pueden acotarse con algún formato documental y el poco seguimiento a las compras y posterior inventario de materias primas.

Concluido el análisis de los procesos y la identificación de los ocho desperdicios con las actividades específicas de la empresa se acepta la hipótesis de investigación, fundamentando el excedente de recursos empleados (tiempo y espacio específicamente) con los diversos ocios en la atención y desarrollo de los servicios. La microempresa presenta un déficit del 15% en sus utilidades. Concluimos que el personal cuenta con una buena cultura de trabajo, que reforzándose con capacitación formal al propietario y al núcleo operativo, podría cambiar significativamente (para bien) la orientación de la gestión empresarial y el entorno hacia la mejora continua, por lo tanto, tal como lo describe Muñoz *et. al* (2022), el cliente estaría recibiendo un valor agregado en sus servicios y estar dispuesto a pagar por calidad y periodos de atención efectivos.

Conclusiones

Las esperas representan el punto de menor rendimiento en los procesos de la empresa, por lo tanto, el equipo continua en contacto con la empresa para poder brindar atención para este indicador mediante herramientas que generen un trabajo visual y regulen el control de los activos en el proceso, por ejemplo, generar cartas de procesos para actividades estandarizadas o en las problemáticas más comunes y dar seguimiento oportuno a los inventarios; y también, (derivado del principio de Pareto) generar una respuesta ante los indicadores de

movimientos innecesarios y desperdicio de talento, ya que (en conjunto con las esperas) acumulan el 75.70% de los desperdicios cuantificados, lo cual podría mitigar el 24.30% restante de desperdicios; estas respuestas podrían ser la inclusión de un proceso de mantenimiento predictivo para la maquinaria empleada en la empresa y rediseño de los procesos con enfoque a la ergonomía.

Referencias

Aadithya, B. G., Asokan, P., & Vinodh, S. (2023). Lean manufacturing in fabrication industry: literature review and framework proposal. *International Journal of Quality & Reliability Management*, *40*(6), 1485-1517.

Alejandro, G. A. R., & La Rosa, A. J. O. (2018). Implementación del ciclo de mejora continua Deming para mejorar la productividad en el área de logística de la empresa de confecciones KUYU SAC LIMA-2016. *INGENIERÍA: Ciencia, Tecnología e Innovación*, *5*(2).

Cuggia-Jiménez, C., Orozco-Acosta, E., & Mendoza-Galvis, D. (2020). Manufactura esbelta: una revisión sistemática en la industria de alimentos. Información tecnológica, 31(5), 163-172.

Edge, J. (2019). Lean Seis SIGMA: La Guía Definitiva Sobre Lean Seis Sigma, Lean Enterprise y Lean Manufacturing, con Herramientas para Incrementar la Eficiencia y la Satisfacción Del Cliente. (n.p.): Amazon Digital Services LLC - Kdp.

Evans, J. R. (2015). Administración y control de la calidad.

Fontalvo Herrera, T., De La Hoz Granadillo, E., & Morelos Gómez, J. (2018). La productividad y sus factores: incidencia en el mejoramiento organizacional. *Dimensión empresarial*, *16*(1), 47-60.

García-Alcaraz, J. L., Morales Garcia, A. S., Díaz-Reza, J. R., Jimenez Macias, E., Javierre Lardies, C., & Blanco Fernandez, J. (2022). Effect of lean manufacturing tools on sustainability: the case of Mexican maquiladoras. *Environmental Science and Pollution Research*, *29*(26), 39622-39637.

George, M. L., Maxey, J., Rowlands, D. T., & Upton, M. (2004). *Lean six sigma pocket toolbook* (p. 282). New York, NY, USA: McGraw-Hill Professional Publishing.

Gómez Botero, P. A. (2010). Lean Manufacturing: flexibilidad, agilidad y productividad. *Gestión y sociedad*, *3*(2), 75-88.

Gómez, M. F. (2014). *Lean Manufacturing En Español: Cómo eliminar desperdicios e incrementar ganancias*. Editorial Imagen.

Leksic, I., Stefanic, N., & Veza, I. (2020). The impact of using different lean manufacturing tools on waste reduction. *Advances in production engineering & management*, *15*(1).

Madariaga, F. (2014). *Lean manufacturing*. Bubok.

Licencia de Creative Common Atribución-No-Comercial-SinDe-rivadasAtribución 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Muñoz Guevara, J. A., Zapata Urquijo, C. A., & Medina Varela, P. D. (2022). Lean manufacturing: Modelos y herramientas.

Palange, A., & Dhatrak, P. (2021). Lean manufacturing a vital tool to enhance productivity in manufacturing. *Materials Today: Proceedings*, *46*, 729-736.

Rajput, S., Khan, M. A., Samejo, S., Murtaza, G., & Ali, R. A. (2020, March). Productivity Improvement by the Implementation of lean manufacturing practice (takt time) in an automobile assembling plant. In *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Dubai, UAE* (pp. 1618-1619).

Ruiz, J. A. C. (2013). *Despilfarro cero: la mejora continua a partir de la medición y la reducción del despilfarro*. Marcombo.

Socconini, L. (2019). *Lean manufacturing. Paso a paso*. Marge books.

Socconini, L. (2021). *Lean Six Sigma White Belt. Manual de certificación*. Marge Books.


RELAYN
Red de Estudios Latinoamericanos
en Administración y Negocios
iQU4TRO
EDITORES